



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E
CONTABILIDADE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E
CONTROLADORIA
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA

MÁRCIA DE FREITAS DUARTE

DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA NA INDÚSTRIA CRIATIVA CEARENSE:
HISTÓRIAS DE VIDA DE MESTRES DA CULTURA DO ARTESANATO.

FORTALEZA

2010

MÁRCIA DE FREITAS DUARTE

**DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA NA INDÚSTRIA CRIATIVA CEARENSE:
HISTÓRIAS DE VIDA DE MESTRES DA CULTURA DO ARTESANATO.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do Título de Mestre em Administração e Controladoria.

Área de concentração: Estudos Organizacionais e Gestão de Pessoas.

Orientador: Prof. Dr. Serafim Firmo de Souza Ferraz.

FORTALEZA

2010

MÁRCIA DE FREITAS DUARTE

**DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA NA INDÚSTRIA CRIATIVA CEARENSE:
HISTÓRIAS DE VIDA DE MESTRES DA CULTURA DO ARTESANATO.**

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do Título de Mestre em Administração e Controladoria (Ênfase em Estudos Organizacionais e Gestão de Pessoas), e aprovada, em sua forma final, pelo Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará.

Fortaleza, 11 de junho de 2010.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Serafim Firmo de Souza Ferraz
Universidade Federal do Ceará
Prof. Orientador

Prof. Dr. Augusto César de Aquino Cabral
Universidade Federal do Ceará - UFC
Examinador

Prof^ª. Dr^ª. Maria Vilma Coelho Moreira Faria
Universidade de Fortaleza – UNIFOR
Examinadora

Aos meus pais, Lúcia e Valdir, meu irmão Márcio, e minhas ‘irmãzinhas’ Jade, Mel e Amélie, pelo amor, carinho, dedicação e apoio incondicional.

À Tânia Katyanne Barros Braga (*in memoriam*), eterna amiga.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por me dar saúde, sabedoria e paciência para realizar sonhos como este.

Aos meus pais, Lúcia e Valdir, e meu irmão Márcio. Tudo que eu venha a dizer será infinitamente pequeno perto do que vocês significam para mim. Em especial, nesses últimos dois anos, agradeço por terem transformado em ações o verdadeiro significado de palavras tão simples como mãe, pai, irmão e família.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Serafim Ferraz, de quem sou aprendiz desde a graduação, por ter me incentivado a cumprir mais esta etapa de minha vida, por suas sábias intervenções e contribuições para que esta pesquisa fosse realizada e por sua intensa dedicação ao PPAC.

Aos Prof. Drs. Augusto Cabral e Vilma Faria, por terem aceitado participar da banca examinadora desta dissertação, contribuindo, assim, com idéias valiosas para o aprimoramento do trabalho. Dedico especial agradecimento ao Prof. Augusto, pelo constante incentivo desde a graduação e por sua profunda dedicação ao PPAC.

Aos artesãos Mestres da Cultura do Artesanato. São, de fato, Tesouros Vivos, não somente pela sua arte, mas, sobretudo, pelas pessoas generosas e acolhedoras que são.

Aos meus amigos Daniele Forte, Danielle Martins, Diego Machado, Franciane Freire, Ilyana Pereira, Iury Oliveira, Edgar Soares, Kataryny Sousa, Marcello Bezerra, Patrícia Procópio, Rodrygo Macedo, Tânia Braga (*in memoriam*) e Telma Braga, a quem também peço desculpas pelo egoísmo a que me entreguei nestes dois últimos.

À Prof^a. Maria Naiula Monteiro Pessoa, pelo incentivo e compreensão nos momentos em que me ausentei do trabalho para concluir esta pesquisa.

À Sandra Areal, pelo apoio profissional e amigo nos momentos em que mais precisei, e à Márcia Russo, por me dar uma grande ajuda na formatação deste trabalho.

Aos funcionários do PPAC, sempre solícitos e prestativos com os mestrandos.

Aos colegas do grupo de pesquisa Keysa Mascena, Reidene Oliveira e Guipson Pinheiro, por compartilharem conhecimentos e me incentivarem na conclusão deste trabalho.

À UFC, pela oportunidade de, na condição de servidora, ter o mestrado financiado.

E a todos aqueles que procuraram e não encontraram seu nome aqui, mas que de alguma forma sabem que contribuíram para a minha formação, seja nesses dois anos de mestrado ou em qualquer outro momento de minha vida. Sintam-se incluídos nesses agradecimentos. Obrigada por sua ajuda ou por somente serem meus amigos ou colegas, o que significa muito para mim.

Não te espantes quando o mundo amanhecer irreconhecível. Para melhor ou pior, isso acontece muitas vezes por ano. “Quem sou eu no mundo?” Essa indagação perplexa é o lugar comum de cada história de gente. Quantas vezes mais decifrares essa charada, tão entranhada em ti mesma como os teus ossos, mais forte ficarás. Não importa qual seja a resposta; o importante é dar ou inventar uma resposta. Ainda que seja mentira.

[...]

Os milagres sempre acontecem na vida de cada um e na vida de todos. Mas, ao contrário do que se pensa, os melhores e mais fundos milagres não acontecem de repente, mais devagar, muito devagar. Quero dizer seguinte: a palavra depressão cairá de moda mais cedo ou mais tarde. Como talvez seja mais tarde, prepara-te para a visita do monstro, e não te desesperes ao triste pensamento de Alice: “Devo estar diminuindo de novo”. Em algum lugar há cogumelos que nos fazem crescer novamente.

(Paulo Mendes Campos).

RESUMO

Esta pesquisa objetiva analisar o desenvolvimento da carreira dos artesãos diplomados com o título de Mestres da Cultura Tradicional Popular, no contexto da indústria criativa do Estado do Ceará. A compreensão dos artesãos, das suas técnicas de trabalho e trajetórias profissionais pode contribuir para uma melhor apreensão do fenômeno da articulação entre competências artísticas, criativas, técnicas e empreendedoras, no âmbito do desenvolvimento profissional e empresarial na indústria criativa cearense. A pesquisa é de natureza qualitativa e, quanto aos objetivos, é exploratória e descritiva. Quanto aos meios, trata-se de uma pesquisa de campo que utiliza a técnica de história de vida associada ao estudo de casos múltiplos. Foram tomados como sujeitos, seis artesãos detentores do título de “Mestres da Cultura Tradicional Popular”, título concedido pelo Governo do Estado do Ceará e que se refere a um reconhecimento simbólico da importância do artista popular no contexto cultural do Estado. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas com roteiro semi-estruturado e os dados foram analisados por meio da análise de conteúdo. Os resultados mostram que o desenvolvimento da carreira dos artesãos ocorreu por meio de ciclos e estágios, de modo que os mesmos tiveram outras experiências profissionais antes de se estabelecerem como artesãos. Constatou-se ainda que as carreiras dos Mestres apresentaram elementos característicos do comportamento empreendedor no que diz respeito à atividade artesanal, ou seja, a criação e inovação em termos de produtos e técnicas, visando o atendimento das necessidades dos clientes e a busca de oportunidades. Assim, a identidade de artesão se sobrepôs à identidade empresarial, fazendo com que os sujeitos pareçam estar inclusos no grupo de pessoas que empreendem por necessidade, demonstrando que o potencial de suas carreiras não foi completamente explorado.

Palavras-chaves: Desenvolvimento de Carreira. Carreira Empreendedora. Ciclos e Estágios de Carreira. Mestres da Cultura. Artesanato.

ABSTRACT

This research aims to analyze the career development of the artisans who hold the title of Masters of Traditional Popular Culture within the scope of the creative industry of Ceará. The understanding of the artisans, their work techniques and professional trajectories can contribute to a better understanding of the phenomenon of the relationship between artistic, creative, technical and entrepreneurial competencies in the development of business and trade in the creative industry of Ceará. The study has a qualitative nature and, considering the objectives, it is classified as exploratory and descriptive. Regarding to the methodological procedures, this is a field research that uses the life history method associated with the study of multiple cases. The data collection through interviews semi-structured was conducted with six artisans who hold the title of Masters of Traditional Popular Culture, title granted by the State Government of Ceará, which refers to a symbolic recognition of the importance of popular artist in the cultural context of the state of Ceará. Data were analyzed using content analysis. The results showed the existence of cycles and stages along the career development of artisans, so they had other work experience before settling down as artisans. Furthermore, the Masters' careers showed characteristic elements of entrepreneurial behavior with regard to handicraft, which involves the creation and innovation in terms of products and techniques in order to meet customer needs and seeking opportunities. Thus, the identity of artisans dominated the business and entrepreneurial identity, making the artisans seem to be included in the group of people involved in necessity entrepreneurship, demonstrating that the potential of their careers has not been fully explored.

Keywords: Career Development. Entrepreneurial Career. Cycles and Career Stages. Masters of Culture. Handicraft.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

(Figuras, Quadros e Tabelas)

Figura 1 - Modelo dos círculos concêntricos, de David Throsby.....	31
Figura 2 - Indústrias criativas conforme a Comissão Européia	32
Figura 3 - Indústrias criativas, segundo a UNCTAD.....	33
Figura 4 - Composição da indústria criativa.....	34
Figura 5 - Critérios para avaliação de tipos de produtos artesanais.....	47
Figura 6 - Um modelo de gestão de carreira.....	54
Figura 7 - Modelo integrado de estágios de carreira.....	56
Figura 8 - Um modelo de carreira como ciclos de aprendizado.....	58
Figura 6 - Um modelo de motivação empreendedora	69
Quadro 1 - Modelo de classificação das indústrias de copyright, segundo a WIPO.....	32
Quadro 2 - Fatores comportamentais que contribuem para a decisão de empreender.....	71
Quadro 3 - Aspectos ambientais que contribuem para a decisão de empreender	75
Quadro 4 - Mestres ou Tesouros Vivos da Cultura Tradicional Popular do Ceará	94
Quadro 5 - Desenvolvimento da carreira dos artesãos.....	166
Quadro 6 - Evolução do trabalho artesanal.	167
Quadro 7 - Motivações e inserção na carreira de artesão.....	168
Quadro 8 - Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão.....	170
Quadro 9 - Reconhecimento artístico e econômico pelo trabalho de artesão.....	171
Quadro 10 - Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira.....	172
Quadro 11 - Perspectivas atuais de carreira e negócios.....	173
Tabela 1 - Distribuição das Ocorrências de Tipologias no Estado do Ceará	48

LISTAS DE SIGLAS E ABREVIATURAS

- ANPAD - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração
APL - Arranjo Produtivo Local
CEART - Central de Artesanato do Ceará
DCMS - Department for Culture, Media and Sport
DECON-RJ - Divisão de Estudos Econômicos do Rio de Janeiro
ENANPAD - Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração
ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura
Eneo - Encontro de Estudos Organizacionais
ENGPR - Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho
FIRJAN-RJ - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio
MIT - *Sloan School of Management do Massachusetts Institute of Technology*
MPAC - Mestrado profissional em Administração e Controladoria
MPE - Micro e Pequenas Empresas
PIB - Produto Interno Bruto
PPAC - Programa de Pós-graduação em Administração e Contabilidade
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SCAP - Sociedade Cearense de Artes Plásticas
SECULT-CE - Secretaria da Cultura do Estado do Ceará
UFC - Universidade Federal do Ceará
UNCTAD - *United Nation Conference on Trade and Development*
UNESCO - *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*
WIPO - *World Intellectual Property Organization*

SUMÁRIO

RESUMO.....	vi
ABSTRACT	vii
LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....	viii
LISTAS DE SIGLAS E ABREVIATURAS	ix
1 INTRODUÇÃO	14
1.1 Questão de pesquisa e justificativa.....	15
1.2 Objetivos e suposições.....	18
1.3 Metodologia.....	19
1.4 Estrutura da dissertação	20
2 INDÚSTRIA E ECONOMIA CRIATIVA.....	22
2.1 Evolução dos conceitos	22
2.2 Caracterização do campo.....	26
2.2.1 A criatividade como elemento central das indústrias criativas.....	27
2.2.2 Produção e consumo de bens culturais e criativos	27
2.2.3 Propriedade intelectual	28
2.2.4 Atividades e setores que compõem a indústria e a economia criativa.....	30
2.3 A economia criativa como estratégia de desenvolvimento	36
2.4 O artesanato na economia criativa.....	40
2.4.1 Relevância da atividade artesanal.....	43
2.4.2 Categorias e Tipologias de artesanato	46
2.5 Fechamento da seção	48
3 CARREIRA EMPREENDEDORA	49
3.1 A noção contemporânea de carreira	49
3.2 A concepção processual de carreira.....	53
3.2.1 Gestão de carreira	53
3.2.2 Ciclos, estágios e transições	55
3.2.3 Inclinações profissionais.....	59
3.3 O empreendedor	61
3.4 Empreendedorismo como carreira.....	66
3.4.1 Fatores motivadores da decisão de empreender	69

3.4.1.1. Comportamento empreendedor	71
3.4.1.2 Características individuais não comportamentais.....	74
3.4.1.3 Aspectos ambientais	75
3.4.2 Resultados e recompensas na carreira empreendedora.....	77
3.5 Carreira na indústria criativa	78
3.5.1 Classe criativa.....	79
3.5.2 Empreendedorismo na indústria criativa	81
3.5.3 O artesão como empreendedor na indústria criativa	83
3.6 Fechamento da seção	87
4 METODOLOGIA.....	88
4.1 Natureza da pesquisa	88
4.2 Classificação da pesquisa	89
4.3 Seleção dos sujeitos	93
4.4 Coleta de dados.....	95
4.5 Tratamento e análise dos dados	97
4.6 Limitações do método	99
5 HISTÓRIAS DE VIDA DE MESTRES DA CULTURA DO ARTESANATO	100
5.1 Mestres da Cultura Tradicional Popular do Ceará.....	100
5.2 Espedito Seleiro.....	102
5.2.1 Caracterização da atividade artesanal.....	103
5.2.2 Inserção profissional na carreira de artesão.....	104
5.2.3 Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão	106
5.2.4 Reconhecimento artístico e econômico	107
5.2.5 Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira	108
5.2.6 Perspectivas atuais de carreira e negócios	111
5.2.7 Fechamento do caso.....	112
5.3 Maria Cândido	113
5.3.1 Caracterização da atividade artesanal.....	113
5.3.2 Inserção profissional na carreira de artesã.....	115
5.3.3 Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão	118
5.3.4 Reconhecimento artístico e econômico	119
5.3.5 Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira	120
5.3.6 Perspectivas atuais de carreira e negócios	122
5.3.7 Fechamento do caso.....	123
5.4 Dona Francisca	124
5.4.1 Caracterização da atividade artesanal.....	124

5.4.2 Inserção profissional na carreira de artesã.....	125
5.4.3 Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão	128
5.4.4 Reconhecimento artístico e econômico	129
5.4.5 Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira	130
5.4.6 Perspectivas atuais de carreira e negócios	133
5.4.7 Fechamento do caso.....	134
5.5 Lúcia Pequeno	134
5.5.1 Caracterização da atividade artesanal.....	135
5.5.2 Inserção profissional na carreira de artesã.....	136
5.5.3 Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão	139
5.5.4 Reconhecimento artístico e econômico	140
5.5.5 Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira	141
5.5.6 Perspectivas atuais de carreira e negócios	143
5.5.7 Fechamento do caso.....	144
5.6 Pedro Balaieiro	145
5.6.1 Caracterização da atividade artesanal.....	145
5.6.2 Inserção profissional na carreira de artesã.....	146
5.6.3 Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão	148
5.6.4 Reconhecimento artístico e econômico	150
5.6.5 Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira	151
5.6.6 Perspectivas atuais de carreira e negócios	153
5.6.7 Fechamento do caso.....	155
5.7 Dona Nice	155
5.7.1 Caracterização da atividade artesanal.....	155
5.7.2 Inserção na carreira de artesã.....	158
5.7.3 Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão	161
5.7.4 Reconhecimento artístico e econômico	162
5.7.5 Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira	163
5.7.6 Perspectivas atuais de carreira e negócios	165
5.7.7 Fechamento do caso.....	166
5.8 Análise geral dos casos.....	166
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	175
6.1 Quanto aos objetivos e suposições propostos.....	175
6.2 Quanto à pergunta orientadora	177
6.3 Quanto ao prosseguimento da pesquisa.....	180
REFERÊNCIAS	182

APÊNDICE A - COMPARAÇÃO ENTRE OS MODELOS DE CLASSIFICAÇÃO DA INDÚSTRIA CRIATIVA.	195
APÊNDICE B – ECONOMIA CRIATIVA: CADEIA DA INDÚSTRIA CRIATIVA NO BRASIL	196
APÊNDICE C – PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR, DE DIFERENTES AUTORES.	197
APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA.....	198
APÊNDICE E – CARTA DE APRESENTAÇÃO.....	201
ANEXO A – TIPOLOGIAS DE ARTESANATO	202
ANEXO B - CATEGORIAS E TIPOLOGIAS DE PRODUTOS ARTESANAIS.	203

1 INTRODUÇÃO

Economia criativa é uma locução genérica utilizada para classificar um conjunto de atividades produtivas cujo núcleo é formado pelas indústrias criativas, as quais têm como principal insumo a criatividade, o talento e as habilidades humanas. De maneira difusa, a economia criativa costuma ser apresentada como um campo de convergência entre arte, cultura, tecnologia e negócios, por meio da produção de bens simbólicos, incluindo a geração de propriedade intelectual. Em uma perspectiva ainda mais ampla, a economia criativa se mostra como estratégia de desenvolvimento econômico, social e cultural, gerando renda, ocupações e preservação do patrimônio cultural.

O conceito de economia criativa é amplo, portanto, por contemplar tamanha diversidade de sentidos, podendo ser compreendida, conforme Santos-Duisenberg (2008), como uma abordagem holística e multidisciplinar situada na interface entre Economia, Cultura e Tecnologia, onde predominam produtos e serviços de conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado.

De acordo com a Conferência de Comércio e Desenvolvimento das Nações Unidas (UNCTAD, 2008), a ampla diversidade da economia criativa pode ser constatada pelo exame dos setores que formam o seu núcleo, as chamadas indústrias criativas, formadas por atividades heterogêneas, desde as mais tradicionais como o artesanato e artefatos folclóricos, passando pelos eventos e festivais, música, literatura, belas artes e artes performáticas. Incluem ainda as atividades de tecnologia, como a indústria cinematográfica, a televisão, a animação digital, a produção de videogames, além de outros serviços nos campos da arquitetura e da publicidade, para enumerar apenas alguns exemplos.

O artesanato, objeto deste estudo, integra a chamada economia criativa, sendo definido como a

[...] atividade predominantemente manual de produção de bens, exercida em ambiente doméstico ou em pequenas oficinas, postos de trabalho ou centros associativos, no qual se admite a utilização de máquinas ou ferramentas, desde que não dispensem a criatividade ou a habilidade individual e de que o agente produtor participe, diretamente, de todas ou quase todas as etapas da elaboração do produto (LIMA; AZEVEDO, 1982, p. 18).

Caracterizado pela mobilização de habilidades especiais e pela criatividade, atributos profundamente individuais, os artefatos artesanais são, muitas vezes, produto do repasse

geracional de técnicas e de saberes. Podem portar, em consequência, não apenas valor econômico, mas também cultural, refletindo tradições regionais.

Em outra perspectiva, o artesanato gera renda e ocupação, podendo atuar como fator de inclusão social e de desenvolvimento local, pois como enfatiza Reis (2007), a atividade artesanal traz a possibilidade do artesão viver daquilo que deseja: sua cultura.

No entanto, o potencial do artesanato ainda não é totalmente explorado no país, de modo que, conforme o SEBRAE (2008), ainda são necessárias ações com o objetivo de tornar a atividade artesanal mais rentável e sustentável para que seus benefícios sejam duradouros e promovam a emancipação econômica e social dos artesãos. Neste sentido, Askerud (2008) ressalta que as atividades relacionadas às tradições artísticas e culturais, tais como o artesanato, por exemplo, são muito ricas e diversificadas em determinadas regiões mas, por mais que possuam potencial para serem desenvolvidas comercialmente, ainda fazem parte da economia informal, não se situando como parte da economia criativa.

Assim, muitos artesãos brasileiros permanecem da informalidade (BNB, 2002), pois possuem riqueza em relação aos conhecimentos artísticos e técnicos, já que dominam técnicas e estilos pessoais e exclusivos, mas também são obrigados a lidar com questões mercadológicas e organizacionais estranhas às suas experiências e redes de relacionamentos em uma concepção, em muitos aspectos, empreendedora, já que estes sujeitos se vêem diante da necessidade de explorar e capturar oportunidades e enfrentar riscos de toda natureza.

O conhecimento acadêmico no campo do artesanato é relativamente reduzido, em especial considerando as especificidades e particularidades que lhe é característico. Dessa forma, a compreensão dos artesãos, das suas técnicas de trabalho e trajetórias profissionais pode contribuir para uma melhor apreensão do fenômeno da articulação entre competências artísticas, criativas, técnicas e empreendedoras, no âmbito do desenvolvimento profissional e empresarial na indústria criativa cearense.

1.1 Questão de pesquisa e justificativa

A emergência das indústrias criativas e de sua relevância como estratégia de desenvolvimento constituem um campo bastante rico em termos de oportunidades de

investigação de caráter empírico para os pesquisadores da área de estudos organizacionais, principalmente por se tratar de um fenômeno relativamente recente.

Dentre as possibilidades de pesquisa, Bendassolli et al. (2009) sugerem a elaboração de estudos voltados para a avaliação dos aspectos variados de gestão em indústrias criativas, tais como formulação e realização da estratégia, modelos de gestão e gestão de pessoas. Os autores ainda sugerem a realização de pesquisas focadas no trabalho do artista ou do indivíduo criativo no âmbito das indústrias criativas, bem como aqueles que destaquem o trabalho de indivíduos e grupos de artistas ou empreendedores culturais. A presente pesquisa enquadra-se nestas últimas sugestões.

O artesanato, enquanto atividade inserida na economia criativa e de grande relevância socioeconômica e cultural para o país e para a região Nordeste, em particular, também se mostra como um campo carente de estudos e mapeamentos, principalmente em relação aos sujeitos que atuam neste segmento, exigindo, assim, um esforço analítico importante para a compreensão do mesmo.

Segundo o IBGE (2007), a atividade artesanal se destaca como uma das principais manifestações culturais e artísticas, presentes em cerca de 64,3% dos municípios brasileiros. Uma pesquisa referente a mapeamento do setor artesanal no Brasil, realizada em 2002 pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC, 2002a; MDIC, 2002b), apontou que o Brasil possuía, naquele ano, 8,5 milhões de artesãos, responsáveis por um movimento financeiro anual de R\$ 28 bilhões, correspondente a 2,8% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional.

A região Nordeste é uma área de grande tradição cultural e turística e desponta como cenário de ricas expressões do artesanato nacional. De acordo com o BNB (2002), no ano de 2002, a região Nordeste possuía aproximadamente 3,3 milhões de artesãos. No Ceará, 76,1% dos municípios produzem artesanato, fato que sugere a relevância do setor no Estado, seja nos aspectos econômico, social ou cultural (BNB, 2002).

No entanto, o mesmo estudo mostrou que muitos dos artesãos nordestinos permanecem na informalidade. Estes sujeitos, mesmo se estabelecendo em pequenos e médios empreendimentos em bases familiares, deparam-se com dificuldades habituais das micro e pequenas empresas – MPE, sendo notória a ausência de gestão, pelo menos nos preceitos e concepções da administração tradicional. Assim, o artesanato, ancorado na produção manual,

em geral à margem dos esquemas de mercado, apresenta situações de inquestionável competência artística e técnica, muitas vezes carregadas de sentidos simbólicos únicos e inimitáveis, mas que nem sempre estão conjugadas à contrapartida do sucesso econômico.

A trajetória profissional destas pessoas possui características que remetem, portanto, à noção de carreira empreendedora, do tipo involuntária (FILION, 1999) ou por necessidade (DORNELAS, 2007; GEM, 2008), na qual as pessoas decidem empreender pelo fato de não conseguirem inserção no mercado de trabalho, sendo obrigadas a criar seu próprio emprego. O empreendedorismo involuntário ou por necessidade parece achar-se associado às mais diversas carências: da formação à capacitação, da inserção em mercados à formação de preços, passando pela gestão de equipes e de fornecedores.

Este parece ser o caso dos artesãos detentores do título de “Mestres da Cultura Tradicional Popular” ou “Tesouros Vivos da Cultura”, concedido pelo Governo do Estado do Ceará. Conforme a Secretaria da Cultura do Estado do Ceará (SECULT-CE, 2009), este título se refere a um reconhecimento simbólico da importância do artista popular no contexto cultural do Estado do Ceará. Sua obtenção depende do atendimento cumulativo de certos requisitos, dentre eles, a análise da situação econômica e social do candidato (CEARÁ, 2006). Obtido o título e comprovada a situação de carência econômica, o Mestre da Cultura fará jus à percepção de auxílio financeiro e vitalício a ser pago, mensalmente, pelo Estado do Ceará, em valor não inferior a um salário mínimo (CEARÁ, 2008).

A relevância do estudo da carreira destes artesãos se relaciona com a compreensão de processos complexos relativos à articulação entre competências criativas, técnicas e empreendedoras, no âmbito do desenvolvimento profissional e empresarial. Os resultados deste trabalho podem ser utilizados na concepção de ações e políticas destinadas ao desenvolvimento de competências profissionais que proporcionem uma maior sustentabilidade desses artesãos e dos seus empreendimentos.

A realização do estudo também se justifica porque o estímulo ao desenvolvimento do artesanato, segundo o BNB (2002), significaria abrir possibilidades de atenuação das disparidades sócio-econômicas existentes na região, além de promover a preservação de valores da cultura popular local. Reis (2008b) acrescenta que temas como este despertam o debate e a conscientização para o fato de que a economia criativa pode significar uma

oportunidade de transformação e inclusão socioeconômica para o Brasil, de forma que a criatividade brasileira seja traduzida em resultados também econômicos.

Caracterizada a relevância, a representatividade e o potencial do setor, a compreensão do fenômeno em estudo, portanto, também possui importância em nível macro social e econômico por se constituir via de inclusão e de atenuação de assimetrias intra e extra regionais pela via endógena da criatividade e da tradição cultural.

Assim sendo, esta pesquisa busca responder a seguinte questão: **como ocorre o desenvolvimento da carreira dos artesãos portadores do título de Mestres da Cultura, no âmbito da economia criativa cearense?**

1.2 Objetivos e suposições

Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar o desenvolvimento da carreira dos artesãos diplomados com o título de Mestres ou Tesouros Vivos da Cultura Tradicional Popular, no âmbito da economia criativa do Estado do Ceará. A suposição geral deste estudo é que o desenvolvimento profissional destes sujeitos pode ser compreendido pela perspectiva empreendedora, segundo ciclos e estágios que se sucedem por toda a vida laboral dos mesmos.

Para que o objetivo geral fosse atingido, propôs-se analisar o fenômeno por meio de quatro objetivos específicos e suas respectivas suposições.

O primeiro objetivo específico é descrever a trajetória de carreira dos sujeitos, mapeando estágios e ciclos relevantes ao longo do desenvolvimento profissional. A suposição inicial deste primeiro objetivo específico é que o indivíduo não iniciou sua vida profissional como artesão e, posteriormente, passou a ter o artesanato como sua única atividade produtiva.

O segundo objetivo específico é investigar as motivações e a inserção dos profissionais na carreira de artesão. A suposição inicial deste segundo objetivo é que a principal razão que levou à inserção do indivíduo na carreira foi a presença de habilidades artísticas inatas.

O terceiro objetivo específico é avaliar a importância dos fatores capacitação, reconhecimento e crescimento do negócio ao longo dos ciclos de carreira. A suposição inicial

deste terceiro objetivo é que a principal dificuldade enfrentada pelos artesãos é a ausência de capacitação gerencial.

O quarto objetivo específico é investigar a situação atual do artesão e suas aspirações, em termos de reconhecimento, capacitação e crescimento do negócio. A suposição inicial deste quarto objetivo específico é que o artesão empreendedor busca capacitação, que aliada ao reconhecimento, pode possibilitar o crescimento do negócio.

1.3 Metodologia

Quanto à natureza dos dados, esta pesquisa configura-se como qualitativa, em virtude da natureza do fenômeno estudado e dos objetivos pretendidos, pois busca-se compreender, de forma detalhada, significados e características situacionais apresentados por sujeitos, em relação às suas trajetórias profissionais e perspectivas individuais.

Quanto aos fins ou objetivos, esta pesquisa é exploratória e descritiva. É exploratória, porque aborda uma temática pouco explorada (COOPER; SCHINDLER, 2003; COLLIS; HUSSEY, 2005) na literatura dos estudos organizacionais, principalmente quando se considera a raridade de estudos acerca da economia e indústria criativa cearense e a carreira de seus agentes. É descritiva por descrever ou definir um assunto, como o perfil de um grupo de pessoas, por exemplo (COOPER; SCHINDLER, 2003), expondo as características do mesmo ou de determinado fenômeno (GIL, 2002).

Quanto aos meios, utilizou-se a técnica de história de vida (PAULILO, 1999; SANTAMARINA; MARINAS, 1999), associada a estudo de caso múltiplo ou multicase (YIN, 2001; GIL, 2002; TRIVIÑOS, 2007). O método história de vida mostrou-se pertinente por permitir a reconstrução das trajetórias profissionais dos sujeitos de pesquisa, a partir do seu próprio relato e, com isso, proporcionar uma compreensão mais detalhada acerca do desenvolvimento de carreira dos mesmos. Trata-se ainda de um estudo de caso múltiplo ou multicase, pois a história de vida de cada sujeito é compreendida como um estudo de caso em si, no sentido de que cada uma delas é estudada de forma profunda, exaustiva e detalhada, características do estudo de caso, segundo Gil (2002) e Triviños (2007).

Os casos foram escolhidos levando-se em consideração a diversidade do campo do artesanato e a tentativa de diferenciar as situações de fracasso e de sucesso empreendedor no

setor. Para o estabelecimento dos sujeitos, partiu-se do conceito de “Mestres da Cultura Tradicional Popular” ou “Tesouros Vivos da Cultura”. Como já mencionado, a obtenção do título está condicionada ao atendimento de alguns requisitos, dentre eles, a análise da situação econômica e social do candidato (CEARÁ, 2006). Foram identificados dez (10) possíveis sujeitos desta pesquisa, ou seja, dos cinquenta e sete (57) Tesouros Vivos diplomados entre 2004 e 2008, dez (10) deles se dedicam ao artesanato. Foram realizadas tentativas de contato com os 10 (dez) Mestres da Cultura que realizam atividades artesanais. Destes, 02 (dois) estavam impossibilitados de participar da pesquisa devido a problemas de saúde e 02 (dois) não foram localizados. Assim, o estudo cobre 6 (seis) dos 10 (dez) detentores do título, o que pode permitir uma visão satisfatória do campo. Sobre este procedimento, ressalta-se que o mesmo é não probabilístico (MARCONI; LAKATOS, 2007) e baseou-se na acessibilidade (VERGARA, 2007).

Na pesquisa de campo, os dados serão coletados por meio de entrevistas semi-estruturadas, baseadas no método de história de vida e elaboradas com base nos conteúdos que contribuíram para a elaboração do referencial teórico, como recomenda Triviños (2007). Após transcrição das entrevistas, estas foram analisadas por meio da técnica de análise de conteúdo (BARDIN, 1995), por esta se mostrar apropriada ao tipo de investigação proposta. Ao final, apresenta-se a análise individual das carreiras dos sujeitos e, em seguida, apresenta-se uma análise geral dos casos estudados.

1.4 Estrutura da dissertação

Além desta seção introdutória, esta dissertação está dividida em mais cinco seções, conforme detalhado a seguir.

A seção 2 discorre acerca da economia e indústria criativa, apresentando a origem do conceito, uma discussão conceitual acerca do tema, suas principais abordagens, características e composição do setor. Ainda nesta seção, apresenta-se o artesanato como atividade inserida no contexto da economia criativa, dando destaque à sua relevância e sua classificação em categorias e tipologias.

A seção 3 aborda o tema carreira empreendedora, por meio da apresentação de temas relacionados à noção contemporânea de carreira e sua concepção processual e os elementos caracterizadores do empreendedorismo e do comportamento empreendedor. Ainda nesta

seção, aborda-se a opção de carreira na economia criativa, dando destaque à classe criativa, o empreendedorismo na indústria criativa e ao artesão como um empreendedor.

Na seção 4, são apresentados e justificados os aspectos metodológicos deste estudo, tais como a caracterização e classificação da pesquisa, a definição das unidades de análise, seleção de sujeitos, o instrumento e o processo de coleta de dados e a análise dos mesmos, bem como as limitações do método utilizado.

Na seção 5, são apresentadas e analisadas as informações coletadas em campo, com o objetivo de caracterizar o desenvolvimento de carreira dos artesãos.

Nas considerações finais, expostas na seção 6, procura-se relatar de que forma os objetivos específicos foram atendidos, em face das suposições levantadas. Também são apresentadas sugestões de prosseguimento da pesquisa.

Por fim, são apresentadas as referências e outros dados contidos nos apêndices e anexos, dentre eles, o roteiro de entrevista semi-estruturada.

2 INDÚSTRIA E ECONOMIA CRIATIVA

Esta seção discorre sobre indústria e economia criativa, campos em que se inserem os Mestres da Cultura do Artesanato, os quais são sujeitos desta pesquisa. Para isto, define, caracteriza e delimita o campo e as atividades que o compõem, além de discutir a economia criativa como estratégia de desenvolvimento socioeconômico e preservação do patrimônio cultural. Por fim, aprofunda o conceito de artesanato, apresenta a relevância desta atividade e sua classificação em categorias e tipologias.

2.1 Evolução dos conceitos

De acordo com Santos-Duisenberg (2008), a economia criativa é uma abordagem multidisciplinar que lida com as interações complexas entre a economia, a cultura e a tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado. Ainda conforme a autora, a economia criativa é um conceito centrado na dinâmica das indústrias criativas.

Considerando que a economia “centra sua atenção nas condições da prosperidade material, na acumulação da riqueza e em sua distribuição aos que participaram do esforço social de produção” (ROSSETTI, 1997, p. 30), a economia criativa apresenta-se como novo paradigma de desenvolvimento (UNCTAD, 2008) ou “era da criatividade” (SOUZA; MATTA; DIAS, 2008), resultante de mudanças econômicas e sociais ocorridas a partir da década de 1990 (BENDASSOLLI et al., 2009). Essas mudanças, segundo Borges (2005) e Bendassolli et al. (2009), geraram uma economia cada vez menos concentrada no modelo tradicional e amplamente voltada para as atividades intensivas em conhecimento, geração criativa de idéias e de bens intangíveis, gerando, conforme Healy (2002), uma “nova economia”, caracterizada pelos avanços da tecnologia da informação, globalização da economia e aumento da relevância das habilidades e da criatividade humanas.

Assim, o conceito de economia criativa conduziria ao conjunto mais amplo de agentes internos e externos agrupados a jusante e a montante de um conjunto de unidades produtivas que produzem bens e serviços com características semelhantes.

A indústria criativa e sua dinâmica, por sua vez, situam-se no centro da economia criativa. Partindo da definição de indústria como o “grupo de empresas fabricantes de produtos que são substitutos bastante aproximados entre si” (PORTER, 2004, p. 5) e que, portanto, possuem características semelhantes em termos de produto e processos produtivos, considera-se que a indústria criativa é um conjunto de setores, de unidades e agentes diretamente envolvidos na produção de bens ou serviços com determinadas características em comum, tais como: a utilização de atributos humanos como criatividade, talento e capital intelectual como insumos produtivos, a produção de bens criativos caracterizados pelo seu valor simbólico e que lidam, direta ou indiretamente com as artes, cultura e tecnologia, e o potencial para a geração de propriedade intelectual, empregos e renda.

Embora o próprio termo indústria se refira a um conjunto de empresas ou setor econômico, é comum encontrar na literatura o termo “indústrias criativas”, muito provavelmente pelo fato deste grupo de setores e atividades ser bastante amplo, envolvendo atividades muito diferenciadas, como artesanato, televisão e desenvolvimento de jogos eletrônicos, por exemplo. Assim, observa-se tanto a utilização da designação indústria criativa para se referir a este conjunto de atividades, como também para se referir a uma atividade ou setor específico deste grupo.

De acordo com a UNCTAD (2004; 2008), o conceito de indústrias criativas foi utilizado primeiramente na Austrália, quando o governo australiano elaborou o relatório intitulado *Creative Nation*. Segundo Reis (2008a, p. 16), o governo australiano defendia dentre outros elementos, “a importância do trabalho criativo, sua contribuição para a economia do país e o papel das tecnologias como aliadas da política cultural, dando margem à posterior inserção de setores tecnológicos no rol das indústrias criativas”. À época, o termo se referia à convergência das indústrias culturais e das artes criativas tradicionais com as novas tecnologias digitais de informação (HARTLEY, 2005; BENDASSOLLI; WOOD JR.; 2007; ASKERUD, 2008).

O termo indústrias culturais foi utilizado inicialmente em 1947, por Theodor Adorno e Max Horkheimer, teóricos da Escola de Frankfurt, para se referir ao conjunto de organizações cuja principal atividade é a produção de cultura com fins lucrativos. Conforme a UNCTAD (2008), a expressão foi também utilizada para se referir ao entretenimento de massas, tais como os jornais, o cinema, as revistas e música. Atualmente, segundo a UNESCO (2000), a denominação indústrias culturais se aplica às indústrias que combinam a

criação, produção e comercialização de conteúdos (bens e serviços) de natureza intangível e cultural, normalmente protegidos por direitos de reprodução. Dentre as atividades ou setores classificados como indústrias culturais, Hartley (2005) cita os museus, as galerias, as artes visuais, o artesanato, a educação voltada para as artes, a radiodifusão, os filmes, a música, as artes performáticas, a literatura e as livrarias.

As artes criativas, por sua vez, referem-se às chamadas atividades criativas tradicionais (THROSBY, 2001), também influenciadas pelo patrimônio cultural (UNCTAD, 2008), dividindo em dois grandes subgrupos: artes visuais (pintura, escultura, fotografia e antiguidades), e artes performáticas (música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo, manipulação de marionetes, etc.). Essas atividades artísticas são influenciadas pelos conhecimentos tradicionais e expressões culturais, embutidos tanto nas artes e no artesanato, bem como no folclore e nas festividades culturais tradicionais (UNCTAD, 2008).

Como explica Lima (2007), durante todo o Século XX, especialmente na sua segunda metade, observou-se um crescimento das indústrias culturais com uma interpenetração crescente com as artes tradicionais. Esta aproximação, conforme a autora, resultou na subordinação das primeiras ao grande capital e na mercantilização significativa da produção cultural. Nesta perspectiva, as indústrias culturais assumiriam a função de conciliar arte e economia.

No entanto, em meados da década de 1990, os avanços relacionados às tecnologias de informação e comunicação, os softwares e, em particular, a rápida emergência e massificação da internet tiveram um impacto significativo sobre as indústrias culturais (LATOEIRA, 2007). Segundo Lima (2005), a digitalização de imagens, de textos e de sons elevou o potencial de reprodutibilidade, reduziu significativamente o custo de produtos culturais do segmento audiovisual, ao mesmo tempo em que facilitou as cópias não autorizadas. Assim, as novas tecnologias, ao mesmo tempo que aumentam o potencial de difusão dos bens culturais, ameaçam setores tradicionais das indústrias culturais como o editorial, o audiovisual e o fonográfico.

Surgiu assim a necessidade de adotar uma denominação que não estivesse restrita apenas às artes criativas tradicionais e cultura, mas que também levasse em consideração os impactos que a tecnologia da informação e da comunicação exercem sobre estas atividades. De acordo com Bendassolli et al. (2009, p. 6), esta é, em termos gerais, a caracterização do

conjunto de setores classificados como indústrias criativas, os quais representam uma “nova tentativa de articulação entre os domínios da arte ou cultura, da tecnologia e dos negócios” (BENDASSOLLI et al., 2009, p. 6).

Em 1997, diante de uma competição econômica global crescentemente acirrada, o governo do então recém-eleito primeiro ministro Tony Blair motivou a formação de uma força-tarefa encarregada de analisar nas contas nacionais do Reino Unido, as tendências de mercado e as vantagens competitivas nacionais (REIS, 2008a). Neste exercício, o *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS, 2001) identificou treze setores de maior potencial, as chamadas indústrias criativas.

Assim, a designação “indústrias criativas” expandiu o escopo das indústrias culturais, e das artes tradicionais, e significou um marco histórico ao direcionar seu foco para o potencial comercial de certas atividades que, até então, eram consideradas predominantemente como não econômicas (UNCTAD, 2008). Assim, as indústrias culturais, tendo estado na origem das indústrias criativas, são atualmente consideradas por muitas instituições e autores de referência como um subconjunto destas (LATOEIRA, 2007).

Segundo as considerações realizadas no início desta subseção, as indústrias criativas são consideradas núcleo de um campo mais amplo, denominado economia criativa (UNCTAD, 2008; REIS, 2008a) que, além das indústrias criativas, abrange também o impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos da economia e as conexões estabelecidas entre eles, provocando e incorporando-se a profundas mudanças sociais, organizacionais, políticas, educacionais e econômicas (REIS, 2008a). A economia criativa, portanto, está associada à noção de uma cadeia que tem como centro as indústrias criativas. O termo economia criativa foi utilizado pela primeira vez em 2001, por John Howkins (UNCTAD, 2008).

De acordo com Batista, Gomes e Vieira (2006), a economia criativa apresenta-se, como um conjunto complexo onde ocorre a produção, circulação e consumo de bens e serviços simbólicos, os quais, segundo Bourdieu (1992, p. 102-103), “constituem realidades com dupla face – mercadorias e significações – cujo valor predominantemente cultural e cujo valor mercantil subsistem relativamente independentes, mesmo nos casos em que a sanção econômica reafirma a consagração cultural”.

Embora a criatividade e a economia não representem novos conceitos ou termos (HOWKINS, 2001), compreender a economia criativa como uma mera reordenação de setores

em uma categoria cunhada de “indústrias criativas” é uma visão limitada (REIS, 2008a), já que a novidade que cerca o tema é a natureza e a extensão da relação entre economia e criatividade e como estas interagem com o objetivo de gerar valor e riqueza (HOWKINS, 2001), fazendo com que a convergência entre artes, cultura, tecnologias e globalização apresente-se como um novo contexto socioeconômico que atribui à criatividade o papel de motivar e embasar novos modelos de negócios e processos organizacionais (REIS, 2008a).

2.2 Caracterização do campo

A produção bibliográfica pioneira acerca da economia criativa é marcada pelo foco nas indústrias criativas e sua dinâmica econômica (REIS, 2008a). Embora ainda seja um conceito em desenvolvimento, a análise das definições de indústrias criativas leva à constatação de que as mesmas correspondem às atividades e setores que:

- Utilizam atributos humanos tais como a criatividade (JEFFCUTT, 2000; DCMS, 2001; HOWKINS, 2001; RATZENBOCK et al., 2004; LIMA, 2005; JAGUARIBE, 2006; BENDASSOLLI et al., 2009), talento, habilidades (BATISTA; GOMES; VIEIRA, 2006) e capital intelectual (UNCTAD, 2008) como seus principais insumos produtivos;
- Produzem bens criativos (UNCTAD, 2008), caracterizados pelo seu valor simbólico (THROSBY, 2001) e que lidam, direta ou indiretamente com a cultura (LIMA, 2005);
- Têm grande potencial para a geração de propriedade intelectual (DCMS, 2001; HOWKINS, 2001; JAGUARIBE, 2006; GASPAR et al., 2008);
- São caracterizados por fazerem parte de um amplo espectro setorial, já que são formadas por setores e atividades bastante distintos entre si (JEFFCUTT, 2000; RATZENBOCK et al., 2004; BORGES, 2005; HARTLEY, 2005; QIDI, 2006; UNCTAD, 2008);
- Apresentam potencial para a geração de ocupações e de renda (DCMS, 2001; REIS, 2008a, UNCTAD, 2008).

Nas subseções a seguir, algumas destas características serão detalhadas e exploradas.

2.2.1 A criatividade como elemento central das indústrias criativas

Conforme Hartley (2005), as indústrias criativas diferem das tradicionais pela não caracterização do que é produzido, diferentemente da indústria do aço ou da indústria automotiva. Nas indústrias criativas, a criatividade é um insumo e não um produto final. Neste conjunto de atividades, atributos humanos tais como a criatividade (JEFFCUTT, 2000; DCMS, 2001; HOWKINS, 2001; BENDASSOLLI et al., 2009), talento, habilidades (BATISTA; GOMES; VIEIRA, 2006) e capital intelectual (UNCTAD, 2008) é que são os principais insumos produtivos.

Para a UNCTAD (2008), a criatividade, no contexto das indústrias criativas se refere à formulação de idéias e à aplicação destas na produção de trabalhos de arte, produtos culturais originais, criações funcionais, invenções científicas e inovações tecnológicas. De acordo com Reis (2008a), ao incorporar características culturais, inimitáveis por excelência, a criatividade gera valor e relaciona-se com a cultura pela sua unicidade, capaz de gerar produtos tangíveis com valores intangíveis. Ainda conforme a autora, a diversidade cultural representa diversidade de idéias e um grande alavancador da criatividade.

2.2.2 Produção e consumo de bens culturais e criativos

A aplicação da criatividade, talento e habilidades como insumos produtivos resulta na produção de bens criativos, os quais, segundo a UNCTAD (2008), são definidos como bens produzidos pelo homem e cuja produção exige algum nível significativo de criatividade. Segundo Caves (2000), estes bens geralmente estão associados às atividades culturais, artísticas ou ao entretenimento. A categoria “bens criativos”, para a UNCTAD (2008), é extensa e inclui, além dos bens culturais, outros produtos e serviços que podem ser vistos como essencialmente comerciais, mas cuja produção envolve algum nível de criatividade. Essa distinção entre bens culturais e criativos provê uma base para a diferenciação entre as indústrias culturais e as criativas.

Throsby (2001, 2003) utiliza os conceitos de valor cultural e capital cultural para caracterizar os bens produzidos pelas indústrias criativas. O primeiro está associado a uma combinação entre os valores estético, espiritual, social, histórico, simbólico e de autenticidade que possam estar presentes em determinados bens que, geralmente, são produzidos por

artistas. Assim, o autor esclarece que apenas o valor econômico é incapaz de representar o valor cultural de determinado bem, fazendo-se necessária, portanto, a análise de uma variedade de atributos como a qualidade estética, o significado espiritual, a função social, o significado simbólico, a importância histórica e a autenticidade para que possamos tentar identificar o valor cultural associado a um produto ou serviço. Algumas dessas características vão, inclusive, influenciar o valor econômico do bem, embora não se possa estabelecer uma correlação perfeita e direta entre valor econômico e valor simbólico.

Após definir valor cultural, Throsby (2001, 2003) faz uso dele para definir o capital cultural como um ativo que incorpora, armazena, transmite ou dá origem ao valor cultural, em adição a qualquer valor econômico que ele venha a possuir. O capital cultural também pode existir em duas formas: tangível e intangível. O primeiro ocorre na forma de obras e artefatos como pinturas e esculturas e em prédios históricos e tombados pelo patrimônio, por exemplo. O segundo compreende as atividades que existem em sua forma pura, como a música e a literatura, e o conjunto de tradições, valores e crenças herdadas, os quais constituem a cultura de um grupo, seja ele nacional, regional, religioso ou étnico, por exemplo. Ademais, o capital cultural intangível também está presente nas redes culturais e relações que apóiam as atividades humanas, e na diversidade de manifestações culturais das comunidades.

Diante dessa perspectiva apresentada por Throsby (2001, 2003), na qual os bens culturais possuem tanto um valor econômico quanto um valor cultural, pode-se associar os produtos e serviços gerados pela indústria criativa ao que Bourdieu (1992) chamou de bens simbólicos, os quais “constituem realidades com dupla face – mercadorias e significações – cujo valor predominantemente cultural e cujo valor mercantil subsistem relativamente independentes, mesmo nos casos em que a sanção econômica reafirma a consagração cultural” (BOURDIEU, 1992, p. 102-103).

2.2.3 Propriedade intelectual

De acordo com Lima (2005), outra característica marcante das indústrias criativas é o fato de que os bens produzidos por elas resultam do trabalho criativo ou intelectual, o qual gera uma série de ativos não materiais ou intangíveis, como invenções técnicas, *know-how*, marcas, desenhos, criações literárias e artísticas. Este aspecto, segundo Santos-Duisenberg

(2008) contribui para que as indústrias criativas tornem-se dependentes da proteção e da execução dos direitos de propriedade intelectual.

Neste contexto, a propriedade intelectual, conforme Siqueira (2007), se baseia no aspecto moral e no aspecto econômico. O aspecto moral visa resguardar e reconhecer a figura do autor. No aspecto econômico, a propriedade intelectual proporciona garantias aos detentores do bem criativo, propiciando a exploração econômica destes bens, com vistas a beneficiar a sociedade. Ainda conforme a autora, a propriedade intelectual compreende a propriedade industrial, os direitos de autor e as novas formas de proteção, tais como programas de computador e os de nomes de domínio e topografia de circuitos integrados, por exemplo.

No entanto, é necessário destacar que, embora a propriedade intelectual esteja presente em muitas definições de indústrias criativas (HOWKINS, 2001; DCMS, 2001; JAGUARIBE, 2006; UNCTAD, 2008), torna-se inadequado utilizá-la como critério básico de definição, pois como explica Reis (2008a), esses direitos se aplicam de maneira mais clara a determinados produtos e não a outros, como o artesanato, os festejos tradicionais locais e outros saberes tradicionais da cultura popular. Conforme a autora, isso ocorre por uma série de razões, como o fato dos detentores desses saberes tradicionais desconhecerem o potencial econômico da atividade que realizam e trabalharem de maneira informal, sem ter condições de arcar com os custos de registro dos direitos de propriedade intelectual.

Santos-Duisenberg (2010) destaca que o problema dos direitos autorais e conexos é crítico para as indústrias culturais e criativas, especialmente em relação à necessidade de reforçar a legislação nacional de direitos autorais e as instituições. A ausência de sociedades de arrecadação em muitos países em desenvolvimento é um problema crucial e a problemática da proteção do conhecimento tradicional relacionado às expressões culturais e ao folclore ainda não recebeu muita atenção. De acordo com a autora, espera-se que as lacunas encontradas nos regimes de direitos de propriedade intelectual sejam trabalhadas no patamar internacional pela Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI), cuja agenda de desenvolvimento deve revisitar esses problemas para assegurar o interesse dos países em desenvolvimento nos assuntos relacionados aos direitos de propriedade intelectual.

2.2.4 Atividades e setores que compõem a indústria e a economia criativa

A abrangência e a diversidade de atividades é outro aspecto que diferencia o grupo formado pelas indústrias criativas. Estas, embora tenham características marcantes entre si, como as descritas anteriormente, formam um amplo conjunto de setores e atividades heterogêneas tanto artística como economicamente (UNCTAD, 2004). De modo geral, Hartley (2005) explica que o grupo formado pelas indústrias criativas é composto pela convergência conceitual e prática das artes criativas com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias de informação e comunicação (TICs) e no escopo de uma nova economia do conhecimento, para o uso dos novos consumidores-cidadãos interativos.

Para representar as atividades que compõem a indústria e a economia, foram propostos diferentes modelos de classificação, tais como o Modelo dos Círculos Concêntricos (THROSBY, 2001; 2007), o Modelo de Indústrias Criativas da Comissão Européia (MARCUS, 2005), o Modelo da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (WIPO, 2003), a Classificação da UNCTAD (2008) e a Classificação apresentada pela Divisão de Estudos Econômicos da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (DECON, 2008). Além destas propostas de classificações, em algumas definições de indústrias criativas propõem setores e atividades que a compõem, tais como aquelas propostas por Caves (2000), DCMS (2001), Borges (2005) e Jaguaribe (2006).

O Modelo de Círculos Concêntricos, elaborado por Throsby (2001), sugere uma representação formada a partir de camadas ou círculos concêntricos, tendo como núcleo as atividades centradas nas idéias criativas que, ao serem combinadas com outros recursos, produzem um conjunto de produtos e serviços mais extenso. O modelo supõe que as idéias criativas originam, no núcleo criativo, as artes na forma de som, texto e imagem. Tais idéias e suas influências se difundem através de uma série de camadas ou círculos concêntricos sendo que, na medida em que se distancia do núcleo, o conteúdo cultural da atividade é reduzido, cedendo lugar a um conteúdo mais comercial. Tal modelo pode observado na **Figura 1**, na página seguinte.

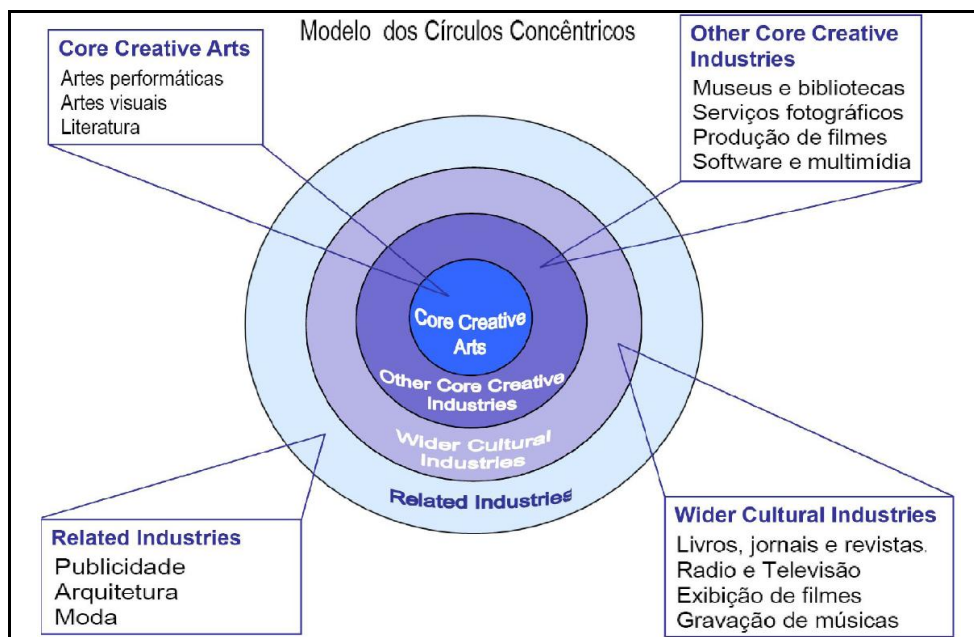


FIGURA 1 – Modelo dos círculos concêntricos, de David Throsby.

Fonte: Adaptado de Throsby, 2007, p. 5.

No primeiro círculo ou centro do modelo, estão as indústrias criativas do núcleo - *core creative industries*, que correspondem às atividades criativas consideradas tradicionais - música, dança, teatro, literatura, artes visuais e artesanato. A camada seguinte está relacionada às outras formas de indústrias criativas (*Other Core Creative Industries*) que correspondem às novas formas de expressão proporcionadas pela tecnologia - vídeo, software e multimídia. Na camada ou círculo seguinte, encontram-se as indústrias culturais mais abrangentes (*Wider Cultural Industries*), cujos produtos e serviços disponibilizados podem ou não ser considerados culturais, como a publicação de livros e revistas, televisão, rádio, jornais e cinema. O autor salienta que é difícil precisar a proporção de conteúdo cultural desta camada. Por fim, no último círculo, encontram-se as indústrias relacionadas (*Related Industries*), que se referem a um grupo de indústrias que tendem a atuar essencialmente fora da esfera da cultura, mas cujos produtos ou serviços podem, dependendo das interpretações, estarem relacionados a um certo conteúdo cultural. Publicidade, propaganda, arquitetura, *design* e turismo estão inseridos nessa camada.

Outro modelo de classificação das indústrias criativas foi proposta por Marcus (2005), no relatório *Future of Creative Industries – Implications for research policy*, publicado pela Comissão Europeia, o qual pode ser observada na **Figura 2**.

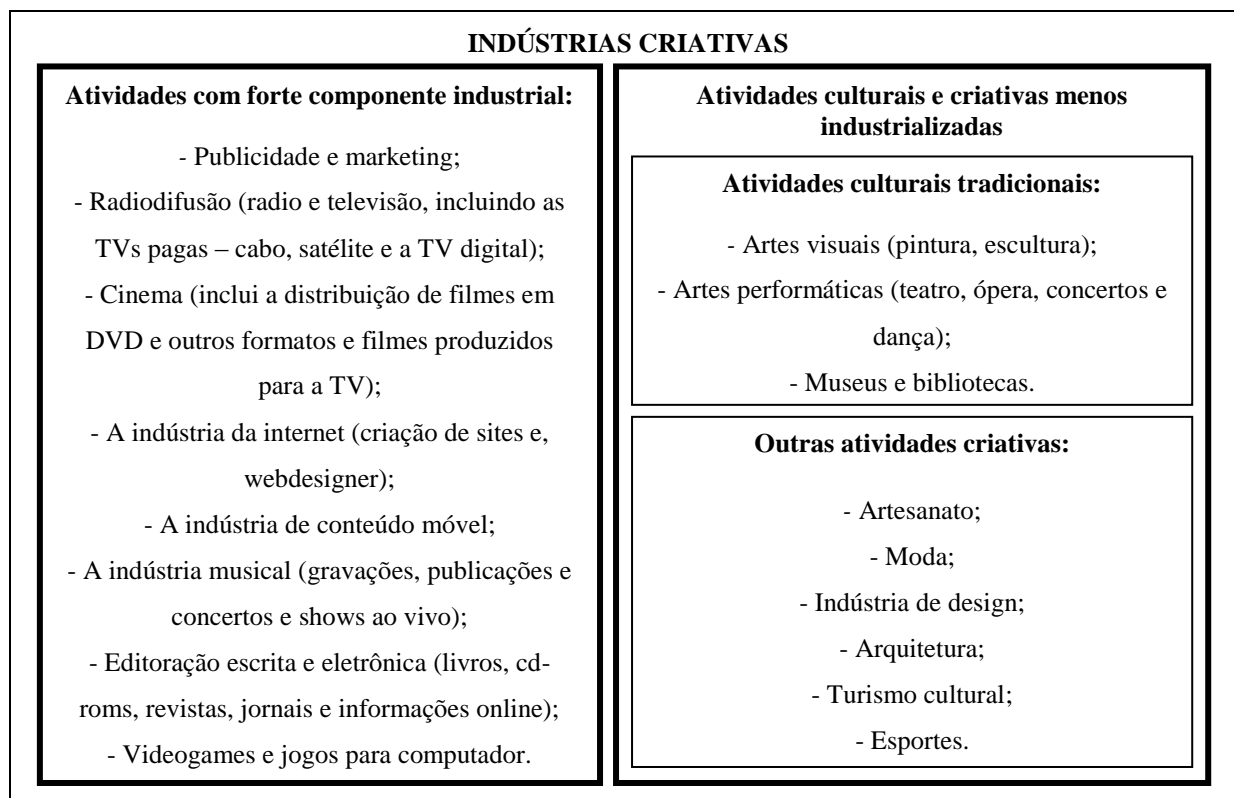


FIGURA 2 – Indústrias criativas conforme a Comissão Européia.

Fonte: Adaptado de Marcus, 2005, p. 5.

Na perspectiva da WIPO (2003), as indústrias criativas podem ser classificadas em quatro grupos, conforme o nível de utilização de material protegido por *copyright*, conforme o **Quadro 1**: “*core copyright industries*”, “*interdependent copyright industries*”, “*partial copyright Industries*” e “*non-dedicated support Industries*”.

TIPO DE INDÚSTRIA DE <i>COPYRIGHT</i>	PRINCIPAIS GRUPOS DE INDÚSTRIAS
Indústrias do núcleo de <i>copyright</i> (<i>core copyright industries</i>)	Editoração, literatura, música, produções teatrais, óperas, cinema e vídeo, rádio, televisão, fotografia, softwares, bancos de dados, artes visuais e gráficas, publicidade.
Indústrias de <i>copyright</i> interdependentes (<i>interdependent copyright industries</i>)	Aparelhos de rádio, televisão, de CD e DVD, equipamentos de jogos eletrônicos. Computadores, equipamentos de informática, instrumentos musicais, instrumentos fotográficos e cinematográficos, fotocopiadoras, mídias em branco e papéis para impressão especial.
Indústrias de <i>copyright</i> parcial (<i>partial industries</i>)	Vestuário, indústria têxtil e de calçados, joalheria, mobília, eletrodomésticos, porcelanas e vidrarias, decoração de paredes, tapeçaria, brinquedos e jogos, arquitetura, engenharia e agrimensura, design de interiores, museus e outras formas de trabalhos manuais.
Indústrias de apoio não dedicadas (<i>non-dedicated support industries</i>)	Atacado e varejo em geral, transporte em geral, telefonia e internet.

QUADRO 1 – Modelo de classificação das indústrias de *copyright*, segundo a WIPO.

Fonte: Adaptado de WIPO, 2003, p. 73-74.

O primeiro grupo (*core copyright industries*) corresponde às indústrias totalmente envolvidas na criação, produção, performances, difusão e venda de quaisquer obras ou objetos protegidos por copyright. É formado, portanto, pelas indústrias que produzem e distribuem obras protegidas por *copyright*. No segundo grupo (*interdependent copyright industries*) – estão envolvidas na produção e venda de equipamentos cuja função é facilitar a criação, produção ou uso de obras ou produtos protegidos. As *partial industries* são aquelas nas quais uma parcela de determinada atividade está relacionada a obras e outros quaisquer materiais protegidos e que podem envolver a criação, produção, performance, difusão, comunicação e exibição, distribuição e vendas. Apenas aquela porção da obra ou atividade que é protegida é que é incluída nesta categoria. Por fim, há a categoria formada pelas *non-dedicated support industries*, nas quais uma parcela de determinada atividade é destinada a facilitar a difusão, comunicação, distribuição ou venda de obras ou outros materiais protegidos e cujas atividades não tenham sido incluídas no núcleo das indústrias de *copyright* ou “*core industries*”.

A UNCTAD (2008), por sua vez, classifica as indústrias criativas em quatro grandes grupos: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais. Estes se subdividem em nove subgrupos, conforme apresentado na **Figura 3**.

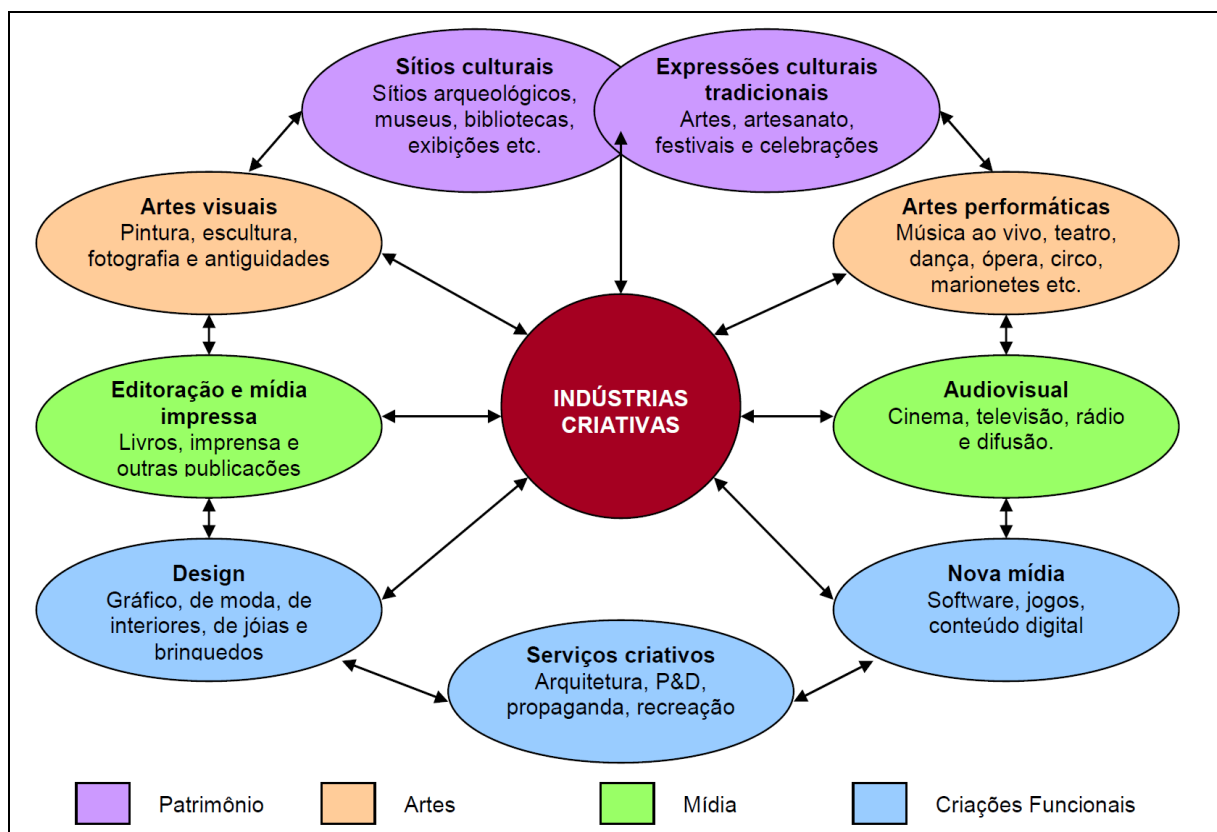


FIGURA 3 – Indústrias criativas, segundo a UNCTAD.

Fonte: Adaptado de UNCTAD, 2008, p. 14.

O modelo demonstra a divisão das indústrias criativas em quatro amplos grupos: patrimônio histórico, artes, mídia e criações funcionais. Estes grupos por sua vez são fragmentados em nove subsetores que variam entre atividades baseadas no conhecimento tradicional e no patrimônio cultural (artes e artesanato, festividades culturais) e atividades relacionadas com a tecnologia e com serviços orientados como áudio visual e novas mídias.

No **Apêndice A**, é apresentada uma comparação entre os modelos de classificação das indústrias criativas, a qual permite visualizar as diferenças e semelhanças entre os mesmos. Com base na descrição dos modelos e nas características em comum dos mesmos, elaborou-se a **Figura 4**, como uma tentativa de integração entre os vários modelos de classificação das indústrias criativas.

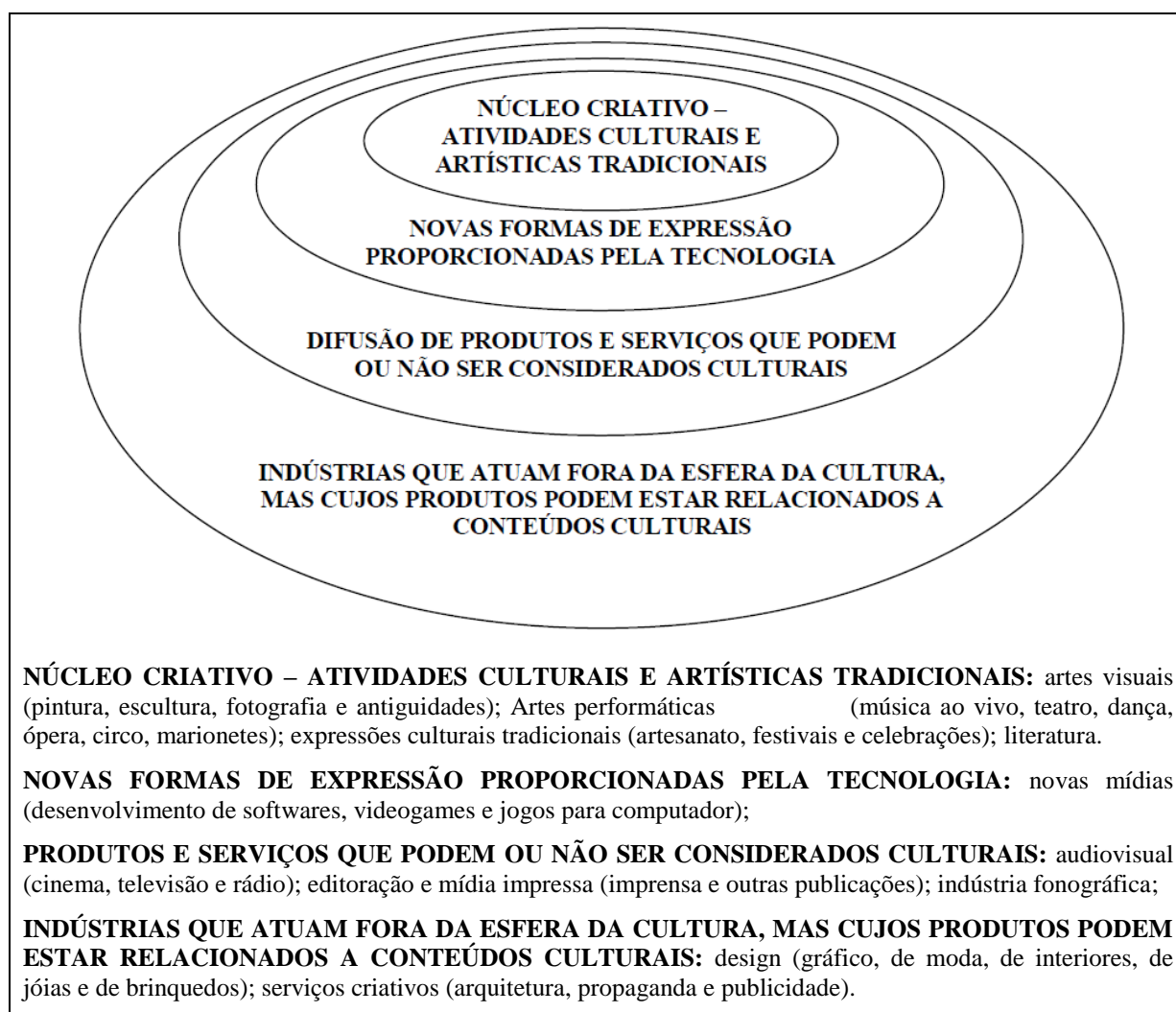


FIGURA 4– Composição da indústria criativa.

Fonte: elaborada pela autora, com base nas referências consultadas.

A ilustração apresentada foi elaborada a partir dos pontos consensuais entre os modelos de classificação das indústrias criativas. Embora não se tenha exatamente um consenso acerca dos setores classificados como indústrias criativas, a análise das definições e dos modelos relacionados ao tema sugere um conjunto segmentado em atividades centrais, intermediárias e outras mais periféricas.

As atividades centrais (núcleo criativo) recebem várias denominações tais como *core creative industries* (THROSBY, 2001), *upstream activities* (UNCTAD, 2004; 2008) e *less industrialized cultural and creative activities* (MARCUS, 2005). O núcleo criativo é composto pelas atividades criativas consideradas tradicionais, como música, dança, teatro, literatura, artes visuais e artesanato (THROSBY, 2001; UNCTAD, 2004). Os outros setores intermediários e periféricos referem-se às demais indústrias criativas, de modo que, na medida em que se distanciam do núcleo criativo, o conteúdo cultural e criativo da atividade é reduzido, cedendo lugar a um conteúdo mais comercial e industrial. Assim, conforme a UNCTAD (2004), ao se distanciar do núcleo criativo, o grupo torna-se mais próximo do mercado e obtém seu valor comercial por meio dos baixos custos de reprodução e pelo fato de que seus produtos e serviços podem ser utilizados como insumos de entrada para outras atividades econômicas.

Com base na revisão internacional e respeitando-se as especificidades da realidade brasileira, a Divisão de Estudos Econômicos da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro empreendeu um esforço para mensurar a importância econômica das indústrias criativas, no âmbito nacional. O estudo tomou como base a definição de indústria criativa proposta pela UNCTAD (2008), segundo a qual esta é formada pelos ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e o capital intelectual como insumos primários. Assim, a abordagem é expandida, adotando-se uma visão de cadeia (DECON, 2008).

Além disso, como foi mencionado na subseção anterior, a economia criativa está associada à noção de uma cadeia que tem como centro as indústrias criativas. A classificação proposta pela Divisão de Estudos Econômicos da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – DECON (2008) apresenta a cadeia das indústrias criativas no Brasil como um campo composto de três grandes áreas. A primeira é o núcleo, composto essencialmente de atividades que têm a criatividade como parte principal do processo produtivo, ou seja, as indústrias criativas propriamente ditas. Em seguida, têm-se as áreas relacionadas ao núcleo, as

quais se referem aos segmentos de provisão direta de bens e serviços ao núcleo e compostos, em grande parte, por indústrias e empresas de serviços fornecedoras de materiais e elementos fundamentais para o funcionamento do núcleo. Por fim, a cadeia completa-se por um terceiro grupo de atividades, de provisão de bens e serviços de forma mais indireta. A representação gráfica desta cadeia associada à composição da indústria criativa encontra-se no **Apêndice B**. No modelo supracitado, a escala industrial e o consumo de massa podem representar um parâmetro que assinala o limite entre a economia criativa e a economia “de massa”, na perspectiva de que esta independe da criatividade individual e sim da padronização de processos.

No contexto da economia criativa, Reis (2008a) explica que as indústrias criativas mostram-se não apenas economicamente valiosas por si mesmas, mas por funcionarem como catalisadoras e fornecedoras de valores intangíveis a outras formas de organização de processos, relações e dinâmicas econômicas de setores diversos.

2.3 A economia criativa como estratégia de desenvolvimento

A economia criativa, em uma perspectiva mais ampla, se mostra como estratégia de desenvolvimento econômico, social e cultural devido ao seu potencial para gerar renda e ocupações ao mesmo tempo em que estimula a preservação do patrimônio cultural e o desenvolvimento local.

Segundo a UNCTAD (2008), os países desenvolvidos e em desenvolvimento podem encontrar maneiras de aperfeiçoar o potencial da economia criativa para gerar crescimento socioeconômico, criar empregos e exportar ganhos ao mesmo tempo em que promovem a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano.

Reis (2008a) também enfatiza que o uso da criatividade, portanto do capital humano, para o fomento de uma integração de objetivos sociais, culturais e econômicos pode ser uma alternativa, diante de um modelo de desenvolvimento global pós-industrial excludente, portanto insustentável. Ainda conforme a autora, nesse antigo paradigma, a diversidade cultural e as culturas são vistas como obstáculos ao desenvolvimento e não como nutrientes de criatividade e de resolução dos entraves sociais e econômicos. Essa necessidade de mudança de paradigma, do social versus econômico para um modelo inclusivo, é reforçada também por Kovács (2008, p. 99) quando este afirma que o modelo de desenvolvimento

predominante “ignora as realidades, as tradições e as especificidades do ambiente sociocultural e das populações locais. Nas culturas gerais, as diversidades culturais e as tradições foram negligenciadas, quando não consideradas obstáculos para o desenvolvimento”.

Em termos econômicos, Reis (2008a) explica que as mudanças econômicas e em especial as novas tecnologias alteraram os elos de conexão entre a cultura (das artes ao entretenimento) e a economia, abrindo um leque de oportunidades econômicas baseadas em empreendimentos criativos. Assim, o grande potencial para gerar ocupações e renda (DCMS, 2001; UNCTAD, 2008) faz das indústrias criativas e da economia criativa a base para uma estratégia de desenvolvimento alicerçada essencialmente em atributos humanos, como talentos, criatividade e habilidades, os quais, segundo Batista, Gomes e Vieira (2006) são muito provavelmente melhor distribuídos populacional e espacialmente do que as infra-estruturas e os equipamentos industriais.

Ainda conforme Reis (2008b), além do óbvio impacto econômico setorial usualmente mencionado (o faturamento da indústria do *software*, o número de empregos gerados pelo cinema, por exemplo), a economia criativa também se destaca por outros dois modos menos evidentes de incorporação do valor intangível cultural nos bens e serviços criativos. Primeiramente, ela inspira outros setores econômicos, pois, ao motivar novas dinâmicas e processos na economia como um todo, a economia criativa promove *spin offs* das indústrias criativas para outros setores econômicos. Além disso, a economia criativa ainda impulsiona arranjos produtivos locais (APL's) baseados em atividades culturais ou artísticas.

Do ponto de vista local, Florida (2003) salienta que a criatividade e o talento podem contribuir para o desenvolvimento econômico regional. Conforme a UNCTAD (2008), a economia criativa contribui para a vitalidade e o crescimento das economias locais diretamente através da produção dos bens e serviços criativos, da geração de renda e ocupações ou, indiretamente, ao contribuir também para a expansão do turismo local, incentivando os turistas a experimentarem as atrações culturais locais. Adicionalmente, as cidades com vida cultural ativa podem atrair investimentos de outras indústrias.

É neste contexto que surgiu o conceito de cidades criativas, definidas como

cidades capazes de encontrar dentro de si a solução para seus problemas. São cidades que transformam o tecido socioeconômico urbano com base no que têm de mais singular, criativo e específico e em um profundo entendimento de sua identidade cultural. Uma cidade criativa é capaz de atrair empreendedores,

investimentos e um perfil de turista que respeita e aprecia a cultura local, entendendo a cidade como sua anfitriã (REIS, 2008b).

No território nacional, é possível constatar vários exemplos de pequenas cidades criativas brasileiras. Reis (2008b) cita a cidade de Parati, no Rio de Janeiro, conhecida por abrigar um patrimônio arquitetônico colonial de valor inestimável e por ser o local onde é realizada a Festa Literária Internacional de Paraty (Flip); Batista, Gomes e Vieira (2006) citam a cidade de Guaramiranga, no Ceará, a qual abriga eventos como o Festival Nordestino de Teatro, Festival de Vinhos, Festival de Gastronomia e Cultura e o Festival de Jazz & Blues, que assumem hoje grande dimensão e integram o calendário turístico e cultural do Estado do Ceará; e Santos e Judice (2007) citam a cidade de Diamantina, em Minas Gerais, palco da Vesperata de Diamantina que se tornou um produto cultural que atrai turistas de todas as regiões do Brasil e do mundo.

Para Florida (2003), a chave para a compreensão da nova geografia econômica da criatividade e seus efeitos nos resultados econômicos reside no que ele denominou de 3Ts do desenvolvimento econômico: tecnologia, talento e tolerância. Criatividade e pessoas que atuam profissionalmente no âmbito das indústrias criativas procuram se estabelecer em lugares que possuem estes três fatores críticos. Cada um deles é necessário e insuficiente se considerado isolado dos demais. Portanto, para atrair pessoas criativas, gerar inovação e estimular o desenvolvimento econômico, um lugar precisa ter todos os três fatores:

- Tolerância – abertura, inclusão e diversidade em relação à aceitação de etnias, raças e modos de vida.
- Talento – utilizado para se referir às pessoas que tenham, pelo menos o nível superior;
- Tecnologia – concentração de inovação e atividades de alta tecnologia na região.

Florida (2003) ainda ressalta que, conforme os resultados de suas pesquisas, indivíduos talentosos estão se movendo para locais que oferecem tolerância ao trabalho e ambientes sociais.

Além dos aspectos econômicos, Santos-Duisenberg (2008) enfatiza que a economia criativa também possui um relevante papel em termos sociais e culturais. Os aspectos sociais relacionados às economias criativas locais mostram-se relevantes devido aos seus efeitos positivos de longo alcance sobre o emprego e que podem ser usados como uma ferramenta

para a promoção da inclusão social. Ainda conforme a autora, as atividades criativas, especialmente as ligadas às artes e às festas culturais tradicionais, geralmente levam à inclusão das minorias e facilitam uma maior absorção de parcelas de jovens talentos marginalizados os quais, na maioria dos casos, envolvem-se com atividades criativas no setor informal da economia. Outro aspecto enfatizado pela UNCTAD (2008), é que, como muitas mulheres estão envolvidas na produção de artes e artesanato, áreas relacionadas à moda e à organização de atividades culturais, a economia criativa também promove um equilíbrio de gêneros na força de trabalho criativa.

Adicionalmente ao fato de contribuir para o crescimento econômico, a UNCTAD (2008) ainda reforça a contribuição da economia criativa para a sustentabilidade cultural. Segundo Deheinzelin (2006), as indústrias criativas favorecem a diversidade cultural ao incluir o uso de conhecimentos e técnicas tradicionais numa perspectiva contemporânea e este é um aspecto fundamental para países em desenvolvimento, os quais geralmente possuem enormes recursos culturais ainda pouco aproveitados. Assim, a UNCTAD (2008) destaca que a característica principal das indústrias criativas, que permite a ligação entre os saberes tradicionais e o consumidor, é a sua capacidade de, no processo de desenvolvimento, servir tanto aos objetivos culturais como econômicos.

Conforme Reis (2008a), embora não tenha receita de sucesso, a economia criativa parece apresentar de fato potencial significativo para promover o desenvolvimento socioeconômico, aproveitando um momento de transição de paradigmas globais para reorganizar os recursos e a distribuição dos benefícios econômicos. No entanto, faz-se necessário reconhecer que a criatividade é recurso necessário, mas não suficiente para que a economia criativa se desenvolva.

Neste sentido, Reis (2008a) sugere alguns alicerces que, segundo ela, podem contribuir para a concretização do potencial econômico da economia criativa: a conscientização dos gestores públicos, privados e a sociedade civil; definição e implementação de políticas de desenvolvimento transversais aos setores e interagentes; influenciar acordos internacionais que possibilitem a apropriação dos benefícios da economia criativa por parte das comunidades que os originaram; promoção do acesso adequado a financiamento; levantamento de estatísticas que monitorem o desenvolvimento das ações de políticas públicas; disponibilização de infra-estrutura suficiente de tecnologia e comunicações; estabelecimento de um modelo de governança coerente; análise do processo de geração de

valor não em uma estrutura de cadeia, mas de redes; garantia de educação e capacitação a par com novos perfis profissionais e novas profissões; e formação um ambiente que reconheça o valor econômico da criatividade e do intangível cultural.

Diante do exposto, constata-se o caráter político que também envolve o tema. Sobre este ponto, Lima (2005) ressalta a existência do entendimento de que o segmento das indústrias criativas não pode ser relegado apenas às regras de mercado e deve ser também objeto de políticas públicas. No início deste século, a cultura está definitivamente incluída entre os fatores de desenvolvimento, em que as políticas culturais devem estar articuladas às econômicas e sociais. Assim, os elementos culturais passaram a ocupar posição estratégica na elaboração de projetos gerais de desenvolvimento (LIMA, 2007).

Reis (2008b) salienta que a economia criativa, como conceito e por suas características próprias, apresenta um grande potencial de transformação e inclusão socioeconômica para o Brasil, se o país souber compreender e se inserir nas novas dinâmicas e arranjos institucionais que se formam nessa economia (exemplos: processos colaborativos, redes, alianças entre agentes e setores, conciliação do tangível e do intangível, do econômico e do social, exigências de capacitação distintas). Conforme a autora, o debate e a conscientização são, portanto, fatores *sine qua non* para que a criatividade brasileira seja traduzida em resultados também econômicos.

De maneira geral, observa-se que as possibilidades de geração de renda, riqueza, desenvolvimento local, revitalização de cidades, inclusão de minorias, melhoria da qualidade de vida de artistas populares e comunidades, perpetuação de culturas tradicionais e o fato de basear-se principalmente em atributos humanos como criatividade, talento e habilidades, são alguns dos fatores que contribuem para que a economia criativa seja apontada como estratégia para o desenvolvimento inclusivo e sustentável, principalmente nas localidades que apresentam diversidade cultural e ricas tradições culturais.

2.4 O artesanato na economia criativa

No âmbito das indústrias criativas, o artesanato está presente em cinco modelos de classificação do setor (DCMS, 2001; THROSBY, 2001; MARCUS, 2005; DECON, 2008; UNCTAD, 2008) e, conforme três desses modelos (THROSBY, 2001; MARCUS, 2005; DECON, 2008), esta é uma atividade inserida no núcleo da indústria criativa.

Lima e Azevedo (1982, p.18) definem artesanato como uma

atividade predominantemente manual de produção de bens, exercida em ambiente doméstico ou em pequenas oficinas, postos de trabalho ou centros associativos, no qual se admite a utilização de máquinas ou ferramentas, desde que não dispensem a criatividade ou a habilidade individual e de que o agente produtor participe, diretamente, de todas ou quase todas as etapas da elaboração do produto.

Além de mencionar os aspectos apresentados pelo autor supracitado, o SEBRAE (2004), em sua definição de artesanato, destaca os objetos ou artefatos artesanais, caracterizados por serem resultados da habilidade, destreza e criatividade do artesão. Conforme a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 1997), a natureza especial destes produtos deriva de suas características diferenciadoras, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, culturais, decorativas, funcionais, tradicionais, religiosas e socialmente simbólicas e significantes.

A Central de Artesanato do Ceará (CEART), em seu conceito de artesanato, tenta aglutinar tanto os aspectos relacionados à habilidade e à criatividade do artesão, quanto o processo produtivo artesanal, além da relevância social e cultural da referida atividade:

artesanato é uma atividade predominantemente manual que exige criatividade e habilidade pessoal. A matéria prima utilizada nessa produção pode ser natural, semi elaborada ou constituída de sobras industriais. Para produzir sua arte, o artesão poderá utilizar ferramentas manuais ou máquinas elétricas (exceto industriais) na execução do serviço. O artesão deve desenvolver sua atividade em ambiente doméstico, pequenas oficinas, grupos de produção e entidades associativas. O artesanato é reconhecido como grande valor social e cultural na sua produção artística e raízes tradicionais, éticas e contemporâneas (CEART, 2008, s/p).

No Brasil, a produção artesanal é rica, diversificada e se apresenta como uma das formas mais espontâneas de expressão do povo brasileiro. Isso pode ser explicado, conforme Barros (2006), pelo fato do artesanato brasileiro ter sido influenciado por um conjunto de tradições diferentes, de povos com cultura e conhecimento diversos, como os indígenas, africanos, imigrantes europeus e asiáticos e, mais recentemente, pela cultura norte-americana e global, por assim dizer. Para Lócio e Pompeu (2006), essas influências de diferentes tradições, culturas e povos geraram uma produção artesanal específica, com características individualizadas.

Embora existam várias definições para o termo, alguns autores relatam as dificuldades inerentes às tentativas de se conceituar o artesanato. Souza (1991 apud FREITAS, 2006), por exemplo, ressalta a existência de uma polêmica entre aqueles que procuram definir

o artesanato como uma atividade sócio-econômica e os que o definem como uma atividade que expressa a cultura de um povo, região ou raça. Canclini (1983 apud FILGUEIRAS, 2005) destaca ainda que a identidade e os limites do artesanato se tornaram complexos nos últimos tempos, pois os produtos considerados artesanais modificaram-se ao se relacionarem com o mercado capitalista, a indústria cultural, o turismo e com as novas formas de lazer, comunicação e arte.

Costa (2006) considera que a inclusão do artesanato no ramo das atividades econômicas levou a um processo de industrialização do produto artesanal, voltado para o consumo turístico e também de massa. Esse fenômeno, segundo Pinho (apud COSTA, 2006, p. 5) originou o termo “industrianato”, em que “o artesanato é feito em larga escala e distribuído para além do território de origem, desvinculando-se de uma localidade, tradição ou comunidade específica, entre outras características”.

Mesmo com as divergências apresentadas, Limeira e Gouveia (2008, p. 93) consideram que, como atividade econômica, o produto do artesanato é um objeto que contém em si mesmo uma grande quantidade de informações, diferentemente do produto industrial, fabricado em massa, que é impessoal. Conforme os autores, “o objeto artesanal contém informações sobre sua história, sua fabricação e sobre o indivíduo que o produz. Assim, o objeto artesanal é um objeto personalizado, ligado à história (uma tradição) e à geografia (um local)”.

Dentro de uma visão de economia de mercado, a vantagem competitiva que se atribui ao produto artesanal, a qual vem a ser uma característica valorizada atualmente no mercado, é a originalidade e a representatividade cultural que o artesanato traduz e que diferentemente dos produtos industriais, o transforma em um artefato único (BARROS, 2006). Essa valorização faz com que o artesanato, além de ser considerado uma tradição, elemento folclórico ou artefato tangibilizador da memória de comunidades (COSTA, 2006), seja também entendido como uma atividade alternativa de geração de renda para os artesãos, propiciando a oportunidade de que estes indivíduos sejam auto-suficientes.

Chiti (2003 apud SILVA, 2006, p.13) afirma que “o conceito de cultura aplicado ao artesanato está referenciado na arte, preferencialmente de natureza popular, criada por um povo de baixo poder aquisitivo, pertencente, em grande parte, aos estratos econômicos menos favorecidos”. Assim, “a arte popular artesanal [...] não é aquela direcionada para o

entendimento das massas, mas a arte criada por estas, como necessidade estética, funcional ou de sobrevivência”.

2.4.1 Relevância da atividade artesanal

A relevância do artesanato, segundo a UNESCO (2008), pode ser compreendida através de seu papel econômico, social e cultural. Neste sentido, Freitas (2006) se refere ao artesanato como uma atividade portadora de elementos culturais que gera trabalho e renda, adquirindo, assim, uma função socioeconômica que pode contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos artesãos.

Na dimensão econômica, Filgueiras (2005) afirma que o artesanato é considerado um sistema de produção que representa um empreendimento econômico. Conforme o BNB (2002), o artesanato também se apresenta como um instrumento estratégico de desenvolvimento regional, pois gera emprego e renda para pessoas com baixos níveis de capacitação, atinge parcelas significativas da população e tem um custo de investimento relativamente baixo, visto que na maioria das tipologias, utiliza-se a matéria-prima natural disponível na região.

Conforme dados do IBGE (2007), dentre as atividades culturais e artísticas desenvolvidas no Brasil, o artesanato se destaca como uma das principais manifestações culturais do país, estando presente em 64,3% dos municípios brasileiros. A atividade artesanal ainda movimenta uma série de eventos culturais, como as exposições e feiras de artes e artesanato, presentes em 57,7% e 55,6% dos municípios brasileiros, respectivamente.

Uma pesquisa referente a mapeamento do setor artesanal no Brasil, realizada em 2002 pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC, 2002a; MDIC, 2002b), apontou que o Brasil possuía, naquele ano, 8,5 milhões de artesãos, os quais foram responsáveis por um movimento financeiro anual de R\$ 28 bilhões, correspondente a 2,8% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional.

A região Nordeste é uma área de grande tradição cultural e turística e desponta como cenário de ricas expressões do artesanato nacional (SEBRAE, 2005). Dados de uma pesquisa realizada pelo BNB (2002), com dados referentes ao ano de 2002, apontaram a existência de, aproximadamente, 3,3 milhões de pessoas inseridas no setor artesanal na referida região.

Além disso, o Nordeste possui ainda grande potencial turístico, cujo fluxo potencializa o desenvolvimento do artesanato, o qual é uma fonte de encantamento para os visitantes da região (BNB, 2002).

Ainda conforme dados da pesquisa supracitada, no ano de 2002, 34,4% dos municípios da região Nordeste possuíam alguma atividade artesanal, variando entre si em volume, valor e qualidade da produção. No ano de 2000, dos 614 municípios nordestinos com ocorrência de produção artesanal, apenas 79 (ou 12,9%) possuíam infra-estrutura satisfatória de produção para atender adequadamente ao mercado consumidor, e destes, somente 59 (9,6%) estavam aptos a competir no mercado externo, sendo considerados pólos de produção artesanal do Nordeste

No Estado do Ceará, 76,1% dos municípios produzem artesanato, fato que sugere a importância que o setor representa no Estado, seja nos aspectos econômico, social ou cultural (BNB, 2002). Ainda conforme a referida pesquisa, o potencial de crescimento do artesanato no Estado do Ceará é alto devido à grande concentração de artesãos, produção diversificada e boa aceitação de mercado dos produtos. Além disso, Freitas (2006) se refere ao artesanato como uma atividade que constrói a sua própria cadeia produtiva ao mesmo tempo em que está integrado a outros sistemas produtivos, como o turismo e a agricultura familiar, por exemplo.

Sobre a interação entre o artesanato e outros setores, Filgueiras (2005) toma o Estado do Ceará como exemplo, ao destacar que as relações existentes entre as atividades turísticas e o artesanato têm-se apresentado cada dia mais forte e evidente,

uma vez que os turistas, ansiosos por lembranças de suas viagens, procuram no artesanato um meio de satisfação. Nessa relação está presente a expansão do comércio do artesanato e o aumento dos pontos de venda. Locais como a Empresa Cearense de Turismo (EMCETUR), Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, Mercado Central, Avenida Monsenhor Tabosa, Feirinha da Beira Mar, CEART, Barracas da Praia do Futuro e ainda o Aeroporto Pinto Martins, são espaços estratégicos de comercialização que fazem parte do roteiro turístico de todo aquele que vem à Fortaleza (FILGUEIRAS, 2005, p. 25).

Do ponto de vista social, Silva (2006) explica que, ao se estimular o resgate das atividades econômicas baseadas no fazer manual e na manufatura primitiva, promove-se, na atualidade, a inclusão produtiva de determinados segmentos populacionais menos favorecidos, principalmente aqueles estacionados no espaço entre o conhecimento informal, aprendido em relacionamentos primários e entre gerações e o ensino formal, da lógica da educação dos indivíduos para o mundo do trabalho.

De acordo com o SEBRAE (2008), na dimensão social, o artesanato merece atenção especial por gerar ocupação para pessoas que, de outro modo, não conseguiriam ter uma colocação digna no mercado, além de possibilitar o resgate da cultura, fazendo com que a tradição ganhe um sentido econômico. Trata-se, dessa maneira, de uma oportunidade de inclusão social, de acesso a renda, de melhoria da auto-estima e não apenas uma forma de sobrevivência. Além dos aspectos já mencionados, o BNB (2002) e o SEBRAE (2004) ainda destacam que o artesanato ainda promove a inserção da mulher e do adolescente em atividades produtivas, estimula a prática do associativismo e fixa o artesão no local de origem, evitando o crescimento desordenado dos centros urbanos.

Para o BNB (2002), o quantitativo de artesãos no Nordeste brasileiro constitui um contingente significativo de trabalhadores do mercado informal. Eles encontraram na produção de artesanato uma forma de garantir sua própria subsistência e de suas famílias. Assim, estimular o desenvolvimento do artesanato nordestino significa abrir possibilidades de atenuação das disparidades socioeconômicas existentes na região, além de promover a preservação de valores da cultura popular local.

Na dimensão cultural, o artesanato inclui tradição, estética, raridade e emoção, e os artesãos, de forma criativa e inovadora, expressam um saber que é transmitido ao longo do tempo (UNESCO, 2008). Sobre a relevância cultural desta atividade, Barros (2006, p. 99) assevera que o artesanato, “ao firmar-se como um importante agente de manutenção e perpetuação de manifestações culturais, na medida em que é identificado pelo resgate de técnicas e produtos do passado, representa também a propagação de uma memória cultural”.

Dias Filho e Oliveira (2008, p. 12) analisam a relevância cultural do artesanato sob a perspectiva do artesão e do consumidor:

ao produzir o artesanato o artesão está, mesmo inconscientemente, rememorando a sua prática material mediante a recriação simbólica de suas relações sociais. Já o consumidor, quando compra uma peça de artesanato, interage com o tempo e o lugar, porque a fruição estética e o uso prático dele permitem-lhe vivenciar a lógica cultural de uma localidade cujos costumes, muitas vezes, se distinguem dos seus e por causa disso reinventa o objeto dando-lhes novas conotações (re-significação).

Percebe-se, dessa maneira, que as atividades artesanais parecem ser bastante representativas na economia nacional e em especial na economia nordestina e cearense. Nesta região, o patrimônio cultural e artístico se destaca no contexto nacional e o artesanato se

sobressai como uma atividade responsável pela criação de empregos e de renda, promovendo, assim, o desenvolvimento local.

2.4.2 Categorias e Tipologias de artesanato

Barros (2006) define uma categoria de artesanato como um conjunto de atividades artesanais com características comuns, embora apresentem diferenciações que irão determinar as suas distinções.

Segundo o SEBRAE (2004), as categorias dos produtos artesanais são definidas de acordo com sua origem, uso e destino:

- Quanto à origem, são propostas as categorias artesanato indígena, artesanato tradicional, artesanato de referência, artesanato cultural, artesanato conceitual, arte popular, trabalhos manuais (ou artesanato doméstico), produtos alimentícios (típicos), produtos semi-industriais e industriais (“industrianato”);
- Quanto ao uso, o artesanato pode assumir a forma de produtos decorativos, educativos, lúdicos, religiosos, utilitários ou adornos e acessórios.
- Quanto ao destino, o artesanato é categorizado com base no tipo de consumidor dos produtos artesanais (para quem) e para onde é direcionada a produção artesanal (destino).

O SEBRAE (2004) destaca as categorias relacionadas à origem dos produtos artesanais ao utilizar os critérios “valor cultural” e “volume de produção” para diferenciar e classificar os distintos tipos de produtos, conforme a **Figura 5**, na página seguinte.

Conforme a ilustração, quanto menor for a escala de produção, tendendo a peças únicas ou exclusivas, maior será o valor nominal econômico da peça, o qual também tende a crescer na mesma proporção do valor cultural (SEBRAE, 2004). Assim, como explica Freitas (2006), os produtos considerados de maior valor agregado, como o artesanato indígena ou o artesanato tradicional, são de menor produção, possuindo maior valor de mercado. Em contraponto, aqueles de maior capacidade produtiva, que utilizam técnicas mais simples de produção e possuem menor valor no mercado, são reconhecidos como “industrianato”, sendo

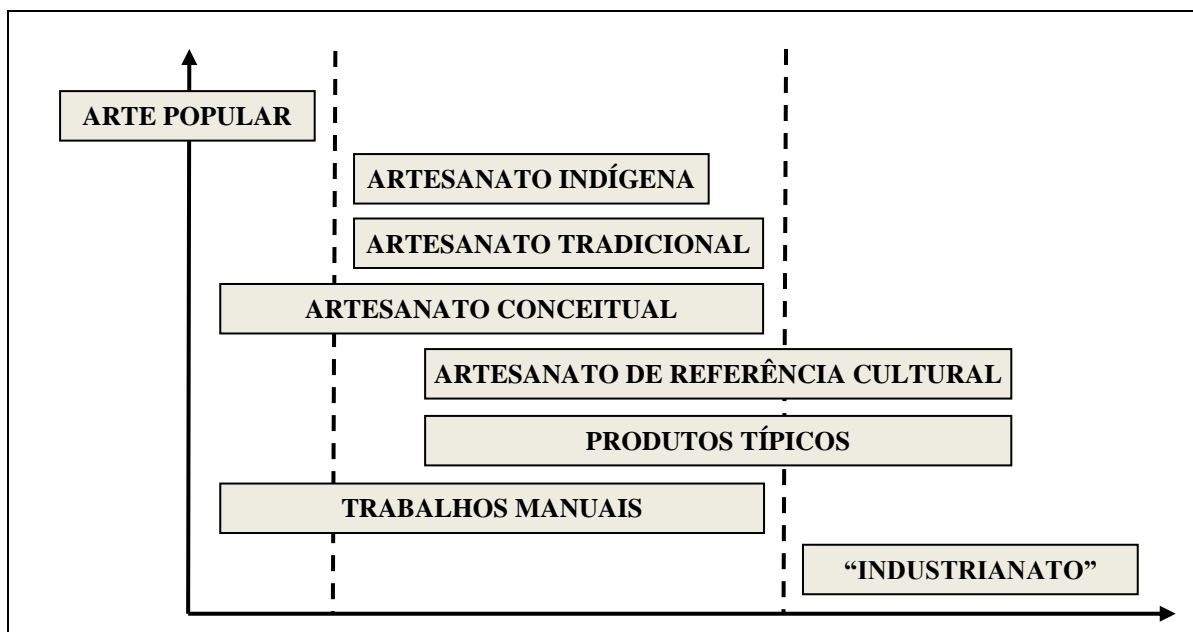


FIGURA 5 – Critérios para avaliação de tipos de produtos artesanais.

Fonte: SEBRAE (2004, p. 29).

um segmento marginalizado por natureza, por aproximar-se do sistema de manufatura, estando no “limite” entre a produção “autêntica” e aquela puramente industrial.

Outra classificação frequente dos produtos artesanais são as tipologias, termo utilizado para se referir à “classificação do artesanato em função das matérias-primas utilizadas na confecção dos produtos artesanais” (SEBRAE, 2004). Como explica o SEBRAE (2004), a matéria-prima utilizada pode ser de origem mineral, vegetal e animal, podendo ser empregada em seu estado natural, depois de processadas artesanalmente/industrialmente ou serem decorrentes de processos de reciclagem ou reaproveitamento. Segundo Barros (2006), o artesão também pode utilizar a soma de uma ou mais matérias-primas em um mesmo produto, como a confecção de um móvel de madeira com componentes em couro.

Tanto o BNB (2002) como o SEBRAE (2004) propuseram modelos de classificação das tipologias de artesanato. No **Anexo A**, encontra-se a classificação do Banco do Nordeste e, no **Anexo B**, é apresentado um quadro elaborado pelo SEBRAE, o qual relaciona as categorias de produtos artesanais às diversas tipologias de artesanato.

Diante da diversidade cultural e da extensão territorial do Brasil, Limeira e Gouveia (2008) afirmam que o artesanato brasileiro é bastante diversificado e aparece nas mais variadas tipologias. Conforme o IBGE (2007), dentre as atividades artesanais, o bordado é a mais representativa nos municípios brasileiros, encontrando-se em 75,4% deles, seguida das atividades com madeira (39,7%) e do artesanato com barro (21,5%)

Segundo o BNB (2002), no Nordeste do país, a tipologia bordados está presente em 270 municípios da região (23,8%). Em seguida, seguem as cestarias e trançados (18,3%) e a cerâmica (14,3%). O Estado do Ceará é que mais se destaca nas atividades artesanais, sendo responsável por 30,3% da produção na região Nordeste. No Ceará, as tipologias mais freqüentes são mostradas na **Tabela 1**.

Tabela 1 - Distribuição das Ocorrências de Tipologias Estado do Ceará.

Tipologias	Registros	% no Estado	% no Nordeste
Rendas e Bordados	104	30,3	38,5
Cestarias e Trançados	66	19,2	31,7
Tecelagem	49	14,3	36,3
Cerâmica	32	9,3	19,8
Madeira	30	8,7	21,6
Couro	28	8,2	31,1
Metal	17	5,0	44,7
Outros	16	4,7	22,5
Tecidos	1	0,3	16,6
Pedras	0	0	0
Total	343	100,0	30,3

Fonte: BNB (2002, p. 88).

Conforme os dados mostrados, observa-se que a atividade artesanal está presente em 343 municípios cearenses, sendo que a tipologia que mais se destaca são as rendas e bordados, presentes em 104 municípios, perfazendo quase 40% da produção nordestina.

2.5 Fechamento da seção

Neste capítulo, abordou-se a economia criativa e, em particular as indústrias criativas, as quais compõem o seu núcleo. Mesmo com a ausência em relação a um conceito amplamente aceito para os dois termos, foi possível destacar alguns atributos mais freqüentemente apontados como características do setor, tais como a utilização da criatividade, do talento e habilidades como insumos produtivos, a produção de bens criativos, o amplo espectro setorial e o potencial para gerar propriedade intelectual, renda e ocupações. Além disso, o artesanato foi abordado como uma atividade inserida no contexto das indústrias criativas, apresentando grande relevância socioeconômica e cultural, principalmente na região Nordeste, onde o potencial da atividade artesanal ainda pode ser bastante explorado.

3 CARREIRA EMPREENDEDORA

O tema carreira passou por significativas evoluções nas últimas décadas. Da proeminência da organização sobre o indivíduo que predominou a maior parte do século XX, emergiu uma compreensão inversa, baseada nas trajetórias e escolhas individuais. Neste contexto, inserem-se as opções de carreiras proteana, sem fronteiras, inteligente e também a carreira empreendedora, dentre outros modelos.

Nesta seção, são abordados os aspectos relativos à evolução dos conceitos de carreira e empreendedorismo, seguidos da caracterização da carreira empreendedora. Nesse sentido, as características comportamentais e processuais da carreira empreendedora são descritas, privilegiando a perspectiva de indivíduo. Adicionalmente, caracteriza-se a carreira no âmbito da economia criativa, buscando caracterizar o artesão como empreendedor da indústria criativa.

3.1 A noção contemporânea de carreira

Conforme Chanlat (1995), a noção de carreira nasceu com a sociedade industrial capitalista liberal, no século XIX. No entanto, este é um conceito que vem sofrendo alterações ao longo do tempo, de modo que autores como Greenhaus e Callanan (1994), Chanlat (1995), Martins (2001) e Hall (2002) destacam que o tema carreira pode ser abordado de duas formas ou abordagens: a tradicional e a moderna ou contemporânea.

A abordagem tradicional, segundo Chanlat (1995) e Tavares, Pimenta e Balassiano (2007), é marcada pela suposição de que as organizações são as principais responsáveis pelo desenvolvimento das carreiras de seus empregados. Nesta abordagem, Greenhaus e Callanan (1994) e Hall (2002) destacam que a carreira é tratada como uma profissão ou como uma progressão linear vertical no interior de uma organização, onde uma das principais características é a estabilidade no vínculo e no tempo. A principal medida de sucesso neste modelo, segundo Ribeiro, Trevisan e Guedes (2009), é o degrau hierárquico atingido pelo indivíduo dentro da organização.

Esta abordagem tradicional, conforme explica Chanlat (1995), predominou até meados da década de 1970. A partir daí, Greenhaus e Callanan (1994), Chanlat (1995) e

Evans (1996) destacam que as mudanças sociais, econômicas, culturais e políticas conduziram a uma nova concepção de carreira que, segundo Chanlat (1995), é marcada pela instabilidade, descontinuidade e horizontalidade. Autores como London e Stumpf (1982), Arthur, Hall e Lawrence (1989), Greenhaus e Callanan (1994), Arthur, Claman e DeFillippi (1995), Arthur e Rousseau (2001) e Hall (2002) elaboraram novos conceitos e proposições acerca desta nova concepção de carreira.

London e Stumpf (1982), nesta noção contemporânea, definem carreira como a seqüência de posições ocupadas e de trabalhos realizados durante a vida de uma pessoa e envolve uma série de estágios e a ocorrência de transições que refletem necessidades, motivos e aspirações individuais e expectativas e imposições da organização e da sociedade. De forma similar, Hall (2002) define carreira como a seqüência individualmente percebida de atitudes e comportamentos associados às experiências e atividades relacionadas ao trabalho realizado ao longo da vida de uma pessoa.

Diante desta diversidade de opções profissionais associadas ao novo conceito de carreira, Bendassolli (2009, p. 388) explica que carreira pode significar, ao mesmo tempo:

emprego assalariado ou atividade não remunerada; pertencimento a um grupo profissional (sindicalizado ou não) ou a manifestação da mais pura idiossincrasia (a carreira de um artista); vocação (algo que alguém faz com alto nível de comprometimento afetivo) ou ocupação (algo que alguém faz por necessidade ou obrigação); posição em uma organização (associada a passagens por diversos cargos na hierarquia institucional) ou trajetória de um indivíduo que trabalha por conta própria; uma fonte de informação para as empresas alocarem recursos (humanos) ou então um roteiro pessoal para a realização dos próprios desejos.

As propostas em torno do tema têm em comum a desagregação do conceito de carreira da conexão com uma organização, como salientam Tavares, Pimenta e Balassiano (2007). Dessa forma, Milkovich e Boudreau (2000) destacam que a carreira passa a incluir o trabalho em diversas organizações, em diferentes ocupações e passa a depender cada vez mais da capacidade do indivíduo de criar o seu caminho no decorrer da vida laboral do que das alternativas proporcionadas por uma única organização.

Assim, como ressalta Chanlat (1995), as carreiras passam a ser menos estáveis e lineares do que antes. Neste sentido, London e Stumpf (1982) destacam que a carreira envolve uma série de estágios e a ocorrência de transições que refletem necessidades, motivos e aspirações individuais e expectativas e imposições da organização e da sociedade. Veloso, Dutra e Nakata (2008) salientam que estes aspectos ressaltados por London e Stumpf (1982)

encerram conceitos importantes por tratar a carreira como uma série de estágios e transições que variam de acordo com pressões originadas no próprio indivíduo e no ambiente e não a partir da suposição de que a carreira seja linear, de modo que é possível identificar a incidência de movimento na carreira, tanto para o indivíduo quanto para a organização.

Além dos conceitos e perspectivas apresentados acima, outras noções emergiram e se popularizaram por abrigarem-se sob o modelo de contemporâneo de carreira, a saber: a carreira proteana, a carreira sem fronteiras e as carreiras inteligentes.

Hall (1996) desenvolveu o conceito de carreira proteana, compreendida como uma série de experiências e de aprendizados pessoais, relacionados ao trabalho ao longo da vida. O termo proteano provém da mitologia grega na qual o deus Proteus possuía habilidade de mudar de forma de acordo com sua vontade e circunstância. Esta característica é metaforicamente associada ao perfil do profissional contemporâneo quanto à habilidade de gerenciar a sua própria carreira. Isso porque a carreira proteana tem a pessoa - e não mais a organização - como principal responsável pelo seu desenvolvimento.

Além disso, a carreira proteana é também caracterizada por movimentos descontínuos e pode ser reinventada ao longo do tempo, de acordo com mudanças relacionadas ao ambiente ou ao indivíduo. Nesse contexto, o foco repousa sobre o sucesso psicológico do indivíduo, baseado no alcance de objetivos tanto profissionais como pessoais, ou seja, um sentimento de orgulho e realização pessoal, por alcançar seus objetivos de vida, felicidade familiar, paz interior, dentre outros, em contraposição à perspectiva tradicional de sucesso que buscava a ascensão nos níveis hierárquicos em uma organização (HALL, 1996).

As carreiras sem fronteiras, conceito proposto por Arthur e Rousseau (2001), opõem-se aos tipos tradicionais pelo fato de não serem confinadas às fronteiras de uma única organização, emprego, ocupação, região ou área de conhecimento. De acordo com os autores, o conceito de carreiras sem fronteiras sugere a independência do indivíduo em relação a uma organização, a possibilidade da carreira ser negociada fora do atual empregador, o fato de que as pessoas tornam-se responsáveis por suas carreiras futuras por meio do cultivo de *networks* e pela busca constante de conhecimento, sem levar em consideração obstáculos estruturais e a possibilidade da carreira ser planejada ou alterada em função de razões pessoais ou familiares.

O conceito de carreiras inteligentes, proposto por Arthur, Claman e DeFillippi (1995), propõe que as pessoas acumulem competências semelhantes às das organizações, sem

a subordinação a um vínculo empregatício. O indivíduo deve, primeiramente, conhecer os motivos de seu engajamento profissional, sua identidade, motivações, necessidades e identificação com o trabalho, o que representa a competência “saber porque” ou *knowing why*. A segunda competência é o “saber como fazer” ou *knowing-how*, que representa as habilidades e especialidades individuais relevantes para o trabalho. A terceira é o “saber com quem” ou *knowing-whom*, que reflete as relações interpessoais e *networks* importantes para o trabalho.

Os conceitos relacionados à nova carreira têm em comum o fato de que o indivíduo passa a ser responsável pelo desenvolvimento de sua carreira, de modo que lhe são exigidos novos comportamentos, competências e posturas que, por serem valorizadas no mercado de trabalho, independentemente da carreira adotada, passam a fazer parte do perfil deste trabalhador contemporâneo. Dentre essas características, Bridges (1995) aponta a mentalidade de fornecedor e a empregabilidade.

A mentalidade de fornecedor, segundo Bridges (1995), refere-se à percepção do trabalhador como uma unidade econômica autônoma, capaz de oferecer seus serviços e administrar sua carreira como se fosse uma empresa. A empregabilidade caracteriza-se como “a condição de ser empregável, isto é, de dar ou conseguir emprego para os seus conhecimentos, habilidades e atitudes intencionalmente desenvolvidos por meio de educação e treinamento sintonizados com as novas necessidades do mercado de trabalho” (MINARELLI, 1995, p. 11). Ambas as características, conforme Bridges (1995), representam um certo “eu empreendedor”, o qual se torna um atributo fundamental do indivíduo empregável, que precisa autogerir sua carreira e ver a si mesmo como se fosse uma empresa, um negócio.

Constata-se, portanto, que o discurso acerca da noção de carreira evoluiu de abordagem tradicional, na qual a organização assumia a responsabilidade de gerenciar as carreiras de seus empregados, à noção de autogerenciamento de carreira, presente na concepção contemporânea, na qual a carreira é mais flexível e instável, passa a ser responsabilidade do indivíduo e está relacionada às diversas atividades profissionais por ele desempenhadas ao longo de sua vida. Exige-se do profissional uma busca permanente da capacitação e do aprendizado contínuo, independente de quem os financia. Além disso, fica evidente que a dedicação a uma organização é apenas uma opção e não mais a única,

sugerindo possibilidades as mais diversas em termos de trajetória, dentre elas o empreendedorismo, como será evidenciado adiante.

3.2 A concepção processual de carreira

O desenvolvimento da carreira afeta o relacionamento entre indivíduos e organizações, ambos tendo papéis distintos a desempenhar. O papel do indivíduo, no entanto, torna-se cada vez mais relevante na visão contemporânea, visto que a responsabilidade pela carreira é dele e não de uma organização específica. Embora a organização exerça, na concepção contemporânea, papel relevante no desenvolvimento da carreira dos indivíduos, a perspectiva individual constitui o principal foco deste estudo e tem como aspectos principais a gestão de carreira, os estágios e ciclos de desenvolvimento de carreira e as inclinações profissionais.

3.2.1 Gestão de carreira

A gestão de carreira, para Greenhaus e Callanan (1994), é o processo pelo qual o indivíduo: (1) reúne informações relevantes sobre si mesmo e sobre o mundo do trabalho; (2) desenvolve um perfil detalhado de seus talentos, interesses, valores, estilo de vida desejado, bem como possibilidades de ocupações e empregos alternativos; (3) com base nas informações obtidas, estabelece metas de carreira realistas - uma meta de carreira é um resultado desejado que se seja atingido em relação à carreira; (4) desenvolve e implementa uma estratégia de carreira, ou seja, uma sequência de atividades necessárias para que o indivíduo atinja suas metas de carreira estabelecidas anteriormente; e (5) avalia a eficácia da estratégia e a relevância das metas.

Este processo é ilustrado na **Figura 6**, na página seguinte. Os autores salientam que o modelo apresentado é genérico e pode ser aplicado a qualquer tipo de carreira.

Para Greenhaus e Callanan (1994), a exploração da carreira (A) é a força motriz do modelo e envolve a coleta e análise das informações sobre si mesmo e sobre o ambiente, com o intuito de contribuir para aumentar a consciência do indivíduo (B) acerca de suas qualidades pessoais (interesses, valores, talentos, preferências de estilo de vida) e do ambiente que o cerca (o mundo do trabalho, ocupações, empregos, organizações e família). Martins (2001)

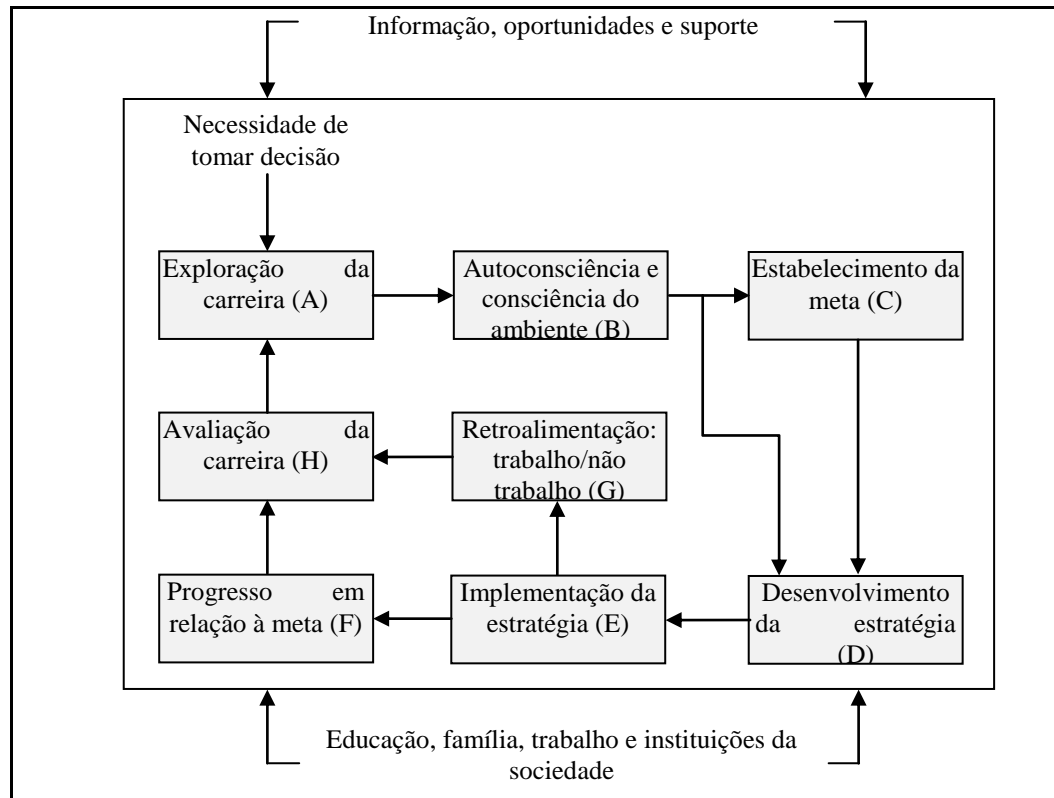


FIGURA 6 – Um modelo de gestão de carreira.

Fonte: Greenhaus e Callanan (1994, p. 18).

refere-se a estas primeiras etapas como as escolhas fundamentais do indivíduo, que se baseiam no conhecimento de si mesmo e sobre o ambiente de carreiras, o qual envolve tipos de ocupação, características das ocupações (regime de trabalho, modalidade geográfica, interação humana, perspectivas de crescimento), tipos de indústrias, habilidades, atitudes e qualificações requeridas, níveis de remuneração, situação do mercado de trabalho, carreiras ascendentes e em processo de obsolescência; instituições de ensino e capacitação profissional, instituições de assessoria ou consultoria em planejamento e gestão de carreira, atividades de lazer, influência na família nas decisões de carreira. Tais escolhas são fundamentais porque afetam de maneira expressiva a carreira e vida do indivíduo.

A autoconsciência e consciência do ambiente habilitam as pessoas a traçarem suas metas de carreira (C), como explicam Greenhaus e Callanan (1994) e Martins (2001). O desenvolvimento de metas específicas de carreira pode ajudar na escolha, desenvolvimento (D) e implementação de estratégias de carreira (E). Em seguida, espera-se que a estratégia formulada e implementada contribua para o progresso em relação à meta de carreira (F).

Greenhaus e Callanan (1994) também salientam que, provavelmente, nenhuma estratégia de carreira específica será eficaz em todas as situações. Portanto, existe a

necessidade da avaliação (H) constante da carreira, a qual ocorre por meio de uma retroalimentação (G) que perpetua a exploração de carreira e todo o ciclo de gestão de carreira. Trata-se de um mecanismo autocorretivo que colabora com a avaliação ou exame da eficácia das estratégias e na adequação das metas.

Como possíveis entraves a uma gestão de carreira adequada, os referidos autores citam o fato de que pessoas podem não se conhecer tão bem quanto imaginam, o que gera uma noção incompleta de seus talentos e de suas limitações. A exploração ativa das ocupações, organizações e oportunidades de carreira favorece a tomada de consciência do ambiente de trabalho, reduzindo a possibilidade de o indivíduo criar expectativas pouco realistas sobre sua vida profissional.

Martins (2001) cita ainda a família, a sociedade e a cultura como elementos influenciadores no desenvolvimento de carreira, pois são responsáveis pela ideologia e valores que induzem o indivíduo a tomar suas decisões de carreira. Em contrapartida, os fatores limitadores podem ser encontrados no próprio indivíduo ou no ambiente no qual está inserido. São eles: ausência de informações sobre si mesmo e sobre o ambiente de carreiras, dificuldades no processo decisório, em assumir riscos e na dialética ação-imaginação, impossibilidades conjunturais e existenciais.

3.2.2 Ciclos, estágios e transições

O desenvolvimento de carreira, numa perspectiva contemporânea, é o processo cíclico e contínuo no qual os indivíduos progridem por estágios ou etapas caracterizadas por questões, tarefas e temas próprios.

Milkovich e Boudreau (2000) explicam que, tradicionalmente, pensava-se em carreira em termos biológicos, quando uma pessoa jovem iniciaria sua vida profissional com um período exploratório, continuaria progredindo até tornar-se estável na organização e ocupação, depois entraria em uma fase de manutenção de realizações produtivas e estáveis e, finalmente, passaria para um estágio de declínio ou transição. Evans (1996) utiliza a metáfora da “carreira como uma escada” para se referir a este modelo de desenvolvimento de carreira, quando uma pessoa, ao entrar no mercado de trabalho, busca uma escada e ao encontrá-la, vai subindo cada degrau, assumindo níveis mais altos de responsabilidade, de status ou de salário.

A partir de um comparativo realizado entre os modelos de desenvolvimento de carreira e de ciclo de vida, tais como os estudos de Erik Erikson, Daniel Levinson e Donald Super, Hall (2002) propôs um modelo integrado de desenvolvimento de carreira em quatro estágios, conforme **Figura 7**.

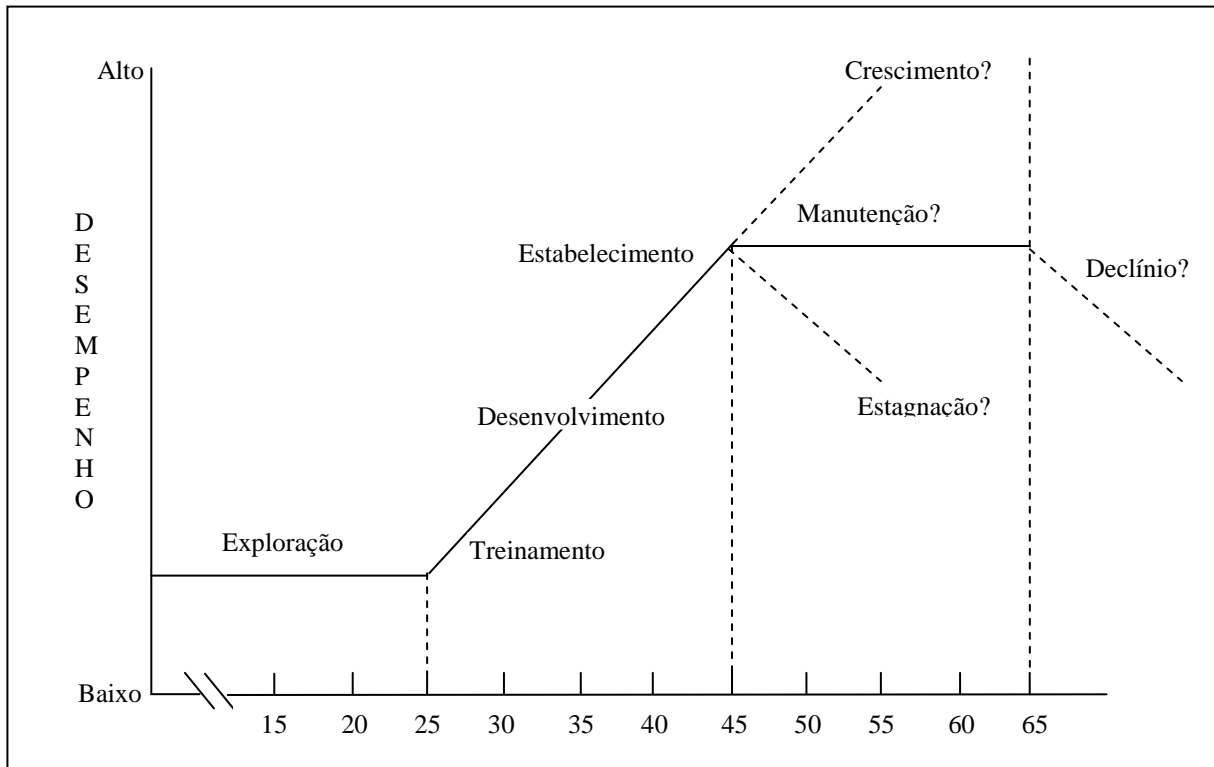


FIGURA 7 – Modelo integrado de estágios de carreira.

Fonte: Hall (2002, p. 103).

O autor explica que o modelo acima é composto de quatro estágios. O período inicial é chamado de exploração ou carreira inicial, vai do nascimento aos vinte e cinco anos de idade e representa a fase na qual ocorre o início da vida profissional de uma pessoa. Em seguida, há o estágio de desenvolvimento, que abrange a faixa entre os vinte e cinco e quarenta e cinco anos, na qual a pessoa passa por treinamentos e aprendizados até estabelecer-se profissionalmente. Dos quarenta e cinco aos sessenta e cinco anos, o indivíduo encontra-se na carreira intermediária ou fase de manutenção. Neste estágio, em termos de desenvolvimento, algumas pessoas continuam crescendo e se desenvolvendo profissionalmente e outras apenas buscam manter o que já conquistaram durante toda sua vida laboral, não sendo uma fase de muitas mudanças. Outros, já nesta fase, poderão entrar em um processo de estagnação, dando início ao estágio de declínio. Por fim, o último estágio é chamado de declínio, inicia-se aos sessenta e cinco anos e segue até o momento em que o indivíduo interrompe suas atividades laborais definitivamente. Trata-se de um período

caracterizado pelo afastamento do ambiente do trabalho, embora este possa ocorrer de várias maneiras e em momentos diferenciados, já que muitas pessoas ainda continuam trabalhando, o que corresponde a uma carreira tardia.

Esses estágios, conforme Hall (2002) não mais se apresentam definidos claramente, em virtude do caráter flexível e instável das carreiras contemporâneas. London e Stumpf (1982) ressaltam que a concepção atual de carreira envolve uma série de estágios e a ocorrência de transições que refletem necessidades, motivos, aspirações individuais e expectativas e imposições das organizações e da sociedade. Neste sentido, Evans (1996) destaca que as carreiras estão ganhando uma “natureza espiral”, em ziguezague, e não de escadas, na qual as pessoas não se vêem apenas com uma única carreira, mas sim com duas ou mais, durante o curso de suas vidas. Assim, Hall (2002) defende que, embora a noção de estágios seja ainda relevante para a compreensão do desenvolvimento das carreiras atuais, é necessário compreender que as interações entre ciclo de vida e os estágios se tornaram mais intensas e complexas.

O que se vê atualmente, como explicam Harrington e Hall (2007), é que as carreiras não se fecham em estágios ao longo do tempo, mas tornam-se flexíveis, adaptando-se a novos começos e mudanças, passando a ser vistas como uma série de ciclos de aprendizado ao longo da vida de uma pessoa. Elas não mais se desenvolvem de forma ordenada como as tradicionais teorias de carreira e desenvolvimento de estágios de vida adulta sugerem e passam a se desenvolver de forma horizontal, com metas e objetivos voltados para o crescimento, o aprendizado, o sucesso psicológico e à expansão da identidade. Segundo Hall (2002), isso ocorre porque uma das chaves para a compreensão do novo contrato de carreira é o fato de que as necessidades das pessoas e seus interesses em relação à carreira mudam ao longo do curso da mesma, de uma maneira muito mais dinâmica do que ocorria no passado.

Nesta nova perspectiva, Harrington e Hall (2007) explicam que as carreiras tendem a se tornar uma sucessão de mini-estágios (ou estágios de um curto ciclo de aprendizado) de exploração, treinamento, domínio, estabelecimento e saída, nos quais as atividades profissionais do indivíduo se movem para dentro ou fora de várias áreas de produtos, tecnologias, funções, organizações e outros ambientes de trabalho, como é mostrado na **Figura 8**, na página seguinte.

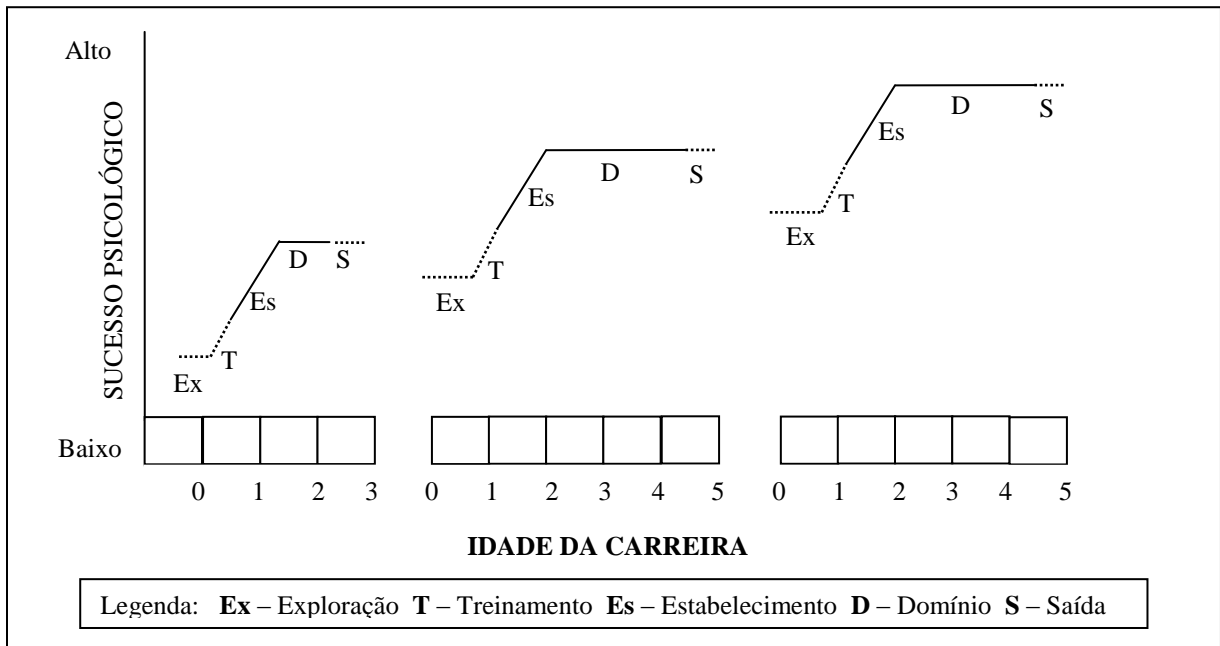


FIGURA 8 - Um modelo de carreira como ciclos de aprendizado.

Fonte: Harrington e Hall (2007, p. 187).

Nestes ciclos, a aprendizagem pode ser do tipo experiencial, principalmente na exploração da carreira. Segundo Kolb (1984), aprendizagem experiencial é o processo pelo qual o conhecimento é criado por meio da transformação da experiência. Tal definição enfatiza que o conhecimento é um processo de transformação, sendo continuamente criado e recriado. A aprendizagem transforma a experiência tanto no seu caráter objetivo como no subjetivo. Mediante experiências de imitação e de comunicação com outras pessoas e de interação com o ambiente físico, as potencialidades de desenvolvimento são estimuladas e colocadas em prática até que internalizadas como desenvolvimento efetivo independente.

A questão chave que determina um estágio de aprendizado, segundo Harrington e Hall (2007), não será a idade cronológica (na qual o período entre os 40 e 50 anos de idade pode ser considerado carreira intermediária), mas a idade da carreira, onde talvez o período de cinco anos de desenvolvimento de uma determinada atividade ou especialidade já possa ser considerado como a carreira intermediária naquela área ou atividade. Assim, a extensão do estágio de carreira passa a ser guiada pelo perfil intermediário de competência em determinada especialidade ou campo de atuação profissional.

Desta forma, Harrington e Hall (2007) explicam que rotinas de carreira nos estágios de carreira intermediária ou carreira tardia de um indivíduo podem ser interrompidas por vários gatilhos relacionados à vida pessoal ou ao ambiente, levando a exploração consciente de caminhos alternativos de ser, “de quebra de rotina” e novos ciclos de aprendizado. Essas

mudanças na carreira, conforme Hall (1995 apud MILKOVICH; BOUDREAU, 2000), são desencadeadas por uma variedade de oportunidades ou por dificuldades (gatilhos), bem como aspectos relacionados à personalidade:

- Gatilhos: mudança de função ou de empresa, mudança na vida pessoal, eventos externos, aumento do ambiente, recompensas pelas mudanças, experiência/crescimento do papel funcional, modelos de papéis, relacionamentos para o desenvolvimento, dificuldades no desempenho atual;
- Personalidade: flexibilidade, tolerância para com a ambiguidade e a incerteza, domínio e independência.

Diante do exposto, Harrington e Hall (2007) concluem que a nova carreira provavelmente não é feita de um longo ciclo de carreira contendo estágios (exploração, treinamento, estabelecimento e domínio), como descrito nas carreiras tradicionais. As carreiras hoje são compostas por muitos curtos ciclos ou episódios que duram talvez dois anos, durante os quais a pessoa aprende e domina uma nova área de trabalho. Cada episódio pode ter uma fase de exploração, um período de treinamento ou teste e um período de estabelecimento ou domínio do trabalho. Então, seja por razões externas, tais como novas tecnologias e mudanças no mercado, ou por razões internas tais como necessidades e valores pessoais ou familiares, uma pessoa pode começar a explorar um novo terreno ou atividade, em qualquer estágio de carreira.

3.2.3 Inclinações profissionais

As carreiras, mesmo evoluindo em ciclos, sofrem influências de algumas características pessoais, as quais atuam como elementos estabilizadores e norteadores das decisões acerca da vida profissional do indivíduo.

Estes elementos são as inclinações profissionais ou âncoras de carreira, definidas por Schein (1993; 1996) como o conjunto de autopercepções relativas a talentos, habilidades, motivações, necessidades e atitudes que as pessoas têm em relação ao trabalho que desenvolvem ou que buscam desenvolver. As âncoras, segundo Schein (1996), representam valores dos quais os indivíduos não estão dispostos a renunciar no momento em que tomam decisões acerca de sua carreira, mesmos que estas sejam difíceis e complexas.

Em suas pesquisas, Schein (1993; 1996) identificou oito inclinações profissionais:

- **Competência técnico-funcional** - A orientação primária dessas pessoas é a oportunidade de utilizar suas aptidões na sua área de especialização e continuar a se desenvolver cada vez mais. Não valorizam cargos gerenciais, os quais podem distanciá-las de sua área de aptidão, precisam de tarefas que estimulem seu talento, querem ser remuneradas de acordo com suas aptidões, valorizam o reconhecimento do seu trabalho através de seus pares, cursos de aperfeiçoamento e similares.
- **Competência gerencial** - Presente em indivíduos cujas capacidades incluem a aptidão analítica, o bom relacionamento interpessoal e intergrupar e equilíbrio emocional. Orientam-se pela oportunidade de alcançar níveis mais elevados em uma organização e julgam uma tarefa interessante quando a mesma é importante para o sucesso da empresa. Desejam também responsabilidades em alto grau, dentro de um trabalho desafiador, diversificado e integrador.
- **Segurança e estabilidade** - É identificada nas pessoas que sentem uma necessidade imperiosa por um emprego em uma organização que proporcione segurança e estabilidade no vínculo empregatício ao longo de sua trajetória profissional, mesmo que não ocupem altos cargos ou não exerçam funções importantes.
- **Criatividade empreendedora** - Inclinação para empreender algo, criar novos negócios, produtos ou serviços. São pessoas que possuem grande necessidade de autonomia, são obcecadas pela necessidade de criar, são inquietas, precisam continuamente de novos e criativos desafios, são autocentradas, querem se projetar, procuram reconhecimento e consideram que a questão mais importante é o seu empreendimento seguido do acúmulo riquezas.
- **Autonomia e independência** - Orientação de pessoas que sentem uma necessidade de fazer as coisas de seu jeito, dentro do seu ritmo e de acordo com seus próprios padrões. Portanto, priorizam sua liberdade, autonomia e independência. Preferem seguir carreiras mais independentes, são atraídas por trabalhos autônomos e não suportam supervisão rigorosa.
- **Estilo de vida** - É identificada em indivíduos que buscam equilibrar e conciliar suas necessidades pessoais e profissionais, logo integram as necessidades do trabalho com as necessidades individuais e familiares, podendo em alguns momentos sacrificar a carreira em prol da sua percepção do melhor modo de viver.

- Puro desafio - A motivação desse grupo, formado por pessoas competitivas, é voltada para transpor obstáculos difíceis, solucionar problemas aparentemente insolúveis, ou vencer adversários implacáveis. Sua ocupação precisa proporcionar oportunidades constantes de provarem sua capacidade, já que as mesmas são motivadas pela vontade de superar as dificuldades.
- Vontade de servir - Em serviço e dedicação a uma causa os indivíduos sentem-se satisfeitos em contribuir para a melhoria da sociedade, em tornar o mundo um lugar melhor para viver, ajudando os outros, solucionando questões ambientais e sociais. As pessoas incluídas nessa inclinação não se afastam de atividades que envolvam esses valores.

Kilimnik, Castilho e Sant'anna (2004) afirmam que, na vida profissional de uma pessoa, a âncora pode ser utilizada como uma forma de organizar experiências, identificar áreas de contribuição ao longo de sua trajetória, gerar critérios para tipos de trabalho e identificar padrões de ambição e sucesso que a pessoa pode determinar para si mesma. Elas servem, portanto, para guiar, balizar, estabilizar e integrar a carreira de uma pessoa.

Portanto, como explica Milkovich e Boudreau (2000), as pessoas tendem a buscar papéis funcionais que estejam relacionados à sua âncora ainda que, como os navios, elas possam mover-se em torno dela. Mudar para outra âncora requer esforço e uma reavaliação fundamental das motivações profissionais.

3.3 O empreendedor

Empreender, conforme Dornelas (2003, p. 35), “significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor”.

Segundo Colbari (2007), o termo empreendedor e seus derivados possuem significados sem pontos consensuais na literatura acadêmica e no debate público em geral. Isso ocorre porque, segundo Hisrich e Peters (2004), o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo é paralelo, em grande parte, ao próprio desenvolvimento do termo.

O termo empreendedorismo, para Danjou (2002), pode ser entendido em três diferentes abordagens: do contexto, do ator e da ação.

A abordagem do contexto, com origem da economia, na sociologia e antropologia, procura analisar o impacto das atividades empreendedoras sobre o contexto econômico ou os contextos mais favoráveis para o empreendedorismo. Nesta perspectiva, destaca-se o trabalho de Joseph Schumpeter, expressivo economista que, no início do século XX, associou o empreendedor à ação inovadora ou criativa.

Conforme Degen (1989) e Bom Angelo (2003), Schumpeter afirmou que o empreendedor é responsável pelo processo de destruição criativa, o qual representa o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, criando constantemente novos e melhores produtos e serviços, novos mercados e novos métodos de produção, oferecendo, assim, alternativas aos métodos menos eficientes e mais caros. Esse processo não tem fim, pois a criatividade permite sempre a geração de um produto melhor e mais barato.

Acerca dos contextos mais favoráveis para o empreendedorismo, Dolabela (2008, p. 23) destaca que “o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, terá motivação para criar seu próprio negócio. Assim, conforme o autor, o empreendedorismo “é um fenômeno local, ou seja, existem cidades, regiões, países mais – ou menos – empreendedores do que outros”.

Independentemente de definições e análises acerca do contexto, o empreendedorismo se destaca pelo seu relevante papel no desenvolvimento econômico (BOM ANGELO, 2003; DORNELAS 2003; 2005; HISRICH; PETERS, 2004, BARROS; PEREIRA, 2008; KURATKO, 2009). Sobre este aspecto, Timmons (1994) chega a afirmar que o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais que a Revolução Industrial foi para o século XX.

Colbari (2007, p. 76) amplia essa noção de desenvolvimento, pois ressalta que o empreendedorismo é “uma força social desencadeada por comportamentos, atitudes e valores que conduzem à inovação e à mudança, potencializando a geração de riqueza e a ação transformadora das condições sociais e políticas”. Para Drucker (2005, p. 17), “o surgimento da economia empreendedora é um evento tanto cultural e psicológico, quanto econômico ou tecnológico. Contudo, sejam quais sejam suas causas, os efeitos estão acima de todos os de ordem econômica”.

Durante muito tempo, a associação entre empreendedorismo e economia foi aceita como padrão (KURATKO, 2009) e até 1950, as definições de empreendedorismo e empreendedor eram oriundas da economia (HISRICH; PETERS, 2004). No entanto, conforme Greatti e Previdelli (2004), os economistas não conseguiram criar uma ciência baseada no comportamento dos empreendedores, deixando uma lacuna que começou a ser preenchida pelos comportamentalistas. A partir daí, segundo Hisrich e Peters (2004), os conceitos de empreendedorismo e empreendedor passam a ficar mais refinados, pois passam a ser considerados aspectos relacionados à perspectiva empresarial, administrativa, pessoal e comportamental.

Origina-se, dessa forma, a perspectiva do ator, a qual, segundo Danjou (2002), é influenciada pela psicologia e centra-se na figura do empreendedor, buscando identificar e analisar as características ou traços de sua personalidade.

Conforme Filion (1999), Max Weber foi um dos primeiros a se voltarem para a compreensão das causas do comportamento empreendedor. Weber (2004) identificou o sistema de valores como componente essencial para a explicação do comportamento empreendedor e afirmou que a crença religiosa (o trabalho ético protestante) era um fator motivador das ações empreendedoras (WEBER, 2004). Segundo Filion (1999), Max Weber via os empreendedores como inovadores, pessoas independentes cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal.

Nesta abordagem que trata do ator, destaca-se a contribuição expressiva de McClelland (1961), que definiu o empreendedor como alguém que exerce controle sobre uma produção que não seja só para o seu consumo pessoal e que também identificou vários comportamentos e competências comuns aos empreendedores de sucesso, agrupando-as em três conjuntos de necessidades: de realização, de planejamento e de poder.

A partir destas primeiras contribuições, foram formuladas várias outras definições para o termo empreendedor, nas quais são enfatizados muitos aspectos comportamentais. Dornelas (2005, p. 39), por exemplo, define o empreendedor da seguinte maneira:

O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: 1) iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; 2) utiliza os recursos necessários disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive; 3) aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

De forma semelhante, Kuratko (2009) define o empreendedor como um inovador, alguém que desenvolve algo e que reconhece e apreende oportunidades e as transforma em idéias exequíveis e negociáveis, gerando valor por meio do tempo, esforço, dinheiro ou habilidades empregadas na sua atividade, assumindo os riscos inerentes a um mercado competitivo para implementar suas idéias e obtendo as recompensas geradas por estes esforços. Ainda conforme o autor, os empreendedores são indivíduos que reconhecem uma oportunidade onde outros vêem caos e atuam como agressivos catalisadores das mudanças no mercado.

Drucker (2005, p. 36) se refere ao empreendedor a partir do conceito de espírito empreendedor, o qual é apresentado como uma característica distinta, ou seja, “qualquer indivíduo que tenha à frente uma decisão a tomar pode aprender a ser um empreendedor e se comportar empreendedorialmente”. Segundo o autor, o empreendedor vê a mudança como norma e como sendo sadia. Ele está sempre buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade.

Filion (1991, p. 64) apresenta uma definição mais ampla e se referiu ao empreendedor “como alguém que concebe, desenvolve e realiza visões”. Mais tarde, o autor ampliou sua definição (FILION, 1999, p. 21):

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para de detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.

Dolabela (2008) desenvolveu um conceito de empreendedor que, segundo ele, permite descrever o transbordamento do tema da empresa para todas as atividades humanas: “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade” (DOLABELA, 2008, p. 23). Ainda conforme o autor:

O empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar conseqüências. Em suma, alguém que acredita que pode alterar o mundo. É protagonista e autor de si mesmo e, principalmente, da comunidade em que vive (DOLABELA, 2008, p. 24).

Conforme Danjou (2002), o empreendedorismo compreende, antes de mais nada, o fato de que indivíduos realizam ações concretas. Assim, separar o indivíduo do processo empreendedor é tomar abstrato aquele que sustenta a aventura pessoal e coletiva. Dessa forma,

focar-se, sobre o homem fora de sua ação é reduzi-lo às suas potencialidades e tomar o risco de se fechar dentro de modelos explicativos determinantes, estabelecendo ligações de causalidade muito estreitas entre as características psicológicas de um indivíduo e sua ação empreendedora.

Com este argumento, Danjou (2002) também se refere ao empreendedorismo, a partir da abordagem da ação empreendedora, a qual se origina dos estudos organizacionais. As pesquisas nesta abordagem, segundo o autor, abordam o processo empreendedor, ou seja, como o empreendedor, a partir da identificação de uma oportunidade no ambiente de negócios, desenvolve e gerencia as ações necessárias para concretizar sua idéia.

Na perspectiva da ação empreendedora, Ronstadt (1984) define o empreendedorismo como um processo dinâmico de criar mais riqueza. Esta riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que provêm valor para algum produto ou serviço. O produto ou serviço pode ou não ser novo ou único, mas o valor deve de algum modo ser infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários.

Hisrich e Peters (2004, p. 29), por sua vez, definem o empreendedorismo como o “processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessário, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação econômica e pessoal”.

Ainda na perspectiva processual, Kuratko (2009) afirma que o empreendedorismo é um processo dinâmico de visão, mudança e criação e requer aplicação de energia e paixão, os quais são direcionados para a criação e implementação de novas idéias e soluções criativas. Para tanto, são necessários alguns “ingredientes”: vontade de assumir riscos calculados em termos de tempo, equidade ou carreira; habilidade de formular empreendimentos efetivos; habilidade criativa de conseguir recursos necessários; construção de um plano de negócios consistente e visão e capacidade para reconhecer oportunidades onde as outras pessoas vêem contradição, caos e confusão.

Spinelli Jr, Neck e Timmons (2007) propuseram um modelo de processo empreendedor no qual se deve priorizar a análise de três fatores fundamentais: oportunidade, equipe empreendedora e recursos. A oportunidade deve ser avaliada para que se possa tomar a decisão de continuar ou não com o projeto. A equipe empreendedora é formada por quem,

além do empreendedor, atuará em conjunto no projeto. Por fim, tem-se a questão dos recursos, ou seja, como e aonde a equipe irá obtê-los.

Diante do exposto, pode-se constatar que o pensamento de Danjou (2002) é coerente por tratar o empreendedorismo como um fenômeno complexo que não pode ser analisado ou estudado de forma simplificada ou reducionista, já que envolve aspectos históricos, culturais, políticos, sociais, econômicos e comportamentais. Neste sentido, diante da amplitude do tema, Filion (1999) prefere se referir ao empreendedorismo como o campo que estuda os empreendedores, examinando suas atividades, características, efeitos sociais e econômicos e os métodos de suporte usados para facilitar a expressão da atividade empreendedora.

3.4 Empreendedorismo como carreira

De acordo com Chanlat (1995), a carreira empreendedora tem foco no indivíduo e na trajetória baseada em talentos e capacidades individuais, tendo como elemento central de ascensão a criação de novos valores e a inovação em termos de produtos, serviços e processos.

O referido autor ressalta que a carreira empreendedora é constitutiva da sociedade capitalista liberal e de sua ideologia de sucesso individual. No decorrer do século XIX, ela foi particularmente valorizada, pois era a ilustração da superioridade liberal sobre a sociedade aristocrática feudal. O sucesso não era mais fruto do nascimento, mas sim resultado do talento, do trabalho e da poupança de um indivíduo honesto. No entanto, no século XX, a carreira do tipo empreendedor, sem desaparecer, foi largamente substituída pelas carreiras burocrática e profissional. A complexidade dos problemas, a concentração das empresas, a expansão do Estado relegaram esta carreira ao segundo plano.

Há alguns anos, a carreira de empreendedor, após ter sido eclipsada pela expansão das grandes organizações, parece ressurgir de maneira interessante. Fatores como as dificuldades do setor público, a crise do Estado-Providência, as dispensas maciças em certas indústrias e a concorrência internacional parecem ter impulsionado, por sua vez, os governos, as empresas e as sociedades para valorizarem novamente esse tipo de carreira (CHANLAT, 1995).

Muitas das causas da tendência do crescimento das carreiras empreendedoras estão ligadas às mudanças sociais, econômicas, culturais e políticas que, como enfatizam Greenhaus

e Callanan (1994), Chanlat (1995) e Evans (1996), resultaram na evolução do conceito de carreira, conforme apresentado em subseções anteriores. Filion (2005) ressaltou alguns dos fatores que contribuíram para o aumento do número de empreendedores: o desenvolvimento da tecnologia; as mudanças organizacionais que deixaram as empresas mais flexíveis; o aumento da instabilidade nos empregos; o aumento do nível de qualificação das pessoas; o fato de que algumas das pessoas que se aposentam precocemente estão dispostas a montarem um negócio próprio; a limitação de crescimento apresentada por alguns papéis organizacionais que se caracterizam por restrições e insatisfações; a necessidade de mais liberdade no sentido de buscar um trabalho que ofereça oportunidade de crescimento e alcance de ambições; o desejo de possuir autonomia sobre sua vida; o fato de que as pessoas passaram a trabalhar mais em casa, com menos estresse, ainda que ganhem menos dinheiro; e a busca por um maior equilíbrio e estabilidade na vida pessoal e profissional.

Acerca da diversidade de opções e áreas de atuação relacionadas à carreira empreendedora, Filion (2005) destaca que, no passado, este tipo de carreira normalmente estava associada ao trabalho em um pequeno negócio, pois como explica Dolabela (2008), o termo empreendedorismo surgiu no meio empresarial. No entanto, Franco (apud COZZI; ARRUDA, 2004) assevera que, atualmente, o empreendedorismo estende-se para outros campos como o social, o governamental, o cívico e até o público.

Surgiram assim, como explica Filion (2005), novas formas de empreendedorismo, incluindo negócios de família, micro-empresas, o auto-emprego, empreendedorismo ecológico, empreendedorismo tecnológico, cooperativas, empreendedorismo de grupo, empreendedorismo social, assim como vários outros tipos de empreendedorismo. Cozzi e Arruda (2004) também ressaltam esse aumento da abrangência do termo empreender, o qual passa a incluir vários grupos, tais como empregados de empresas privadas (empreendedor corporativo ou intra-empreendedor), de instituições públicas e do terceiro setor, os que estão nas funções de ensino, pesquisa, dentre outros.

A partir dessa expansão, Chanlat (1995) explica que se passou a ter uma concepção mais ampla acerca da carreira empreendedora, na qual estão inseridos os artistas, os fundadores de empresas culturais, comunitárias ou beneficentes, bem como os artesãos, os comerciantes e os proprietários de pequenas e médias empresas, dentre outros.

Quanto às particularidades da carreira empreendedora, Greenhaus e Callanan (1994) apresentam uma série de características que a distinguem das carreiras tradicionais, nas quais o indivíduo é empregado de uma organização, mostrando como a carreira empreendedora está inserida na concepção contemporânea de carreira. Tais características são:

- Alto grau de comprometimento pessoal - As carreiras empreendedoras são marcadas por um alto grau de compromisso pessoal com o sucesso do empreendimento, uma vez que a carreira e o negócio estão interligados. Nesse sentido, a carreira é o negócio e o negócio é a carreira. O sucesso ou a falha em um destes dois domínios implica no sucesso ou falha do outro. Assim, a carreira empreendedora envolve, substancialmente, um alto grau de risco (falha pessoal, perdas financeiras e turbulências na carreira);
- Menor grau de estruturação, previsibilidade, e apoio - Se comparada ao que um emprego tradicional em uma organização poderia oferecer, a carreira empreendedora apresenta um baixo grau de estruturação, previsibilidade e suporte;
- Tendência para a ação e a inovação - Os empreendedores devem possuir uma grande tendência para a ação e a inovação, no sentido de ter a habilidade de responder rapidamente às mudanças ambientais;
- Realização de uma série de papéis funcionais simultaneamente - o empreendedor desempenha, simultaneamente, um grande número de papéis. Mais precisamente, o empreendedor é, ao mesmo tempo, responsável pela produção, marketing, contabilidade, recursos humanos e planejamento do negócio, ao passo que as pessoas que optaram por uma carreira dentro de uma organização, geralmente desempenham apenas um papel funcional por vez.

Segundo Fillion (2005), uma carreira empreendedora é algo que é enxertado dentro de um campo existente de especialidade ou carreira. Isto envolve montar um negócio num campo familiar ao indivíduo. A melhor previsão para o sucesso do negócio é o nível de especialização da pessoa no setor. É mais difícil ser vitorioso em um negócio relacionado a um campo que não se conhece. A faceta empreendedora de uma carreira é, portanto baseada numa combinação de *know-how*, conhecimento próprio e visão do futuro.

Chanlat (1995, p. 75), destacando a relevância da carreira empreendedora, ressalta que a “nossa sociedade parece fazer desta, a grande carreira, por excelência”, já que a

precarização cada vez maior do trabalho e uma taxa de desemprego tenaz podem levar as pessoas a criarem seu próprio emprego.

Serão apresentados a seguir, alguns dos elementos caracterizadores da carreira empreendedora, com base nos conteúdos presentes na literatura que trata dos temas carreira e empreendedorismo, como uma tentativa de elaboração de um quadro teórico acerca do tema. Destacam-se as motivações para empreender, considerando as características do indivíduo, dentre elas o comportamento e o perfil empreendedor. Em seguida, parte-se para os aspectos ambientais que motivam a ação empreendedora e as recompensas possíveis neste tipo de carreira.

3.4.1 Fatores motivadores da decisão de empreender

Torna-se empreendedor significa experimentar uma carreira bastante diferente da carreira tradicional, na qual o indivíduo desenvolve suas atividades laborais no interior de uma organização. Na visão de Kuratko (2009), exposta na **Figura 9**, a decisão de se comportar “empreendedorialmente” é o resultado de um conjunto de fatores que inclui características pessoais (CP), o ambiente no qual o indivíduo está inserido (Ambiente Pessoal - AP), os negócios relevantes neste ambiente (NA), os objetivos e metas pessoais traçados (MP) e a existência de idéias viáveis (IDÉIA).

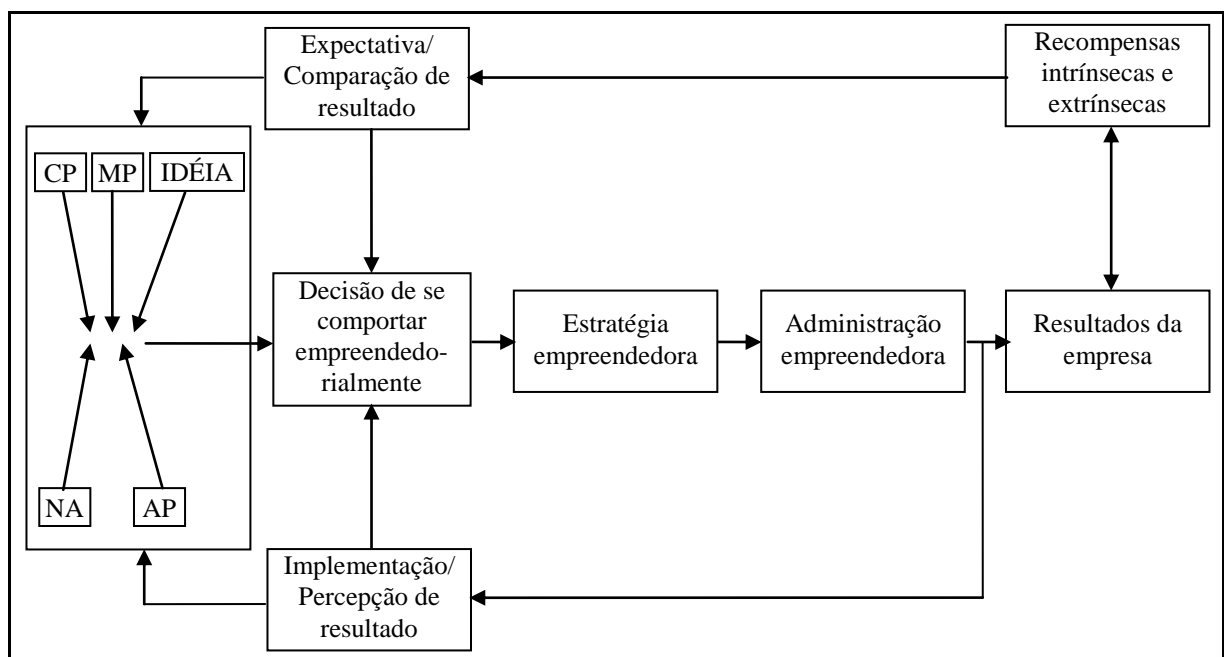


FIGURA 9 – Um modelo de motivação empreendedora.

Fonte: Adaptado de Kuratko (2009, p. 45).

Ainda conforme o autor, o indivíduo também compara sua percepção de resultados prováveis com as expectativas pessoais existentes em sua mente. Em seguida, o aspirante a empreendedor observa a relação entre o comportamento empreendedor que ele deve assumir e os resultados esperados. As expectativas dos empreendedores são finalmente comparadas com os resultados atuais ou percebidos do empreendimento. O comportamento empreendedor futuro é baseado nos resultados destas comparações. Quando os resultados atendem ou ultrapassam as expectativas, o comportamento empreendedor é reforçado positivamente e o indivíduo é motivado a continuar se comportando de maneira empreendedora. Quando as expectativas não são atendidas, a motivação do empreendedor diminuirá e isto impactará na decisão de continuar agindo como empreendedor.

Greenhaus e Callanan (1994) ressaltam que muitas pesquisas têm sido desenvolvidas com o objetivo de verificar se a decisão de tornar-se um empreendedor depende de traços e características dos indivíduos propensos a empreender ou se estes são influenciados pelo meio em que vivem, ou ainda, se há uma combinação de ambos os fatores. Sobre esta questão, Bygrave (2004) salienta que, assim como o comportamento humano, o empreendedor é fruto de características pessoais do indivíduo e do ambiente que o cerca, ou seja, a decisão de empreender, como explica Dornelas (2005), não ocorre por acaso, mas devido a fatores externos, ambientais e sociais, a aptidões pessoais ou a um somatório de todos esses fatores, os quais são críticos para o surgimento e crescimento de um novo empreendimento.

Assim, a decisão de ingressar na carreira empreendedora está relacionada tanto às características do indivíduo quanto ao contexto no qual ele está inserido. Considerando a proposta de Kuratko (2009), as características pessoais (CP), os objetivos e metas pessoais traçados (MP) e a existência de idéias viáveis (IDÉIA) correspondem aos fatores relacionados ao indivíduo. O ambiente no qual o indivíduo está inserido (Ambiente Pessoal - AP) e os negócios relevantes neste ambiente (NA) correspondem aos fatores ambientais que podem interferir na decisão de empreender. Tais fatores serão detalhados a seguir, sendo que os mesmos foram agrupados em três grupos: comportamento empreendedor, características individuais não comportamentais e aspectos ambientais.

3.4.1.1. Comportamento empreendedor

Greenhaus e Callanan (1994) ressaltam que várias pesquisas têm demonstrado que os empreendedores possuem certas características psicológicas, traços de personalidade e atitudes que os predispõem a embarcar na carreira empreendedora.

Conforme Paulino e Rossi (2003, p. 4), freqüentemente se faz uma relação direta entre o sucesso de um empreendimento e os atributos e comportamentos de seus empreendedores. No caso de empresas de pequena dimensão, as características individuais têm uma estreita e forte relação, principalmente nas primeiras etapas do seu desenvolvimento, quando acredita-se que sua debilidade ou vigor é também a do empreendedor. Sua personalidade, portanto, configurará a imagem da empresa, os valores e o comportamento social do empreendimento.

Alguns dos aspectos comportamentais que motivam a opção pela carreira empreendedora são apresentados no **Quadro 2**.

ASPECTOS COMPORTAMENTAIS QUE CONTRIBUEM PARA A DECISÃO DE EMPREENDER	
Elevada necessidade de realização – trabalhar com o que gosta é o melhor retorno possível, pois o retorno financeiro é consequência do seu desempenho e esforço na carreira.	McClelland (1961); Filion (1999); Greatti (2005)
Necessidade de autonomia e independência, no sentido de desejar trabalhar para si mesmo e de ter liberdade de escolha, de tomar decisões, de expressar-se, de não estar subordinado à supervisão direta e aos processos burocráticos	McClelland (1961), Greenhaus e Callanan (1994); Filion (1999); Bygrave (2004); Hisrich e Peters (2004); Dornelas (2005)
Necessidade de criar algo novo (negócios, produtos, serviços ou soluções criativas) e pôr em prática idéias próprias.	Degen (1989); Schein (1993; 1996); Dolabela (1999); Kuratko (2009)
Lócus de controle interno: empreendedores acreditam que podem controlar o ambiente ao seu redor e seu destino, por meio de suas próprias ações e comportamentos	Bygrave (2004); Maciel (2007)
Inclinação profissional empreendedora, a qual reflete um desejo de ter liberdade e autonomia para construir uma organização ou criar novos negócios baseados na imagem que o empreendedor tem de si mesmo	Schein (1993; 1996), Greenhaus e Callanan (1994)
Propensão para assumir riscos calculados (financeiros, psicológicos e sociais). Os empreendedores, diante da necessidade de realização e autonomia, abrem mão da segurança pelo risco do negócio próprio.	McClelland (1961); Filion (1999); Klerk e Kruger (2002); Bohlander, Snell e Sherman (2003); Hisrich e Peters (2004); Drucker (2005); Greatti (2005); Kutatko (2009)
Tolerância à ambigüidades e incertezas, a qual corresponde à capacidade para lidar com situações conflituosas e resolver problemas.	Filion (1999); Timmons e Spinelli (2003); Bygrave (2004)

QUADRO 2 – Fatores comportamentais que contribuem para a decisão de empreender.

Fonte: Elaborado pela autora, a partir da bibliografia consultada.

ASPECTOS COMPORTAMENTAIS QUE CONTRIBUEM PARA A DECISÃO DE EMPREENDER	
Comprometimento e dedicação - empreender exige tempo, esforços e energia necessários para transformar idéias e oportunidades em negócios	Timmons e Spinelli (2003); Bygrave (2004); Dornelas (2005)
Forte interesse ou identificação por um produto ou atividade - o indivíduo se identifica tanto com um produto ou serviço que provê-los torna-se, naturalmente, uma opção de carreira.	Greenhaus e Callanan (1994); Bygrave (2004); Dornelas (2005)
Criatividade e capacidade adaptativa (flexibilidade, abertura para mudanças, soluciona problemas de forma criativa)	Timmons e Spinelli (2003)

QUADRO 2 – Fatores comportamentais que contribuem para a decisão de empreender (cont.).

Fonte: Elaborado pela autora, a partir da bibliografia consultada.

Os aspectos comportamentais destacados acima são também apresentados na literatura como alguns dos atributos do perfil ideal de um empreendedor de sucesso. No entanto, a análise dos diferentes perfis propostos por autores como McClelland (1961), Filion (1999), Timmons e Spinelli (2003), Bygrave (2004) e Dornelas (2005), os quais se encontram no **Apêndice C**, revelam que o perfil ideal de um empreendedor deve ser constituído não apenas de aspectos comportamentais, mas também de habilidades técnicas e administrativas, como propõem Hisrich e Peters (2004).

No entanto, Feuerschütte e Godoi (2007), afirmam que apenas a presença de tais atributos não garante o sucesso na carreira empreendedora, já que as competências empreendedoras, assim como as demais, estão relacionadas à ação de colocar em prática o conhecimento em uma determinada situação. Ainda conforme os autores:

o indivíduo empreendedor é tido como detentor de determinados atributos que lhe predis põem ao sucesso e à eficiência, sendo freqüentemente desafiado a enfrentar situações complexas que podem transformar-se em espaços para “empreender”, ou seja, para realizar ações que expressam aqueles atributos ou características. Essa dinâmica vai ao encontro da noção da competência humana, cuja expressão está na articulação de um conjunto de características individuais que só são percebidas quando contextualizadas e atribuídas de significado em uma efetiva aplicação à realidade (FEUERSCHÜTTE; GODOI, 2007, p. 1).

Na tentativa de estruturar as perspectivas conceituais existentes, Pardini e Brandão (2007) classificaram as competências empreendedoras em duas dimensões: aquelas associadas à visão do ambiente dos negócios e aquelas relativas ao ato de colocar em prática as ações idealizadas. As primeiras estão relacionadas à capacidade de visualizar o ambiente que antecede o processo de decisão e envolve as ações de detectar oportunidades, utilizar informações e saber lidar com situações de risco. As segundas referem-se à ação estratégica, ou seja, os elementos essenciais para a concretização da visão empreendedora, tais como criatividade, motivação e inovação.

Contudo, mesmo que a presença destas competências e atributos seja essencial à atividade empreendedora e contribua para o sucesso do empreendedor, não se pode afirmar que o sucesso de um empreendimento será consequência direta de determinados atributos técnicos ou comportamentais do empreendedor (PESSOA; GONÇALVES, 2004). Neste sentido, Filion (1999) explica que ainda não se pode avaliar um indivíduo e afirmar com certeza que o mesmo vai ser bem-sucedido como empreendedor ou não, mas pode-se dizer se esse indivíduo tem as características mais comumente encontradas nos empreendedores:

Embora nenhum perfil científico tenha sido traçado, as pesquisas têm sido fonte de várias linhas mestras para futuros empreendedores, ajudando-os a situarem-se melhor. A pesquisa sobre empreendedores bem-sucedidos [...] permite aos empreendedores em potencial e aos empreendedores de fato, identificarem as características que devem ser aperfeiçoadas para obtenção de sucesso (FILION, 1999, p. 10).

A esta discussão, Dolabela (2008) acrescenta que, embora ainda incapazes de estabelecer relações de causa e efeito, as pesquisas desenvolvidas por acadêmicos e praticantes das mais diversas correntes conseguem encontrar pontos em comum no que diz respeito às principais características dos empreendedores de sucesso. Ainda conforme o autor, mesmo sem conotações determinísticas, esses traços têm contribuído para a identificação e a compreensão do comportamento dos empreendedores.

Além disso, Hashimoto (2006) destaca a inexistência de sujeitos detentores de todas essas características. Segundo o autor, o que existe são pessoas dotadas das características mais apropriadas para um determinado momento e lugar. O empreendedor surge em um contexto no qual suas habilidades são evidenciadas, de forma que as pessoas possam presenciá-las e associá-las a sua imagem. Nesta perspectiva, não há qualquer restrição com relação à idade, sexo, origem social, geografia, educação, credo, cor ou etnia. Pode-se dizer que qualquer pessoa é um empreendedor em potencial, assim como qualquer pessoa pode passar sua vida inteira sem demonstrar suas características empreendedoras.

Dolabela (2008) ainda destaca o aprendizado, afirmando que muitas das características que formam o perfil empreendedor podem ser aprendidas ou desenvolvidas: “o conjunto que compõe o instrumental necessário ao empreendedor de sucesso - o *know-how* tecnológico e o domínio de ferramentas gerenciais – é visto como consequência do processo de aprendizado de alguém capaz de atitudes definidoras de novos contextos” (DOLABELA, 2008, p. 31). Assim, o desenvolvimento de competências empreendedoras faz-se necessário, pois como explicam Bringhenti, Lapolli e Friedlaender (2005), ser empreendedor não é uma

atividade fácil. Pessoas que se habituaram a ver o mundo a sua volta sob a perspectiva de empregados, sem maior envolvimento com os negócios da empresa como um todo, acabam percebendo que ser empreendedor é muito mais complexo do que parece à primeira vista.

3.4.1.2 Características individuais não comportamentais

Além dos fatores citados, existem ainda outros atributos não comportamentais, mas que também exercem influência na decisão de empreender, tais como idade, formação, histórico profissional e insatisfação com empregos anteriores.

Em relação à idade, Bygrave (2004) explica que a decisão de começar um novo negócio parece mais fácil aos vinte e cinco anos, quando geralmente se está solteiro e sem dependentes, e esta se torna difícil quando se tem 45 anos, casado (a), com filhos e responsabilidades financeiras em relação à moradia, saúde, impostos, seguro e outros. Além disso, Longenecker, Moore e Petty (1997) destacam que o jovem é desencorajado a iniciar uma carreira empreendedora por sua falta de experiência e acesso a recursos financeiros. Em contrapartida, pessoas de mais idade podem não estar dispostas a assumir o risco de abrir um negócio próprio e perder o patrimônio conquistado ao longo do tempo.

Em relação à formação, Souza (2001 apud BOHNENBERGER; SCHIMIDT; FREITAS, 2007) explica que algumas atividades desenvolvidas no âmbito da universidade podem contribuir positivamente para a formação empreendedora, como a realização de seminários com empresários de sucesso e os estudos de casos em sala de aula. Hisrich e Peters (2004) explicam que um fato que pode resultar na formação de empresas é a conclusão de um grau de educação: um estudante que não é promovido após concluir o mestrado, por exemplo, fica frustrado e decide demitir-se, abrindo uma nova empresa.

O histórico profissional, conforme Hisrich e Peters (2004), mostra-se relevante na análise das decisões de empreender na medida em que os empreendedores tendem a ter maior probabilidade de sucesso quando o empreendimento criado se situa em seu campo de atuação profissional. Por outro lado, Bygrave (2004) afirma que, quando se trabalha em determinado setor/ atividade há bastante tempo e se conhece as dificuldades inerentes ao mesmo, pode haver certo pessimismo em relação ao sucesso na área.

Outro aspecto relacionado às experiências profissionais é a insatisfação com o emprego, a qual está relacionada a aspectos como falta de desafios ou oportunidades de promoção, frustração, tédio, rebaixamento de cargo, transferência para local indesejado e outros (HISRICH; PETERS, 2004). Essa insatisfação, conforme Brockhaus e Horwitz (1986) aparece como a principal fonte impulsionadora do auto-emprego, pois parece não somente afastar o empreendedor de seus postos de trabalho anteriores, mas também convencê-lo de que nenhum outro emprego poderá satisfazê-lo. Assim, a única solução viável seria tornar-se dono de seu próprio negócio, ou seja, empreender também como uma forma de se atingir a satisfação por meio do trabalho. Ainda conforme os autores, a dificuldade do empregador em compreender a personalidade empreendedora leva a um ambiente de trabalho cheio de frustrações, privando a empresa de um empregado capacitado e também, geralmente, criando novos concorrentes, visto que muitos empreendedores começam seus próprios negócios em áreas nos quais os mesmos já possuem um certo conhecimento e familiaridade.

3.4.1.3 Aspectos ambientais

Bringhenti, Lapolli e Friedlaender (2005) afirmam que o comportamento do indivíduo é resultado da interação das suas características de personalidade com o ambiente externo e é afetado por aspectos psicológicos, biológicos, sociológicos, antropológicos, econômicos e políticos. Assim, autores como Greenhaus e Callanan (1994), Bygrave (2004), Dornelas (2005) e Kuratko (2009) afirmam que o ambiente exerce grande impacto o indivíduo, influenciando também suas escolhas em relação à carreira empreendedora.

Alguns dos fatores ambientais que agem como motivadores da decisão de empreender são apresentados no **Quadro 3**.

ASPECTOS AMBIENTAIS QUE CONTRIBUEM PARA A DECISÃO DE EMPREENDER	
Os empreendedores parecem ter um modelo, alguém que os influencia a tomar a decisão de empreender. Podem atuar como modelos: familiares, amigos, outros empreendedores, líderes ou figuras importantes.	Filion (2000); Greenhaus e Callanan (1994); Hisrich e Peters (2004); Dornelas (2005); Dolabela (2008)
Ambiente familiar favorável – o fato de ter pais empreendedores pode influenciar a decisão a empreender porque a natureza independente e a flexibilidade do trabalho autônomo são absorvidas ainda em idade precoce.	Silveira e Biehl (2003);), Hisrich e Peters (2004); Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007)
Perda de emprego e dificuldades de inserção do mercado de trabalho.	Filion (1999); Dornelas (2007); GEM (2008)

QUADRO 3 – Aspectos ambientais que contribuem para a decisão de empreender.

Fonte: Elaborado pela autora, a partir da bibliografia consultada.

ASPECTOS AMBIENTAIS QUE CONTRIBUEM PARA A DECISÃO DE EMPREENDER	
Detecção e visualização de uma oportunidade que pode ser explorada e transformada em negócio.	Filion (1999); Dornelas (2007); GEM (2008)
O ambiente social, econômico e político - clima econômico do mercado, acesso a crédito, acesso a informações/conhecimentos relevantes, valorização social do empreendedor, ambiente ou cultura que encoraja e suporta as pessoas em seus esforços de lançar novos negócios, etc. Inclui também a percepção, identificação e avaliação da oportunidade do negócio e existência de políticas públicas de incentivo aos novos negócios.	Oliveira e Guimarães (2003); Rodrigues e Wetzel (2003)

QUADRO 3 – Aspectos ambientais que contribuem para a decisão de empreender (cont.).

Fonte: Elaborado pela autora, a partir da bibliografia consultada.

Dos fatores mencionados acima, a perda de emprego e a detecção de oportunidades ou idéias que podem ser exploradas e transformadas em negócio remetem a dois tipos de empreendedorismo: voluntário e involuntário (FILION, 1999) ou por oportunidade e por necessidade (DORNELAS, 2007; GEM, 2008). Segundo Filion (1999), a categoria involuntária é um produto dos anos 1990 e é composta principalmente de recém-formados e pessoas demitidas após fechamento ou reestruturação de corporações e que não foram capazes de encontrar empregos, sendo, portanto, forçadas a criá-los. De forma semelhante, a pesquisa GEM (2008) refere-se a esse grupo de pessoas como empreendedores por necessidade. Segundo Dornelas (2007), estas pessoas envolvem-se em negócios informais, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo como resultado pouco retorno financeiro.

O outro extremo da atividade empreendedora é formado por um grupo de empreendedores que iniciou sua atividade para melhorar sua condição de vida ao observar uma oportunidade para empreender (GEM, 2008), ou seja, são empreendedores voluntários (FILION, 1999). Dornelas (2007) refere-se a estas pessoas como empreendedores que aprendem, pois são indivíduos que, ao se depararem com uma oportunidade de negócio, tomaram a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio.

Após a análise dos fatores descritos anteriormente, percebe-se, de forma mais clara, que a decisão de empreender é influenciada tanto por características individuais, sejam elas comportamentais ou não, como por aspectos ambientais. Certas pessoas podem ter uma influência mais forte por um ou outro fator ou conjunto deles, de forma que é necessário compreender que a motivação para empreender não está associada à presença de todos esses fatores em um mesmo indivíduo.

Além disso, Dolabela (2008, p. 23) também explica que o empreendedorismo é um fenômeno local, ou seja, existem cidades, regiões, países mais – ou menos – empreendedores

que outros, e cultural, por ser fruto de hábitos, práticas e valores das pessoas. “O perfil do empreendedor (fatores de comportamento e atitudes que contribuem para o sucesso) pode variar de um lugar para outro”.

3.4.2 Resultados e recompensas na carreira empreendedora

Sendo mais arriscada do que os outros tipos de carreira, Chanlat (1995) afirma que a carreira empreendedora oferece, em caso de sucesso, recompensas materiais mais elevadas e, em certos casos, bem consideráveis. Tal êxito provavelmente não será alcançado por um burocrata ou por um profissional de alto nível, a menos que, bem entendido, ele próprio se transforme em um empreendedor. Isso não impede que numerosas pessoas defendam, cada vez mais, o desenvolvimento do espírito de empreendimento e as características associadas ao empreendedor – criatividade, inovação, gosto pelo risco, além de independência – nos cargos executivos e não-executivos das grandes empresas para melhorar o desempenho, nascendo assim, o intra-empendedorismo.

Diante de tantas exigências, Hisrich e Peters (2004) asseveram que o aspecto final da definição de empreendedorismo envolve as recompensas de ser um empreendedor. Os autores destacam que a mais importante delas é a independência, seguida da satisfação pessoal. Para aqueles que buscam o lucro, a recompensa econômica também entra em jogo. Para alguns desses empreendedores, o dinheiro é utilizado para indicar o grau de sucesso. Segundo Bohlander, Snell e Sherman (2003), os empreendedores são dispostos aceitar os riscos financeiros e pessoais de um empreendimento, mas também se beneficiam diretamente do sucesso do mesmo.

Em relação à noção de sucesso, Greatti e Previdelli (2004) afirmam que o empreendedor bem sucedido é uma pessoa como qualquer outra, cujas características de personalidade, talentos e habilidades o leva a agir de tal forma que chega ao sucesso, realizando sonhos, alcançando seus objetivos e atingindo sua realização pessoal.

No entanto, Dolabela (2008) explica que os empreendedores dividem-se em dois grupos: aqueles para os quais o sucesso é definido pela sociedade e aqueles que têm uma noção interna de sucesso. Ainda conforme o autor, não há estudos que digam que uma ou outra categoria tenha maior sucesso, mas aqueles que têm uma noção interna tendem a ter mais facilidade em alcançar a auto-realização. De forma semelhante, Filion (1999) assevera

que o sucesso é agora definido por um número cada vez maior de empreendedores mais jovens e mais bem formados, com base em critérios intrínsecos relacionados à auto-realização, ao invés de critérios extrínsecos relacionados ao desempenho e status.

Por outro lado, Longenecker, Moore e Petty (1997) destacam três pontos relevantes acerca do insucesso nos negócios. O primeiro é que, sendo essa uma situação que se deseja evitar, é preciso lidar com ela de uma forma realista, de modo a maximizar o aprendizado. Em seguida, tem-se que a taxa de insucesso das pequenas empresas varia muito dependendo da definição utilizada e do tipo de empresa considerada – porte e setor –, entre outros fatores. O terceiro aspecto está relacionado ao custo dos insucessos: o mais evidente é a perda de capital, que prejudica iniciativas futuras. Outro ponto se refere a efeitos psicológicos danosos que podem inibir novas empreitadas, especialmente se o empreendedor for mais velho, apesar da fonte de aprendizado ensejada. Por fim, existem as perdas econômicas e sociais, relativas ao aumento do desemprego e à diminuição de impostos recolhidos.

3.5 Carreira na indústria criativa

Os trabalhadores da indústria criativa formam, conforme Hartley (2005), uma força de trabalho composta por pessoas talentosas cuja atividade produtiva é combinar criatividade e valor. Trata-se de um contingente ainda não estimado de maneira precisa, pois, como explica Reis (2008a), como ainda não há consenso acerca dos setores ou atividades que compõem a indústria e a economia criativa, as pesquisas neste campo são realizadas com base em diferentes definições, metodologias e fontes, de modo que raramente podem ser comparadas.

Assim, a referida autora destaca que ainda não se sabe como caracterizar os indivíduos cujas carreiras estão focadas na indústria criativa: por formação, cargo ocupado, número de horas dedicadas ao trabalho criativo, ocupação principal, renda obtida e outros. Para Reis (2008a), mais significativo do que tentar enquadrar ou classificar um grupo de profissionais como trabalhadores da economia criativa é o reconhecimento de que as características deste campo exigem uma adaptação do perfil de capacitação das profissões tradicionais (pensamento flexível, familiaridade com as novas tecnologias, valorização do intangível) e originam novas profissões. A abrangência e a multiplicidade de setores da

economia criativa exigem trabalhadores capazes de estabelecer conexões entre diferentes setores e de construir pontes entre os agentes público, privado e do terceiro setor.

Como uma forma de se referir aos profissionais cujas carreiras se desenvolvem no âmbito da indústria e da economia criativa, são abordadas, nesta subseção, o conceito de classe criativa, os aspectos relativos ao empreendedorismo na indústria criativa e, por fim, a caracterização do artesão como empreendedor na indústria criativa.

3.5.1 Classe criativa

Exemplos de indivíduos que seguem carreira associada à indústria e a economia criativa podem ser encontrados na classificação proposta por Florida (2002), o qual utilizou o termo classe criativa (*creative class*) para se referir a um grupo formado por profissionais que lidam com tarefas essencialmente criativas. São, portanto, pessoas que agregam valor econômico por meio da criatividade.

Nessa classificação, Florida (2002; 2003) propõe a existência de dois grupos que compõem a classe criativa:

- Núcleo super criativo (*super-creative core*) – grupo formado por pessoas que atuam em áreas como ciência, engenharia, educação superior, literatura, programação de computadores, artes, design, música, entretenimento, arquitetura e formação de opinião. Os membros deste grupo estão totalmente comprometidos com o processo criativo, ou seja, sua função primária é serem criativos e inovadores para gerar novas idéias, novas tecnologias e novo conteúdo criativo.
- Profissionais criativos (*creative professionals*) – grupo mais amplo, formado por trabalhadores com ocupações baseadas no conhecimento. Neste grupo, estão inclusas as pessoas que atuam em campos como finanças, sistema legal, cuidados com a saúde e outras áreas afins. Essas pessoas se deparam com a necessidade de solucionar problemas complexos que envolvem uma grande quantidade independente de análise e julgamento. Geralmente, isso requer altos níveis de educação e, portanto, de capital humano.

O artesanato, embora não seja citado por Florida (2002), parece situar-se no núcleo super criativo, pois os artesãos são comprometidos com o processo criativo que resulta em

produtos artesanais carregados de significado simbólico caracterizado pelo repasse geracional de técnicas, da cultura da região e do estilo pessoal do artesão.

Apesar dessa divisão, Florida (2002) afirma que, independentemente de serem artistas, engenheiros, músicos, cientistas da computação, escritores ou empreendedores, estes trabalhadores têm em comum um certo “*ethos* criativo”, ou seja, uma espécie de espírito criativo que valoriza a criatividade, a individualidade, a diferença e o mérito. Esse “*ethos* criativo” afeta as escolhas dos membros da classe criativa como, por exemplo, decisões sobre o trabalho, tipo de emprego que preferem, o que gostam de comprar, como separam o tempo entre o trabalho e o lazer, e o lugar onde preferem viver.

Isar (2008) explica que as teses acerca da classe criativa foram aceitas com entusiasmo por muitas autoridades, políticos e ativistas culturais de todo o mundo, apesar da mesma ter um alcance muito amplo – cientistas, engenheiros, arquitetos, educadores, escritores e artistas, em outras palavras, todos aqueles cuja função econômica é criar novas idéias, novas tecnologias e novo conteúdo criativo.

Sobre este aspecto, Healy (2002) ressalta que Florida (2002) utilizou os códigos de classificação do padrão americano das ocupações (*Standard Occupational Classification, SOC*) para delimitar a classe criativa, o que dificulta a compreensão acerca dos critérios utilizados para se classificar as ocupações como criativas ou não. Por exemplo, Healy (2002) destaca que, no núcleo super criativo, estão inseridas todas as ocupações relacionadas aos computadores e matemática (*Computer and mathematical occupations*). Segundo o autor, parece ser difícil aceitar que algumas das ocupações inclusas neste grupo, como é caso da ocupação “especialistas em suporte de computadores”, possam pertencer ao núcleo super-criativo, visto que a criatividade não é essencial para o desempenho da mesma.

No entanto, a classificação de Florida (2002) parece ser útil quando se leva em consideração a segmentação dos setores que compõem a economia e a indústrias criativas. Certas ocupações classificadas como pertencentes ao núcleo super criativo, por exemplo, associam-se de forma mais clara às indústrias criativas, ao passo que profissionais criativos formam uma classe mais ampla, que inclui uma série de ocupações que parecem não estar associadas às indústrias criativas, pelo menos não de forma direta, e que assim estariam inclusas na economia criativa. A divisão em duas classes, assim, é útil para situar e diferenciar

as indústrias criativas da economia tradicional, embora existam controvérsias quanto às ocupações que pertencem a cada grupo.

Quanto aos vínculos de trabalho, convém abordar em que tipo de organização esses profissionais se encontram inseridos. O exame da literatura põe em relevo, de um lado, ocupações tradicionais que, pelas suas características, enquadram-se no conceito de indústrias criativas. Por outro, registra-se o fenômeno das novas ocupações que surgem no contexto pós-industrial da economia do conhecimento e dos serviços. Inclui, por fim, o dimensionamento na noção de vínculo nos estudos sobre carreiras, onde o empreendedorismo se coloca como alternativa forte de opção e de trajetória profissional, isolada ou em consórcio com as carreiras organizacionais. Nesse sentido, parece estar em curso um redesenho dos campos profissionais, sendo a economia criativa um elemento de reconfiguração da concepção de mercados de trabalho e dos sistemas de classificação utilizados pelo poder público.

3.5.2 Empreendedorismo na indústria criativa

Howkins (2005) utilizou o termo “empreendedores criativos” para se referir aos empreendedores que atuam na economia criativa. Segundo a UNCTAD (2008), esse grupo é formado por pessoas talentosas, bem sucedidas e capazes de transformar idéias em produtos e serviços para a sociedade, seja como empresas individuais ou micro, pequenos e médios empreendimentos.

Os empreendedores criativos, para esta organização, estão presentes nos vários estágios da cadeia (produtiva) dos produtos criativos. Neste sentido, Leadbeater (1999) afirma que, de maneira geral, as grandes organizações provêm o acesso ao mercado, por meio do varejo e distribuição, mas a criatividade é proveniente de produtores independentes de conteúdo. Esse ponto de vista também é reforçado por Davis (2008) e Reis (2008a).

Conforme Reis (2008a), essa particularidade das micro e pequenas empresas da indústria criativa ocorre porque são elas que geralmente contemplam maior diversidade em seu portfólio, arriscando mais do que as grandes em novos talentos e projetos. Ainda conforme a mesma autora, os mercados editorial, musical e do *software* são ilustrações evidentes desse fato, explicando o interesse das grandes empresas pela aquisição de pequenas inovadoras com potencial comprovado. Além disso, Davis (2008) destaca que a viabilidade de

um modelo de economia criativa promover a democracia na produção, na distribuição e no acesso vem da sua natureza inclusiva e da integração prática de micro e médias empresas.

Conforme os argumentos dos autores supracitados, percebe-se que parte significativa da produção de bens na indústria criativa parece provir da contratação de serviços. Essa idéia de produção não massificada exige uma concepção diferente da organização, já que a idéia de volume e de escala não se aplica aos segmentos emergentes da indústria criativa, favorecendo outro conceito de vínculo e de naturalização da sublocação de serviços. Assim, diante desse redimensionamento na noção de vínculo nos estudos sobre carreiras, o empreendedorismo surge como uma forte alternativa de opção e de trajetória profissional, isolada ou em consórcio com as carreiras organizacionais.

Segundo a UNCTAD (2008), as pequenas e médias empresas no âmbito da economia criativa estão suscetíveis às mesmas dificuldades enfrentadas pelas pequenas empresas em outras áreas da economia. No entanto, a gestão de um negócio criativo na indústria criativa requer habilidades específicas tanto no campo do empreendedorismo como nas áreas artística e cultural.

Eikhof e Haunschild (2006), por sua vez, destacam que o conflito existente entre as artes e os negócios pode ser evidenciado na carreira dos artistas que tem que negociar e gerenciar sua própria força de trabalho. Conforme Menger (1999 apud EIKHOF; HAUNSCHILD, 2006), esses empreendedores de si mesmos se vêem diante da necessidade de articular duas identidades: a primeira como artista, que lhes proporciona motivação e ímpeto criativo; e a segunda é a identidade empresarial. Sobre este conflito, Lima (2007) ressalta que muitos artistas não gostam de relacionar os seus trabalhos com a economia, pois consideram que isso seja um risco para sua liberdade artística.

Outra questão associada à gestão dos pequenos negócios criativos é o fato de que, em certos países, segundo Askerud (2008), as tradições artísticas e culturais, tais como o artesanato, por exemplo, são muito ricas e diversificadas, mas seja por carências estruturais (incentivos a pequenos empreendimentos, à abertura de empresas, a burocracia, carga tributária excessiva e outros), seja pelo fato de que o artesanato se situe, em boa medida, em um campo de exclusão econômica e social, onde o analfabetismo e o afastamento dos mercados e dos meios de produção é patente, a referida atividade ainda faz parte da economia

informal, não se situando como parte da economia criativa, embora tenha potencial para ser desenvolvida comercialmente.

Assim, os trabalhadores que se inserem nestes setores mais tradicionais parecem atuar como empreendedores involuntários (FILION, 1999) ou de sobrevivência (GEM, 2008), pois muitas vezes desconhecem o potencial de seus saberes tradicionais (REIS, 2008a), sua produção ocorre em pequena escala, com baixo nível de organização e pouca ou nenhuma divisão entre trabalho e capital como fatores de produção (FERIA, 2008). Portanto, as competências artísticas desses atores é inquestionável, embora muitos deles permaneçam na informalidade, apresentem baixo nível de capacitação e não visualizem sua arte como um negócio que lhes poderia trazer melhores condições vida e gerar emprego e renda.

Em relação ao panorama brasileiro, Borges (2005) conclui que se pode dizer que o Brasil tem indústrias criativas competitivas e mesmo com o seu ambiente pouco estimulante ao empreendedorismo e, mais amplamente, à cultura no país, atualmente se vive uma época com indicações promissoras. Neste sentido, existem diversas iniciativas que visam favorecer as atividades empreendedoras, inclusive aquelas inseridas no contexto da economia criativa, tais como as incubadoras de empresas e outros programas que favorecem profissionais das indústrias criativas, como é o caso do Programa SEBRAE de Artesanato, implantado nas vinte e sete Unidades Federativas do país com o objetivo de estimular o empreendedorismo, gerar empregos e renda nas comunidades (SEBRAE, 2004), cujos resultados ainda requerem estudos mais aprofundados, face às dificuldades estruturais para a emergência e sustentabilidade de novos empreendimentos e o contexto de exclusão econômica e social supramencionada.

3.5.3 O artesão como empreendedor na indústria criativa

Os artesãos, conforme Barros (2006, p. 86), “são indivíduos que praticam o ofício artesanal, não industrial e não seriado, e que, detentores do saber técnico artesanal sobre as matérias-primas e as ferramentas para o desenvolvimento de produtos, dominam o conhecimento de todo o processo de produção artesanal”.

Freitas (2006) se refere ao artesão como alguém que cria e constrói uma peça geralmente portadora de elementos sócio-culturais, dominando todo o processo produtivo e trabalhando tanto isoladamente como de forma cooperada, dependendo da técnica utilizada.

Barroso Neto (2007, p. 10) ressalta as diferenças e semelhanças existentes entre o artesão e o artista:

em princípio, todo artista deve ser antes de tudo um artesão, no sentido de conseguir dominar o “saber fazer”, de sua área de atuação, ou simplesmente não conseguirá realizar a contento seus projetos e sua pretensão criativa. Ainda como artista, deverá possuir em seu trabalho uma coerência temática e filosófica, cristalizados em uma série de compromissos consigo mesmo, dentre estes o de buscar sempre ir mais além do conhecido. Este compromisso permanente com a inovação já começa a afastar o artista do simples artesão, para quem a inovação é uma casualidade e consequência natural do fazer. E por último, o verdadeiro artista tem um compromisso inalienável com o seu tempo, de exteriorizar sua visão específica do mundo que o cerca, o mais imune que possa às influências de qualquer natureza.

Na perspectiva da carreira, Bendassolli (2009) sugere alguns modelos emergentes, dentre os quais está o modelo da *craft career*, cujo ideal no qual se baseia, segundo o próprio autor, é o artesão, embora este tipo de carreira não seja exclusividade de quem pratica a atividade artesanal.

Conforme o autor supracitado, a *craft career* revisita as características historicamente associadas ao trabalho artesanal, tais como a autonomia do artesão em conceber sua obra e organizar suas atividades, o uso intensivo da criatividade, a ausência de mediação entre o sujeito que trabalha e o resultado produzido e o engajamento afetivo com a atividade. Nesse sentido, a carreira é apresentada do ponto de vista do *job-crafter*, alguém capaz de construir seu trabalho à sua maneira, seja do ponto de vista físico, cognitivo ou relacional. Menger (2003 apud Bendassolli, 2009, p. 393) afirma que “esse modelo de carreira se aproxima do trabalho artístico, recentemente apropriado como metáfora do trabalho”.

Neste sentido, o artesão, como sujeito cuja carreira desenvolve-se no âmbito da economia criativa, deve articular duas identidades, a artística e a empresarial, como é ressaltado por Menger (1999 apud EIKHOF; HAUNSCHILD, 2006) e pela UNCTAD (2008).

Acerca destes aspectos mencionados, convém destacar a forma como os artesãos brasileiros lidam com a atividade artesanal: se a vêem como profissão e carreira a ser seguida ou como uma atividade apenas artística ou de lazer. Acerca dessa diferença, Barroso Neto (2007) estabelece a diferença entre o artesão profissional e o artesão amador, salientando que um artesão preocupado em estar em sintonia com o mercado, com sua produção em constante crescimento, com seus produtos conquistando cada vez consumidores mais satisfeitos e fiéis, deve se preocupar, primeiramente, em se tornar e ser cada vez mais profissional e menos amador.

De acordo com o referido autor, alguns diferenciam os profissionais dos amadores entre aqueles que têm na sua atividade seu sustento principal, daquele que apenas a assume de modo casual, sem maiores compromissos, apenas como uma atividade complementar de renda. No entanto, para Barroso Neto (2007, p. 42), esta diferença é mais profunda e mais sutil, como se pode perceber em suas palavras:

Profissional é aquele que se abstrai do desejo narcisista de agradar a si próprio para tentar satisfazer o desejo de seus clientes. É aquele que estuda e analisa o mercado, atento às mudanças de hábitos, de gostos, de tendências e procura adaptar seu trabalho a estes novos parâmetros sem, contudo, perder a essência daquilo que faz e que o torna único, diferente e singular. Profissional é aquele que sabe quanto vale seu tempo e cobra a partir disto o seu trabalho e não de acordo com a cara do freguês. Porém é acima de tudo aquele que, tendo orgulho do que faz, se preocupa em ensinar o que aprendeu, deixando às gerações futuras o fruto de seu esforço.

No entanto, ser profissional ou amador parece não exatamente uma questão de escolha, já que o artesão brasileiro enfrenta uma série de problemas que muitas vezes o impedem de exercer essa ocupação de forma profissional ou empreendedora. Segundo Ricardo Guedes, Gerente da Unidade de Atendimento Coletivo, Comércio e Serviços do SEBRAE Nacional (SEBRAE, 2008), muitos artesãos nem chegam a entender sua atividade como um negócio que pode lhes proporcionar melhor qualidade de vida, saúde, moradia e lazer, e chegam a vender suas peças por um valor abaixo de que elas realmente valem. Isso ocorre porque, historicamente, o artesanato tem sido encarado como *hobby* ou arte, mas quase nunca como um negócio. De forma similar, Lócio e Pompeu (2006) asseveram que a falta de recursos e informações mercadológicas por parte dos artesãos, são empecilhos para o artesanato conquistar grandes mercados.

Barros (2006) explica que essa falta de capacidade empresarial do artesão é explicada pelo fato de que sua capacidade criativa é muito maior que sua vocação gerencial para empreendimentos comerciais. Por isso, o autor destaca a importância de se desenvolver, junto aos produtores, as habilidades de gestão de negócios, para que estes possam administrar, em consonância com o mercado, o seu processo produtivo até a comercialização do produto.

Talvez em decorrência dessas dificuldades na lida com as questões organizacionais e mercadológicas, emergem correntes que advogam a solução da via associativa. Freitas (2006) também destaca a importância da capacitação dos artesãos, preparando-os para o a abertura do mercado, ou seja, para a organização destes profissionais através da formação de associações ou cooperativas, para o conhecimento da sua cadeia produtiva, para o processo de inserção dos produtos no mercado nacional e internacional, enfim, para os aspectos que integram a

qualidade final do produto além de atender aos quesitos de funcionalidade e acabamento, e que venham a reforçar o caráter empreendedor do artesão num setor produtivo cada vez mais competitivo.

Diante desta situação, Luiz Carlos Barboza, diretor-técnico do SEBRAE (2008), afirma que o desafio é transformar o artesanato em uma atividade econômica com base em melhores condições empresariais, de modo que se possa organizar e estruturar os produtores e os canais de comercialização para que haja uma cadeia produtiva eficiente e com resultados sustentáveis. O produtor deve ser orientado para e pelo mercado, para que alcance os resultados econômicos e sociais esperados.

Nesta perspectiva, Lócio e Pompeu (2006, p. 8) destacam que “o foco econômico para os artesãos são as políticas públicas de desenvolvimento local e regional, com vistas ao cooperativismo, associativismo, arranjos produtivos locais, consórcios e adensamento das cadeias produtivas”. Segundo os autores, essa intervenção do poder público é necessária para possibilitar ao setor de artesanato condições de concorrer e ter um espaço nesse grande mercado global que se abre a todas as nações indistintamente do seu tamanho ou poder econômico.

Segundo Barros (2006), essa busca de soluções para compatibilizar a criatividade e as aptidões como gestores de negócios, segundo Barros (2006), tem sua importância intensificada quando se considera o espaço do artesanato na geração de postos de trabalho e renda para as comunidades, e a sua crescente importância econômica. Silva (2006) também ressalta a necessidade de se aceitar a atividade artesanal como oportunidade de inclusão produtiva e, para tanto, é preciso investir na sua melhoria e, principalmente, conectar o artesão com as informações econômicas e de mercado que modelam o seu universo produtivo. Dessa maneira, conforme o SEBRAE (2008, p. 8), é necessário “tornar o artesanato ainda mais rentável e sustentável para que seus benefícios sejam duradouros e promovam a emancipação econômica e social dos artesãos”.

Diante do exposto nesta seção, ser artesão e empreendedor, no âmbito da indústria criativa, significa unir e gerir, em uma carreira, dois papéis, atividades ou identidades: o de artesão propriamente dito e o empresarial ou comerciante. O papel de artesão refere-se à capacidade de exercer o ofício artesanal dedicando-se à criação de novos produtos artesanais e adaptando suas criações às necessidades do mercado e do cliente sem, contudo,

descaracterizar suas peças, de modo que estas mantenham seu valor econômico e cultural, elementos que as tornam diferenciadas. O artesão empreendedor, portanto, não é um artista passivo, fechado nas suas próprias técnicas e desfocado das oportunidades.

O papel empresarial, em princípio, é trabalhar o aspecto comercial da atividade artesanal. Este aspecto envolve o conhecimento do mercado, dos clientes, da cadeia produtiva, a capacidade do aumento da produção sem descaracterizar as peças, a busca de capacitação gerencial, a realização de parcerias, o associativismo, enfim, todas as questões relacionadas ao crescimento e sustentabilidade de um empreendimento.

Assim, para ser considerado um artesão empreendedor, é necessário gerir e expandir o empreendimento artesanal, ao mesmo tempo em que se consegue dedicar-se à criação artística de novos produtos e também comercializá-los. Esse conceito assemelha-se à definição de artesão profissional, proposta por Barroso Neto (2007), e alinha-se aos argumentos de Barros (2006), Freitas (2006) e Lócio e Pompeu (2006), os quais ressaltam a necessidade de desenvolver a capacidade gerencial do artesão.

Finalmente, as considerações relativas ao estabelecimento empresarial, de geração de emprego e renda, conduzem, no limite, ao questionamento da convivência entre produção em massa (emprego, renda e progresso material) em contrapartida ao *status* de trabalho criativo próprio ou definidor do artesanato. Em outras palavras, torna-se pertinente destacar esse aparente paradoxo que sugere a depreciação do valor artístico das peças na proporção direta do crescimento da produção (industrialização), remetendo ao problema do estabelecimento empreendedor em outra perspectiva da produção em escala.

3.6 Fechamento da seção

A carreira empreendedora, por abrigar-se na noção contemporânea de carreira, apresenta menos previsibilidade e estruturação, riscos diversos, necessidade de habilidades gerenciais e técnicas e alto grau de comprometimento. As razões que motivam o indivíduo a optar por este tipo de carreira envolvem tanto características dos indivíduos como do ambiente. Diante dos riscos e particularidades, este tipo de carreira oferece, em casos de sucesso, recompensas superiores a outros tipos de carreira. A partir dos aspectos mencionados nesta seção, pode-se tentar caracterizar o artesão empreendedor, construto que será utilizado como referência na análise de dados desta pesquisa.

4 METODOLOGIA

Esta seção apresenta os procedimentos e escolhas metodológicas deste estudo. Diante da relevância da metodologia na elaboração de trabalhos científicos, são abordados, nesta seção, tópicos como a natureza e a classificação da pesquisa, a definição dos sujeitos, o instrumento e o processo de coleta de dados e a análise dos mesmos, bem como as limitações do método utilizado.

4.1 Natureza da pesquisa

A pesquisa foi desenvolvida na forma de um estudo qualitativo, em virtude do fenômeno estudado e dos objetivos pretendidos. Segundo Richardson (2008), a pesquisa qualitativa representa uma tentativa de compreender, de forma detalhada, significados e características situacionais apresentados pelos sujeitos, não visando, portanto, a produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos.

Godoy (1995b) explica que o estudo qualitativo ocupa um reconhecido lugar entre as várias possibilidades de se estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas intrínsecas relações sociais, estabelecidas em diversos ambientes. Isso porque, como explica Creswell (2007), não se pode separar as pessoas do ambiente no qual elas vivem (casa, família ou trabalho).

Richardson (2008) ressalta que a abordagem qualitativa de um problema, além de ser uma opção do investigador, justifica-se, sobretudo, por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social. Creswell (2007) destaca também que o estudo qualitativo é utilizado quando se está investigando algo que não pode ser mensurado objetivamente e quando o objetivo de pesquisa exige uma compreensão detalhada e complexa de uma questão. Dentre as situações nas quais a pesquisa qualitativa é empregada, Richardson (2008) destaca aquelas nas quais se evidencia a necessidade de substituir uma informação estatística por dados qualitativos, nas investigações sobre fatos passados ou estudos referentes a grupos dos quais se dispõe de pouca informação ou que envolvem aspectos relativos às decisões individuais, a maneira como o indivíduo compreende e percebe o mundo.

Assim, a abordagem qualitativa foi considerada adequada para a realização deste estudo, em virtude do fenômeno estudado e dos objetivos de pesquisa, pois a compreensão do desenvolvimento da carreira dos artesãos diplomados com o título de Mestres ou Tesouros Vivos da Cultura Tradicional Popular do Ceará seria melhor capturada pelo trato qualitativo, uma vez que se buscou ouvir desses sujeitos as suas histórias e experiências profissionais e de vida, as quais resultaram no seu reconhecimento artístico, bem como a compreensão do contexto nos quais os artesãos estão inseridos. Além disso, caso fosse adotada uma abordagem quantitativa na realização desta pesquisa, haveria o risco de se reduzir a riqueza e expressividade de experiências profissionais únicas de sujeitos que já são tão insuficientemente explorados na literatura administrativa sobre carreiras.

4.2 Classificação da pesquisa

Quanto aos objetivos ou fins, classificação adotada por autores como Gil (2002) e Collis e Hussey (2005), esta pesquisa classifica-se como exploratória e descritiva.

A pesquisa exploratória, segundo Collis e Hussey (2005), é o tipo de estudo realizado sobre um problema ou questão de pesquisa quando há poucos ou nenhum estudo anterior em que se possa buscar informações sobre a questão do problema. Sua realização é justificada por uma série de características tais como: existência de pouco conhecimento acumulado e sistematizado acerca do tema em evidência (VERGARA, 2007); surgimento de novas áreas de conhecimento que exigem um enfoque exploratório (COOPER; SCHINDLER, 2003); busca da construção de hipóteses, do aprimoramento de idéias ou da descoberta de intuições (GIL, 2002); proporciona a obtenção de *insights* e familiaridade como o tema, os quais poderão ser utilizados como base para investigações mais rigorosas (COLLIS; HUSSEY, 2005).

Com base nas características apresentadas acima, este estudo é classificado como exploratório por abordar uma temática pouco investigada na literatura dos estudos organizacionais, tanto no que se refere às indústrias criativas quanto no foco estabelecido sobre os Mestres da Cultura do artesanato e na perspectiva do aparente insucesso nas atividades empreendedoras e mercantis. O próprio campo das indústrias criativas ainda é pouco explorado, diante das grandes possibilidades de investigação que a área oferece. A literatura acerca do tema ainda é fragmentada e dispersa, como asseveram Bendassolli et al.

(2009) e, além disso, quase não existem publicações brasileiras acerca do tema ou até mesmo a tradução de obras estrangeiras para o português.

Trata-se também de uma pesquisa descritiva, a qual busca descrever ou definir um assunto, como o perfil de um grupo de pessoas, por exemplo (COOPER; SCHINDLER, 2003), expondo as características do mesmo ou de determinado fenômeno (GIL, 2002; VERGARA, 2007). O caráter descritivo deste estudo é evidenciado no fato de que o mesmo adota como referência a perspectiva do desenvolvimento da carreira em uma concepção empreendedora.

Em relação aos meios ou procedimentos técnicos utilizados, classificação adotada por autores como Gil (2002) e Vergara (2007), utilizou-se a técnica de história de vida associada ao estudo de caso múltiplo ou multicaseos, além da pesquisa bibliográfica e de campo.

Como recurso metodológico, Santamarina e Marinas (1999) explicam que as histórias de vida constituem-se de narrativas produzidas com a intenção de transmitir uma memória, pessoal ou coletiva. Conforme os autores, os relatos são produzidos pelos próprios sujeitos, por meio da solicitação de um pesquisador e, por isso, a história de vida não é só uma transmissão, mas uma construção da qual participa o próprio pesquisador.

Esta estratégia de pesquisa, conforme Barros e Silva (2002), consiste na busca de conhecimento a partir da experiência do sujeito. Para Laville e Dionne (1999), a história de vida está inscrita entre a análise psicológica individual e a análise dos sistemas socioculturais, e permite captar de que modo os indivíduos fazem a história e modelam sua sociedade, sendo também modelados por ela

Em uma abordagem qualitativa, Paulilo (1999, p. 4) explica que a história de vida é um dos métodos ou técnicas de coleta e análise de dados que ocupa um lugar de destaque, pois, por meio dela, pode-se captar o que acontece na intersecção do individual com o social e também permitir que elementos do presente fundam-se a evocações passadas. A história de vida pode ser, dessa maneira,

considerada instrumento privilegiado para análise e interpretação, na medida em que incorpora experiências subjetivas mescladas a contextos sociais. Ela fornece, portanto, base consistente para o entendimento do componente histórico dos fenômenos individuais, assim como para a compreensão do componente individual dos fenômenos históricos (PAULILO, 1999, p. 4).

Autores como Santamarina e Marinas (1999) e Meihy (2002) colocam a história de vida no amplo quadro da história oral. A história oral privilegia o envolvimento de sujeitos que participaram de acontecimentos, conjunturas ou testemunharam fatos significativos, envolvendo um conjunto de relatos de vida que podem contribuir para aprofundar o conhecimento de um determinado tema ou de um problema (LOZANO, 1998; FREITAS, 2002 apud FEUERSCHÜTTE; GODOI, 2007). Permite ainda uma aproximação a um objeto de estudo por meio da interpretação de pessoas diretamente envolvidas com ele, tratando-se, portanto, de uma metodologia que prevê a participação de quem constrói a realidade sob investigação (FEUERSCHÜTTE; GODOI, 2007).

Nas modalidades apresentadas por Meihy (2002), que coloca a história de vida no amplo quadro da história oral, esta pesquisa enquadra-se como história oral temática e história oral de vida. Trata-se de história oral temática porque há uma certa objetividade, ou seja, parte-se de um assunto específico, no caso a carreira ou trajetória profissional dos artesãos. No entanto, há fortes elementos de história oral de vida, já que o sujeito terá autonomia para dissertar o mais livremente possível sobre sua experiência pessoal e profissional.

O emprego do método história de vida mostrou-se pertinente por permitir a reconstrução das trajetórias profissionais dos sujeitos de pesquisa, a partir do seu próprio relato e, com isso, proporcionar uma compreensão mais detalhada acerca do desenvolvimento de carreira dos mesmos. Isso porque, como esclarece Alberti (1989), a narrativa individual se constitui numa alternativa para o acesso a especificidades de uma cultura ou grupos sociais que vivenciam dinâmicas locais. Ao eleger a história oral, tendo a técnica da história de vida como método para a obtenção de informações, admite-se que o discurso do sujeito seja representativo de um contexto local, ainda que não generalizável. Assim, conforme o autor, a história oral privilegia a recuperação do vivido, conforme concebido por quem viveu.

Esta pesquisa classifica-se também como um estudo de caso múltiplo ou multicasos (YIN, 2001; GIL, 2002; TRIVIÑOS, 2007). O estudo de caso, conforme Gil (2002, p. 54), “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”. De acordo com Yin (2001, p. 19):

Em geral, os estudos de caso representam a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo “como” e “por que”, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real.

Yin (2001) também destaca que o estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real, tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais dentre outros fenômenos.

Assim, o estudo de caso é uma estratégia bastante apropriada para a realização deste trabalho, pois está circunscrito a uma ou poucas unidades, possui caráter de profundidade e detalhamento e considera o contexto no qual os fenômenos ocorrem, razões pelas quais o mesmo adequa-se aos objetivos desta pesquisa, dada a complexidade do objeto em questão.

O estudo de caso pode ser único ou de casos múltiplos (GIL, 2002; ROESCH, 2006; YIN, 2001). Esta pesquisa se caracteriza como um estudo de caso múltiplo (GODOY, 1995b) ou multicasos (TRIVIÑOS, 2007), pois a história de vida de cada sujeito é compreendida como um estudo de caso em si, no sentido de que cada uma delas é estudada de forma profunda, exaustiva e detalhada, características do estudo de caso, segundo Gil (2002) e Triviños (2007). Como explica Gil (2002), a utilização de múltiplos casos é uma situação freqüente nas pesquisas sociais e proporciona evidências inseridas em diferentes contextos, concorrendo para a elaboração de uma pesquisa de melhor qualidade.

Acrescenta-se também que esta pesquisa também é bibliográfica, pois foi desenvolvida com base em material já elaborado (GIL, 2002; VERGARA, 2007), constituído principalmente de livros e artigos científicos, os quais forneceram um instrumental analítico para a realização do trabalho. Embora a pesquisa bibliográfica seja natural em trabalhos de dissertação, o esforço adicional aqui empreendido justifica-se pela busca que o tema exigiu em bases de dados nacionais e estrangeiras, dada a relativamente baixa sistematização da produção teórica do campo das indústrias criativas e da carreira empreendedora, relativamente novos nos estudos organizacionais e na gestão de pessoas.

Por fim, trata-se também de uma pesquisa de campo, pois, como explica Godoy (1995a), um fenômeno pode ser melhor compreendido no contexto no qual ocorre e do qual é parte, devendo ser analisado numa perspectiva integrada, exigindo que o pesquisador vá a campo buscando captar o fenômeno em estudo a partir da perspectiva das pessoas nele envolvidas, considerando os pontos de vista relevantes. Neste estudo, os dados foram coletados nos municípios cearenses nos quais os artesãos vivem e exercem suas atividades profissionais.

4.3 Seleção dos sujeitos

Nos estudos de caso, utiliza-se o termo unidades de análise para se referir às unidades de observação, a respeito das quais as inferências serão feitas (VIEIRA, 2004). Nesta pesquisa, como cada caso é um indivíduo e não grupo ou organização, a unidade de análise é individual, ou seja, são os próprios indivíduos que se configuram como sujeitos de pesquisa.

Quanto ao procedimento de seleção dos sujeitos (casos), foi necessário levar em consideração duas questões metodológicas: a) Como tratar a diversidade do campo artesanato?; e b) Como tratar ou diferenciar as situações de fracasso e de sucesso empreendedor para apreensão dos elementos de pesquisa?

Assim, para o estabelecimento dos casos, partiu-se do conceito de “Mestres da Cultura Tradicional Popular” ou “Tesouros Vivos da Cultura”. O título refere-se a um reconhecimento simbólico da importância do artista popular no contexto cultural do Estado do Ceará (SECULT-CE, 2009). Considerou-se que os indivíduos que detêm o título de Mestre da Cultura ou Tesouro Vivo da Cultura Tradicional Popular do Ceará e se dedicam ao artesanato são sujeitos capazes de fornecer os dados necessários à realização desta pesquisa, visto que, conforme mencionado nos próprios editais e leis estaduais, estes tiveram e têm sua vida e obra voltadas para a cultura tradicional do Ceará, são reconhecidos publicamente por seu trabalho desenvolvido, possuem experiência e vivência dos costumes e tradições culturais, continuam exercendo sua atividade atualmente e possuem capacidade de transmitir seus conhecimentos artísticos e culturais (CEARÁ, 2008).

Além destes aspectos, na escolha dos Mestres, é levada em consideração também análise socioeconômica do candidato (CEARÁ, 2008), remetendo à suposição de que o título e a ajuda concedida pelo Governo do Estado remetem a uma situação de insucesso na carreira empreendedora ou a um empreendedorismo involuntário (FILION, 1999) ou por necessidade (DORNELAS, 2007; GEM, 2008), já que estes sujeitos necessitam deste benefício por não apresentarem rendimentos compatíveis com a qualidade da sua produção.

Assim, os critérios de seleção dos casos, basicamente, foram: a) ser diplomado Mestre ou Tesouro Vivo da Cultura Tradicional Popular do Ceará; b) Desenvolver atividades no campo do artesanato.

Estabelecidos esses critérios, foi empreendida uma pesquisa no sítio da SECULT-CE (2009), na qual foram identificados os dados referentes aos cinquenta e sete mestres diplomados entre os anos de 2004 e 2008, os quais representam os Tesouros Vivos do Estado do Ceará, bem como informações acerca dos dois grupos selecionados no edital de 2008. Como o foco deste trabalho são os artesãos e, conforme foi estabelecido nos critérios a serem utilizados para a seleção dos casos, foram identificados dez (10) possíveis sujeitos desta pesquisa, ou seja, dos cinquenta e sete (57) Tesouros Vivos, dez (10) deles se dedicam ao artesanato, conforme se pode observar no **Quadro 4**.

ANO DO DIPLOMA	NOME	NOME ARTÍSTICO	CIDADE	ATIVIDADE DESENVOLVIDA
2004	Maria de Lourdes Cândido Monteiro	Maria Cândido	Juazeiro do Norte	Artesanato em barro
2004	Lúcia Rodrigues da Silva	Lúcia Pequeno	Limoeiro do Norte	Artesanato em cerâmica e barro
2005	Maria Alves de Paiva	Dona Branca	Ipu	Artesanato em Cerâmica
2005	Francisca R. Ramos do Nascimento	Dona Francisca	Viçosa do Ceará	Arte em Cerâmica
2006	Joaquim Pereira Lima	Joaquim de Cota	Assaré	Artesanato em Couro
2006	Manoel Graciano Cardoso dos Santos	Mestre Graciano	Barbalha	Artesanato em Madeira
2006	Pedro Alves da Silva	Pedro Balaieiro	Guaramiranga	Artesanato com trançado em cipó e imbé
2007	Maria Assunção Gonçalves	Assunção Gonçalves	Juazeiro do Norte	Bordado, rendas artes plásticas (pintura)
2007	Maria de Castro Firmeza	Dona Nice	Fortaleza	Bordado e artes plásticas
2008	Espedito Veloso de Carvalho	Espedito Seleiro	Nova Olinda	Arte em couro

QUADRO 4 – Mestres ou Tesouros Vivos da Cultura Tradicional Popular do Ceará.

Fonte: Adaptado de SECULT-CE (2009, s/p).

Foram empreendidos esforços para a obtenção do contato telefônico e do endereço dos Mestres da Cultura do artesanato. Primeiramente, essas informações foram solicitadas à SECULT-CE, por meio de contato telefônico e e-mails. No entanto, muitos contatos estavam desatualizados ou tinham sido modificados, o que impediu o contato com os artesãos. Em seguida, visitou-se a CEART, onde foram obtidos novos contatos. Mesmo assim, apenas três artesãos foram contatados e se dispuseram a participar da pesquisa. Diante desta situação, buscou-se também a colaboração de prefeituras e secretarias de cultura dos municípios citados no **Quadro 4**, mas também sem sucesso.

Diante de tais dificuldades, foi necessário realizar viagens até as localidades nas quais se encontravam os (as) artesãos (ãs) e fazer contatos com moradores da cidade para que estes pudessem dar alguma informação relacionada ao número de telefone ou endereço dos

Mestres da Cultura. Além dos três Mestres contatados anteriormente, foi possível o contato outros cinco. No entanto, dois deles alegaram que, por problemas de saúde e por já serem bastante idosos, não teriam mais condições de dar qualquer tipo de entrevista. Tal fato foi confirmado por membros das suas famílias e por pessoas próximas aos mesmos. Nessa situação, não foi possível a realização de entrevistas com tais indivíduos.

Assim, o estudo cobre 6 (seis) dos 10 (dez) detentores do título, o que pode permitir uma visão satisfatória do campo. Este procedimento é não probabilístico (COOPER; SCHINDLER, 2003; MARCONI; LAKATOS, 2007) e baseou-se na acessibilidade (VERGARA, 2007), pois os casos foram selecionados pela facilidade de acesso aos mesmos.

Não sendo um estudo quantitativo, a quantidade de sujeitos estabelecida é aceitável, visto que, conforme afirmam Collis Hussey (2005), numa pesquisa de caráter qualitativo, é possível conduzir o estudo até com uma amostra de um. Além disso, Triviños (2007) também salienta que a pesquisa qualitativa pode usar recursos aleatórios para fixar a amostra, ou seja, procura uma espécie de representatividade do grupo maior dos sujeitos que participarão no estudo, não sendo a quantificação da amostra a sua preocupação. Ao invés dela, decide aleatoriamente, considerando uma série de condições (sujeitos que sejam essenciais, segundo o ponto de vista do investigador, para o esclarecimento do assunto em foco; facilidade para encontrar as pessoas; tempo dos indivíduos para as entrevistas etc.).

4.4 Coleta de dados

Os dados foram coletados por meio de entrevistas com roteiro semi-estruturado. A entrevista, segundo Minayo (2007), no sentido amplo de comunicação verbal e no sentido restrito de coleta de informações sobre determinado tema científico, é a estratégia mais usada no processo de trabalho de campo. Para Richardson (2008), o uso de entrevistas é adequado em pesquisas qualitativas, devido à propriedade com que esse instrumento penetra na complexidade de um problema. Godoi e Mattos (2006) referem-se à entrevista como um evento dialógico, capaz de promover reformulação metodológica para enriquecer a prática de pesquisa e construir novas situações de conhecimento.

Optou-se pelo uso de roteiro de entrevista semi-estruturada, caracterizada por Triviños (2007, p. 146) da seguinte forma:

Podemos entender como entrevista semi-estruturada, em geral, aquela que parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante. Desta maneira, o informante, seguindo espontaneamente a linha de seu pensamento e de suas experiências dentro do foco principal colocado pelo investigador, começa a participar na elaboração do conteúdo da pesquisa.

Nas histórias de vida, em particular, o autor explica que são utilizadas entrevistas semi-estruturadas com pessoas de relevo social (escritor famoso, cientistas célebre, filantropo esclarecido, político de renome etc.), ou com pessoas de uma vila popular (como a antiga professora, presidente da associação de mães, operários distintos, uma família qualquer etc.). A entrevista vai se aprofundando cada vez mais na “história de vida” do sujeito.

O roteiro foi elaborado com base nos conteúdos teóricos que contribuíram para a elaboração do referencial teórico deste estudo, como recomendam Ichikawa e Santos (2006) e Triviños (2007). Isso porque, segundo Triviños (2007), as perguntas devem ser elaboradas com base na teoria que alimenta a ação do investigador, bem como nas informações que o mesmo já recolheu acerca do fenômeno social que o interessa. Ichikawa e Santos (2006) também recomendam que o roteiro deve ser geral/temático, amplo e abrangente, para ser utilizado em todas as entrevistas.

Com base nas idéias expostas, optou-se pela entrevista semi-estruturada pelo fato da mesma atender os objetivos desta pesquisa, pois, ao mesmo tempo em que valoriza a presença do investigador, oferece todas as perspectivas possíveis para que o informante alcance a liberdade e a espontaneidade necessárias, enriquecendo a investigação (TRIVIÑOS, 2007).

O roteiro de entrevistas, apresentado no **Apêndice D**, foi segmentado em seis blocos, conforme os objetivos propostos pela pesquisa. Os blocos são:

- BLOCO 1 – Trajetória profissional;
- BLOCO 2 – Atividade artesanal;
- BLOCO 3 – Capacitação;
- BLOCO 4 – Reconhecimento;
- BLOCO 5 – Desafios enfrentados
- BLOCO 6 – Situação atual.

O roteiro das entrevistas foi testado na visita ao primeiro artesão. Esta etapa foi necessária, pois, conforme Gil (2002), o pré-teste é fundamental para desenvolver os

procedimentos de aplicação, testar o vocabulário empregado nas questões e assegurar-se de que as questões ou as observações a serem feitas possibilitam a obtenção dos dados necessários à realização da pesquisa.

No momento da entrevista, buscou-se esclarecer sobre os objetivos e procedimentos da mesma e foi apresentada ao sujeito uma carta de apresentação, que está em sua versão generalizada no **Apêndice E**. Em seguida, foi solicitada permissão para a gravação de áudio, pois, conforme Triviños (2007), a gravação permite contar com todo o material fornecido pelo informante, o que não ocorreria caso se seguisse outro meio.

Os dados obtidos por meio das entrevistas foram confrontados com a pesquisa bibliográfica realizada, possibilitando a “triangulação” das informações (YIN, 2001). Esse procedimento foi realizado com base em pesquisas em sítios eletrônicos, em matérias de jornal e até mesmo livros que abordaram alguma informação sobre os Mestres da Cultura Cearenses, possibilitando assim, uma espécie de validação dos dados coletados em campo para que se pudesse chegar a conclusões mais consistentes.

As entrevistas foram realizadas no período de 12 a 24 de novembro de 2009, nos municípios de Nova Olinda, Juazeiro do Norte, Viçosa do Ceará, Limoeiro do Norte, Guaramiranga e Fortaleza, todos localizados no Estado do Ceará.

4.5 Tratamento e análise dos dados

Os dados coletados por meio da gravação de áudio foram posteriormente transcritos e, para a sua análise, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, por esta se mostrar apropriada ao tipo de investigação proposta. De acordo com Bardin (1995, p. 42),

designa-se sob o termo de análise de conteúdo: um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando a obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Laville e Dionne (1999) ressaltam que a análise de conteúdo pode ser utilizada tanto em estudos de natureza qualitativa como quantitativa. Triviños (2007), Collis e Hussey (2005) e Godoy (1995b) destacam a importância do referido método no campo da pesquisa qualitativa, o que se configura em mais uma razão para a sua utilização neste estudo. Além

disso, Cooper e Schindler (2003) ressaltam que referida técnica pode ser utilizada também na análise de entrevistas.

Nesta pesquisa, utiliza-se a análise qualitativa de conteúdo, uma vez que não é preocupação levantar a frequência com que os elementos de análise aparecem nos conteúdos. O que se interessa são as idéias contidas nas narrativas dos sujeitos, incluindo a complexidade dos detalhes e a forma como tais elementos se relacionam, pois, conforme explicam Laville e Dionne (1999), a análise de conteúdo permite abordar uma grande diversidade de objetos de investigação como atitudes, valores, representações, mentalidades, ideologias e outros, sendo útil, desta forma, no esclarecimento de fenômenos sociais.

Na análise de conteúdo, Bardin (1995) recomenda a categorização dos dados. As categorias são rubricas ou classes que reúnem um grupo de elementos sob um título genérico. O agrupamento é efetuado em razão dos caracteres comuns desses elementos. Conforme Gil (2002), a categorização consiste na organização dos dados de forma que o pesquisador consiga tomar decisões e tirar conclusões a partir deles. Isso requer a construção de um conjunto de categorias descritivas, que podem ser fundamentadas no referencial teórico da pesquisa. Em pesquisas qualitativas, o conjunto inicial de categorias em geral é reexaminado e modificado sucessivamente, com vista a obter ideais mais abrangentes e significativos.

Neste trabalho, as categorias foram definidas a priori, com base nos objetivos e suposições da pesquisa e na literatura consultada. No entanto, é sabido que, com o aprofundamento da análise, poderiam ser feitas novas subdivisões e outras categorias poderiam vir a surgir, as quais poderiam ser incluídas no conjunto final. Assim, a análise dos dados foi procedida sobre as seguintes categorias:

- Caracterização da atividade artesanal;
- Inserção profissional na carreira de artesão;
- Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão;
- Reconhecimento artístico e econômico;
- Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira;
- Perspectivas atuais de carreira e negócios.

Os resultados são apresentados a partir da descrição individual dos casos, com base nas categorias mencionadas anteriormente. Ao final, apresenta-se um quadro síntese dos resultados obtidos.

4.6 Limitações do método

Todo método tem possibilidades e limitações. De acordo com Vergara (2007, p. 61), “é saudável antecipar-se as críticas que o leitor poderá fazer ao trabalho, explicitando quais as limitações que o método escolhido oferece, mas que ainda assim o justificam como o mais adequado aos propósitos da investigação”.

Em relação à metodologia adotada, existem ainda alguns preconceitos tradicionais quanto às estratégias de pesquisa qualitativa, principalmente os estudos de caso:

embora o estudo de caso seja uma forma de investigação empírica, alguns pesquisadores fazem críticas ao método, afirmando que o mesmo não é confiável pela possibilidade da falta de rigor por parte do pesquisador e que fornece pouca base para fazer generalizações (YIN, 2001, p. 29).

A fim de reduzir a possibilidade de críticas em relação a este método, buscou-se, na literatura sobre metodologia da pesquisa, o arcabouço teórico necessário para que a condução da pesquisa ocorresse na forma mais rigorosa possível.

Quanto à impossibilidade de se fazer generalizações, Yin (2001) ressalta que a proposta do estudo de caso é expandir e generalizar teorias (generalização analítica) e não enumerar frequências (generalização estatística). Triviños (2007) também ressalta que a quantificação da amostragem não é uma preocupação neste tipo de estudo. Além disso, o fato desta pesquisa ser classificada como um estudo de caso múltiplo pode contribuir para a redução desta limitação. Salienta-se que os sujeitos entrevistados foram selecionados com base nos critérios estabelecidos anteriormente, os quais buscavam responder às questões metodológicas deste estudo que estavam relacionadas às dificuldades relativas à diversidade do campo do artesanato e às diferenciações de sucesso e fracasso nesta área.

Apesar das limitações apresentadas, o método escolhido pareceu ser o mais adequado aos objetivos propostos.

5 HISTÓRIAS DE VIDA DE MESTRES DA CULTURA DO ARTESANATO

Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar o desenvolvimento da carreira dos artesãos diplomados com o título de Mestres ou Tesouros Vivos da Cultura Tradicional Popular, no âmbito da economia criativa do Estado do Ceará. Nesta seção, são apresentadas as informações obtidas na pesquisa de campo realizada por meio de entrevistas semi-estruturadas, privilegiando a técnica de história de vida. Na análise dos dados, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo.

Inicia-se a seção com a caracterização do conceito de Mestres da Cultura. Em seguida, as histórias de vida dos Mestres são apresentadas individualmente, com base nas seguintes categorias de análise, definidas a partir dos objetivos específicos deste estudo e da literatura consultada:

- Caracterização da atividade artesanal;
- Inserção profissional na carreira de artesão;
- Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão;
- Reconhecimento artístico e econômico;
- Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira;
- Perspectivas atuais de carreira e negócios.

Ao final desta seção, são apresentados quadros síntese de consolidação dos resultados.

5.1 Mestres da Cultura Tradicional Popular do Ceará

Para o estabelecimento das unidades de análise desta pesquisa, partiu-se do conceito de “Mestres da Cultura Tradicional Popular” ou “Tesouros Vivos da Cultura”. O primeiro foi instituído pela Lei nº. 13.351, de 22 de agosto de 2003, publicada no Diário Oficial do Estado do Ceará em 25 de agosto do mesmo ano (CEARÁ, 2003). Esta lei instituiu, no âmbito da administração pública estadual, o registro dos Mestres da Cultura Tradicional Popular do Estado do Ceará (RMCTP-CE).

Para fins da Lei supracitada, será considerado como Mestre da Cultura Tradicional Popular do Estado do Ceará “a pessoa natural que tenha os conhecimentos ou as técnicas necessárias para a produção e preservação da cultura tradicional popular de uma comunidade estabelecida no Estado do Ceará” (CEARÁ, 2003, p. 1).

Em 2006, a Lei nº. 13.351 foi revisada e ampliada, trazendo a manutenção dos grupos e coletividades e foi publicada no Diário Oficial do Estado do Ceará (CEARÁ, 2006), como a Lei dos Tesouros Vivos da Cultura - Lei nº. 13.842, de 27 de novembro de 2006. Conforme esta Lei, os “Tesouros Vivos da Cultura” são definidos como

as pessoas naturais, os grupos e as coletividades dotados de conhecimentos e técnicas de atividades culturais cuja produção, preservação e transmissão sejam consideradas, pelos órgãos indicados nesta Lei, representativas de elevado grau de maestria, constituindo importante referencial da Cultura Cearense (CEARÁ, 2006, p. 1).

Através de edital público, a SECULT-CE (2009) identifica e recebe inscrições para o processo seletivo que confere o título de Tesouro Vivo da Cultura e um auxílio financeiro temporário ou vitalício aos selecionados no valor de um salário mínimo. Este reconhecimento é o primeiro passo para que se consiga, futuramente, reivindicar o direito à proteção da propriedade intelectual dos artistas populares. O programa de reconhecimento e apoio aos artistas que tem suas artes ou ofícios ligados à cultura imaterial foi reconhecido no ano de 2007, pelo Ministério da Cultura, com o prêmio Culturas Populares.

Segundo o edital dos “Tesouros Vivos da Cultura 2009”, os requisitos necessários para o reconhecimento da qualidade de “Mestre da Cultura Tradicional Popular” ou “Tesouro Vivo da Cultura” são os seguintes (SECULT-CE, 2010):

- Relevância da vida e obra voltadas para a cultura tradicional do Ceará;
- Reconhecimento público das tradições culturais desenvolvidas;
- Permanência na atividade e capacidade de transmissão do fazer artístico;
- Experiência e vivência dos costumes e tradições culturais;
- Análise da situação econômica e social do candidato.

Conforme a SECULT-CE (2009), ao ser diplomado “Tesouro Vivo”, que é um reconhecimento simbólico de sua importância no contexto cultural do Estado, o artista tem seu nome inscrito no Registro dos Mestres da Cultura Tradicional Popular, livro próprio da

Secretaria da Cultura, específico, sob a guarda da Coordenação de Patrimônio Histórico Cultural (COPAHC).

O registro no livro dos “Tesouros Vivos da Cultura”, segundo o edital publicado em 2009 (SECULT-CE, 2010), resulta nos seguintes direitos, para as pessoas naturais:

- Ser diplomado pelo Governo do Estado com o Título de “Tesouro Vivo da Cultura”;
- Ter seus projetos recepcionados preferencialmente quando submetidos a certames públicos promovidos pela Pasta da Cultura relativos à área de atuação do diplomado;
- Percepção de auxílio financeiro, vitalício, a ser pago, mensalmente, pelo Estado do Ceará, em valor não inferior a um salário mínimo, que será destinado exclusivamente para as pessoas naturais de comprovada carência econômica.

Além dos direitos adquiridos, os inscritos no Livro de Registro dos “Tesouros Vivos da Cultura” comprometem-se a transferir suas técnicas e conhecimentos a alunos ou aprendizes, através de programas educativos organizados pela Secretaria da Cultura, cujas despesas serão custeadas pelo Tesouro Estadual.

De acordo com a SECULT-CE (2009), com o registro dos Mestres da Cultura Tradicional Popular, o Ceará deu um passo adiante de outros Estados brasileiros na preservação e proteção do seu patrimônio imaterial, pois, com esta iniciativa, apóia-se e preserva-se a memória cultural do povo cearense, transmitindo às gerações futuras o saber e a arte sobre os quais foi construída a história cearense.

5.2 Espedito Seleiro

Espedito Veloso de Carvalho, cujo nome artístico é Espedito Seleiro, nasceu em Arneiroz-CE, em 1939. Reside em Nova Olinda-CE, onde exerce suas atividades profissionais como artesão, na tipologia couro. Foi diplomado Mestre/Tesouro Vivo da Cultura em 2008 e, segundo a SECULT-CE (2009, s/p), “é um mestre da cultura tradicional popular por trazer, na sua arte, através de traço, a memória da história do couro na originalidade das vestimentas do vaqueiro e do cangaço fabricando sela, gibão e botas do homem da caatinga”. A entrevista foi realizada em sua loja e oficina, em Nova Olinda-CE, no dia 12 de novembro de 2009.

5.2.1 Caracterização da atividade artesanal

Em uma realidade onde o cangaço não mais existe e os vaqueiros passaram a utilizar motos e caminhonetes, Espedito Seleiro dedica-se à produção de sandálias, bolsas, cintos e outros acessórios de couro, embora não tenha abandonado totalmente a produção de artigos tradicionais para os vaqueiros.

De acordo com o artesão, a inspiração para a produção de suas peças surge naturalmente e sua preocupação é com a criação e a inovação:

[...] quando você tem um sonho, Deus lhe ajuda, né. Você tá fazendo uma peça, você já tá pensando em outra peça. Porque se você for fazer uma mala dessa aqui e levar a vida todinha você fazendo só esse modelo de mala aí você vai ter um tempo que ninguém vai te comprar mais mala. Já tem esbrangido (sic.) tudo, né. [...] Agora o meu estilo é esse: quando eu tô fazendo um modelo d'uma bolsa dessa, eu já tô pensando amanhã, depois, fazer outro modelo. É por isso que aqui nunca falta o que a gente fazer e tudo o que a gente faz a gente vende porque o estilo toda vida é diferente, renovando os modelo (sic).

As técnicas utilizadas, bem como os modelos, são desenvolvidos por ele mesmo, embora este não descarte a possibilidade de aceitar encomendas de modelos criados por outras pessoas. No entanto, ressalta que faz questão de deixar sua marca:

Eu não copeio (sic) nada de ninguém. Tudo que eu fiz e até hoje, eu só faço tirando da idéia. As vezes tem gente que vem, pede pra eu fazer uma sandália, traz um modelo, eu faço, se você me pede pra fazer esse modelo eu faço, só que eu coloco uma diferença que num vai ficar só o estilo que você me pediu pra fazer eu sempre gosto de botar o meu modelozinho, o meu estilo de um lado que não vai dar problema pra ninguém, né.

Essa necessidade de criar algo novo, segundo Degen (1989), Schein (1993; 1996), Dolabela (2008) e Kuratko (2009), é típica dos empreendedores. Percebe-se que Espedito Seleiro mostra-se preocupado com a inovação e com a diferenciação de suas peças, demonstrando um comportamento empreendedor em relação à atividade artesanal.

A matéria-prima utilizada é comprada em Juazeiro do Norte-CE, Paraíba, Pernambuco e em Fortaleza-CE. Segundo o sujeito, há dificuldades para encontrá-la, pois o mesmo privilegia a qualidade e não o preço. A qualidade da matéria-prima, conforme o Mestre Espedito, é essencial para que suas peças se diferenciem das demais.

A produção ocorre em um espaço que abriga tanto a oficina como a loja, além de ser também a residência do artesão: “a gente faz as peças ali e vende aqui. É o ponto de trabalho e o ponto de vender. E moro bem encostadinho. Amanheceu o dia, a gente tá no serviço”.

O tempo de produção, como ressalta Mestre Espedito é bastante variado, conforme quantidade, modelos e o número de pessoas com quem o mesmo trabalha. Ele conta com a ajuda de dez artesãos de sua família, os quais lidam com o couro também desde a infância: “aqui a gente é um grupo familiar. É uma associação que a gente tem aqui entre família. É filho, é nora, é sobrinho, é neto, é tudo. Tudo é na família. Aqui se você der um empurrão num, você empurrou foi meio mundo de gente”.

A maior parte da produção é comprada pela CEART, órgão do governo que intermedia a venda de produtos criados pelos artesãos, para o consumidor final. As lojas da CEART localizam-se em Fortaleza-CE. Contudo, as encomendas também partem de outras localidades: “tem em São Paulo, tem no Rio, elas mandam me pedir todo tipo de pedido, de sandália, de bolsa, a gente manda pra lá. Tem loja e tem pro (sic) povo usar mesmo. Mas tem loja que revende. Agora mesmo tem o pedido pra gente fazer umas bolsas pra lá”.

Na loja/oficina de Espedito Seleiro, estão expostas as suas peças, prêmios, fotos e produtos tradicionais de couro, dentre outros artigos. A loja é bastante visitada por turistas de várias regiões e países.

5.2.2 Inserção profissional na carreira de artesão

Espedito Seleiro iniciou sua vida laboral como aprendiz de artesão em 1947, ajudando seu pai, artesão conhecido na região por produzir selas, gibões, chapéus e sandálias: “quando eu comecei já foi mais o meu pai. Eu trabalhava mais ele desde novinho, desde oito anos. Eu nunca aprendi a fazer outra coisa a não ser trabalhar com o couro”.

Na adolescência, o artesão cogitou outras opções de carreira. Em 1955, aos dezesseis anos, decidiu criar um pequeno comércio, mas, mesmo considerando que tinha um bom negócio em mãos, não se sentia satisfeito e realizado:

Depois que eu já tava com a base de dezesseis anos, deu a preguiça e eu fui inventar de botar um comércio. Mas só que dentro do comércio eu nunca tava satisfeito. Não tava com aquele destino que eu tinha, né. Eu vendia bem as coisas que eu botei pra vender, tinha bastante freguês. Era uma mercearia que eu tinha. Era secos e

molhados (sic). Era cereais (sic), era bebidas (sic), essas coisas assim. Mas o meu destino era outro. [...] Eu ficava dentro da mercearia mais aquilo pra mim tava faltando uma coisa assim no meu modo de pensar. A minha vontade de viver não é nesse trabalho aqui não. Mas nunca faltou a oficina. [...] Quando não tinha gente pra eu tá vendendo eu tava trabalhando fazendo peça de couro.

Embora esta segunda experiência profissional tenha sido breve, esta foi fundamental na carreira do artesão, pois o permitiu constatar que o artesanato seria a ocupação que o faria sentir-se realizado profissionalmente e pessoalmente, permitindo assim, uma escolha mais consciente de carreira, como enfatizam Greenhaus e Callanan (1994). Aos dezoito anos, Espedito Seleiro decidiu abandonar o comércio e dedicar-se à carreira de artesão: “até que eu acabei com aquilo [a mercearia], e comecei a ... peguei o dinheiro da venda que eu tinha e comprei de material em couro. [...] Eu tinha na faixa de dezoito anos”. Desde então, o sujeito tem o artesanato em couro como sua única atividade produtiva.

Constata-se, dessa maneira, que o ciclo de carreira referente ao artesanato, como opção de carreira consciente, foi iniciado aos dezoito anos e teve como gatilho ou fator motivador (HARRINGTON; HALL, 2007), a necessidade de realização, característica marcante dos empreendedores, segundo McClelland (1991), associada à necessidade de sobrevivência (DORNELAS, 2007), já que Espedito Seleiro não possuía outra ocupação que gerasse renda.

Na perspectiva da carreira empreendedora, o pai do sujeito parece ter atuado como um modelo de referência (FILION, 2000; GREENHAUS; CALLANAN, 1994; HISRICH; PETERS, 2004; DORNELAS, 2008), pois o mesmo foi o responsável pelo primeiro contato de ES com a atividade artesanal.

Em relação ao desenvolvimento da carreira do artesão, esta foi composta por três ciclos. No primeiro, dos oito aos dezesseis anos, Mestre Espedito era aprendiz de seu pai. No segundo, iniciado aos dezesseis anos, Espedito Seleiro conciliou a atividade de comerciante com o artesanato. Por fim, o terceiro ciclo, que corresponde exclusivamente ao artesanato e que foi iniciado aos dezoito anos e dura até os dias atuais. Ressalta-se que a atividade artesanal está presente nos três ciclos: “eu nunca abandonei [o artesanato], de oito anos até hoje”.

5.2.3 Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão

O contato inicial de Espedito Seleiro com o artesanato ocorreu ainda na infância, quando era aprendiz de seu pai. Neste ofício, ele explica que “você tem que começar pequenininho que nem eu comecei, que nem meus filhos começaram mais eu (sic)”. Os conhecimentos obtidos com o pai, juntamente com suas habilidades naturais, foram sendo aperfeiçoadas pelo próprio sujeito, ao longo do ciclo de carreira relacionado ao artesanato, na medida em que o mesmo foi criando novos produtos e novas técnicas.

O aprendizado do artesão, portanto, ocorreu de forma experiencial (KOLB, 1984), na medida em que exercia o ofício artesanal. Como explicam Harrington e Hall (2007), o processo de aprendizagem de Mestre Espedito ocorreu ao longo dos mini-estágios dos ciclos de carreira, tendo sido iniciado na fase exploratória e evoluído até que o sujeito se estabelecesse e atingisse o nível de domínio na atividade.

Quanto à escolaridade, o artesão explica que não pôde estudar muito: “não, num tive tempo. Meu pai era pobre, trabalhava na profissão e eu quando eu nasci já foi ajudando ele a fazer o serviço dele pra manter a casa. Só que eu estudei um pouquinho, só sei fazer meu nome, fazer umas continha (sic), coisinha pouca. Até a quarta série, parece”. Espedito Seleiro ainda acrescenta:

Ah, foi uma coisa que eu não tive tempo foi de aprender a ler. Eu só sei fazer o nome pra escrever meu nome pra um documento, assinar e fazer uma conta. [Mas] se você me comprar um monte de peça, eu garanto como eu faço a conta bem direitinho, sem errar. Mas num estudei muito não.

Mestre Espedito demonstra arrependimento por não ter estudado mais e explica uma situação em que sente falta da capacitação:

Me arrependo. Eu acho que se eu tivesse estudado, trabalhando sim, e estudado mais, eu acho que era melhor. O que acontece é o seguinte: eu aqui dentro mesmo eu já senti muita falta do estudo. Como eu recebo muitas pessoas de outros países que fala diferente (sic), que não é português, que a língua é diferente né, eu já tenho perdido de vender peças aqui porque eu não entendo, eles também ficam com vergonha de ficar perguntando e pedindo e faz aquela zuada, eu não entendo, ninguém entende aqui, né. Aí, às vezes já tem perdido de vender muitas coisas porque eu sinto que eles não querem ficar perguntando porque eles sabem que eu não entendo a fala deles e eles não entende a minha, aí fica aquela bagunça, né. Eu acho que se eu tivesse estudado mais, alguma coisa era melhor pra mim.

Embora tenha desenvolvido técnicas e estilos próprios que diferenciam suas peças e que foram resultado habilidades naturais aliadas à experiência como artesão, os relatos de

Mestre Espedito mostram que apenas os conhecimentos técnicos não são suficientes garantir o sucesso como empreendedor, como destaca Dolabela (2008). Na perspectiva da indústria criativa, percebe-se que são necessárias habilidades técnicas e artísticas, bem como empresariais UNCTAD (2008). Este parece ser o caso de Espedito Seleiro, visto que o artesão não passou por nenhuma forma de capacitação que envolvesse aspectos gerenciais de um negócio como recomendam Barros (2006) e Freitas (2006). O sujeito demonstra ter consciência de que a capacitação é necessária na carreira e que poderia contribuir para o aumento do negócio, embora não demonstre interesse em se capacitar para melhor gerir seu pequeno empreendimento: “mas de qualquer maneira tá bom. [...] a vida da gente só é boa se você se conformar com ela”. Ele ainda acrescenta:

Não, eu pretendo ficar com o que eu estou mesmo. Pra estudar mais eu não tenho paciência, que já tem muita coisa pra gente se preocupar. Tem muita gente formada que às vezes se aperreia mais do que eu, que não sou formado. E assim eu me conformo com a minha vida que tá é bom demais, né. Eu tenho alguns meninos que sabem, não é uma formatura grande mais é..., eles tem as formatura (sic) deles que dá pra me ajudar e eles não saem de perto d'eu e aí no que eu me confio é nisso.

O desinteresse de Mestre Espedito em se capacitar ou buscar novos conhecimentos que por ventura poderiam contribuir para a melhoria das vendas de seus produtos pode estar relacionado ao fato de que o artesão encontra-se numa fase mais madura da carreira, a qual se assemelha ao estágio de manutenção (HALL, 2002), no qual o indivíduo busca manter o que já conseguiu conquistar durante toda a sua vida profissional, não sendo um período com muitas mudanças em relação à vida profissional.

5.2.4 Reconhecimento artístico e econômico

Atualmente, do ponto de vista artístico, Espedito Seleiro considera-se reconhecido, como é evidenciado no trecho abaixo:

Reconhecido eu acho que eu sou por causa do trabalho porque eu acho que o mundo todinho me conhece hoje. Aqui é um ponto turístico, eu mando pra algumas lojas, já mandei pra Espanha. Mas a força maior é o turista, que vem pra aqui (sic) e aqui ele compra aquilo que agrada, manda fazer e depois eu mando e aí é assim. Porque o ponto é turístico, sabe? Aí dá muita gente de fora. É por isso que eles chegam aqui e me conhece, tira foto das bolsa (sic), tira das sandália, tira foto minha e leva pra lá. Quando chega lá já mostra pra outros, aí já pega o endereço daqui, aí a pessoa já liga de lá, já faz os pedido de sandália, bolsa, a gente manda, é aquele negocio. É por isso que a gente se torna mais conhecido.

Após a obtenção do título de Mestre da Cultura, em 2008, o artesão enfatiza que houve uma melhoria nos negócios e nas condições de vida:

Mudou sim, porque eu tenho um salário, eu recebo um salário. Quer dizer que já deu mais um pulo na convivência da gente. Já deu uma ajuda. Um salarinho é pouco, mas já ajuda. Em relação ao Mestre da Cultura, eu não me considero melhor que ninguém não. Só que pra você chegar lá é meio difícil viu, não é fácil não. Pra você receber o título de Mestre você tem que enfrentar mesmo e não desvanecer, né. Não é qualquer um. Tem muitas pessoas que começa, aí desvanece no meio da estrada, aí num vai mais pra frente e às vezes tá bem pertinho de você chegar lá, mas se você desvanecer, aí vai começar outro e aquilo ali vai ficando mais difícil. E foi o meu caso. Eu enfrentei, enfrentei, enfrentei, enfrentei, até que um dia Deus ajudou que deu tudo certinho. Me deram o título de mestre, aí também aumentou mais o conhecimento e a freguesia também aumentou, melhorou.

Em termos de retorno financeiro, Mestre Espedito explica que o reconhecimento obtido ainda nos estágios de exploração e treinamento (HARRINGTON, HALL, 2007) do ciclo de carreira do artesanato contribuíram para que suas peças fossem bem aceitas no mercado, de tal modo que o artesão não sente dificuldades em relação às vendas: “pra vender, graças a Deus a gente não vai, não é muito difícil de vender não”. Ainda conforme o artesão:

Já tenho feito peças pra um bocado de gente famoso. Assim ó, aquele filme de Marcos Palmeira..., tem um bocado de revista já com as peças da gente... Pra Cavalera eu já fiz, pra Cantão eu já fiz... Pra Marcos Palmeira, pro filme eu que fiz a roupa... Eu não gosto muito não de dizer não, eu acho bom que o povo diga. Não gosto muito de ficar dizendo que faz isso, faz aquilo.

O aumento do reconhecimento e a obtenção do título de Mestre da Cultura contribuíram para que Espedito Seleiro repassasse seus conhecimentos para outras pessoas, o que também é um dever daqueles que detém o título de Mestre da Cultura. O artesão explica que se sente bem fazendo isso: “já ensinei bastante. Eu levei a minha vida só assim ensinando o pessoal e quando o cabra aprende ele vai embora, vai botar uma oficina em Assaré, vai botar oficina em outro estado e é assim. Mas eu acho bom porque tá todo mundo vivendo”.

5.2.5 Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira

Ao longo de sua carreira como artesão, o artesão enfrentou uma série de desafios em relação ao crescimento do negócio. Dentre eles, ele destaca a ausência de capital para investir, as características do tipo de peça que produzia e dificuldades para aumentar a produção. Estes problemas relatados pelo sujeito são detalhados a seguir.

Em 1957, quando optou pela carreira de artesão, aos dezoito anos, Espedito Seleiro ressalta que sua maior dificuldade no início da carreira era a ausência de capital para investir:

Mas num tinha dinheiro pra comprar matéria-prima pra você fazer bem muita coisa assim do jeito que você desejava. Mas você tem que ir com paciência porque se você for de uma vez você desvanece e não um chega lá de jeito nenhum. E foi o que eu fiz [...] O dinheiro era pouco, mas eu comprei o deu pra comprar e até hoje nunca mais eu parei.

Quando eu comecei, você sabe que todo começo é assim, é atrasado, eu comecei, tinha esse problema, não tinha dinheiro e nem sei (sic) como ia comprar fiado. Aí fica ruim né, mas de qualquer maneira, tendo calma, Deus lhe ajuda e você chega onde você tem vontade.

O artesão acrescenta que, na medida em que foi se tornando reconhecido por seu trabalho, as dificuldades relacionadas à falta de capital para investir foram sendo dissipadas, pois conquistou amizades junto aos fornecedores e seu reconhecimento gerou credibilidade:

Hoje não falta mais dinheiro porque eu tenho conhecimento, o meu conhecimento é grande. [...] Aonde eu tô acostumado a comprar matéria prima eu, tanto faz eu ter dinheiro como não ter, eu compro material. [...] Se eu tiver com dinheiro aqui eu compro o material se não tiver, eu tenho aonde mandar pegar, basta ligar que eles mandam deixar (sic.).

Outro obstáculo foi a falta de reconhecimento. Na fase inicial da carreira, quando seu trabalho ainda não era conhecido, o Mestre Espedito explica que tinha dificuldades para vender suas peças: “quando eu comecei era difícil. Difícil mesmo porque num tinha gente de fora pra vir comprar e num tinha muito trabalho pra gente fazer por isso, porque num tinha gente de fora”. Para superar esta fase, o sujeito explica que se dedicou ao máximo às suas criações: “quando eu comecei a fazer as peças, eu fazia no capricho que era pra ver se arrumava cliente, né. Eu digo eu vou fazer bem feito que é pra eu arrumar bem muito (sic) cliente, pra nunca faltar”. A qualidade do trabalho e o tempo trouxeram o reconhecimento e os clientes passaram a procurar seus produtos:

Aí que fiquei trabalhando e [o] povo foram levando pras região, aí vinha gente de Pernambuco vinha gente de outros estados né, mandar eu fazer sela, que eu fazia era sela. Sela e gibão e chapéu, essas coisas de vaqueiro assim dos mato mesmo, né. Aí o pessoal dizia: rapaz eu vou mandar fazer esse arreio em Nova Olinda porque lá tem um cara bem novinho, o bicho é quase menino ainda, mas trabalha bom. Aí vinha pra cá, eu fazia o serviço e eles ficava (sic) bastante satisfeito e assim foi espalhando o conhecimento. Aí foi se esbrangindo (sic) pra fora e lá vai.

Espedito Seleiro, portanto, preferiu dedicar-se à criação de novas peças e à qualidade das mesmas, para, com isso, aumentar o reconhecimento e as vendas, o que resultou na

extinção do problema em relação á compra de matéria-prima. Nesta fase, a identidade artística prevaleceu sobre a empresarial.

Com o passar dos anos, a venda de artigos para vaqueiros começou a cair, pois como explica Mestre Espedito, a vestimenta completa de couro tornou-se cada vez mais cara e os vaqueiros começaram a preferir trabalhar usando bicicletas, motos, carros e caminhões. Além disso, o ciclo de vida dos produtos era muito longo: “porque uma sela que eu fazia é trinta ano (sic) pra se acabar, uma sela. Aí você faz uma peça que atura (sic) trinta anos, aquilo é uma coisa que vai dar pouco futuro ao artista”.

Essa fase, segundo o artesão, foi marcada por dificuldades nas vendas. Em, 1971, após a morte do pai, o problema se agravou, pois, sendo o filho mais velho, responsabilizou-se pela criação dos irmãos que não residiam em Nova Olinda: “[...] ele deixou um monte de filho dele, tudo de menor e eu truxe pr’aqui (sic) [...], botei dentro da oficina, ensinei todos. Aí comecei a trabalhar. [...] Juntei meus irmãos com meus filhos e larguei o braço a trabalhar”.

Diante desta situação, o artesão percebeu que era o momento de diversificar seu trabalho:

Peguei os desenho (sic) das selas, daquelas selas bonita (sic) que existia que era dos ciganos, era do fazendeiro, era do deputado, era do governador [...]. Peguei o desenho da sela e joguei pra cima das bolsa (sic), sandálias.

Agora eu vou fazer o seguinte: eu vou mudar o estilo do meu trabalho. Se tiver futuro, for vendendo mais, eu vou aumentando, senão o jeito que tem é parar. Mas graças a Deus, quando eu mudei o estilo pra fazer sandálias, sapato e bolsa, sapato pra quadrilha, sapato pra filme, bolas, essas coisas, aí foi esbrangindo (sic).

Mesmo diversificando o seu estilo, Mestre Espedito não deixou de fazer o que aprendeu com seus antepassados: selas, gibões, chapéus e luvas de vaqueiros. Mas ele enfatiza que as novas peças foram bem aceitas, de tal modo que as vendas não mais foram sua preocupação principal.

Atualmente Espedito Seleiro enfrenta problemas para aumentar a produção, pois, privilegiando a qualidade de suas peças e o aspecto da criatividade e inovação, sente dificuldades para aceitar grandes encomendas:

Por exemplo você chega aqui e você me encomenda cem par de sandálias, todos modelos variados, umas duma cor, outra d’outra, uma numeração tudo diferente. Se você me pedir quinze dias pra eu lhe entregar cem par (sic) eu não pego a encomenda. Porque eu não tenho gente suficiente pra isso. Aí se você manda eu fazer cem par (sic) de sandália, sandália complicada porque tem sandália aqui que a

gente faz cem em dois dias, a gente faz né, eu com os menino meu (sic), a gente faz em dois dia (sic) cem igual. Mas tem outras sandálias complicada (sic) que você investe noventa dias pra fazer cem igual (sic) porque as costura (sic) é toda feita a mão que nem você tá vendo aqui e é essa costurinha a mão aí é onde vai a complicação. Aí a gente pede um tempo, trinta dias, quarenta dias, dependendo do tanto de encomenda, né.

Esse problema, segundo o artesão, é seu maior desafio atualmente: “é difícil é de fazer a peça e entregar no dia certo que você me pede. No prazo certo. É só isso a complicação”. Assim, o artesão encontra dificuldades para aceitar grandes encomendas e entregá-las no prazo, pois o número de artesãos que com ele trabalham é insuficiente.

Ao analisar os desafios enfrentados por Mestre Espedito em relação ao crescimento do negócio, percebe-se que o artesão apresentou certos elementos do comportamento empreendedor. O sujeito, por exemplo, mostrou-se tolerante às incertezas e ambiguidades (FILION, 1999; TIMMONS; SPINELLI, 2003; BYGRAVE, 2004), além de reagir a mudanças ambientais (GREENHAUS; CALLANAN, 1994) que conduziram à oportunidade de criar novas peças, demonstrando visão acerca do ambiente de negócios (PARDINI; BRANDÃO, 2007).

No entanto, estas características empreendedoras se aplicam à atividade artesanal propriamente dita, em termos de variedade e qualidade para caracterizar o produto e manter a relação com os clientes. Por outro lado, Espedito Seleiro ainda possui sérias dificuldades para gerir o empreendimento em termos de aumento da produção, sem descaracterizar os produtos. Assim, a identidade artística relacionada ao artesanato parece prevalecer sobre a empresarial ou empreendedora propriamente dita.

5.2.6 Perspectivas atuais de carreira e negócios

Atualmente, Mestre Espedito tem o artesanato em couro como sua única atividade produtiva. Ele afirma que não se arrepende de sua opção de carreira e sente-se realizado:

acho que o meu prazer é de morrer aqui dentro trabalhando. Eu acho que se eu pegasse assim, se Nova Olinda todinha fosse minha, eu ainda não deixava de trabalhar. Aí é que eu fazia coisa mais difícil ainda que era pra chamar a atenção das pessoas lá de fora. Além d’eu precisar, o meu destino é esse mesmo, num tem outro, a minha vontade é de tá aqui misturado com o couro, com o cabra aprendendo, com todo mundo aqui.

Em relação a planos e aspirações, o artesão afirma não se preocupar quanto ao futuro:

eu acho que você tem que se conformar com o que você já tem. Se der pra você esbrangir (sic), aumentar, tudo bem. Se não, tem que ficar com o que tá. Que a vida só é boa assim se você se conformar com ela. Se você pensar que eu tenho uma officazinha dessa, pensar de esbrangir (sic) meio mundo de coisa, aí isso aí eu nem penso. Se der certo tudo bem, se não der, eu tô no que eu já estou.

Espedito Seleiro enfatiza que o foco de suas atuais preocupações volta-se para o atendimento das necessidades dos clientes, no sentido de oferecer produtos diferenciados e de qualidade:

A gente tem que procurar desenvolver cada vez mais. Mudar o estilo, ajeitar mais o comércio, tudo isso é obrigado você ampliar tudo direitinho, fazer as coisas conforme, mas dependendo da sua condição. Se você quiser esbrangir (sic) no comércio sem ter condição, você termina ficando doido, fica devendo no comércio e não tem como pagar, aí não é mais artesão, num é mais comerciante num é mais nada. Por isso que é bom você se conformar com o que você é e é o que eu faço. Se der pra aumentar, eu aumento se não der eu fico no que eu estou.

Quanto à expansão dos negócios, no sentido de registrar produtos ou abrir lojas e oficinas em outros locais, o artesão enfatiza: “[...] rapaz, você fique certo que eu tô aqui mas minhas peças estão em Fortaleza, tá no Recife, tá em São Paulo, tão em todo canto. Se eu acho bom é ficar aqui? Se eu acho bom é ficar aqui com o pessoal!”

Mestre Espedito, portanto, demonstra satisfação em relação ao trabalho, o que remete à necessidade de realização dos empreendedores (MCCLELLAND, 1961; GREATTI, 2005) e à forte identificação com um produto ou atividade (GREENHAUS; CALLANAN, 1994). Além disso, na visão do sujeito, a noção de sucesso baseia-se em critérios intrínsecos, relacionados à autorealização como apontam Dolabela (2008) e Fillion (1999). Ou seja, mesmo com as dificuldades superadas ou atuais, o artesão assevera que fez a opção de carreira correta e que se sente realizado com a mesma.

A ausência de planos pode também estar relacionada ao estágio de manutenção de carreira (HALL, 2002) e vai de encontro à inclinação profissional empreendedora (SCHEIN, 1993; 1996), a qual se manifesta claramente em relação à criação de novos produtos, mas não em relação ao crescimento do negócio.

5.2.7 Fechamento do caso

O ofício artesanal está presente na vida Mestre Espedito Seleiro desde a infância, embora o mesmo tenha tido outra experiência profissional. O artesão parece identificar-se

bastante com o artesanato, a ponto de se sentir realizado com a carreira. No entanto, sua preocupação volta-se a atividade artesanal e artística, pois o foco de sua carreira volta-se para a criação de novos produtos e ampliação de seu portfólio, de modo que o aumento da produção e a expansão dos negócios não são sua preocupação primordial. Assim, a conciliação das perspectivas e de ampliação constante de mercados encontra barreiras na limitada inserção mercadológica e na capacidade de produção baseada em membros da família e pessoas de seu ciclo de relacionamentos.

5.3 Maria Cândido

Maria de Lourdes Cândido Monteiro, cujo nome artístico é Maria Cândido, nasceu em Pernambuco, em 1939. Reside em Juazeiro do Norte-CE, onde exerce suas atividades profissionais como artesã na tipologia barro/cerâmica. Foi diplomada Mestre/Tesouro Vivo da Cultura em 2004 e, segundo Carvalho (2005, p. 115), ela e suas filhas possuem uma criatividade que fez surgir “uma das contribuições mais instigantes de Juazeiro do Norte para a arte popular”. A entrevista foi realizada em sua residência, em Juazeiro do Norte-CE, no dia 13 de novembro de 2009.

5.3.1 Caracterização da atividade artesanal

Maria Cândido, ou Dona Lourdes, como também gosta de ser chamada, dedica-se à produção de temas, os quais são placas de barro/cerâmica produzidas para serem fixadas em paredes, como quadros, de onde emergem bonecos que representam cenas do cotidiano e do imaginário nordestino.

A inspiração para a produção dos temas vem naturalmente, embora a artesã reconheça que, se conhecesse novos lugares e pessoas, haveria ainda mais situações para explorar:

é só na mente da gente mesmo. Nós se inspira (sic) em nós mesmo. A gente tá com a cabeça assim sem ter o que fazer, aí a gente começa pensando, imaginando, aí vem aquela inspiração na mente da gente aí a gente vai e senta e começa a trabalhar satisfeito. [...] Se a gente andasse muito aí pelo meio do mundo, e visse muita coisa importante, a gente poderia fazer mais. Mas não, esse trabalho nosso todinho é só da mente da gente mesmo.

A matéria-prima utilizada é comprada em Juazeiro do Norte-CE. Antes de modelar o tema, o barro deve ser preparado: “quando seca o barro, a gente bate, peneira, molha ele, amassa, que a gente peneira ele [...] fininho, aí então a gente amassa ele bem amassado, deixa curtir por dois dias e começa a trabalhar”.

A artesã afirma não ter uma técnica específica. Utiliza apenas ferramentas e utensílios simples como “uma vasilhinha com água, uma faquinha, um papel e uma tauba (sic) e um paninho pra secar a mão”. Dona Lourdes trabalha na sua própria residência, espaço que, embora seja pequeno, ela divide com as duas filhas, também artesãs: “todos precisa (sic) e a gente tem que se virar aos poucos (sic.)”.

Mestre Maria Cândido e suas filhas, embora se dediquem à mesma tipologia de artesanato, têm assinaturas e estilos diferentes. Assim, cada uma é responsável por suas peças, do preparo do barro à pintura. A artesã explica que toda a família aprendeu o ofício artesanal, embora não o exerçam com total dedicação como ela e as filhas: “são onze filhos e todos eles aprenderam a lidar com o barro. Tem duas noras que trabalham, três começou, mas só duas enfrentou, tão enfrentando. Então, tem os netos que trabalham também e assim por diante (sic.)”.

Quanto à produtividade, Dona Lourdes explica que, quando era mais jovem, costumava produzir quatro ou cinco peças por dia. Atualmente, com muito esforço, consegue fazer apenas uma peça por dia. Além da idade, os problemas de saúde também prejudicam sua produtividade, de modo que a artesã precisa de ajuda para preparar a matéria-prima: “eu tenho que esperar os menino amassar o barro, bater as placa, traz pra cá e eu só formo as minha (sic)”.

Suas peças, atualmente, são quase que exclusivamente voltadas para o atendimento de encomendas e para a CEART: “a gente trabalha mais só encomendas [...]. Só tamo (sic) trabalhando pra CEART agora ou pra encomendas que vem de fora, do Rio de São Paulo...”. Na CEART, ela afirma que há muitos trabalhos da família e as encomendas provenientes do Rio de Janeiro e de São Paulo partem, principalmente de galerias. Destaca ainda que suas peças também já foram solicitadas até por clientes estrangeiros: “[...] fizeram a encomenda, mas nós não (sic) sabia direito. Eles mandaram pra São Paulo, pra de São Paulo fazerem a encomenda pra nós. Aí nós fizemo (sic) e foi. Depois nós sabemos (sic) que esse trabalho tava em Portugal. Eu sei que chegou lá, por quem...”.

5.3.2 Inserção profissional na carreira de artesã

Em 1946, aos sete anos, Maria Cândido já trabalhava para colaborar com o sustento da família:

De sete ano pra diante, papai botou nós (sic) no trabalho [...] na roça, a gente era os homem do trabalho do papai. Comecei a trabalhar na roça com sete ano (sic), saí com vinte ano quando eu me casei. Mas era direto. Nós saía (sic) de madrugada pra ir pra roça. E assim nós levamos essa temporada todinha dos sete ano aos vinte anos (sic).

Essa situação permaneceu constante até 1959, quando, aos vinte anos, Maria Cândido se casou e, por nove anos, passou a se dedicar exclusivamente ao serviço doméstico: “era nascendo filho e eu ia cuidar só da família (sic)”. No entanto, na medida em que a família ia crescendo, Dona. Lourdes explica que precisou ajudar o marido na agricultura novamente, pois segundo ela, “o ganho dele não dava”. Assim, a necessidade de sobrevivência atuou como um fator que levou a artesã a retornar ao trabalho como agricultora, desta vez como uma escolha mais consciente, diferentemente do que ocorreu quando era criança.

Aos trinta e três anos, em 1972, Maria Cândido já havia retornado ao trabalho na agricultura. No entanto, ela explica que esta foi uma fase difícil, pois tinha que conciliar o trabalho nas plantações e ainda cuidar da casa e das crianças. Aos sábados, relata que costumava fazer feira no centro de Juazeiro do Norte-CE e precisava levar os filhos, os quais insistiam para que a mesma comprasse brinquedos, o que sua condição financeira não lhe permitia:

A gente, no sítio, só usa vasilha de barro né, aí eu vinha para o armazém para comprar pote, comprar panela, prato, aí eu trazia os menino (sic) e eles ficavam aperrando porque já existia aquelas brincadeirinhas que tem para criança, né e eles queriam e eu dizia não dá pra comprar porque se eu tirar o dinheiro da feira para comprar brinquedo pra eles, vai diminuir bastante.

Ao sentir-se impossibilitada de atender aos pedidos dos filhos e diante da necessidade de entretê-los para que pudesse ajudar o marido na agricultura e se dedicar às atividades domésticas, Maria Cândido relata que decidiu modelar pequenos brinquedos de barro para os filhos:

Aí eu fui lá colhi o barro e aí fui e fiz, pras três menina [...] eu fiz panelinha, pote, fogaleiro (sic), fazia aquelas cestinhas, prato e essas coisinhas assim pra elas brincarem, né. E pro menino [...] eu fiz cavalo, cachorro, gato, porquinho, aqueles jumentinho com cassoá, aqueles cavalinho com os home amontado (sic) e eles se

enterteram (sic) brincando né, aí deu pra eu cuidar melhor da roça e de casa e eles se entertiam brincando (sic).

Embora tivesse uma irmã que era artesã e que produzia peças em cerâmica, Dona Lourdes nunca demonstrou grande interesse pelo artesanato: “mas eu nunca me interessei em olhar como era ao menos o barro avalie fazer, mas no caso das crianças, me obrigaram né (sic.)”.

Após a colheita daquele ano (1972), a artesã explica que ficou com um tempo livre: “meu Deus que é que eu vou fazer?”. Assim, para ocupar o tempo ocioso, decidiu produzir peças utilitárias de barro, as quais eram vendidas no centro da cidade:

Aí eu fiz por mim mesma [...] quando tava pronta eu peguei umas amostra de cada tipo [...] e trouxe e apresentei nos armazéns, aqui mesmo [Juazeiro do Norte-CE] e o pessoal gostaram né, e encomendaram, começaram encomendendo e eu fazia. Tinha sábado que nós trazia às vezes cinco cento de miudeza pra vender.

Daí por diante, Maria Cândido dedicou-se ao artesanato como sua única atividade produtiva: “isso foi nessa época mesmo, em [19]72. Já saí da roça pra o barro e não parei mais”. Diante da necessidade de ajudar o marido com o orçamento familiar, a artesã preferiu continuar trabalhando com o barro a retornar o trabalho na lavoura, já que seus produtos foram bem aceitos no comércio local e esta passou a interessar-se pelo artesanato: “aí foi continuando e eu achando bom, fui gostando [...] enquanto tiver vida e disposição nós vamos trabalhando”.

Dessa forma, na carreira de Mestre Maria Cândido, o ciclo de carreira referente ao artesanato como opção de carreira consciente foi iniciado aos trinta e três anos e teve como gatilho ou fator motivador (HARRINGTON; HALL, 2007) a presença de habilidades naturais em relação à atividade, as quais afloraram no papel de mãe, associada à necessidade de sobrevivência e à forte identificação com o artesanato. Tais aspectos motivaram a artesã a abandonar a agricultura e dedicar-se ao artesanato.

Em relação ao desenvolvimento, a carreira de Dona Lourdes foi composta por dois ciclos. O primeiro caracteriza-se pela dedicação à agricultura, diante da necessidade de sobrevivência. No segundo ciclo, iniciado aos trinta e três anos, Maria Cândido passou a dedicar-se integralmente ao artesanato, atividade que desempenha até hoje.

Ainda na década de 1970, suas peças começaram a ser comercializadas na Cooperativa dos Artesãos de Juazeiro do Norte. Na época, seu trabalho passou a ser

procurado por pessoas de outros estados como Rio de Janeiro e São Paulo: “nós vendia aí [na cooperativa] e eles transportava (sic) pra fora, né. Nós vendia (sic) de um preço aqui e eles revendia de outro pra fora”. No entanto, a artesã acrescenta que muitas pessoas de outros estados também a procuravam pessoalmente, embora a mesma não estivesse ainda residindo no centro de Juazeiro do Norte, onde mora atualmente.

Na mesma década, Maria Cândido passou a fazer o que ela chamava de placas de barro, que basicamente, eram superfícies planas, nas quais uma cena era modelada, com intuito de que a peça fosse usada sobre mesas ou estantes. Na placa, os pequenos bonecos de barro, os quais Maria Cândido chama carinhosamente de “neguinho”, eram fixos de forma que estes formavam uma cena do cotidiano: “comecei fazendo placa e botando aqueles neguinho e fazia aqueles banco da praça, fazia padre celebrando missa, fazia os padre casando, fazia mesa de bebedeira, fazia mesa de jogo, casais de namorados assentado ali, tudo nós fazia né (sic.)”.

Em meados da década de 1980, Dona Lourdes passou a confeccionar as mesmas placas, mas com a intenção de fixá-las na parede como quadros em alto relevo, chamados temas, dos quais emergiam os bonecos que representavam cenas do cotidiano e do imaginário nordestino:

Aí depois nós mudamos para fazer assim pra ter a mesma placa e aplicar os nego (sic) assim. Aí nós butemos (sic), aí furemos um buraquinho, colocamos um prego na parede e nós vimos que dava mais certo fazer a placa com os negos do que fazer pra colocar em cima dos móveis e aí continuamos trabalhando e tamo (sic) até hoje, né.

Com a produção dessas placas de barro, e em seguida, das cenas, Maria Cândido rompeu com o artesanato utilitário (SEBRAE, 2004), passando a dedicar-se integralmente ao artesanato decorativo (SEBRAE, 2004), caracterizando assim, transições relevantes no interior de seu ciclo de carreira como artesã, que lhe renderam mais reconhecimento e aumento das vendas. Essa transição no estilo aproximou as peças de Maria Cândido à arte Naïf (arte ingênua), a qual é produzida por artistas autodidatas e não-eruditos, a partir de temas populares geralmente inspirados no meio rural (D'AMBROSIO, 2010).

5.3.3 Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão

Como já foi mencionado anteriormente, Dona Lourdes teve o primeiro contato com o artesanato quando passou a confeccionar brinquedos de barro para os filhos. Apesar de ter uma irmã que já trabalhava com cerâmica, a artesã jamais havia se interessado pelo artesanato. Sua atividade artesanal, desta forma, é resultado de talento e habilidades inatas, já que Maria Cândido não havia adquirido nenhuma técnica de produção ou buscado capacitação em relação à cerâmica. A partir de sua própria iniciativa, é que a artesã passou a desenvolver suas próprias técnicas, criações e inovações no artesanato em barro.

Durante sua carreira, Maria Cândido nunca buscou outras formas de capacitação técnica para aprimorar seu trabalho. Ela explica que não teve condições de capacitar-se porque, para se deslocar, precisa de alguém que a acompanhe, pois não gosta de sair de casa sozinha. No entanto, a artesã menciona que os Encontros dos Mestres da Cultura, realizados anualmente, são ocasiões em que estes trocam conhecimentos e experiências acerca de seu trabalho, o que proporciona a aquisição de novos conhecimentos técnicos.

Percebe-se que Maria Cândido não passou por preparação prévia para trabalhar como artesã, como geralmente ocorre no período de exploração de carreira (HALL, 2002). No entanto, a mesma demonstrou ter habilidades inatas, as quais contribuíram para que a aprendizagem no ofício artesanal ocorresse de modo experiencial (KOLB, 1984). Como explicam Harrington e Hall (2007), a aprendizagem da artesã ocorreu ao longo dos mini-estágios dos ciclos de carreira, até que a mesma atingisse o nível de domínio na atividade.

Em relação à escolaridade, Dona Maria afirma que não pôde estudar na infância, pois precisou ajudar o pai na lavoura e somente teve contato com a escola recentemente: “eu estudei no ano passado [2008], na época em que abriu uma escola para idosos aqui”. Ela lamenta não ter podido estudar: “desde que eu comecei a me entender de gente e eu vi que o estudo era tudo na vida e não eu tinha conseguido... às vezes eu me reclamava muito porque de sete ano (sic) pra diante, papai botou nós no trabalho, não botou no estudo (sic.)”. Ela ainda acrescenta: “eu não sei escrever ainda, mas pra ler eu já vou bem melhor, graças a Deus. Eu não sabia nem assinar meu nome (sic).

A iniciativa para alfabetizar os idosos foi interrompida pela prefeitura, como explica a artesã, e, por isso, ela teve de interromper sua alfabetização. Afirma que procurou por outras

escolas, mas encontrou uma iniciativa semelhante apenas em Crato-CE: “num dá pra mim, muito longe pra mim. Longe demais [...] mas eu tô mexendo por aqui. Já me deram duas esperanças, eu espero que um dia elas chegue (sic)”. Dessa maneira, percebe-se que Maria Cândido ainda possui interesse em retomar os estudos.

Ressalta-se também que a artesã não passou por qualquer tipo de capacitação que explorasse o desenvolvimento de habilidades gerenciais, como recomendam Dolabela (2008), Barros (2006) e Freitas (2006). Segundo estes autores, a capacitação gerencial é extremamente relevante para que os artesãos obtenham êxito na atividade. Dona Lourdes se justifica afirmando que, como não consegue ler, escrever ou fazer contas, sente-se constrangida em buscar capacitação ou participar de eventos, por exemplo.

5.3.4 Reconhecimento artístico e econômico

Na perspectiva artística, Maria Cândido considera-se uma artesã reconhecida pelo seu trabalho devido à procura por suas peças e, principalmente, por fazer o que gosta: “eu tenho o maior prazer da minha vida pelo conhecimento que muita gente vem até a mim, reconhece o meu trabalho e dá muito valor. Eu adoro demais, viu. Não é só o prazer que o pessoal tem de chegar e ver, como eu tenho de fazer e representar (sic.)”.

Um dos momentos marcantes de sua carreira como artesã foi a primeira exposição, realizada no Rio de Janeiro-RJ, em 1987:

Então chegou até o Rio de Janeiro e lá fizeram, em 1987 uma exposição, a primeira exposição do nosso trabalho no Rio de Janeiro. Eu nunca tinha viajado, tinha viajado assim, até Fortaleza e voltado. Mas dessa vez nós fomos até o Rio de Janeiro. Foi a primeira vez que nós saímos com ele [o trabalho] pra representá-lo fora (sic.).

Conforme Dona Lourdes, a partir daí, seu trabalho tornou-se bastante conhecido: “depois daí, começou o conhecimento grande né, o pessoal vinha aqui fazer entrevista, tirar foto, saía em revista, saía em jornal, em livro e foi começando assim, e até hoje tamo assim (sic.)”. Ela salienta ainda que: “já houve exposição na França de nosso trabalho, já houve em São Paulo, já houve novamente no Rio de Janeiro e [...] em Fortaleza ninguém conta que ali é demais mesmo (sic.)”.

O prazer de fazer o que gosta juntamente com o reconhecimento obtido ao longo de sua carreira se refletiu nas vendas: “bem porque se eu faço com gosto e quem vem comprar

tem prazer, tem gosto de comprar também, então, se tem prazer de comprar, eu tenho mais gosto ainda de vender e de saber que o ramo que Deus me deu tá sendo valorizado (sic.)”. Em sua opinião sobre as vendas, Maria Cândido afirma: “a gente trabalha muito graças a Deus e entrega muito”. No entanto, a artesã destaca que sua situação econômica não é confortável: “se melhorasse de situação, seria melhor”.

Após a obtenção do título de Mestre da Cultura em 2004, Maria Cândido afirma que sua vida mudou bastante, principalmente pelo auxílio financeiro que passou a receber: “mudou bastante porque eu consegui uma ajuda só pra mim. Eu maneirei mais o trabalho por causa dessa ajuda. Porque eu tô ficando mais velha e veio essa ajuda pra eu me poupar um pouco, né (sic.)”. Ainda acerca do título, a artesã afirma: “aumentou bastante o reconhecimento”. Ela explica que passou a conhecer lugares e pessoas diferentes, principalmente em encontros com os outros Mestres da Cultura.

Como é esperado de um Mestre da Cultura, Maria Cândido também se dedica a ensinar outras pessoas a lidarem com a atividade artesanal, principalmente crianças. Ao longo de sua carreira, já ministrou cursos em Juazeiro do Norte e na Paraíba. Geralmente, a iniciativa parte das escolas. “É muito bom”, é a expressão que ela utiliza para se referir à experiência de repassar suas técnicas para outras crianças.

5.3.5 Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira

Dona Lourdes, ao longo de sua carreira como artesã, enfrentou e ainda enfrenta algumas dificuldades. Dentre elas, a Mestre destaca o transporte das peças até o local de vendas, a ausência de formação escolar e a sazonalidade de vendas. Estes problemas são detalhados a seguir.

Transportar as peças para o centro de Juazeiro do Norte, onde estas eram comercializadas era a maior dificuldade enfrentada por Maria Cândido no início da carreira de artesã, já que a mesma residia na zona rural do município: “a dificuldade (sic) maior era essa da gente transportar pra cá que tinha que vim a pé”. Em 1997, como uma tentativa de sanar o problema, a artesã decidiu mudar-se para o centro de Juazeiro do Norte, onde vive até hoje. Primeiramente, passou a residir num bairro mais próximo do centro, mas ainda sim encontrou certas dificuldades:

Acabei vindo pra cá pra facilitar. Tá com doze ano (sic) que eu tô aqui dentro de Juazeiro. Morei um tempo no Tiradentes, que no Tiradentes tem ônibus né, aí a gente vinha de ônibus pra cá, facilitava um pouco né. Mas era sempre cansativo, da descida do ônibus, vir com o trabalho às vezes quebrava né, os ônibus nessas estrada (sic) horrível, aí quebrava, aí a gente tinha prejuízo.

Assim, Maria Cândido decidiu mudar-se para o centro de Juazeiro, o que facilitou bastante o escoamento da produção e a eliminação de perdas:

Aí eu me astrevi (sic) e vim pra cá morar dentro de Juazeiro que facilitou tudo. Se é pra associação, tirou daqui pra ali, é bem pertinho. Se é pra viajar pra fora, a gente faz as peças, pinta, embala, tira a nota fiscal, liga pra transportadora ela vem, pega e leva pra qualquer canto do mapa, onde for preciso. Aí facilitou bastante porque no sitio tudo era difícil.

A artesã ainda menciona que não foi fácil achar a residência adequada: “a dificuldade (sic) era só enquanto a gente não se aprumava um pouco porque onde a gente mora tem que ter o local pro forno, tem que ter o local pra lenha, pra o barro e tem outra coisa, a gente bate o barro e estremece na casa ao lado”.

A sazonalidade de vendas é outro desafio a ser enfrentado pela artesã. Conforme Maria Cândido, no geral, suas peças são muito procuradas mas ela ainda sofre com o fato de que as encomendas são sazonais:

[...] se por acaso nunca faltasse encomenda, não, a vida era ótima, era muito bom. Mas como a encomenda não é diariamente, às vezes no ano tem gente que encomenda duas, que faz duas encomenda, às vezes tem gente que só faz uma no ano. Aí é o tempo que a gente faz e entrega e vai ficar parado (sic.).

Assim, Maria Cândido afirma que há períodos em que o número de pedidos cresce e que já houve épocas melhores: “assim pro natal, mas olha agora no natal não chegou nenhuma ainda. Já era tempo da gente ter feito muita encomenda e ter até mandado né. Era o tempo que mais chegava encomenda pra nós era o natal”. No ano de 2008, como ela explica, recebeu mais encomendas que no ano de 2009: “recebemos. Quatro encomendas do Rio de Janeiro, foi uma venda boa mesmo. [...] Valia muito a pena, viu”! E agora ela explica que “o pessoal vem faz uma encomenda de três ou quatro, mas é isso mesmo. A gente espera um dia melhorar”.

Atualmente, o principal desafio a ser enfrentado por Maria Cândido é suprir a lacuna que a ausência dos estudos lhe causou: “o problema mais, a dificuldade (sic) maior pra mim é o estudo [...] Depois de velha, a vontade que eu tenho de aprender, só Deus sabe. Mas ele tá me ajudando”. Neste caso, Maria Cândido destaca que o simples fato de saber ler, escrever ou fazer contas simples já lhe seria muito útil:

E como facilita porque quantas vezes a gente trabalha aqui e chega uma pessoa vem comprar e diz: pronto, faça a conta. Fazer o quê? Eu sei lá de conta? Como é que a pessoa sem saber ler sabe fazer uma conta? Não né comigo não. Eu digo só o tanto de peça, o preço da peça e resolvem lá (sic).

Mesmo com os problemas citados, Dona Lourdes mostrou-se persistente e tolerante à ambiguidade, características dos empreendedores (TIMMONS; SPINELLI, 2003; BYGRAVE, 2004). O fato de ter procurado residir em um local que favorecesse o escoamento de sua produção demonstra também uma capacidade adaptativa (TIMMONS; SPINELLI, 2003) no sentido de agir com o intuito de detectar oportunidades (PARDINI; BRANDÃO, 2007).

Além disso, a rotina de carreira (HARRINGTON; HALL, 2007) de Maria Cândido a permitiu tornar-se consciente de sua escolha de carreira, reforçando assim, a percepção e consciência que mesma já tinha de suas habilidades, talentos e estilo de vida desejados (GREENHAUS; CALLANNAN, 1994), fato que pode ter contribuído para que a mesma insistisse na sua escolha de carreira, apesar dos problemas enfrentados.

5.3.6 Perspectivas atuais de carreira e negócios

Atualmente, Maria Cândido está aposentada e dedica-se integralmente ao artesanato. Mesmo com as dificuldades enfrentadas e os desafios atuais, ela se mostra satisfeita com a carreira de artesã: “porque eu adoro, é a minha vida. [...] Eu só posso deixar, que nem é que eu canso de dizer, eu só abandono no dia quando disser assim: bati as bota. Mas enquanto Deus me der vida e saúde e disposição, eu enfrento (sic)”. Ela ainda confessa que não costumava pensar na questão de reconhecimento:

Antigamente eu não pensava nada disso, pra mim tanto faz como tanto fez. Depois que o pessoal começava chegando fazendo entrevista perguntando o que eu achava do trabalho, como eu podia, eu comparar o trabalho, o que eu achava que podia ser, se era artista, se era artesã, ou o que é que era e lá vai e eu digo: o trabalho é quem diz. A arte é quem diz o que a pessoa é (sic).

Os trechos acima mostram a satisfação da artesã em relação à sua carreira remetendo à necessidade de realização dos empreendedores (MCCLELLAND, 1961; GREATTI, 2005) e à forte identificação com um produto ou atividade (GREENHAUS; CALLANNAN, 1994). Além disso, a noção de sucesso, segundo Maria Cândido, baseia-se em critérios intrínsecos, relacionados à autorealização como apontam Dolabela (2008) e Fillion (1999).

Analisando sua trajetória de carreira, Dona Lourdes explica que procuraria se aperfeiçoar no trabalho, o que a possibilitaria ter melhores condições de vida. No entanto, afirma que o fato de não ter estudado é seu principal arrependimento e a volta aos estudos é uma aspiração: “vou procurar e vou conseguir. Pro fim da vida é o que eu tô desejando mais do que tudo. [...] Mas eu vou entrar, vou entrar que eu vou estudar se Deus quiser, vou entrar novamente e vou conseguir o que eu desejo na minha vida”.

Quando questionada acerca de outros planos, Maria Cândido ressalta que se sente estagnada por não saber ler e escrever, o que a impede de fazer outros planos:

Agora não porque sem o meu saber do meu estudo eu não posso enfrentar nada [...] Eu tenho enfrentado às vezes do pessoal chegar aqui e convida a gente pra participar de alguma coisa, é evento e tudo né, no SEBRAE, no centro das rodadas de negócio, eu nunca participo de nenhuma porque não dá pra mim porque eu preciso de saber, de entender, de compreender, porque se eu não souber, que é que eu vou buscar, que é que eu vou ver né? [...] Mas sobre a leitura, eu não sei, tô fora que eu não sei.

A artesã, portanto, não tem grandes expectativas em relação ao artesanato, mas deseja muito retornar aos estudos, o que, de certa forma, já lhe traria melhores condições de negociar seus produtos como ela mesma mencionou anteriormente.

5.3.7 Fechamento do caso

Maria Cândido apresenta-se como uma artesã com talento inato para atividade, pois iniciou a carreira já na idade adulta, sem ter contato com técnicas específicas ou ter participado de qualquer tipo de capacitação. Demonstrou um comportamento empreendedor em relação à atividade artesanal, já que inovou em seus produtos, dando-lhes características semelhantes a da arte naïf, o que lhe proporcionou reconhecimento e novas oportunidades. Assim, o papel de artesã prevaleceu sobre o empresarial ou empreendedor, já que a artesã enfrenta problemas para negociar preços com os clientes e até mesmo desconhece seus compradores, visto que a maioria das compras é intermediada pela CEART. Além disso, é paradoxal o fato de que a artesã afirma trabalhar bastante e receber muitas encomendas e não conseguir ter uma situação financeira mais confortável.

5.4 Dona Francisca

Francisca R. Ramos do Nascimento, cujo nome artístico é Dona Francisca, nasceu em Viçosa do Ceará-CE, em 1939, onde ainda reside e exerce suas atividades profissionais como artesã na tipologia cerâmica. Foi diplomada Mestre/Tesouro Vivo da Cultura em 2005 e, segundo a SECULT-CE (2009), a mesma se destaca por suas peças feitas em cerâmica, juntamente com as demais artesãs do Sítio Tope, comunidade onde reside. A entrevista foi realizada em sua residência, em Viçosa do Ceará-CE, no dia 20 de novembro de 2009.

5.4.1 Caracterização da atividade artesanal

Dona Francisca se dedica à produção de bonecas de cerâmica em diferentes tamanhos, caracterizadas como baianas ou mulheres grávidas, e à confecção de presépios e vasos decorativos, também em cerâmica.

A inspiração para as peças surge naturalmente, a partir de sua percepção da realidade, como no caso das bonecas grávidas, quando a artesã afirma ter observado que, em sua comunidade, as mulheres costumavam ter muitos filhos, e de suas experiências pessoais, como uma viagem à Bahia, a qual lhe inspirou a produzir as bonecas baianas.

O tempo de produção é variado, devido às características da matéria-prima e do ritmo de trabalho de Dona Francisca:

pra gente dizer que faz uma peça num dia só se for só uma pecinha pequena, a gente faz num dia. [...] Mas a gente num faz ele num dia porque não faz o acabamento. Porque essas estrelinha (sic), essas coisinha aí (sic), nem a gente num pode fazer com ele muito duro nem muito mole. [...] Num tem média. Assim né, às vezes quando eu tô fazendo mesmo, eu faço três boneca na semana e quando eu fazia mesmo, eu fazia, que eu tinha problema de saúde mas num era como eu tenho agora, eu fazia cinco boneca (sic), seis. Hoje não, hoje eu faço três, duas.

A matéria-prima utilizada é obtida na própria região, embora a artesã enfatize que está ficando cada vez mais difícil de encontrá-la, o que gera o aumento do preço da mesma: “porque era mais fácil e tudo agora tá mudando. O barro tá ficando mais difícil, né. É conseguido por perto mas parece que tá ficando muito mais [caro], devido a tanta coisa, de tanta mudança, que aí o barro vai ficando mais difícil”.

Dona Francisca prefere trabalhar na sua própria residência, onde pode se concentrar mais: “quando eu começava de três, de quatro boneca (sic) e me dá muito trabalho né, [...] você tem que se concentrar muito bem né, e eu faço aqui em casa mesmo [...] Aí eu não trabalho lá [no galpão], eu trabalho aqui mesmo aqui em casa”.

Quanto às vendas dos produtos, a artesã afirma que muitos clientes procuram pelo seu trabalho e das demais artesãs do Sítio Tope, mas sua principal compradora é a CEART:

São sempre quem compra mais, né. Mas elas pega encomenda de toda a parte. De fora, já foi até pra São Paulo as peça daqui. [...] Então, a CEART paga bem. Às vezes eles não dão o dinheiro todinho pra você, mas dão uma parte e com quinze dias dão o restante. A CEART paga bem. [...] As encomenda mais é (sic), não só a CEART, como as outras pessoas que encomendam, né. De Fortaleza também, Tianguá, Teresina (sic.).

A Mestre enfatiza que muitas pessoas reagem de forma diferenciada em relação ao preço cobrado por trabalho:

Mas é assim, as pessoas é (sic) desse jeito, uns acham: Ave Maria, é muito barato essa boneca que a senhora faz, Deus me livre, a senhora vai fazer uma boneca dessa por 25 reais? É muito barata. E outros chegam: vixe, Deus me livre num dou [R\$] 25 nessa boneca não e essas pintada (sic)? É 30. Ah, num dou não. Já tem gente que chega [e diz]: é muito barato, é seu trabalho, você tá dando seu trabalho (sic.).

No entanto, Dona Francisca julga justo o preço que exige e não aceita encomendas por valores que considera muito inferiores ao valor do produto.

5.4.2 Inserção profissional na carreira de artesã

A vida profissional de Dona Francisca foi iniciada ainda na infância, ajudando os pais agricultores:

É assim né, a gente é filha de agricultor, né e começa com a agricultura [...]. Então a gente trabalhou de agricultura. Quando era tempo de apanho de feijão, de arroz, de milho, de fava, o que os pais da gente plantava, eles num iam botar ninguém pra apanhar aquelas coisa, pra empregado não, era os filho que tinha que ir. [...] Então eu trabalhei em tudo isso na agricultura junto com meu pai, com meus irmão (sic.).

Em 1951, aos doze anos, mesmo sem deixar de ajudar os pais na lavoura, Mestre Francisca teve seu primeiro contato com o artesanato, por meio de uma tia: “com doze ano eu comecei trabalhar com essa minha tia. Ela era uma das artesã (sic) mais antiga, né. Ela é irmã do meu pai. Aí com doze ano eu comecei, eu ia lá pra casa dela, comecei a trabalhar com ela preparando o barro, né”. No mesmo ano, sua tia começou a lhe ensinar como modelar o barro

e a mesma passou a confeccionar peças como potes, jarros e outros utensílios e a trabalhar sozinha:

Eu comecei a trabalhar com ela fazendo isso, aprontando o barro. Depois de tudo, aí ela foi ensinar a moldear (sic). [Tinha] doze ano. Aí ela foi me ensinar a moldear (sic) quartinha, panela, depois jarro de planta, fazer coisinha pequena, né. E depois ela foi ensinar a gente moldear (sic) o pote. Aí depois que a gente começou a moldear (sic) o pote, quando eu aprendi a fazer o pote, aí eu fui trabalhar em casa. Já sabia fazer o pote, sabia fazer a quartinha, o jarro.

As peças utilitárias produzidas por Dona Francisca passaram a ser comercializadas em feiras da cidade: “a gente levava as peça pra vender na Viçosa, na cabeça (sic)”. O dinheiro das vendas era utilizado para complementar a renda da família de agricultores. A rotina de trabalhar como agricultora e como artesã permaneceu constante durante praticamente toda a vida produtiva de Dona Francisca, e se intensificou após o casamento, em 1961:

Com vinte e dois ano (sic) eu me casei. E me casei e fiquei continuando, trabalhando na roça com meu marido e trabalhando na cerâmica. [...] Quando a gente se casou, multiplicou mais, né, o trabalho da gente porque a gente tinha que trabalhar pra ajudar a criar família e ajudar e buscar os legume (sic) no roçado. [...] Enquanto o feijão tava cozinhando eu tava batendo barro, peneirando, amassando. [...] Quando ainda eu não tinha família, nem tanto né, mas quando eu tive família, aí o negócio pesou.

A artesã deixou de trabalhar como agricultora muitos anos depois, quando os filhos já haviam crescido, já que essas atividades eram essenciais à subsistência da família:

[Parei] depois que eu já tive meus filho (sic) tudo criado. Porque eu criei meus filho (sic) tudo as custa desse trabalho de cerâmica e no trabalho na roça. [...] Mas a gente tinha o quê? As duas coisas. Não tinha como a gente sair da agricultura e não tinha como a gente sair do barro. Tinha que fazer. Porque se a gente não trabalha na agricultura, a gente tinha que comprar o feijão, o arroz, o milho, né. E quando a gente trabalhava na agricultura e trabalhava no barro, a gente tinha como fazer o pote pra vender pra comprar o que não tinha, o peixe, a rapadura, o café. Então a gente tinha que fazer as duas coisa porque as duas coisa (sic) tinha que se encaixar.

Conforme os trechos apresentados, constata-se que a inserção na carreira de artesã foi motivada pela principalmente pela necessidade de sobrevivência, que inclusive impedia que Dona Francisca se dedicasse exclusivamente ao artesanato.

A carreira de artesã permaneceu estável até o ano de 1997, quando a CEART e a Ação Social de Fortaleza foram até o município de Viçosa do Ceará para apoiar contribuir para que os artesãos locais pudessem ter melhores condições de trabalho e de vida, por meio da construção de um galpão em que os mesmos pudessem produzir suas peças e também

vendê-las. Na época, Dona Francisca era presidente da Associação de Moradores do Sítio Tope.

Com a construção do galpão, as peças produzidas passaram a ser compradas pela CEART: “[...] a CEART disse que toda a produção que produzisse no galpão eles comprava. Ainda hoje eles compra”. Com o intuito de diversificar a produção, a CEART também começou a oferecer cursos para os artesãos e Dona Francisca participou dos mesmos:

Nessa época, aí eles começaram dar curso pra mudar a qualidade. [...] Aí veio com os curso (sic) Aí eles trouxeram muita coisa diferente né e foi ensinando a pessoa a fazer. Conjunto de panela pra botar a comida, porque o barro daqui ele não é capaz de botar no fogo, mas pode servir né. Aí eles começaram a trazer peça diferente pro pessoal ir fazendo, jarro diferente [...] Nessa época eu participei. Aí depois que todo mundo aprendeu, que ficou fazendo por conta própria, aí eles traziam: nós queremos 200 peças, 10 dessa, 10 daquela, 20 daquela, 50 dessa aqui, 100 dessa aqui...

A capacitação, a diversificação de produtos e as encomendas da CEART aumentaram a procura pelas peças e permitiram que Dona Francisca e os demais artesãos não tivessem que depender tanto das feiras locais.

Em seguida, a partir de sua própria iniciativa, a artesã passou a produzir bonecas grávidas, as quais, segundo ela, foram inspiradas na realidade da comunidade onde vive, onde as famílias costumavam ser bastante numerosas. Da mesma forma, uma viagem à Bahia, realizada em 2004, a inspirou a produzir bonecas baianas, de diferentes tamanhos. Esse tipo de peça foi bastante aceito. Atualmente, ela explica que sua produção é composta apenas de suas bonecas: “eu faço boneca [...]. Eu num faço mais esse negócio de jarro, nem pote eu num faço mais”.

Em 2001, Dona Francisca aposentou-se e pôde ser dedicar integralmente ao artesanato. No entanto, apenas seu ritmo de trabalho foi reduzido, já que a mesma continua sendo artesã até hoje: “mas nunca deixei de trabalhar. Mesmo devagar, nunca deixei de trabalhar”.

Ao analisar a trajetória profissional de Dona Francisca, pode-se observar que a artesã começou a trabalhar ainda na infância, sem ter consciência de suas habilidades, talentos, valores e preferências de estilo de vida (GREENHAUS; CALLANAN, 1994). Quase toda a sua vida laboral foi marcada por um longo ciclo de carreira (HARRINGTON; HALL, 2007), iniciado aos doze anos, no qual a artesã conciliou as atividades de artesã e agricultora. O

segundo ciclo iniciou-se em 2001, quando Dona Francisca passou a se dedicar exclusivamente ao artesanato.

5.4.3 Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão

Como já foi exposto anteriormente, Dona Francisca teve seu primeiro contato com o artesanato aos doze anos, quando sua tia a ensinou a preparar o barro e a modelar potes. A partir dessas noções iniciais, a artesã foi aperfeiçoando seu trabalho e passando a fazer outras peças utilitárias.

Em 1997, a partir da iniciativa da CEART e da Ação Social de Fortaleza, as artesãs do Sítio Tope passaram por capacitações que resultaram na diversificação da produção. Essas iniciativas de capacitação tornaram-se frequentes e Dona Francisca afirma que sempre participa:

Elas [da CEART] perguntam: vocês tão precisando de algum curso agora? De curso pra vim (sic) outras peças diferente, né. Aí quem vem dar o curso já traz outras peça (sic) diferente (sic), que chama a atenção do povo, né. [...] Eu sempre participo, né e vou também procurando melhorar mais o rosto das boneca [...] e procurando fazer coisas que seja mais diferente, boneca mais diferente (sic).

A artesã ressalta que percebe a necessidade de aprender coisas novas para poder diferenciar suas peças, sobretudo as bonecas, e assim, aumentar a procura pelas mesmas:

Senti que a gente tem que mudar a roupa, que mudar o traje da roupa delas e não fazer mais só aquelas coisa (sic) que a gente ia vendo que trazia da Bahia. [...] Fazendo aquelas coisa mais diferente, aí o pessoal vão vendo e vão pedindo, né. É melhor. [...] Porque sempre eu participo né, porque toda vez que ele [instrutor] vem, ele me ensina um meio diferente de fazer o rosto. Sempre eu vou aprendendo mais e as coisa fica mais fácil.

Assim, o aprendizado referente à atividade artesanal ocorreu ao longo do ciclo de carreira dedicado ao artesanato, tendo iniciado na fase de exploração (HALL, 2002), ainda na infância, e permanecido constante até que Dona Francisca se estabelecesse e atingisse o nível de domínio na atividade, como explicam Harrington e Hall (2007). Destaca-se ainda que a importância dos cursos de capacitação técnica, os quais, aliados às habilidades da artesã, propiciaram a Dona Francisca oportunidade de migrar do artesanato utilitário para o decorativo (SEBRAE, 2004), gerando novas oportunidades de negócio.

Em relação à escolaridade, Mestre Francisca afirma: “naquela época os pais da gente num botava a gente pra estudar, era pra trabalhar”. Assim, a artesã não pôde freqüentar a escola regularmente; só ia para as aulas quando não havia trabalho na agricultura:

E não era todo dia que a gente ia, sabe? Era no dia que não tinha as coisa (sic) pra fazer. Mas no dia de plantar: hoje num vai ninguém pra escola, vai todo mundo plantar, pro roçado. Se era três dia (sic), era três dia (sic) que a gente passava sem ir a escola. Mas a gente num tava nem aí porque antigamente o pessoal num dava valor a escola, né?

Assim, a artesã freqüentou a escola até a quarta série, mas ressalta as deficiências da sua formação escolar: “o quarto ano naquela época era hoje o aprendizado de quem tá aqui na creche, né. [...] Foi somente pra alfabetizar a gente, eu acho assim”.

Em nenhum momento de sua carreira Dona Francisca participou de qualquer tipo de capacitação com foco nos aspectos gerenciais de um negócio, como recomendam Barros (2006) e Freitas (2006), autores que destacam a necessidade de capacitar os artesãos no sentido de prepará-los para gerir o seu processo produtivo e a comercialização dos seus produtos.

5.4.4 Reconhecimento artístico e econômico

Dona Francisca considera-se uma artesã reconhecida, mas lamenta pelos artesãos que não puderam ter o reconhecimento proporcionado pelo título de Mestre da Cultura:

às vezes até as pessoas me perguntam: Dona Francisca, a senhora se sente orgulhosa em ser Mestre da Cultura? Eu digo não, não me sinto orgulhosa porque eu penso nas pessoa (sic) que começaram a trabalhar antes de mim e que morreram e não tiveram a felicidade de ser Mestre da Cultura e que trabalharam muito mais, morreram nesse trabalho né, com os pés inchado (sic), as mão inchada , com dores, né, nas costa (sic), nos braço (sic), só de lutar pra criar seus filho, pra ajudar seu marido e até que morreram e que nunca receberam este título que eu recebi. [...] Eu não me orgulho.

Após ser diplomada Mestre da Cultura, em 2005, ela destaca que o auxílio pago pelo Governo do Estado a permitiu reduzir o ritmo de trabalho:

O que mudou porque eu num fiquei mais trabalhando como eu trabalhava muito. Logo eu fiquei diabética e vi que eu num precisava mais trabalhar como eu trabalhava né, que eu recebia o dinheiro do meu aposento e recebo um salário de Mestre da Cultura. Eu uso pra comprar meus remédio (sic), pra comprar minhas coisa pra quando eu sair, num sair muito desprevenida, né. Comprar minhas roupa (sic), meus calçado, pra mim me apresentar (sic) sempre mais ou menos, não como eu era, mas como eu sou agora.

A obtenção do título de Mestre também aumentou o reconhecimento, inclusive fora do Ceará: “desde esse título que eu sou reconhecida fora do estado, São Paulo. Porque quando chega gente aqui já pergunta: quem é a Mestre da Cultura daqui? A que a gente viu passar na televisão e queria também conhecer pessoalmente (sic.)”. O título também contribuiu para o aumento da procura por seu trabalho: “muita gente procura. [...] Pra fazer entrevista, vem direto à casa da gente. E pra comprar também. Isso ajudou muito porque as coisa fica mais reconhecida pelas pessoa (sic.)”.

A artesã mostra-se satisfeita com suas vendas e afirma que já conseguiu muitas coisas a partir de seu trabalho em cerâmica, como a construção de sua casa:

Boas, tem melhorado [as vendas]. Essa minha casa, tá com dois ano que essa minha casa foi feita. Com o dinheiro dessas boneca, né. [...] Tá certo que eu sou aposentada, ganho também de ser Mestre da Cultura, mas tem uma parte do meu trabalho em cerâmica nessa casa.

Quanto à transmissão de seus conhecimentos e técnicas para outras gerações, um dos deveres dos Mestres da Cultura, Dona Francisca ressalta que ensina apenas as artesãs mais jovens da comunidade e que nunca ministrou cursos fora da região e que não sente vontade de fazê-lo: “eu num tenho vontade de dar curso fora não. [...] Aqui a gente fica só ensinando as menina [da comunidade]”.

5.4.5 Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira

Dentre os problemas enfrentados na carreira, Dona Francisca destaca a dificuldade no transporte das peças, a forte concorrência local, as condições precárias de produção das peças, os conflitos entre os artesãos que compõem a associação do Sítio Tope e a necessidade de criar um marca ou registro do trabalho da associação. Esses aspectos são destacados a seguir.

No início da carreira, a artesã relata as dificuldades para transportar a produção até as feiras locais, em Viçosa do Ceará-CE: [...] a gente levava as peça (sic) pra vender na Viçosa, na cabeça. [...] Mas pra gente ganhar mais um dinheirinho, né, a gente levava um pote na cabeça e um na mão. Daqui pra Viçosa, o caminho ruim, cheio de buraco, cheio de pedra. Quando era no inverno, a gente dentro da lama! Conforme Dona Francisca, essa situação só se amenizou quando seus filhos cresceram e começaram a ajudá-la no transporte das peças.

Ao chegar às feiras, Dona Francisca afirma que tinha dificuldades para vender os produtos, pois muitas pessoas da região faziam potes e jarros, o que intensificava a concorrência local e dificultava a venda por um bom preço. Para vender mais, ela passou a abordar os clientes ainda no caminho da feira, como forma de evitar concorrência: “aí o que é que eu fazia, eu pegava um pote, botava um na cabeça, botava outro na mão e ganhava o rumo da onde tinha aquele pessoal que vinha comprar coisa na feira (sic)”. Mais tarde, para aumentar as vendas, Dona Francisca passou a buscar por novos clientes em outras cidades, mas isso só foi possível quando seu marido adquiriu de um animal: “aí foi aí que a gente comprou um jumentinho e meu marido pegava os pote, os jarro (sic) e ia vender fora, em Tianguá....”.

Dona Francisca ainda acrescenta que, diante da necessidade de sobrevivência, chegou a vender as peças por um preço baixo, o que não agradava os demais artesãos do local: “quem tinha trinta pote (sic) pra vender [dizia]: tá doida é? Como é que tu vai pegar um pote e vai dar a [R\$] 2,50? Mas eu tô com precisão, eu tenho que levar as coisa pro meus filho comer (sic)”.

As condições precárias de produção foram outro desafio a ser superado pela artesã. Conforme Dona Francisca, a produção ocorria de forma muito precária até a chegada do apoio da CEART, em 1997. No preparo do barro, por exemplo, não havia local para estoque de matéria-prima e lenha, de modo que a artesã tinha apenas uma pequena quantidade desses itens. Segundo ela, os fornos eram inadequados, o que causava a quebra de peças, além de tornar o trabalho mais difícil durante o inverno, já que os mesmos não eram cobertos. Além disso, as artesãs costumavam trabalhar no chão, o que, ao longo do tempo, resultava em vários problemas de saúde em virtude da postura inadequada.

O projeto do galpão trouxe melhorias: móveis adequados para o trabalho, espaço para armazenamento de matéria-prima, forno coberto, uso de ferramentas adequadas que proporcionaram melhor acabamento das peças e a construção de um local para exposição e venda de peças. Assim, Dona Francisca destaca que, hoje, as condições de trabalho estão melhores.

Com o apoio da CEART e da Ação Social de Fortaleza, surgiram alguns conflitos entre os artesãos da comunidade. Em 1997, ano em que a CEART e a Ação Social de Fortaleza começaram a apoiar o artesanato no Sítio Tope, Dona Francisca afirma que tudo foi

bem planejado e organizado: a forma de produção, a compra da matéria-prima, as vendas. Mas quando a CEART começou a comprar as peças, houve alguns desentendimentos entre os artesãos. Isso porque o pagamento às vezes não era realizado no momento da entrega dos produtos, o que gerou insatisfação para alguns artesãos, acostumados a receber pelo pagamento no momento da compra. Outro agravante foi o fato de vários artesãos não compreenderem que o pagamento seria realizado por produtividade:

Cada qual recebia pelo que fazia. Num era o dinheiro junto pra repartir pra todo mundo não. Repartia de acordo com o seu trabalho. Se você fazia dez pote, você ia receber o dinheiro dos dez pote (sic), claro né? [...] Se eu fazia vinte pote (sic), eu fiz vinte pote. Se você fazia só quinze pote (sic), você só ia receber seus quinze pote. Então foi aí que eles se desentenderam e a coisa não se organizou mais.

Segundo Dona Francisca, a CEART chegou a intervir, tentando explicar a forma de pagamento, mas sem sucesso. Assim, a grande maioria dos artesãos preferiu trabalhar de forma independente e, os que ficaram, atualmente trabalham atendendo às encomendas feitas à associação mais também confeccionam peças conforme encomendas particulares, sem prejudicar o trabalho do grupo de artesãos:

Aí ficou dezesseis pessoa (sic), né. Era vinte e cinco [...]. Hoje tem catorze. Catorze pessoa trabalhando lá. E num é nem todo dia, que tão todo dia junto porque se dividia, quando pega uma encomenda pra fazer em casa, elas vão fazer a encomenda em casa e tira um tempo pra fazer aí as encomenda também. Mas ficou bom, organizado, trabalham junto.

A ausência de uma assinatura ou marca para os produtos ainda é um desafio a ser superado, pois facilita a atuação atravessadores. Mestre Francisca ressalta que, certa vez, foi alertada sobre o fato de que outras pessoas estariam explorando seu trabalho:

Até que teve um homem que chegou de Fortaleza, eu tava lá e ele disse assim: você mora aonde? Eu moro no município de Viçosa chamado Tope. Aí ele disse Tope, em São Paulo tem peça desse lugar chamado Tope. Eu tô querendo dizer que é bom que vocês arranjem uma marca e bote a marca porque em cima disso, tem gente enricando. É nessas peça (sic) chamada Tope, gente enricando a custa das peças de vocês. E até mesmo aqui em Fortaleza.

Mesmo assim, ela explica que suas peças e das demais artesãs não são assinadas e que esperam pela iniciativa da CEART para criar uma marca para os produtos da região: “e sempre desde quando começou esse trabalho com a CEART que eles prometeram de mandar uma, de ter um selo, uma marca e nunca foi dado. As peça (sic) daqui pode ir lá pra num sei pra onde, foi feito aqui e num tem nada.

As demais dificuldades relacionam-se ao estado de saúde de Dona Francisca, que a impede de continuar produzindo em um ritmo mais acelerado como costumava fazer, embora a mesma ressalte que não deseja parar de trabalhar como artesã:

Porque eu num tô trabalhando mais muito assim porque eu tô com problema de saúde [...], aí até que eu tenho umas encomenda (sic) que eu tô despachando. [...] Até 2007 eu ainda trabalhava muito. De 2008 pra cá foi que eu fui ficando assim mais doente [...] aí os médico começaram a dizer que eu tinha que diminuir o meu trabalho, né.

Só se eu tiver doente sem ter mais que pegar em barro, aí eu deixo mas enquanto não, eu sempre fico fazendo minhas boneca porque eu gosto. Que não era mais pra mim trabalhar mais. Só que eu num trabalho mais como eu trabalhava né, mas eu não deixo de não trabalhar [...] Mas da minha aposentadoria, do meu título de mestre não era pra mim fazer (sic) mas eu faço porque eu gosto do meu trabalho.

Percebe-se que Dona Francisca demonstrou persistência e capacidade adaptativa (TIMMONS; SPINELLI; 2003) para reagir às adversidades pelas quais passou, principalmente porque dependia da renda gerada pelo artesanato para garantir a sobrevivência de sua família, reforçando ainda mais o caráter de necessidade relacionado a esta atividade empreendedora (GEM, 2008). No entanto, a mesma demonstrou também características empreendedoras ao buscar oportunidades em outras cidades e ao mudar o estilo de suas peças.

5.4.6 Perspectivas atuais de carreira e negócios

Desde 2001, quando se aposentou, Dona Francisca dedica-se integralmente ao artesanato. A artesã mostra-se bastante satisfeita com a carreira e se considera uma artesã de sucesso pelas seguintes razões:

Eu me sinto bem quando eu tô fazendo meu trabalho, tô fazendo minhas boneca (sic), tô fazendo as coisa que eu gosto. [...] Faço porque gosto do meu trabalho. Toda vida eu gostei de ganhar meu dinheiro, toda vida. Desde de menina. [...] Sempre gostei, toda a vida eu trabalhei, toda vida. Nunca esperei pelos meus pais não. E nunca esperei pelo meu marido.

O trecho acima enfatiza a necessidade de autonomia (GREENHAUS; CALLANAN, 1994; HISRICH; PETERS, 2004) e de realização (MCCLELLAND, 1961; GREATTI, 2005) de Dona Francisca, a qual também é característica da âncora criatividade empreendedora (SCHEIN, 1993; 1996). Além disso, na percepção de Dona Francisca, a noção de sucesso baseia-se em critérios intrínsecos, relacionados à autorealização como apontam Dolabela (2008) e Filion (1999).

Ao analisar sua trajetória de carreira, a artesã ressalta que, como as coisas eram muito mais difíceis quando começou a trabalhar, mal consegue dizer o que poderia ter feito de diferente: “eu acho que se eu voltasse assim, eu sei lá, eu nem sei como eu podia mudar assim as coisa (sic) porque naquela época as coisa (sic) era mais difícil”. No entanto, enfatiza que gostaria de ter estudado mais: “eu sinto porque se eu tivesse estudado, eu hoje, eu reconhecia muitas coisas (sic.)”.

Quanto aos planos e aspirações, Dona Francisca se mostra conformada com sua situação atual e afirma não ter grandes expectativas em relação à carreira: “não, pra mim tudo parou agora. [...] Não porque eu já to com sessenta e nove anos e, neste meus sessenta e nove (sic) anos que eu cheguei, eu acho que eu num tenho condições de ir mais adiante”.

A ausência de planos em relação à atividade profissional vai de encontro ao autoconceito empreendedor de Schein (1996), segundo o qual o empreendedor precisa continuamente de novos e criativos desafios. No entanto, isso pode estar associado ao estágio de manutenção de carreira (HALL, 2002), no qual o indivíduo busca manter o que já conquistou durante a vida profissional.

5.4.7 Fechamento do caso

Dona Francisca tornou-se artesã diante da necessidade de sobrevivência, a qual a levou a manter as atividades artesanais e de agricultora por quase toda a sua vida laboral. No entanto, identifica-se com a o artesanato, a ponto de ter migrado do utilitário para o decorativo, como resultado de suas habilidades, aliadas a capacitações técnicas, das quais faz questão de participar. No entanto, a identidade empreendedora mostra-se subordinada à de artesã, pois Dona Francisca preocupa-se em inovar, criar e diferenciar suas peças e não em explorar novas oportunidades e aumentar a produção.

5.5 Lúcia Pequeno

Lúcia Rodrigues da Silva, cujo nome artístico é Lúcia Pequeno, nasceu em 1959, em Limoeiro do Norte-CE, onde ainda reside. Dedicou-se ao artesanato na tipologia barro/cerâmica, assim como outras artesãs da comunidade onde reside, a qual se chama Córrego da Areia, onde, segundo Carvalho (2005, p. 48), se “faz uma das melhores e mais

originais cerâmicas do Ceará”. Foi diplomada Mestre/Tesouro Vivo da Cultura em 2004. A entrevista foi realizada em sua residência, no dia 21 de novembro de 2009.

5.5.1 Caracterização da atividade artesanal

Lúcia Pequeno dedica-se à produção de peças utilitárias e decorativas de cerâmica: “eu faço aqueles vaso (sic), aquele joguinho de café. De tudo de barro eu sei fazer, mas por enquanto eu tô fazendo só essas peça (sic) aí, o pessoal mais que encomenda é essas coisa (sic), jogo de café e vaso, todo tipo de modelo de vaso”. As peças confeccionadas por Lúcia Pequeno são diferenciadas por serem mais finas e delicadas.

A produção ocorre na própria residência da artesã, onde no quintal está localizado o forno, o qual é compartilhado por ela e pelos irmãos, também artesãos. O processo de produção é iniciado com a coleta da matéria-prima. A artesã colhe o barro numa lagoa próxima à sua residência. Em seguida, o molha e o amassa a fim de deixá-lo no ponto para a modelagem. Somente o material para a queima de peças precisa ser comprado. A artesã, sozinha, é responsável por todo o processo de produção: “é tudo eu sozinha, até meu barro sou eu que amasso. Vou pegar na lagoa, eu amasso, só eu que faço. Ninguém me ajuda”.

Na modelagem e criação dos produtos, Lúcia Pequeno utiliza instrumentos e ferramentas simples tais como uma tábua sobre a qual a peça é modelada, um talo de carnaúba para raspar e tapar os buracos, uma pedra para dar polimento e uma paleta para o acabamento do interior da peça.

A artesã inspira-se em modelos apresentados em revistas, sugestões de clientes ou encomendas específicas:

Copio modelos, se eu for ali num canto e ver os modelos aí eu chego em casa aí com o tempo eu faço. O pessoal pede modelo. Às vezes alguém vem aqui aí diz: eu queria um modelo assim desse jeito. Aí traz a revista, eu faço. É mais a pessoa que pede, os modelos que acha que gosta de ver nos canto (sic), acha bonito aí vem e eu faço.

O tempo de produção é grande, devido às características da matéria-prima: “uma peça a gente num faz tudo de uma vez. [...] Se for um jarro, a gente tem que começar uma parte e quando tiver duro é que bota a outra parte [...] Num pode fazer tudo de uma vez porque se ele tiver mole, no que a gente pega, ele amassa. Tem que esperar endurecer”.

Quanto às vendas, Lúcia Pequeno releva que quase toda produção é comprada pela CEART, que revende essas peças na loja de Fortaleza: “a CEART encomenda, vem pegar aqui e de lá revende. Depois que eles revende (sic) é que deposita o dinheiro pra gente”. No entanto, ela acrescenta que suas peças também são procuradas por outros clientes locais a até estrangeiros:

Eu também vendo pra o pessoal da Secretaria [da cultura] que aqui e acolá vem de Fortaleza, atrás de alguma peça. O pessoal da prefeitura de Limoeiro também sempre nos encomendam uma peça. [...] Aqui e acolá aparece uma pessoa por aqui atrás de comprar. Gente que vem pra Fortaleza, chega lá, aí procura, não encontra e vem pra cá.

Aí um pastor dos Estados Unidos que vinha pra Fortaleza, em visita a Fortaleza ele viu lá. Aí de lá ele veio até aqui encomendar umas peça, umas coisa pra levar. A gente fez, aí ele levou pra lá. Acho que lá ele achou um bom dinheirinho em peça com essas peças porque tá com muito tempo que compra a gente. Todos os anos ele vem visitar a gente. Todos ano ele encomenda aquele bocado de coisa. Muita encomenda, muita. [...] Sempre eu faço menos porque eu sempre tenho as minhas encomendas aí da rua, do pessoal da rua, alguma peça pra Fortaleza, alguma peça pra prefeitura. [...] Mas ele encomenda muito. É R\$ 1.500 de cada um. Aí elas passam sete, oito mês (sic) trabalhando aí quando tá aí, a gente vai, a transportadora de Limoeiro vem leva até Fortaleza, de lá ele bota dentro de um navio e leva pros Estados Unidos. Mas todos ano ele vem visitar a gente. Esse ano ele já veio, e já encomendou um bocado. Antes de terminar ele já deposita o dinheiro pra gente. A gente vai trabalhando e ele depositando o dinheiro.

Em relação ao número de encomendas que recebe, Lúcia Pequeno salienta: “ora se, não dá nem pras encomenda. O pessoal encomenda (sic), eu começo a fazer e antes de terminar de fazer, já chega a outra pessoa pra encomendar”. Segundo a artesã, a mesma “tem vendido bem, quando chega o final do ano, aí é que vende”.

5.5.2 Inserção profissional na carreira de artesã

A carreira de artesã de Lúcia Pequeno foi iniciada ainda na infância, em 1969, pois seus pais exerciam o ofício artesanal, também confeccionando peças na tipologia barro ou cerâmica:

Desde criança que eu trabalho no artesanato. Quando a gente nasceu, meu pai mais minha mãe já trabalhava e todo mundo só aprendeu isso porque ninguém tinha outra arte. Todo mundo começou a trabalhar foi nisso. Minha mãe fazia, meu pai trabalhava muito com bonecos, minha mãe fazia pote, quartinha, panela. Aí a gente era pequeno e [...] criança gosta de mexer com barro né, a gente começamo (sic) a mexer com barro, né, e aí foi aprendendo a fazer umas coisinha miúda, aquelas panelinha, aquelas coisinha (sic) e daí a gente foi levando, fazendo e levando pra feira pra vender e até hoje a gente veve (sic) disso. Desde dez anos que nós começamo (sic) a trabalhar..

Toda a família produzia peças em cerâmica, as quais eram vendidas em feiras locais. Após essa fase exploratória, ela explica que seus produtos passaram a ser bastante procurados:

Aí o pessoal de Fortaleza, o pessoal da faculdade via na feira a gente vender aí alguém começou a ver minhas peça (sic), minhas coisa (sic) e começou a encomendar. Eles trazia (sic) de Fortaleza o desenho, pedia pra mode eu fazer (sic). Aí, eles perguntaram: dá pra trazer pra feira? [Ela respondeu:] Não, é muita peça, dá muito trabalho, apareça lá em casa. Aí eles vinham, quando eles vinha (sic), vinha muita gente.

A artesã ainda faz menção aos estudantes que participavam do Projeto Rondon, na época da ditadura, que também sempre faziam bastantes encomendas:

Aí o pessoal do projeto Rondon começou a vim trabalhar em Limoeiro. Tá com muito tempo, eu tô pensando que seja na época de [19]70, talvez, talvez que hoje tá com uns vinte e cinco anos, essa época aí. Tá com muito tempo que eles pararam de vir. [...] Toda turma de gente que vinha, vinha pra cá encomendar. No começo do mês, eles fazia (sic), quando chegava no final do mês eles ia (sic) embora e pegava. Aí outra aqui já chegava, o motorista era de Limoeiro que já trabalhava com eles e já trazia pra cá, aí cada qual encomendava aquelas suas coisinha (sic) [...]. Aí quando chegava no final do mês eles vinham pegar. A outra equipe que vinha já encomendava de novo pra quando fosse embora.

Em 1988, aos vinte e nove anos, Lúcia Pequeno e os irmãos interromperam a carreira de artesãos: “assim que meu pai morreu, aí a gente parou de trabalhar. Meu pai morreu em [19]88. Aí a gente parou de trabalhar com o tempo porque era ele que queimava [o barro]. Aí a gente parou de fazer porque era só ele que queimava”.

Para assegurar sua subsistência, a artesã passou a trabalhar como servente de limpeza:

Aí eu passei uns quatro ou cinco ano (sic) trabalhando na prefeitura num colégio que tinha lá em baixo e tinha saído uma mulher. Aí a menina que trabalhava lá era muito boa e disse: mulher, venha trabalhar com a gente, você tá parada num tá podendo fazer porque não tem quem queime. Aí eu comecei a trabalhar. Aí eu trabalhei mais ou menos uns quatro ou cinco ano (sic) [...] Trabalhava de auxiliar de serviço, lá varrendo, espanando, passando o pano, eu que fazia isso.

Neste período, entre 1988 e 1993, a irmã mais velha de Lúcia Pequeno decidiu tentar queimar as peças de cerâmica e, aos poucos, estava retomando a produção de peças de cerâmica.

Após aproximadamente quatro ou cinco anos de trabalho como servente de limpeza, houve mudança no governo municipal: “esse prefeito que entrou aí não empregou mais gente de serviço prestado. Ficou só com o pessoal que tinha concurso”. Assim, diante do desemprego, Lúcia Pequeno decidiu dedicar-se novamente ao artesanato: “aí deu. Eu vou

começar no meus barro (sic) de novo, que eu num tenho do que viver, eu vivo desse trabalho. Aí comecei a trabalhar com meu barro de novo, aí fiquei trabalhando”. Este trecho remete ao empreendedorismo de necessidade (DORNELAS, 2007; GEM, 2008) ou involuntário (FILION, 1999), no qual o indivíduo decide empreender porque não consegue inserir-se no mercado de trabalho.

Aliada à necessidade de sobrevivência, Lúcia Pequeno releva que ela e as irmãs tinham também o desejo de manter viva a arte e tradição do trabalho em cerâmica: “ninguém vai acabar com a arte da gente não. Meu pai morreu, mas gente vai continuar trabalhando”.

A partir dessa época, por volta de 1993, Lúcia Pequeno retomou o ofício de artesã, juntamente com as irmãs, até que o trabalho começou a ser reconhecido novamente e as artesãs abandonaram as feiras locais e passaram a vender para a CEART:

Aí a gente começou a vender pra CEART em Fortaleza [...]. Nós sempre trabalha (sic) pra lá. Na feira a gente deixou de vender [...] Assim, a gente foi levando, o pessoal de Fortaleza foi vendo e o pessoal da CEART foi vendo. Aqui e acolá aparecia alguém aqui pra olhar, fazer um jornal, conversar. Aí começaram a encomendar o pessoal da CEART, de Fortaleza, aí a gente começou a fazer e até hoje a gente ainda veve (sic) trabalhando pra lá.

Atualmente, Lúcia Pequeno dedica-se integralmente ao artesanato: “mas nós ainda continua trabalhando. Se Deus quiser a gente vai trabalhar até ficar velhinha. Enquanto der pra gente trabalhar, a gente vai trabalhando. Eu acho bom trabalhar no meu trabalho (sic)”.

Dessa maneira, a atividade artesanal corresponde ao primeiro e terceiro ciclos de carreira de Lúcia Pequeno. O segundo corresponde ao período em que a artesã trabalhou como servente de limpeza, entre vinte e nove e trinta e cinco anos, aproximadamente. O ingresso no primeiro ciclo ocorreu de forma natural, já que os pais da artesã exerciam o ofício artesanal e a mesma também passou a colaborar na produção. Além disso, como o artesanato esteve presente na vida Lúcia Pequeno desde a infância, esse fato pode ter contribuído para que a artesã construísse uma autoconsciência acerca de suas habilidades e talentos (GREENHAUS; CALLANAN, 1994), proporcionando, assim, uma decisão mais consciente acerca de sua carreira. No entanto, constata-se que o gatilho ou fator motivador (HARRINGTON; HALL, 2007) da decisão de ingressar na carreira de artesã foi a necessidade de sobrevivência, visto que Lúcia Pequeno deparou-se com o desemprego e decidiu retomar as atividades artesanais para garantir sua sobrevivência.

5.5.3 Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão

Como já foi mencionado, Lúcia Pequeno teve seu primeiro contato com o artesanato ainda na infância, quando auxiliava os pais na produção de peças em cerâmica. Essa forma transmissão de conhecimentos entre gerações é comum no artesanato (BANCO DO NORDESTE, 2002; FILGUEIRAS, 2005). A partir desses conhecimentos iniciais, a artesã aperfeiçoou a técnica herdada e passou a confeccionar peças mais finas e delicadas, traços que são os diferenciais de seu trabalho.

Assim, a aprendizagem da artesã ocorreu ao longo dos estágios que compõem o ciclo de carreira da atividade artesanal, tendo sido iniciada na fase de exploração e evoluído até que Lúcia Pequeno atingisse o domínio da atividade, o que se alinha aos argumentos de Harrington e Hall (2007), os quais denominam este processo de ciclo de aprendizagem de carreira.

Ainda em relação à atividade artesanal, Mestre Lúcia participou, recentemente, de um treinamento, no ano de 2007: “fizemos só no ano retrasado, veio uma mulher lá de Fortaleza ensinar. Ficou uns três meses”. Em relação a esta experiência, a artesã mostrou-se insatisfeita:

O pessoal que veio ensinar a gente que nem veio essa mulher que disse que vinha ensinar a gente, ia ajudar muito no trabalho da gente, fazer mais. Chegou aqui era a mesma coisa que a gente fazia, sabia era menos. Ela servia pra ensinar pessoa (sic) que nunca tinha feito, do zero, mas quem já sabe que nem a gente aqui, num serviu de nada.

Essa experiência, conforme Lúcia Pequeno, não trouxe novos conhecimentos e técnicas às artesãs, o que as desestimulou a buscar novas formas de capacitação.

Quanto à escolaridade, a artesã afirma não ter tido condições de estudar muito: “eu sempre estudei pouco, segundo ano, alfabetização. Nessa época aí era difícil o estudo. A gente não podia estudar porque a gente tinha que trabalhar. Nessa época era tudo muito difícil. Diferente de agora que é tudo mais fácil, o estudo é tudo mais fácil (sic)”.

A artesã nunca participou de nenhuma forma de capacitação gerencial que envolvesse aspectos relacionados às habilidades empreendedoras, também necessárias à gestão de negócios inseridos na indústria criativa (UNCTAD, 2008), reforçando assim o argumento de Askerud (2008), o qual defende que atividades ricas e diferenciadas

culturalmente apresentam grande potencial econômico, mas muitas vezes ainda são mantidas na informalidade. Atualmente, Lúcia Pequeno também não busca aperfeiçoamento: “por falta de tempo e aqui não existe essas coisa não, nunca”.

5.5.4 Reconhecimento artístico e econômico

Na perspectiva artística, Lúcia Pequeno considera-se reconhecida por ser bastante procurada pela imprensa: “sim, tem jornal em todo canto, passo na televisão sempre, todo mundo já me conhece, muita gente já me conhece”. Esse reconhecimento implica numa maior procura por seu trabalho: “já vendi a muita gente. O pessoal que vem de fora, a gente vende a muita gente”.

Após ser diplomada Mestre da Cultura em 2004, ela afirma que as vendas melhoraram bastante: “mudou porque melhorou muito as vendas, pra mim e pros (sic) outros. [...] Quando eu não tenho coisa que dê pra todo mundo eu vou e mando pros (sic) canto que tem. Eu mando encomendar a [...], minha irmã, minha outra irmã que trabalha também”.

O auxílio financeiro fornecido pelo Governo do Estado do Ceará, conforme a artesã, é essencial à sua sobrevivência:

Se fosse pra eu viver só da minha loiçinha (sic), ah, num dava nem pra começar. Graças a Deus, eu agradeço a toda hora a Deus e o governador por eu ganhar esse dinheiro porque eu tenho dois filho (sic) e eu vivo disso e do trabalho. [...] Dá muito trabalho porque dinheiro com a cerâmica só dá pra comprar merenda porque é tão pouco que eu trabalho e tão pouco o que vendo. Agradeço a Deus o meu salário que eu ganho. Ave Maria, agradeço a Deus todo dia. [...] É, esse dinheiro serve pra tudo. Esse dinheiro dá pra mim viver, pra mim ajudar os menino (sic) que tão estudando, dá pra tudo, eu vivo desse dinheiro.

Embora Lúcia Pequeno tenha ressaltado que não consegue atender ao elevado número de encomendas, constata-se que isso não lhe proporciona uma situação financeira confortável, conforme o trecho acima. Isso pode ser explicado pelo que defende o SEBRAE (2008), segundo o qual muitos artesãos não chegam a entender sua atividade como um negócio, a ponto de venderem suas peças por um valor abaixo do que elas realmente valem.

A artesã também busca transmitir seus conhecimentos, como é esperado que os Mestres da Cultura o façam:

Às vezes eu ensino as pessoas, de vez em quando eu vou pros (sic) colégio ensinar os alunos. Vem gente pra cá, os aluno (sic) vem pra cá sempre e às vezes eu vou pra

Limoeiro ensinar, sempre eu vou ensinar, todos os ano eu vou ensinar, esse ano eu não fui porque foi a época que eu tava com o braço doente aí não deu pra mim ir (sic).

Sobre a transmissão de seus conhecimentos para outras gerações, ela afirma: “eu acho bom ensinar. Gosto, fico feliz de ensinar o pessoal a trabalhar”. No entanto, salienta que também já recebeu propostas de políticos que, segundo a mesma, sempre prometem levá-la para ministrar cursos e oficinas em escolas, inclusive em outros municípios, mas tais promessas não se concretizaram.

5.5.5 Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira

Ao longo de sua carreira como artesã, Lúcia Pequeno enfrentou ou ainda enfrenta uma série de dificuldades e desafios. Dentre eles, estão o transporte de peças, a dificuldade para encontrar material para a queima de produtos, a queda de produção no período chuvoso e a falta de apoio por parte do poder público. Estes problemas relatados pela artesã são expostos a seguir.

No início da carreira, quando seu pai ainda era vivo, Lúcia Pequeno explica que o maior problema que enfrentavam era transportar as peças produzidas até as feiras realizadas no centro de Limoeiro do Norte-CE: “todo sábado a gente levava, pagava uma carroça pra levar e tinha que pagar pra voltar”. No entanto, a quantidade de peças era muito pequena e as vendas não eram suficientes nem para pagar o transporte: “aí, as coisa da gente era muito pouca, pra pagar pra levar e voltar, o que ganhasse num dava pra pagar a viagem da carroça, que a feira era muito ruim, num vendia quase nada”.

Quando a procura pelas peças aumentou, a artesã passou a receber encomendas e parou de frequentar a feira, livrando-se, assim, deste problema: “porque a gente parou de levar pra feira e parou de pagar. Ficou só vendendo em casa. [...] Agora tá melhor. Antes era muito difícil a gente tinha que levar pra feira. Pagava uma carroça pra levar e agora não, nós vende (sic) tudo em casa”. Atualmente, sua opinião sobre as vendas é a seguinte: “tô, tá dando pra mim viver. A gente tendo um ganho que dê pra gente viver, é muita sorte porque é tão difícil o dinheiro de ser ganho, o custo de vida tá tão difícil. Tá dando pra mim viver (sic)”.

A dificuldade para encontrar materiais utilizados na queima das peças é outro problema que acompanha Lúcia Pequeno desde o início da carreira e persiste até os dias de

hoje. “agora o material de queimar sempre foi difícil. Pra gente buscar talo, talvez a gente andasse uns dois quilômetros pra trazer um cesto de talo na cabeça. A gente trabalhava demais, viu. A luta da gente pra fazer isso aí. É o custo de vida da gente aqui dá trabalho demais”. Assim, a artesã precisa adquirir esses materiais e, segundo a mesma, o preço não é muito acessível e há dificuldades para encontrá-los:

Aí agora a gente tem sempre que comprar. Na região, o pessoal tira [...] aí a gente compra. [...] A gente tinha que caçar, tem que comprar. Agora é mais difícil porque a loiça (sic) ela é queimada com o talo da carnaúba e agora o carnaubal arrancaram quase tudo, é difícil encontrar o material até pra comprar. [...] Quando encontra é caro. Subiu muito.

Outro problema mencionado pela artesã é o período chuvoso, no qual há uma queda de produção. Quando chove, Lúcia Pequeno interrompe ou reduz bastante a produção. Primeiramente, a extração do barro na lagoa torna-se mais difícil. Além disso, a queima das peças durante o inverno torna-se praticamente impossível, visto que o forno utilizado localiza-se no quintal: “quando começa a chover a gente pára de queimar. Quando tá na chuva, o inverno começando assim em janeiro, aí, pronto, a gente já pára o trabalho da gente porque o forno é todo tempo levando chuva”.

Nestes períodos, a artesã até chega a confeccionar algumas peças, as quais são estocadas, a espera dos dias em que não chova, embora as perdas sejam grandes:

Aí quando chega o inverno, o jeito é a gente parar de queimar porque o forno tá levando a chuva. A gente faz, aí quando passa assim umas duas, três semanas sem queimar, guardando tudinho que às vezes mesmo no inverno mesmo passa quinze dias, vinte dias sem chover aí às vezes a gente vai e bota pra queimar. No que o forno tá molhado de levar chuva e o material, a gente queima e é um prejuízo total. Aproveita muita pouca coisa porque elas quebram com a quentura do forno e o molhado, aí elas se racham tudinho dentro do forno.

Por várias vezes, Lúcia Pequeno recebeu promessas de prefeitos e secretários de cultura municipais, os quais lhe prometeram a construção de uma cobertura para o forno utilizado, mas até agora, nada foi feito, o que a faz lembrar que um outro período de chuvas está prestes a começar e que a produção será interrompida novamente.

Lúcia Pequeno também se mostra inconformada com a falta de apoio do poder público local: “tem muita gente que não gosta de cultura não. Tem prefeito que não gosta não. [...] O pessoal parece que não liga muito pra gente desse trabalho de loiceiro (sic) não. Dão muito valor a loiceiro não, o povo não (sic.)”. O trecho apresentado não se alinha aos argumentos de Freitas (2006) e Lócio e Pompeu (2006), os quais afirmam que o poder público

deve possibilitar, ao setor de artesanato, condições de concorrer e ter um espaço no mercado global, por meio, por exemplo, do desenvolvimento de políticas públicas que promovam o cooperativismo, associativismo ou arranjos produtivos locais.

Lúcia Pequeno também menciona que vários políticos locais prometeram ajudá-la a solucionar o problema do forno:

Tá com uns quatro mandado (sic) de prefeito que diz que vai ajudar a gente a fazer uma coberta pro forno da gente porque o que a gente ganha só dá pra gente viver. Quando entra um prefeito, diz: eu vou ajudar vocês. Vem aqui na maior animação antes da eleição [e diz:] pra mode ajudar vocês a fazer um galpão pro forno de vocês ficar debaixo, pra vocês botarem o material pra não levar chuva e o forno também não levar chuva. Aí passa tempo, passa tempo e até hoje (sic.).

Além das dificuldades citadas, a artesã acrescenta que tem passado por sérios problemas de saúde os quais tem prejudicado bastante a produção, que, segundo ela, já não ocorria da forma como a mesma gostaria, visto que esta também se vê na obrigação de trabalhar como dona de casa, atividade que a impede de se dedicar mais ao artesanato.

No relato das dificuldades e desafios enfrentados por Lúcia Pequeno, constata-se que a mesma não empreendeu alguma ação significativa para tentar solucionar tais problemas, talvez, principalmente pela escassez de recursos, que a impedia de investir em sua atividade. Assim, restou-lhe esperar por promessas de governos locais, as quais nunca foram cumpridas.

Mesmo com dificuldades enfrentadas, Mestre Lúcia ressalta que precisou se manter no ofício de artesã: “porque a gente não tem outro emprego, a gente tem que trabalhar nisso. Tem que viver disso. [...] quem estuda muito e que pode fazer outra coisa, tudo bem. Mas a gente num tem estudo pra outra coisa, o jeito é trabalhar nisso e tem que gostar e ser feliz com o que trabalha”. Neste trecho também surge mais uma menção ao empreendedorismo por necessidade (DORNELAS, 2007; GEM, 2008) ou involuntário (FILION, 1999).

5.5.6 Perspectivas atuais de carreira e negócios

Lúcia Pequeno mostra-se satisfeita com a carreira de artesã, queixando-se apenas de sua saúde:

eu gosto de trabalhar. Acho bom trabalhar em casa, num tô trabalhando pra ninguém, vivo em casa trabalhando as minhas coisinha, trabalho até a hora que eu quero. Acho bom trabalhar.[...] Feliz. Deus me dando saúde se ele, se eu vivesse com saúde, eu pra mim eu tava tudo bem. Pior de tudo é a gente viver doente.

Analisando a sua trajetória de carreira, a artesã afirma ter sentido falta de formação escolar: “sinto falta de estudar muito. Tão bom você saber ler. Tenho a maior inveja quando eu vejo uma pessoa que sabe muito [...] Sei ler, sei pouco, mais sei ler. Dá pra mim (sic) ler qualquer coisa, dá pra mim assinar meu nome bem”. Assim, ela afirma que gostaria de ter um pouco mais de instrução, mas que isso não traria impactos na atividade artesanal: “ajudaria, é muito bom a pessoa aprender. No artesanato não ajudaria porque esse trabalho é na cabeça, né. Você tem que aprender com a cabeça pra fazer essas coisa (sic)”.

Quando questionada acerca de suas aspirações, Lúcia Pequeno afirma não ter planos ou grandes expectativas: “não, já tô tão velha, vou fazer cinquenta anos já”. No entanto, a mesma acrescenta que gostaria de criar coisas novas, embora esteja conformada com sua situação atual: “Eu queria aprender a fazer peças novas. Mas assim dá pra ir vivendo”.

No entanto, a artesã demonstra interesse em aprender a trabalhar com o torno elétrico, como outras artesãs já o fazem, por exemplo, no município de Russas-CE:

Eu tenho vontade de ver esse torno, aprender pra ver se fazia mais rápido. Porque quanto mais rápido fazer (sic) melhor porque faz mais. Porque é muita encomenda num dá pra gente fazer pra todo mundo. Tem gente que vem atrás de uma peça a gente num tem. Aí eu fico triste porque num dá pra fazer pra todo mundo. Se eu pudesse fazer pra todo mundo, se toda hora que viesse aqui tivesse peça feita, aí eu achava bom. Nem que sobrasse, mas eu achava bom ter.

O torno ele já deixa a vasilha já pronta. Sendo uma vasilha sem ser com asa, você pega o barro e bota ali, que eu vejo passar na televisão, já deixa pronto, já em ponto já de queimar. Só que ela não fica lisinha que nem a loiça da gente. Só que a gente sabe alisar. Se a gente começar a fazer no torno e fizesse, a gente depois dava aquele acabamento que nem a gente dá na loiça da gente feita a mão pra ficar lisinha igual.

Em termos de aspirações, percebe-se que Lúcia Pequeno mostra interesse apenas em relação à criação de novos produtos e à aprendizagem de novas técnicas, ambas voltadas para a atividade artesanal, demonstrando que a artesã privilegia os aspectos artísticos da carreira. Assim, a ausência de planos pode parecer evidenciar o estágio de manutenção de carreira (HALL, 2002).

5.5.7 Fechamento do caso

Lúcia Pequeno teve seu primeiro contato com o artesanato ainda na infância, pois seus pais também eram artesãos e a ensinaram a trabalhar com a cerâmica. O artesanato foi sua primeira experiência profissional, embora não a única e o fator que desencadeou a decisão

de atuar profissionalmente como artesã foi a necessidade de sobrevivência. No entanto, Lúcia Pequeno também demonstrou talento, pois desenvolveu técnicas próprias, além da forte identificação com o artesanato. Em seus relatos, percebe-se que, ao longo de sua carreira, a atividade artesanal foi desenvolvida de maneira bastante informal, embora seu trabalho tenha se destacado. A própria artesã reconhece que sua situação financeira não é favorável a ponto de depender do auxílio financeiro concedido aos Mestres da Cultura para sobreviver. Tais aspectos evidenciam que a artesã tem dificuldades associadas aos aspectos gerenciais e empreendedores da atividade artesanal, pois afirma receber muitas encomendas mas não consegue sobreviver da sua atividade.

5.6 Pedro Balaieiro

Pedro Alves da Silva, cujo nome artístico é Pedro Balaieiro, nasceu em Maranguape-CE, em 1926. Atualmente, reside no distrito de Pernambuquinho, em Guaramiranga-CE, onde exerce suas atividades profissionais como artesão na tipologia cestarias e trançados. Foi diplomado Mestre/Tesouro Vivo da Cultura em 2006, por ser “referência do trançado em cipó de imbé” (SECULT-CE, 2009, s/p). A entrevista foi realizada no dia 24 de novembro de 2009, na oficina/sala de exposição do referido sujeito, na Escola Profissionalizante Ubiratan Aguiar.

5.6.1 Caracterização da atividade artesanal

Pedro Balaieiro utiliza o cipó do tipo imbé para confeccionar produtos como chapéus, abanos, cobridores de bolo e pães, cestos, abajures, porta-ovos no formato de galinhas, cortinas, luminárias, brincos, colares e terços, dentre outras peças.

A produção ocorre na oficina/sala de exposição do referido sujeito, localizada na Escola Profissionalizante Ubiratan Aguiar. O processo é iniciado com a extração da matéria-prima. O artesão chegou a cultivar o cipó de imbé e a extraí-lo, mas, atualmente, o imbé é colhido nas propriedades particulares da própria região. Pedro Balaieiro tem o apoio de alguns proprietários que permitem que este extraia a matéria-prima sem nenhum custo.

Em seguida, a matéria-prima deve ser preparada para o uso. É necessário esperar quinze dias para que o cipó seque e se possa raspá-lo. Depois de tratado, o cipó pode ser

armazenado, como afirma Mestre Pedro: “depois desse tratado aqui pode, tanto faz tecer esse ano como tecer em quatro ano (sic) que ele tá o mesmo. É uma matéria prima muito especial”.

Feito isto, Pedro Balaieiro começa a trançar o cipó, dando origem as mais diversas peças, a partir de habilidades inatas e das técnicas e que ele mesmo desenvolveu. O tempo de produção é variado: “depende da peça, você vai pelo tamanho da peça. Tem peça que eu posso fazer em vinte minuto (sic), tem peça que eu posso fazer em três dia (sic), até mais, né”. A ajuda na produção vem principalmente do filho, também artesão, e do senhor que extrai o cipó.

Seus produtos são vendidos principalmente à CEART, embora muitas pessoas o procurem diretamente para comprar suas peças. Mestre Pedro explica que a CEART não faz encomendas, apenas compra o que ele já tem produzido: “a CEART ela agora não tá mais fazendo, difícil fazer encomenda. Quando ela vem é buscar o que tem. Ela vem, leva tudo”. O pagamento, segundo Pedro Balaieiro, demora um pouco, mas compensa porque todas as peças levadas são vendidas, embora ele reconheça que estas são revendidas por um preço muito mais elevado: “pra CEART, que demora um pouquinho, eu boto do preço que eu vendo uma peça aqui. Mas lá eles vende (sic) bem. Uma galinha dessa que eu vendo de [R\$] 25,00, elas tem dois ponto (sic) lá que vende. Eu num vou nem dizer quanto pra num alarmar tanto”.

Ocasionalmente, o artesão e seu filho também procuram vender suas peças na própria cidade, em barracas montadas nas proximidades de hotéis: “lá em Pacoti, meu menino bota, mas meu trabalho é quase todo só pra CEART. Ou então se eu tiver, no domingo, no hotel. Meu menino vende no convento lá em Guaramiranga e aí eu, quando eu saio pra vender, eu vendo no Remanso”.

5.6.2 Inserção profissional na carreira de artesão

Pedro Balaieiro teve uma infância difícil como ele mesmo relata, pois na localidade onde nasceu, ainda havia trabalho escravo, razão pela qual foi obrigado a trabalhar desde cedo, em 1932:

Eu sofri muito quando era criança. Comecei a trabalhar com seis ano (sic). [...] Eu nasci num lugar que ainda era escravos (sic) ainda. [...] Com seis ano (sic), comecei a trabalhar. Fui obrigado a trabalhar, num deixaram eu ir pra aula. N’era meu pai não, era o patrão. Aí trabalhei pra ele de seis ano até catorze ano (sic), de graça.

Em 1940, aos catorze anos, Mestre Pedro deixou sua terra natal e partiu para Fortaleza-CE, onde trabalhou informalmente até 1949, quando se estabeleceu em Guaramiranga:

Aí fui pra Fortaleza e lá fiz tudo. Vendi água na rua, vendi picolé. Eu num tinha letra, como é que podia me empregar? Meu sonho era me empregar no navio porque já tinha uns primo (sic) meu que já tava lá [...]. Aí como eu num conseguia, nunca consegui a vaga, vim aqui pra serra. Cheguei aqui em [19]49. [...] É aqui era onde tava a minha história.

Em 1949, já em Guaramiranga, o artesão dedicou-se novamente à agricultura, mas se sentia insatisfeito: “é porque eu tava me dando mal e não tava me dando bem não”. Assim, ele explica que, em uma oração, pediu a Deus que o mostrasse outra oportunidade: “aí em [19]53, teve um dia, eu cansado de trabalhar de enxada, pedi a Deus e a São Francisco que eles me desse (sic) um meio de eu viver sem ser trabalhando na enxada”.

Nos trechos acima, constata-se a insatisfação com a atividade produtiva anterior (BROCKHAUS; HORWITZ, 1986), a qual, aliada à necessidade de sobrevivência, atuaram como gatilhos (HARRINGTON; HALL, 2007) que motivaram a inserção do sujeito na atividade artesanal, como será detalhado a seguir.

No mesmo ano, ao chegar em casa, Pedro Balaieiro se deparou com uma proposta para fazer balaies de armazenar alimentos. O artesão viu nesta ocasião a oportunidade de assumir uma nova atividade profissional como tanto desejava e, mesmo não tendo experiência com o artesanato, aceitou a encomenda. Suas primeiras peças, que em sua opinião não estavam muito boas, foram bem aceitas pelo cliente: “aí quando eu fiz três balaio (sic) mais parecido com ninho de sabiá do que um balaio, cheguei lá ele queria contratar dez milheiro (sic) de balaio”.

Após esse primeiro pedido, Mestre Pedro abandonou definitivamente a agricultura e passou a vender seus balaies na feira de Pacoti-CE e a ser conhecido como “balaieiro”. Em 1958, o artesão afirma que chegou a trabalhar também a empresa Ypióca: “em 1958 eu comecei cobrindo a garrafa da Ypióca”. Esta experiência permitiu a aquisição de maior habilidade com a matéria-prima, de modo que o mesmo passou a produzir outras peças que não fossem balaies e que eram voltadas principalmente para os turistas da região: “quando eu comecei a trabalhar pra cachaças Ypióca, no lugar da garrafa que era bem barata eu comecei a fazer uma cestinha. Aí eu comprava flor, fazia e vendia”.

A partir de sua criatividade, Pedro Balaieiro afirma que começou a desenvolver outros produtos, tais como abanos, cobridores de bolo e pães, cestos, abajures, chapéus, porta-ovos na forma de galinhas, cortinas, luminárias, brincos colares e outros artigos. O início da produção de chapéus, por exemplo, aconteceu por acaso:

Aí um dia eu fui vender balaio lá na feira lá de Pacoti, aí o sol tava quente e um feirista (sic) tava perto de mim, pegou um balaio e botou na cabeça. Aí deu a vontade de fazer chapéu, que eu sabia que não era pra ser um balaio na cabeça. Aí comecei a fazer chapéu.

Mestre Pedro também passou a utilizar as sobras na produção de novas peças: “e agora eu lancei três modelos dos pedacinho (sic) que eu queimava, jogava fora eu tô fazendo a cortina [...], fazendo terço e fazendo colar. Aí a CEART mandou amostra lá pra Portugal, veio um pedido de três milheiro de terço. Nova invenção”!

Pedro Balaieiro passou então a vender seus produtos em um dos mais conhecidos hotéis da região, a convite de um dos gestores do estabelecimento. A partir daí, seu trabalho tornou-se bastante divulgado:

[...] quando foi um dia, o gerente do hotel Remanso, o melhor hotel que nós temos aqui, me convidou pra ir vender no Remanso. [...]. Depois, eu saí na revista lá no Remanso. Já melhorou um pouco, já foi muito bem conseguida a divulgação [...]. Aí depois passou e chegou a Revista Cláudia. Quando a Revista Cláudia chegou, a CEART mandou direto contratar, pra eu trabalhar direto pra lá. Trabalho há muito tempo pra CEART.

Conforme os relatos do artesão, percebe-se que sua vida laboral foi iniciada por imposição do proprietário das terras onde vivia com a sua família, o qual os tinha como escravos, fato que eliminava quaisquer possibilidades de outras escolhas ocupacionais. Eliminando-se essa primeira experiência, o desenvolvimento da carreira de Pedro Balaieiro ocorreu em três ciclos. No primeiro, entre os catorze aos vinte e três anos, o artesão trabalhou no comércio informal. Aos vinte e três anos, inicia-se o segundo ciclo, dedicado exclusivamente à agricultura. O terceiro ciclo corresponde ao artesanato e foi iniciado aos vinte e seis anos, quando Mestre Pedro abandonou o trabalho na agricultura.

5.6.3 Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão

Pedro Balaieiro credita suas habilidades com o trançado a um talento ou dom naturais:

Ninguém me ensinou. Eu queria ter aprendido por alguém. Mas é como o pessoal diz, que existe um dom. Eu acredito. No dom eu acredito. Que eu cheguei, trabalhando em enxada, nunca tinha visto ninguém fazer, nem nunca precisou ninguém me ensinar e hoje eu tenho aluno.

O aprendizado do sujeito, portanto, ocorreu de forma experiencial (KOLB, 1984), na medida em que exercia o ofício de artesão. O trecho acima mostra que, no estágio de exploração referente ao ciclo de carreira, Pedro Balaieiro começou a exercer o ofício artesanal sem ter tido contato prévio com a atividade, demonstrando ter talento e habilidades naturais para o ofício. Ao longo deste ciclo, o artesão desenvolveu técnicas e estilos próprios até se estabelecer e atingir o nível de domínio na atividade, como explicam Harrington e Hall (2007). Ressalta-se ainda a transição do artesanato utilitário para o decorativo (SEBRAE, 2004), já que Pedro Balaieiro abandonou a produção de balaios e dedicou-se a outras peças.

Quanto à escolaridade, o artesão explica: “[...] eu aprendi só a fazer baliao mesmo. Não, eu tive só até a oitava série”. Como já foi mencionado, Mestre Pedro começou a trabalhar cedo: “comecei a trabalhar com seis ano. Num deixaram eu estudar (sic)”. Além disso, ele afirma que não tinha tempo para trabalhar e estudar ao mesmo tempo: “eu tinha vontade de estudar, mas vi que o tempo era muito resumido, muito pouco, eu fiquei mais era trabalhando mesmo (sic)”.

Dessa forma, somente na idade adulta é que o artesão pôde se dedicar um pouco aos estudos, tentando conciliá-lo com o trabalho: “porque apenas eu assino meu nome, [...] eu agradeço o Mobral. Eu trabalhava de dia e estudava a noite. Agradeço o Mobral porque se não fosse o Mobral, nem meu nome eu sabia assinar”.

Atualmente, o artesão releva o desejo de retomar os estudos, mas logo se mostra conformado com a atual situação: “tenho interesse, ainda tenho vontade de estudar. Melhorar minha letra que é uma letra ruim, melhorar a condição. O negócio é que tá faltando um pouquinho da vista também. Tô ficando cansado da vista. Não, acho que já tá bom”.

Assim como sujeitos anteriores, Pedro Balaieiro também não teve oportunidades de se capacitar em relação aos aspectos gerenciais de um negócio, essenciais aos empreendedores que atuam na indústria criativa, como explica a UNCTAD (2008).

5.6.4 Reconhecimento artístico e econômico

Ainda no início da carreira, nos estágios de exploração e treinamento (HALL, 2002), Pedro Balaieiro teve seu trabalho divulgado em revistas, gerando aumento da procura por suas peças: “aí depois passou e chegou a Revista Cláudia. Quando a Revista Cláudia chegou, a CEART mandou direto contratar, pra eu trabalhar direto pra lá. Trabalho há muito tempo pra CEART”.

Hoje, Mestre Pedro considera-se um artesão reconhecido, principalmente por ter seu trabalho divulgado no Brasil e no exterior:

Muito sartifeito (sic), eu tenho um prazer enorme. Hoje em qualquer parte do mundo eu sou entrevistado, sou mostrado pela internet que é quem dá meu passo a frente é ela. Esse livro [mostra o livro] da Espanha ele tá me mostrando em toda parte do mundo, né só no Brasil, né. E outros país tá lá conhecendo quem é Pedro Balaieiro aqui no Ceará, aqui no Brasil, aqui em Guaramiranga. [...] Hoje tô em vários livro (sic), tô nesse livro aqui, tô em muitas revista (sic), tô em jornal. Tá muito bem divulgado. Agora ganhei, agora o Mestre do Mundo, né.

Ele ainda destaca que muitas pessoas, ao visitarem Guaramiranga-CE, querem conhecê-lo, visitá-lo, mesmo que não seja para comprar suas peças:

Tem muita gente, muito turista, muito visitante que vem de São Paulo, de outro estado, de outros país também que antes deles chegar no hotel já vem aqui com meu nome. Vem logo conhecer, num é fazer compra, é reconhecer, tirar foto [...]. Isso é um prazer que a gente tem [...]. Perder o nome é muito fácil, agora ganhar né fácil não (sic.).

Pedro Balaieiro ainda faz questão de ressaltar que sua arte é abençoada, pois um de seus chapéus de imbé foi presente para o então Papa João Paulo II, em sua visita ao Ceará em 1980.

Sobre a obtenção do título de Mestre da Cultura, Pedro Balaieiro afirma: “isso é um prazer que a gente tem, de ser reconhecido”. O título, de certa forma, trouxe melhorias nos negócios, como afirma o artesão: “melhora, aqui e acolá chega uma pessoa e às vezes até de surpresa mesmo, vem até querendo brincar aí faz uma brincadeira e compra R\$ 1.000,00 e às vezes compra o que tem, tudo (sic.)”. Sobre o auxílio financeiro referente ao título ele afirma:

eu sou Mestre da Cultura, ganhei a oportunidade de ter esse salariozinho até o fim da vida né [...] Melhorou porque eu num tô mais pagando aluguel, meu filho pagava aluguel e já arranjei, já comprei uma casinha pra ele. Ajudei, já tá melhorando um pouquinho por isso que eu quero que eles sigam a arte (sic).

Quando questionado se o artesanato lhe proporcionava uma situação financeira confortável, ele afirma:

num dá não mas é aquela história ou gemendo ou chorando a gente tem que atravessar. Dá, mas é porque a família é grande e a gente tem que ajudar aqueles que não têm condição né. [...] A minha tarefa d'eu cuidar da família é grande. As filha, os filho, os neto (sic). Porque eles não têm condição e eu nunca gostei de viver só.

Pedro Balaieiro também busca transmitir seus conhecimentos para outras pessoas, como é esperado de um Mestre da Cultura, embora ressalte que poucos se interessam em aprender:

[...] hoje eu tenho aluno. Tem em Goiás, tem em São Paulo, tem no Paraná e aqui no Ceará em várias cidade (sic), né a gente ensina. Aqui em Guaramiranga eu tenho dado aula bastante. Em Guaramiranga, Aratuba, Pacoti e quem quiser aprender eu ainda tô ensinando ainda.

Por isso que eu queria era mais alguém pra trabalhar e chegar na condição que eu tô. Num é orgulho, é a oportunidade que a arte tá tendo. De todo mundo ter o que fazer, trabalhar e viver. Ter um meio de vida, né [...]. Por isso é que eu batalho muito pra melhorar o trabalho dos aprendiz (sic) pra eles chegarem onde eu estou. Ter o diploma da cultura, ter a oportunidade de ter o comércio, ser aceito, né. [...] Minha vontade era ensinar pra criar um bocadão de gente trabalhando [...]. O pessoal aqui é que são (sic) devagar pra gente ensinar.

O referido sujeito menciona que o SEBRAE contribuiu bastante para a divulgação de seu trabalho: “[...] a SEBRAE tem me ajudado bastante, tem me mandado pra vários lugares expor, também dar aula, já conheço onze estado, né”.

5.6.5 Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira

Ao longo de sua carreira como artesão, Pedro Balaieiro destaca alguns dos problemas enfrentados ou que ainda enfrenta, tais como a ausência de um local adequado para vender e expor, a dificuldade para aumentar a produção, a falta de apoio para capacitar outros artesãos e o uso ilegal de seu nome.

Um dos problemas enfrentados pelo artesão, desde o início da carreira, é a falta de um local fixo para expor e vender suas peças no município onde reside. Segundo ele, vários políticos locais já prometeram ajuda, a qual ainda não chegou:

Ainda tem muita dificuldade ainda porque primeiro eu tô precisando, eu preciso, como meu trabalho tá bastante divulgado, armarinho pra colocar meu trabalho aqui na nossa região. Lá em Fortaleza tem a CEART [...] mas aqui na minha cidade que é Guaramiranga, eu tenho batalhado e peijado pra conseguir um armarinho pra eu

colocar o meu trabalho pra ser aberto todo dia, o pessoal passar, num é só pra comprar, como ver, que tá divulgado bastante e eu num tenho. [...] Já fizeram um em Guaramiranga e eu não recebi. Agora com mudança de político, tão prometendo de fazer um em Guaramiranga e fazer aqui [Pernambuquinho] mas eu num vou me confiar não que de promessa eu já tô bem cheinho.

Atualmente, Mestre Pedro destaca que seu principal desafio é a ausência de outros artesãos que possam trabalhar com ele e, assim, aumentar a produção: “podia vender mais se eu tivesse alguém que trabalhasse junto comigo. É aquela história da andorinha é uma verdadeira certeza”. Essa maior capacidade produtiva significaria a possibilidade de aceitar encomendas maiores, o que não ocorre atualmente por falta de mão-de-obra: “chega pedido de três milheiro (sic) e eu nunca tenho ninguém pra socorrer o pedido porque a maior parte do pessoal querem receber dentro daquele prazo aquela quantidade”.

Para amenizar esta questão, Pedro Balaieiro chega a ministrar cursos e pequenas oficinas a quem deseja aprender o seu ofício. No entanto, o mesmo afirma que esta capacitação está longe de atender às suas expectativas, pois os aprendizes desejam uma espécie de bolsa ou ajuda de custo durante o aprendizado, o que ele não tem condições de oferecer:

É isso que eu me sinto que devia tá muito mais além era gente pra trabalhar porque a casa eu tenho, mas o pessoal num vem. A maioria do pessoal, que o interesse do pessoal agora em aprender é ir ganhando logo. [Ainda] num chegou essa condição. É o que precisa pra melhorar essa condição da carreira desse trabalho é vim um recurso, pagar aquela mensalidade nem que seja (sic) pouca pra ele ficar aprendendo, saber que gostou e ele continuar porque matéria-prima nós temo (sic), num temo bastante mas tem, num falta. E não só com esse, tem outros material (sic) que a gente tem aqui e que deve explorar também.

Segundo o artesão, o aumento do número de artesãos também poderia ser uma fonte de renda para a comunidade, pois, as encomendas poderiam ser partilhadas entre os mesmos: “porque muitas vezes a pessoa vem e quer a quantidade de peça e eu não tenho. Já tendo quem tenha, já manda pra eles pegarem lá”.

Outro aspecto mencionado pelo artesão é a queda nas vendas locais. Estas, segundo Pedro Balaieiro, estão fracas na região de Guaramiranga-CE, embora a cidade seja turística. As compras realizadas pela CEART é que são mais significativas:

A venda na nossa região ela tá muito fraca porque tá entrando muito turismo mas eles fica assim naquela historia do vai e vem. [...] Apaixonado são pelo trabalho mas muitos turista (sic) que tá entrando aqui, que vem aqui pra hotel, já vem com aquele contrato pago, eles num traz dinheiro, eu num sei se é assombrado, né. [...] Mas graças a Deus eu ter a oportunidade de ter a colocação na CEART. Eu despacho pra CEART.

Mesmo assim, Mestre Pedro considera-se satisfeito com as vendas atuais, mas explica que já passou por épocas melhores: “tá bem, mas tem uns tempo melhor. Já teve épocas melhores [...] Tô satisfeito porque eu já posso me considerar uma pessoa vivida que isso daí é vida, com o que aconteceu comigo”.

Pedro Balaieiro destaca ainda que o uso de seu nome sem autorização é uma prática comum na região:

O apelido de Pedro Balaieiro tá sendo tão importante que já tem gente comercializando usando meu nome, sem eu ter nada lá. É uma tristeza [...]. Se eles faz uma coisa mal feita, num tem aceitação no comércio é problema deles. Num querem melhorar, venda na beira da estrada. Agora roubar meu nome e dizer que é o meu trabalho aí é errado, né. Mas é tanto eles como as lojas que tem em Guarimiranga, eles têm mania de fazer isso.

Sobre este ponto, o artesão sabe que precisa identificar suas peças, como uma forma de amenizar o uso ilegal de sua assinatura, mas ressalta que ainda não tem condições de fazer isso: “mas pelo meno (sic) nem aqui as minha peça (sic) que eu tô fazendo, nem a etiquetazinha d’eu colocar da onde ela tá saindo eu não tenho por enquanto agora. [...] Eu não tenho e tô precisando”.

Diante dos problemas apresentados, Mestre Pedro chega a negar encomendas pois não dispõe de meios para aumentar a produção, pois conta com a ajuda constante apenas de seu filho. O artesão sente ainda falta de apoio do poder público local. Alguns destes aspectos mencionados pelo artesão, tais como melhores condições para a capacitação de jovens artesãos, poderiam ser objetos de políticas públicas que visassem o desenvolvimento regional com base na indústria criativa (LIMA, 2007), permitindo assim que o artesanato local pudesse concorrer e ter espaço no mercado global (LÓCIO; POMPEU, 2006).

5.6.6 Perspectivas atuais de carreira e negócios

Atualmente, além do ofício de artesão, Pedro Balaieiro está aposentado e exerce ainda a função de porteiro da escola profissionalizante onde está localizada sua oficina e sala de exposição, além de ser zelador dos dois banheiros públicos da Vila Pernambuquinho: “eu sou chaveiro do prédio todo. Zelador dos dois banheiro (sic) lá fora. Mas nem recurso pros dois banheiro lá fora chega não, eu faço é do meu bolso. Agora é só meio salário. [...] Meio salário pra ser responsável por esse prédio todinho, chave e tudo. Coisa que é uma perversidade”.

Mesmo com as dificuldades pelas quais passou, Mestre Pedro afirma se identificar com o artesanato: “é porque eu sou apaixonado pela arte. [...] Eu acho que eu só vou deixar quando eu morrer”. Ele ainda demonstra sentir orgulho por seu trabalho: “olhe, pegar um material da mata e transformar numa peça dessa, é uma beleza [...]. Considero que eu sou internacional e eles dizem (sic) que eu sou. [...] É, só em eu saber que eu sou um artesão internacional eu já, nem todo mundo é né, nem todo artesão é”.

Os trechos acima mostram a satisfação de Pedro Balaieiro em relação à sua carreira, o que remete à necessidade de realização dos empreendedores (MCCLELLAND, 1961; GREATTI, 2005) e à forte identificação com um produto ou atividade (GREENHAUS; CALLANAN, 1994). Além disso, a noção de sucesso, segundo Pedro Balaieiro, baseia-se em critérios intrínsecos, relacionados à autorealização como apontam Dolabela (2008) e Filion (1999) e não a aspectos financeiros. Assim, o artesão não se arrepende da sua decisão de carreira. Mesmo assim, Pedro Balaieiro reconhece que poderia estar em uma situação mais confortável: “viver bem é muito impossível. Viver sartifeito eu tô, mas mais sartifeito eu vivia se eu melhor tivesse (sic.)”.

Em relação às suas aspirações e planos, Pedro Balaieiro afirma que está satisfeito com a carreira atual, principalmente por fazer o que gosta e por ter superado o sofrimento de ter que trabalhar desde muito cedo. No entanto, por várias vezes, Mestre Pedro mencionou o desejo de formar outros artesãos que pudessem colaborar na produção. Além disso, demonstrou também que gostaria de trabalhar mais para museus:

Meu trabalho tá sendo muito aplaudido em museu. Eu queria, se eu tivesse condição de trabalhar a maior parte só pra museu. N’era nem interessado em vender, é tá lá. O museu, que o museu divulga bastante, né. O visitante entra e basta que ter (sic) o nome da gente colocado lá, encostado daquela peça, que é importante, que eles bota mesmo, e já tá ajudando que já sabendo aonde foi que saiu.

O artesão ainda releva que gostaria de se dedicar mais à produção de cadeiras artesanais produzidas com o cipó imbé:

Mas a condição de melhorar mais é se aqui tivesse, se funcionasse, eu ainda tô trabalhando, uma fabricação de cadeira. As cadeira (sic) tem muita procuração. [...] Bem a cadeira é uma das peça (sic) mais procurada [...] A cadeira é importante porque tem valor, né. [...] a gente pode fazer cadeira aqui pra vender até de 500, 600 reais. Num é uma peça pra vender por 20, por 10, né.

Percebe-se que Pedro Balaieiro ainda deseja expandir sua produção, bem como dedicar-se a produção de novas peças, revelando assim, traços da inclinação profissional criatividade empreendedora (SCHEIN, 1993), no sentido da necessidade de criar algo novo.

5.6.7 Fechamento do caso

Pedro Balaieiro é um caso de artesão com talentos e habilidades inatas que afloraram diante da insatisfação que sentia em relação ao trabalho e à necessidade de sobrevivência. Passou a se dedicar ao artesanato após a boa aceitação de suas primeiras peças e migrou do utilitário para o decorativo, relevando um comportamento empreendedor em relação à atividade artesanal, focada na criação de novos produtos. No entanto, quanto aos aspectos relacionados à identidade empreendedora ou empresarial, Mestre Pedro enfrenta dificuldades para aumentar sua produção e atender mais pedidos. Assim, o ofício artesanal parece prevalecer sobre o papel empresarial, já que, com todas as tentativas de superar os problemas, Pedro Balaieiro ainda não consegue atender as encomendas que recebe e sua situação financeira não se mostra confortável, o que contrasta com a elevada procura de suas peças, como o sujeito enfatiza.

5.7 Dona Nice

Maria de Castro Firmeza, cujo nome artístico é Dona Nice, nasceu em Aracati-CE, em 1921, mas reside atualmente em Fortaleza-CE, onde exerce suas atividades profissionais como artesã, artista plástica e arte-educadora. Foi diplomada Mestre/Tesouro Vivo da Cultura em 2007 e, segundo a SECULT-CE (2009, s/p), “no que se refere ao bordado, apresenta-se como das mais criativas, sobressaindo-se com um estilo próprio, em desenhos e cores”. A entrevista com foi realizada em sua residência, no dia 26 de novembro de 2009.

5.7.1 Caracterização da atividade artesanal

Dentre as várias atividades que exerce, Dona Nice dedica-se ao artesanato na tipologia bordado, o qual a mesma aplica em roupas, principalmente em camisas e vestidos. Além de artesã, Dona Nice também é artista plástica e arte-educadora, atividades que concilia com o artesanato.

Sua experiência como artista plástica e as várias exposições de que participou, contribuíram bastante para que a mesma desenhasse, ou “riscasse as blusas” com os desenhos a serem bordados. Assim, os modelos são criados por ela mesma e as técnicas foram desenvolvidas também pela própria artesã, já que na infância, aprendeu apenas os conhecimentos básicos em relação ao bordado: “não, porque eu aprendi os ponto (sic), né. Agora os desenho (sic) são criado por mim. Eu tenho uma mala que é desenho que não é brincadeira”.

Dona Nice menciona que também costuma desenhar ou “riscar” temas a serem bordados por outras pessoas, possibilitando que estas possam copiar o bordado em mais de uma peça:

Agora eu não estou riscando na própria blusa. Eu faço assim, eu tiro o modelo do decote e pego aquele papel vegetal aí eu corto, e ali eu faço. Ela pega um transmissor, bota ali em cima e é só bordar. Aí elas ficam com o risco né e se ela quiser riscar n’outra blusa, n’outra coisa, ela tem né.

A artesã afirma que já recebeu propostas para publicar os desenhos utilizados em seus bordados, mas não as aceitou, pois isso tiraria a exclusividade de seu trabalho, que é seu diferencial: “não quis sabe porque, porque aí ficava uma coisa, dez, vinte, trinta pessoa tudo igual né porque todo mundo comprava ali e riscava aquilo e saia igual. Eu acho que o valor maior é de você ter um trabalho que só você tem aquele trabalho”.

A matéria-prima utilizada são linhas comuns, encontradas facilmente do comércio como a artesã afirma. No entanto, ela faz questão de ressaltar a preferência por linhas de qualidade, que não desbotem, demonstrando assim preocupação com a qualidade de seu trabalho e o atendimento às expectativas dos clientes.

Segundo Dona Nice, o preço das peças varia conforme o modelo solicitado pelo cliente. Este apenas faz algumas indicações do que deseja e a criação do desenho e o bordado fica por conta da artesã: “o que eu pergunto é o seguinte, [se] você quer flores maiores ou menores, a sua preferência de cor... (sic.)”

Mesmo bordando quase que exclusivamente em blusas, a artesã também inova em seus produtos, como é típico dos empreendedores (DEGEN, 1989; KURATKO, 2009). Em 2005, ela explica que produziu uma série de mandalas, as quais ficaram expostas na Casa Cor Ceará 2005. Para a exposição, as peças foram emolduradas e colocadas à venda: “eu fiz uma exposição, eu criei vinte e duas mandala (sic). Fiz uma exposição só de mandala, mandei

emoldurar. [...] Eu vendi tudo, eu pensei de não vender. Eram uns (sic) quadrinho deste tamanhinho assim, a quinhentos reais. Vendeu, num ficou um”.

O ritmo da produção, segundo a artesã, costumava ser bastante acelerado até surgirem os primeiros problemas de saúde. Além disso, o bordado é uma atividade individual, desde o desenho até o bordado propriamente dito, o que torna o processo produtivo ainda mais longo:

Agora eu já sinto mais dificuldade porque a vista já tá mais gasta, os braço (sic) também não tão mais ágeis como antigamente, oitenta e oito anos não é brincadeira não. Mas eu às vezes passo quinze dias pra bordar uma blusa, né. [...] Quando eu faço, é só eu que pego.

As vendas, segundo ela, eram e ainda são voltadas apenas para o atendimento de encomendas: “nunca fiz só pra vender não porque não dava tempo. Era só encomenda porque não faltava encomenda. Quem ia viajar, vinha”. Quanto aos principais compradores, Dona Nice destaca: “geralmente, as pessoas que me conhecem, as pessoas que sabem que eu faço [...] É mais eles levam (sic) é pra dar de presente, geralmente é pra presentear, sabe, porque querem levar uma coisa da terra, diferente e tal”.

Mestre Nice enfatiza que nunca desejou realizar parcerias para expandir os negócios:

Eu nunca quis não num sabe, o que eu gosto mesmo é quando eu puder faço porque essas coisa requer, você tem que dar tantas peça e eu num posso fazer isso que eu tenho esse meu trabalho [museu], que eu num posso deixar de atender as pessoas, num posso deixar também de ir ao meu médico, tenho minhas obrigações também, né. Então eu fazia mais era porque as pessoas queriam né (sic.).

Esse forte desejo de autonomia em relação ao seu trabalho alinha-se às inclinações profissionais autonomia e independência e estilo de vida (SCHEIN, 1993; 1996), já que a artesã tem uma necessidade de fazer as coisas de seu jeito, dentro de seu ritmo e não abre mão de um trabalho que lhe permita conciliar interesses pessoais e profissionais. Assim, percebe-se o quanto Mestre Nice privilegia a sua arte, a ponto de não demonstrar interesse em elevar a produção ou formar parceiras, evidenciando assim o paradoxo entre exclusividade e especificidade de peças em contraposição às premissas da produção em massa

5.7.2 Inserção na carreira de artesã

Dona Nice afirma que interessou-se pela arte ainda na infância, principalmente pelo desenho e pintura. Sua mãe, vendo seu interesse, contratou uma freira para lhe ensinar pintura, mas a artesã explica que as aulas não duraram muito:

A mamãe me botou pra eu estudar com uma freira, pintura. Mas a freira ensinava era cópia, sabe. Então ela botava aquela copia ali e eu baixava minha cabeça e fazia. Aí ela mandou chamar minha mãe: Dona [...], eu não quero ganhar o dinheiro da senhora em vão, a sua filha tem um defeito visual. Ela vê uma coisa e faz outra. Porque eu não queria fazer copiando, eu queria fazer criando né. Aí eu fiquei tão triste, será que eu tenho esse defeito mesmo? Mas eu sabia que eu fazia porque eu queria porque isso aconteceu comigo na infância e quando eu fiz o ginásio.

O primeiro contato com o artesanato também ocorreu na infância, em 1929, quando tinha oito anos. Na época, a artesã explica que as freiras do Colégio São José, em Aracati-CE, decidiram criar um patronato para ensinar algumas atividades às moças carentes da região. Dona Nice demonstrou interesse em ingressar no patronato para aprender a bordar, mas foi impedida por sua mãe. No entanto, seu pai a apoiou e a ajudou a frequentar as aulas, sem que sua mãe tomasse conhecimento. A artesã assim o fez até sua mãe descobrir e impedi-la de continuar nas aulas de bordado.

No pouco tempo que frequentou as aulas, Dona Nice conseguiu aprender apenas o básico em relação ao bordado e, desde então, passou muitos anos sem bordar peça alguma: “quer dizer, eu aprendi os ponto. Eu nunca peguei mais em bordado, nem nada”.

Na adolescência, Dona Nice se mudou para Fortaleza-CE para cursar o ensino médio. No Colégio Santa Maria, começou a fazer aulas de teatro e chegou a se apresentar no atual Teatro Universitário, o qual pertencia ao referido colégio. No entanto, foi impedida pela família de continuar atuando, principalmente pelo irmão mais velho: “mas quando meu irmão veio a Fortaleza e soube, me tirou do colégio. Gente de família num queria negócio de teatro”.

Quando tinha aproximadamente vinte anos, por volta de 1941, Dona Nice começou a fazer algumas pinturas, principalmente retratando empregados das fábricas do Jacarecanga, bairro onde a mesma residia em Fortaleza. Até que, certo dia, um pintor da SCAP – Sociedade Cearense de Artes Plásticas a convidou para participar de um curso de desenho e pintura. Na SCAP, Dona Nice conheceu o marido, também artista plástico. Lá, a artesã começou a expor

seus primeiros trabalhos, nas exposições organizadas por esta instituição. Não havia fins lucrativos, como ela explica, e nem sempre os quadros eram vendidos:

Nós fazíamos por amor à arte, não era pensando em dinheiro, não, era pensando em ganhar nada. Era só no intuito de fazer arte. É tanto que uma parte deixava porque não tinha comércio. Na exposição, todos os anos (sic) tinha aquele salão, a gente expunha. Às vezes vendia, às vezes não. Mas a turma fazia porque gostava mesmo de arte.

Na época em que frequentava a SCAP, Dona Nice procurou um emprego como telefonista, como uma forma de reduzir a oposição da família à pintura e também para ter recursos para adquirir os materiais que necessitava:

Isso porque meu irmão [disse]: você só quer seguir carreira que não interessa. Porque o pessoal acha que tem que ser ou dentista ou médico ou advogado, só essas carreiras, a arte não é, e eu queria era arte [...]. Eu já tava com vinte e poucos anos, eu tava no dentista quando eu vi [que]: a Telefônica tá precisando de funcionário. Eu nem esperei o dentista. Fui bater lá [...].

Vou trabalhar na telefônica pra comprar minhas tintas (sic), meus pincéis, o que eu preciso que vocês ficam reclamando que eu só vivo ganhando dinheiro e que essa arte não vale nada. Agora eu vou trabalhar pela minha arte. Ainda tava na SCAP (sic).

Dona Nice trabalhou como telefonista por onze anos, período no qual ela se sentiu bastante satisfeita e não teve que abandonar as artes plásticas: “lá era muito legal naquele tempo. Eu era muito interessada nas coisas. E outra que eles mandavam até emoldurar até meus quadros, eu já expondo. Iam pra exposição, o chefe comprava quadro. [...] Eu sei que eu gostava muito da Telefônica”.

Após o casamento, a artesã deixou o emprego como telefonista para cuidar da sogra doente. Foi nessa época que a atividade artesanal do bordado ressurgiu em sua vida: “quando eu me casei e vim pra cá [Mondubim] então eu comecei a bordar coisa minha. Aí fui bordar. Tinha parado, o que eu me admiro foi isso, depois de vinte e tantos anos, né”. No entanto, Dona Nice não abandonou as artes plásticas e conciliou as duas atividades:

Nesse tempo, o [marido de Dona Nice] tava na Secretaria de Educação e eu num tava fazendo nada a não ser bordar.[...] Aí eu deixei a Telefônica porque ele pediu pra eu sair porque queria que eu ficasse com ela [sua sogra], né. Aí pra eu não perder os onze anos que já tinha, ele ficou pagando pro INSS como autônoma.

Quando começou a se dedicar ao bordado, Dona Nice afirma que apenas bordava suas próprias roupas até que usou uma delas em uma exposição e um amigo, também artista plástico, se interessou pelo trabalho, até que Dona Nice bordou uma blusa para ele. A partir

daí, ela ressalta que os amigos e colegas de trabalho do marido passaram a fazer bastantes encomendas: “aí então todo mundo da secretaria que vinha aqui via as blusa. Olha eu fiz mais de trezentas blusas pra esse pessoal, pra quem ía pro exterior”.

Seus bordados, como relata, eram procurados pela exclusividade de cada peça e também pelo fato de que as aulas de pintura e desenho a ajudaram a sempre criar novos modelos: “porque eu criava, eu sabia desenhar né, criava os desenho (sic) diferente e ainda hoje é desse jeito. [...] Tudo eu vou criando tudo diferente e tal”. Sobre este aspecto, ela valoriza bastante a sua criatividade e se sente bem criando e inovando sempre: “é muito bom quando a gente libera a mente da gente pra fazer as coisas sem se preocupar com o que existe. Eu pelejo, mas eu num sei copiar de jeito nenhum”.

Em 1969, Dona Nice e o marido inauguraram, em sua residência, um minimuseu chamado História do Ceará em Quadros ou Minimuseu Firmeza, o qual é mantido pelo casal até hoje, e é aberto à visitação pública, com entrada franca. No acervo, estão quadros, esculturas, livros e documentos que retratam as mais diversas épocas da história cearense.

No ano de 1973, a artesã decidiu se dedicar à arte-educação: “foi em [19]73 que veio o primeiro curso de arte-educação que o Governo Federal mandou, fez um convênio com o Governo Estadual pra botar arte-educação nas escola (sic). Foi uma coisa maravilhosa”. No ano seguinte, ela começou a dar aulas nas escolas estaduais. Dona Nice continua lecionando até hoje, embora ressalte que precisa interromper um pouco esta rotina em virtude de problemas de saúde: “olhe, arte-educação eu tô nessa idade e não tenho coragem de deixar, mas eu ando assim precisando de fazer uma tal de operação. Mas eu fico porque a gente ajuda tanto a criança, que é uma coisa maravilhosa. E não dá trabalho”.

Atualmente, Dona Nice enfatiza que está se dedicando apenas a carreira de arte-educadora. Ela dá aulas de arte-educação no Conservatório Alberto Nepomuceno e também ensina mulheres a bordar. Ocasionalmente é que pinta alguma tela ou trabalha como artesã: “por enquanto eu não tô recebendo encomenda por causa desse curso que eu tô dando e às vezes me sobra muito pouco e eu tenho que atender as pessoas que vem e tal e meu braço num tá me ajudando também”. Ela enfatiza que o seu ritmo de trabalho como artesã decresceu muito nos últimos anos: “faz uns cinco anos que eu diminuí só quando a pessoa insiste muito e tal”.

Diferentemente dos demais sujeitos analisados, Dona Nice desenvolveu várias atividades artísticas na infância e adolescência e, por volta dos vinte anos, iniciou seu primeiro ciclo de carreira, correspondente às artes plásticas. No segundo ciclo, ela conciliou a atividade de telefonista, com a intenção de sem manter na carreira artística. No terceiro, iniciado aos vinte e sete anos, dedica-se às artes plásticas e ao artesanato. A artesã relata que passou a bordar suas próprias roupas apenas para preencher o tempo ocioso, sem interesses profissionais em relação à atividade. No entanto, diante da procura por suas peças, passou a receber encomendas de pessoas conhecidas. Ressalta-se também o fato de que Dona Nice demonstrou habilidades naturais para o bordado, já que passou quase vinte anos sem ter contato a atividade artesanal, cujos conhecimentos básicos adquiriu na infância. Assim, os aspectos que motivaram sua inserção na carreira de artesã, ou gatilhos como citam Harrington e Hall (2007), foram a presença de talento inato, a necessidade de preencher o tempo ocioso e a procura por suas peças.

Aos cinquenta e dois anos, inicia-se um quarto ciclo, no qual as atividades de artesã, artista plástica e arte-educadora de crianças de escolas públicas são desempenhadas simultaneamente. Ainda hoje, ela realiza as três atividades.

5.7.3 Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão

Conforme foi mencionado anteriormente, Dona Nice teve seu primeiro contato com o artesanato na tipologia bordados ainda na infância, quando aprendeu os pontos básicos necessários à atividade. No entanto, sua habilidade com o bordado pode ser considerada um talento inato, já que a mesma só aprendeu os pontos básicos e somente vinte anos depois retornou a exercer essa atividade.

Quanto à escolaridade, a artesã afirma ter concluído o ensino médio. A partir daí, dedicou-se integralmente às artes. Aos vinte anos, em 1931, Dona Nice começou a frequentar o curso de pintura e desenho da SCAP, onde aprimorou suas habilidades como artista plástica, o que contribuiu para que a artesã pudesse criar desenhos exclusivos para seus bordados. Mais tarde, em 1973, frequentou o curso de arte-educação o qual a capacitou para dar aulas para crianças de escolas estaduais: “agora fiz esse curso de arte-educação, né. Foi apenas três meses mas eu li mais de quarenta livro (sic) sobre arte e educação (sic.)”.

Dona Nice explica que não havia como buscar outros aperfeiçoamentos, pois tinha que cuidar da sogra: “num fiz mais nenhum tipo de curso. Num dava pra eu sair porque eu fiquei com a minha sogra né [...]. Ela pedia pra eu ficar”.

A artesã afirma não se arrepender de não ter buscado outras formas de capacitação, pois seus propósitos em relação ao artesanato e às artes plásticas relacionam-se à sua autorealização: “não eu num arrependo não porque eu não vou atrás de glória, nem disso, daquilo, eu faço aquilo que eu gosto [...]”.

Ressalta-se também que Dona Nice não passou por qualquer tipo de capacitação que explorasse o desenvolvimento de habilidades gerenciais, como recomendam Dolabela (2008), Barros (2006), Freitas (2006). Segundo estes autores, a capacitação gerencial é extremamente relevante para que os artesãos obtenham êxito na atividade. Isso pode ter ocorrido porque a mesma parecia não encarar o artesanato como ocupação ou negócio, já que, como ela mesma afirmou: “eu faço aquilo que eu gosto, que me satisfaz, não me interessa que não tenha escolaridade, cada um segue o caminho que lhe agrada”.

5.7.4 Reconhecimento artístico e econômico

Dona Nice considera-se uma artesã reconhecida em virtude da quantidade de textos escritos sobre a mesma e da grande procura por entrevistas: “eu acho que sim porque o pessoal escreve tanto. [...] Vem muita gente pra perguntar, pra saber, pra pedir opinião sobre arte. A gente vai pra colégio...”; Por outro lado, enfatiza que se sente um pouco incomodada, visto que muitas pessoas se aproximam apenas por curiosidade, sem interesses legítimos em relação às artes plásticas ou artesanato.

Ela acrescenta que também é reconhecida no exterior, mas principalmente pelas suas telas e não pelo artesanato: “no exterior eu já expus por lá mas também foi um tempo, eu não continuei a mandar trabalho”. Dona Nice também já recebeu várias homenagens, mas como essa não é sua preocupação principal, nem sabe afirmar a quantidade de prêmios ou de obras: “nós aqui, a gente num anota nem as homenagem que a gente recebe. [...] Ninguém anota quantos quadros já fez, esse negócio de vaidade, nós não temo (sic) não. A gente faz o que pode e pronto”.

Após ser diplomada Mestre da Cultura em 2007, Dona Nice afirma que nada de significativo mudou em sua vida: “num mudou nada, só que eu fico recebendo um salário que num é um salário mínimo não, é só 400 reais. Mas apenas eu fiquei fazendo o que fazia, não alterou nada né, eu continuo a fazer, eu não sou vaidosa”. Segundo a artesã, a procura por seus bordados não sofreu alterações após o título de Mestre: “não, num aumentou não”. O auxílio fornecido pelo Governo do Estado do Ceará, segundo Dona Nice, é utilizado, dentre outras coisas, para ajudar na manutenção do minimuseu: “geralmente eu emprego mesmo por aqui quando tem alguma coisa, pago uma pessoa pra fazer uma limpeza, porque nós não podemos fazer”.

A renda gerada pelo artesanato, em sua opinião, era suficiente para viver razoavelmente bem: “dava, dava pra viver, eu ainda ajudo uma sobrinha minha. Às vezes dá pra ajudar. Num é, nós também somos simples, num temos vaidade [...] mesmo pra poder num tá precisando e nem aperriando ninguém”.

Quanto à transmissão de seus conhecimentos e técnicas, como se espera que os Mestres da Cultura o façam, Dona Nice ressalta que já ensinou muitas pessoas, principalmente crianças, mas também ensinou muitos adultos a bordarem nos vários cursos que ministrou. A artesã afirma se sentir satisfeita por repassar seus conhecimentos: “bom, eu gosto muito de ajudar os outros, eu me sinto bem, principalmente as crianças”. [...] Porque eu não quero pra mim. Eu quero quando eu morrer os outros fiquem fazendo, né mesmo”? A experiência envolvendo o repasse de seus ensinamentos a satisfaz tanto que, atualmente, a mesma se dedica, quase que exclusivamente a esta atividade: “mas agora o meu caso é só ensinar isso”.

5.7.5 Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira

Dona Nice salienta que não enfrentou grandes problemas e dificuldades em relação à carreira de artesã e artista plástica. Segundo ela, seu principal desafio foi enfrentar a oposição da família, principalmente do irmão: “nas peças eu não enfrentei não, mas o meu irmão eu enfrentei. Ele ficou tão zangado, era o mais velho, tava no lugar do meu pai, meu pai tinha morrido. Ele quem resolvia tudo pra nós, quem pagava colégio, quem fazia tanto”.

Atualmente, a artesã ressalta que seus maiores desafios relacionam-se à tentativa de conciliar as atividades que realiza (artes plásticas, artesanato, arte-educação e a manutenção do minimuseu) e aos problemas de saúde, que a impedem de produzir mais.

As outras dificuldades e desafios por ela enfrentados relacionam-se às ocupações de artista plástica e de educadora infantil e não à atividade artesanal. Dona Nice afirma enfrentar dificuldades para manter o minimuseu que fundou com o marido, pois não recebe apoio algum e toda a manutenção do local é realizada às suas próprias custas e de seu marido:

Nós nunca procuramos negócio de político porque político quando eles fazem uma coisa faz exigindo. Podia querer botar trabalho de gente que não tem capacidade de tá no museu. Aqui só quem manda somos nós. Só entra aqueles que a gente sabe que são reconhecidos pela crítica. [...] Nós nunca procuramos pedir nada a ninguém. [...] nós fazemos o que as nossas posse (sic) dá, sabe. Se não deu, pára, vamo (sic) esperar uma melhora pra fazer.

Dessa maneira, ela e o marido se preocupam quanto ao futuro do museu e a mesma ressalta que ambos gostariam que o Governo do Estado adquirisse seu acervo:

Então ele tinha [o marido de Dona Nice] vontade de se o Governo do Estado comprasse e fizesse um museu, podia ser ou alugava a casa com o museu [...] ou comprasse só os trabalho, eles tem prédio onde botar. Porque o nosso museu é História da Arte do Ceará. Se a pessoa quiser saber quem são os pintores que merecem estar no museu, está aqui.

Pode-se observar que a atividade artesanal de Dona Nice parece não ter sido voltada para a sua sobrevivência, já que a mesma possuía uma situação financeira mais confortável em relação aos demais sujeitos desta pesquisa. Por este motivo, o bordado surgiu em sua vida mais como um *hobby* e não como um trabalho em si, embora a mesma enfatize que atendeu muitas encomendas, basicamente de pessoas conhecidas e próximas a ela. A artesã destaca que passou a bordar mais por insistência dos clientes e nem tanto por vontade própria: “então eu fazia mais era porque as pessoas queriam, né”. Dessa forma, o bordado significou uma atividade que gerou uma renda complementar, mais pela identificação e paixão com que a mesma se dedicava a esta atividade do que por uma necessidade de retirar desta ocupação o seu sustento ou pela vontade de transformá-la em um negócio.

Sem preocupações em relação às vendas ou aumento de produção, a carreira de artesã de Dona Nice esteve focada nos aspectos artísticos, os quais envolviam a criação e inovação em termos de produto. Portanto, a identidade de artesã se sobrepõe claramente aos aspectos empreendedores da atividade artesanal.

5.7.6 Perspectivas atuais de carreira e negócios

Atualmente, Dona Nice afirma que não conseguiria viver apenas com a renda gerada pelos bordados porque não está mais exercendo essa atividade como costumava fazer e prefere continuar repassando seus conhecimentos a voltar à atividade de artesã: “não dá porque primeiro, atualmente eu tenho pintado pouco e segundo porque eu não aceito [encomendas] às vezes porque não tenho tempo de bordar. Meu tempo é muito ocupado com essas coisa mesmo. Ajudando os outros”.

A artesã sente-se feliz como carreira, principalmente por continuar transmitindo seus conhecimentos e por constatar que as pessoas estão dando continuidade ao seu trabalho e o tendo como ocupação: “me sinto muito bem. Fico tão feliz, as pessoas fazendo aquilo que eu ensino e já independente e tudo. É muito bom a gente ajudar os outros, muito bom”.

Analisando sua trajetória de carreira, Mestre Nice afirma que não faria nada de diferente, a não ser em relação à atividade teatral, que a família a impediu de continuar, apesar de considerar que a pintura substituiu esse desejo: “eu acho que não, a não ser que eu voltasse como menina, fazia teatro, né, como mocinha, mas a pintura substituiu muito bem”.

Quanto às perspectivas de carreiras e negócios, Dona Nice demonstra não ter planos específicos acerca do artesanato ou das demais atividades profissionais que exerce: “não, eu não tenho ambição de dinheiro não. Eu nunca desejei assim possuir alguma coisa. [...] Não, eu acho que o meu futuro talvez não seja muito longo não porque eu sou muito inquieta”. Mesmo assim, Mestre Nice não pensa em parar de trabalhar: “eu acho difícil, só se eu ficasse ou cega ou sem condições, problemas de saúde...”. No entanto, Dona Nice enfatiza que quase não aceita mais encomendas, em virtude de problemas de saúde, e que não tem grandes pretensões em relação às suas atividades profissionais: “faz uns cinco anos que eu diminuí, só quando a pessoa insiste muito e tal”. Neste momento, o que importa para ela, é apenas dar continuidade aos trabalhos com arte-educação e a manutenção de seu minimuseu juntamente com o marido.

Os trechos acima mostram o quanto Dona Nice se identifica com as atividades profissionais que exerce. No entanto, a ausência de planos e aspirações pode estar relacionada ao estágio de manutenção de carreira (HALL, 2002) e vai de encontro à inclinação profissional empreendedora (SCHEIN, 1993; 1996), a qual se manifesta claramente em

relação à criação e aumento de portfólio de produtos, mas não em relação ao crescimento do negócio. Assim, a artesã parece guiar-se pelas inclinações profissionais estilo de vida e autonomia (SCHEIN, 1996), pois, em vários momentos, Dona Nice afirma que exerce suas atividades por amor à arte e não com intenção de transformá-las em negócio.

5.7.7 Fechamento do caso

Dona Nice exerceu, desde a infância, várias atividades artísticas, dentre elas o artesanato. No entanto, apenas começou a trabalhar como artesã aos vinte e sete anos, demonstrando talento e habilidades inatas, pois passou quase vinte anos sem ter contato com a atividade. Contudo, a artesã menciona que não tinha interesses comerciais em relação ao artesanato e às outras atividades que exercia, pois explica que as exercia por amor à arte. Dessa maneira, constata-se que Dona Nice sempre priorizou o lado artístico relacionado à criação de modelos exclusivos de bordados, embora reconheça que a atividade tenha gerado uma renda que lhe proporcionava uma condição financeira mais confortável. Assim, ao longo de sua carreira, a identidade de artesã e artista plástica prevaleceu sobre a empreendedora.

5.8 Análise geral dos casos

Conforme o primeiro objetivo específico, o **Quadro 5** mostra a trajetória de carreira dos artesãos, mapeando ciclos e estágios ao longo de seu desenvolvimento profissional.

DESENVOLVIMENTO DA CARREIRA	
Espedito Seleiro	Com oito anos, já era aprendiz de seu pai, que também era artesão. Aos dezesseis anos, além de continuar atuando como artesão, montou uma mercearia. Aos dezoito anos, assumiu o artesanato como sua única atividade produtiva, até os dias atuais.
Maria Cândido	Trabalhou como agricultora dos sete aos vinte anos e dos vinte nove aos trinta e três anos. Neste intervalo, dedicou-se apenas às atividades domésticas. Aos trinta e três anos, começou a fazer peças utilitárias de barro e abandonou a agricultura e, desde então, dedica-se exclusivamente ao artesanato.
Dona Francisca	Na infância, trabalhou como agricultora. Aos doze anos, começou a aprender a trabalhar com a cerâmica e, a partir desta idade, começou a conciliar as atividades de agricultora e artesã, as quais exerceu durante quase toda a sua vida profissional. Passou a se dedicar exclusivamente ao artesanato somente aos sessenta e dois anos, sua única atividade produtiva desde então.
Lúcia Pequeno	Aos dez anos, já trabalhava como artesã, ajudando seus pais, que também eram artesãos. Exerceu essa atividade até os vinte e nove anos, quando o pai faleceu. Dos vinte e nove aos trinta e quatro anos, foi servente de limpeza em uma escola. Aos trinta e quatro anos, foi demitida e voltou a dedicar ao artesanato em cerâmica, única atividade produtiva que exerce até hoje.

QUADRO 5 – Desenvolvimento da carreira dos artesãos.

Fonte: elaborado pela autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

DESENVOLVIMENTO DA CARREIRA	
Pedro Balaieiro	A infância, trabalhou como agricultor dos seis aos catorze anos. Dos catorze aos vinte e três anos, trabalhou no comércio informal. Aos vinte e três anos, dedicou-se novamente à agricultura. Aos vinte e sete anos, tornou-se artesão e abandonou o trabalho na agricultura. Atualmente, além de artesão, é porteiro e zelador de uma escola e dos banheiros públicos do distrito onde vive.
Dona Nice	Começou a se dedicar às artes plásticas quando tinha aproximadamente vinte anos. Também foi telefonista por onze anos. Aos vinte e sete anos, começou a se dedicar ao bordado, sem abandonar as artes plásticas. Aos cinquenta e dois anos, além das atividades anteriores, também passou a ser arte-educadora. Ainda hoje, ela mantém as três atividades, embora de dedique mais à educação.

QUADRO 5 – Desenvolvimento da carreira dos artesãos (cont.).

Fonte: elaborado pela autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

A análise revelou diferentes trajetórias de carreira, mas mesmo aqueles que iniciaram a vida profissional no campo do artesanato, também experimentaram outras ocupações até tornarem-se artesãos definitivamente, o que corrobora os argumentos de Hall (2002), Harrington e Hall (2007), London e Stumpf (1982) e Evans (1996) sobre o caráter flexível e instável da carreira, ressaltando que esta se desenvolve por meio de ciclos e estágios.

Ao longo do ciclo referente ao artesanato, constatou-se ainda a evolução do trabalho dos artesãos, a qual resultou em aspectos que diferenciam seu trabalho dos demais. Essas mudanças foram desencadeadas por vários motivos, conforme o **Quadro 6**.

EVOLUÇÃO DO TRABALHO ARTESANAL	
Espedito Seleiro	A queda das vendas de artigos voltados para os vaqueiros, bem como o extenso ciclo de vida destes produtos, levou o artesão a diversificar sua produção e, a partir de sua criatividade, passou a utilizar os desenhos das selas em calçados e bolsas, os quais foram bem aceitos pelos clientes.
Maria Cândido	Foi deixando de produzir peças utilitárias para se dedicar ao artesanato decorativo. Em meados da década de 1980, passou a produzir os chamados temas, que são placas de barro a serem afixadas na parede, das quais emergem bonecos que representam cenas do cotidiano e do imaginário nordestino.
Dona Francisca	Quase toda a carreira foi marcada pela produção de peças utilitárias, mas a partir de 1997, passou por capacitações que a permitiram mudar o estilo das peças. A partir daí, começou a fazer peças decorativas. Em seguida, partiu para a produção de presépios, bonecas grávidas e bonecas baianas.
Lúcia Pequeno	Inicialmente, fazia peças utilitárias, mas ao longo da carreira, passou a produzir peças diferenciadas, conforme a solicitação dos clientes. Suas peças passaram a se destacar pela delicadeza e acabamento.
Pedro Balaieiro	Começou produzindo balaios, mas logo passou a confeccionar cestas para flores e, sem seguida, dedicou-se a produção de chapéus, abanos, cobridores de bolo e pães, cestos, abajures, porta-ovos na forma de galinhas, cortinas, luminárias, brincos e colares. Das sobras, começou a produzir colares, terços e cortinas. Chegou também a confeccionar cadeiras.
Dona Nice	Não apresentou mudanças no estilo de suas peças, embora tenha se dedicado a produzir desenhos exclusivos para serem bordados.

QUADRO 6 – Evolução do trabalho artesanal.

Fonte: elaborado pela autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Essa evolução quanto ao estilo de peças revela elementos importantes do comportamento empreendedor tais como: resposta às mudanças ambientais (GREENHAUS; CALLANAN, 1994), necessidade de criar algo novo (DEGEN, 1989), busca de oportunidades

e iniciativa (MCCLELLAND, 1961; TIMMONS; SPINELLI, 2003) e criatividade e capacidade adaptativa (FILION, 1999; TIMMONS, SPINELLI, 2003). A tendência para a inovação e criatividade é uma das características do comportamento empreendedor mais presente nestes artesãos, os quais demonstram preocupação com a originalidade e diferencial de suas peças. A adaptação do trabalho artesanal às novas tendências, necessidades dos clientes e às oportunidades são aspectos destacados por Barroso Neto (2007) como características do artesão profissional. No entanto, é necessário destacar que apenas a criação de novos produtos é insuficiente para garantir o sucesso de um empreendimento e que os aspectos empreendedores ligados à gestão do negócio também devem ser analisados.

Como segundo objetivo específico, propôs-se a investigação acerca das motivações e a inserção dos profissionais na carreira de artesão, como mostra o **Quadro 7**.

MOTIVAÇÕES E INSERÇÃO NA CARREIRA DE ARTESÃO	
Espedito Seleiro	Aos 18 anos, adotou o artesanato como única atividade produtiva, com a qual se identificava e exercia desde os 8 anos de idade. Portanto, já tinha desenvolvido habilidades técnicas e artísticas. Além disso, sentia-se insatisfeito com a atividade comercial que tentou exercer na adolescência.
Maria Cândido	Aos 33 anos, passou a produzir peças utilitárias e a vendê-las, as quais foram bem aceitas no comércio local. A presença de habilidades naturais e a necessidade de sobrevivência, aliadas ao crescente interesse pelo artesanato, a fizeram abandonar a agricultura e tornar-se somente artesã.
Dona Francisca	Iniciou a carreira de artesã aos 12 anos de idade, quando uma tia a ensinou a preparar o barro e a modelar as peças. Desde então, conciliou o artesanato e a agricultura, pois a necessidade de sobrevivência a impedia de exercer apenas uma atividade.
Lúcia Pequeno	Inicialmente, dedicou-se ao artesanato para ajudar os pais, também artesãos. No entanto, somente aos trinta e quatro anos, diante do desemprego e da ausência de capacitação, é que passou a se dedicar exclusivamente ao artesanato. Fez menção ainda ao desejo de manter a tradição iniciada pelos pais.
Pedro Balaieiro	Decidiu dedicar-se ao artesanato aos vinte e seis anos, por sentir-se profundamente insatisfeito com o trabalho na agricultura. Mesmo sem ter experiência com cestarias e trançados, aceitou sua primeira encomenda de balaios, demonstrando assim, uma habilidade natural para a atividade artesanal.
Dona Nice	O artesanato foi uma das atividades que exerceu ao longo de sua vida laboral. Demonstrou um talento natural ao voltar a bordar quase vinte anos após as primeiras aulas, apenas para ocupar o tempo ocioso na época em que precisou cuidar da sogra doente. A partir daí, passou a aceitar encomendas.

QUADRO 7 – Motivações e inserção na carreira de artesão.

Fonte: elaborado pela autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Conforme o **Quadro 7**, constata-se que Espedito Seleiro, Dona Francisca e Lúcia Pequeno são filhos ou parentes de artesãos, os quais, na perspectiva da carreira empreendedora, parecem ter atuado como modelos de referência, como explicam Greenhaus e Callanan (1994), Hisrich e Peters (2004) e Dolabela (2008). Todos os sujeitos demonstraram ter um talento ou habilidades únicos responsáveis por diferenciar suas peças e imprimir sua assinatura. No entanto, Espedito Seleiro, Dona Francisca e Lúcia Pequeno puderam desenvolver essas habilidades ainda na infância. Por outro lado, Maria Cândido e Pedro

Balaieiro não tinham contato algum com a atividade artesanal até que, em determinado momento de suas vidas, o artesanato surgiu como opção de carreira. Mesmo sem experiência ou quaisquer formas de aprendizado, estes artesãos demonstraram grandes habilidades inatas ao desenvolverem produtos artesanais que foram bem aceitos pelos clientes. Dona Nice, por sua vez, também mostrou talento natural, ao retomar a atividade do bordado quase vinte anos após o primeiro contato com a mesma, realizada por meio de treinamento básico.

Foi necessário identificar ainda os fatores que motivaram a inserção na carreira de artesão, os quais são chamados por Harrington e Hall (2007) de gatilhos, responsáveis pela exploração consciente de caminhos alternativos de carreiras. Estes, segundo os autores, podem estar relacionados à vida pessoal ou ao ambiente. Dentre os gatilhos que desencadearam o ciclo de carreira correspondente ao artesanato foram diferenciados entre os Mestres, mas encontram-se inseridos no conjunto de fatores que motivam as pessoas a empreender. Dentre eles estão: a necessidade de realização (FILION, 1999; DORNELAS, 2005; GEM, 2008) relatada por Espedito Seleiro e Pedro Balaieiro; a necessidade de sobrevivência (FILION, 1999; DORNELAS, 2007; GEM, 2008) percebida nos relatos de Maria Cândido, Dona Francisca, Lúcia Pequeno e Pedro Balaieiro, a insatisfação com experiências profissionais anteriores (BROCKHAUS; HORWITZ, 1986; HISRICH; PETERS, 2004) como destacaram Espedito Seleiro e Pedro Balaieiro; a ausência de outras oportunidades de trabalho (FILION, 1999; GEM, 2008), como enfatizou Lúcia Pequeno, e a forte identificação com a atividade artesanal (GREENHAUS; CALLANAN, 1994; BYGRAVE, 2004), apontada por todos os artesãos.

Todos esses fatores, com maior ou menor intensidade, fizeram com que os Mestres aceitassem os riscos inerentes à atividade artesanal empreendedora, característica comum aos empreendedores, segundo Klerk e Kruger (2002) e Hisrich e Peters (2004). No entanto, deve-se enfatizar que a necessidade de sobrevivência, aliada à ausência de outras oportunidades de trabalho, também se fez presente nos relatos.

No terceiro objetivo específico, buscou-se analisar a importância dos fatores capacitação, reconhecimento e crescimento do negócio ao longo dos ciclos de carreira dos artesãos. O **Quadro 8** ilustra os aspectos relacionados à capacitação.

DESENVOLVIMENTO: ARTESANATO, EMPREENDEDORISMO E GESTÃO	
Espedito Seleiro	Aprendeu o ofício artesanal com o pai ainda na infância e, a partir daí, desenvolveu suas próprias técnicas. Não passou por qualquer tipo de capacitação técnica ou gerencial. Estudou apenas até a quarta série do ensino fundamental.
Maria Cândido	Apesar de sua irmã ser artesã, jamais se interessou pela atividade. Aprendeu a atividade artesanal sozinha, na idade adulta. Nunca passou por quaisquer tipos de capacitação técnica ou gerencial. Em 2008, começou a ser alfabetizada.
Dona Francisca	Sua tia a ensinou a trabalhar com a cerâmica na infância. Faz questão de participar dos cursos oferecidos pela CEART, pois assim pode aprimorar as peças que produz. Estudou até a quarta série e não possui capacitação gerencial.
Lúcia Pequeno	Na infância, seus pais eram artesãos e a ensinaram as técnicas necessárias ao ofício artesanal. Nunca passou por qualquer capacitação gerencial, mas afirma ter participado de uma capacitação técnica em 2007, mas que ficou insatisfeita, pois o que foi ensinado já era de seu conhecimento.
Pedro Balaieiro	Credita suas habilidades com o trançado de cipó imbé a uma habilidade ou dom naturais, já que não passou por qualquer tipo de capacitação ou foi ensinado por outro artesão. Começou a estudar já adulto e cursou apenas até a oitava série. Não participou de qualquer tipo de capacitação gerencial.
Dona Nice	Aprendeu os pontos básicos do bordado aos oito anos. Enfatiza que as aulas de desenho e pintura, bem como o fato de já ter participado de exposições, contribuíram bastante para que a mesma desenhasse os bordados. Participou de um curso em arte-educação e não possui capacitação gerencial. Concluiu o ensino médio.

QUADRO 8 – Desenvolvimento: artesanato, empreendedorismo e gestão.

Fonte: elaborado pelos autores, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Em termos de desenvolvimento, verificou-se que a grande maioria dos artesãos não passou por capacitação técnica no aprendizado da atividade artesanal, pois esta é resultado de habilidades inatas ou do repasse geracional de conhecimentos. Assim, o aprendizado no interior do ciclo referente ao artesanato ocorreu de forma experiencial, a partir das experiências e vivências dos próprios Mestres.

Dona Francisca, Lúcia Pequeno e Dona Nice passaram por cursos de capacitação técnica relacionadas ao artesanato. Em comum, a maioria dos Mestres têm o fato de não possuírem sequer formação escolar básica. Maria Cândido, por exemplo, chega a mencionar sua incapacidade de calcular o valor total de suas encomendas.

Nenhum dos artesãos passou por qualquer tipo de capacitação gerencial. A situação dos Mestres analisados em relação à capacitação vai de encontro aos argumentos de Dolabela (2008), o qual afirma que apenas conhecimentos técnicos não são suficientes para garantir o sucesso como empreendedor. No âmbito das indústrias criativas, Menger (1999 apud EIKHOF; HAUNSCHILD, 2006) também destacam a necessidade de conciliar as identidades artísticas e empresariais, pois ambas, conforme a UNCTAD (2008) são essenciais nas indústrias criativas. Barros (2006) e Freitas (2006) também salientam a relevância da capacitação para os artesãos, a qual poderia reforçar o caráter empreendedor da atividade.

Quanto ao reconhecimento, este foi obtido antes mesmo da concessão de título de Mestre da Cultura, como mostra o **Quadro 9**.

RECONHECIMENTO ARTÍSTICO E ECONÔMICO	
Espedito Seleiro	Tornou-se reconhecido ainda no início da carreira, em virtude da criação de peças diferenciadas e de qualidade, o que resultou no aumento das vendas. O turismo na cidade também contribuiu para essa melhoria. O título divulgou ainda mais o trabalho e trouxe mais clientes. Atualmente, considera-se reconhecido por seu trabalho.
Maria Cândido	No início da carreira, seus produtos foram bem recebidos pelo mercado e sua primeira exposição foi realizada em 1987. Logo começou a receber encomendas de outros estados e do exterior, por meio de galerias e turistas. Após a obtenção do título de Mestre da Cultura, as vendas melhoraram. Considera-se reconhecida por seu trabalho.
Dona Francisca	Considera-se reconhecida e afirma que o título de Mestre da Cultura aumentou a procura por seus produtos e, vivendo numa cidade turística, muitas pessoas de vários lugares passaram a procurá-la.
Lúcia Pequeno	Tornou-se reconhecida no início da carreira e logo começou a receber várias encomendas. Considera-se reconhecida pelo seu trabalho e, após a obtenção do título, afirma que as vendas melhoraram. O auxílio financeiro é essencial à sua sobrevivência, pois não consegue viver do artesanato.
Pedro Balaieiro	No início da carreira, seu trabalho começou a ser divulgado em revistas e a procura por suas peças aumentou bastante. Considera-se reconhecido por seu trabalho e já expôs seu trabalho no exterior. O título contribuiu para o aumento da procura por seu trabalho e o auxílio financeiro é utilizado para ajudar as famílias de seus filhos.
Dona Nice	Considera-se uma reconhecida, mas enfatiza que o reconhecimento é devido, principalmente, ao seu trabalho como artista plástica, já que a mesma já participou de várias mostras e exposições no Brasil e no exterior. O título não lhe proporcionou aumento pela procura por suas peças. O benefício é utilizado na manutenção de um minimuseu que possui com o marido e não é essencial à sua sobrevivência.

QUADRO 9 – Reconhecimento artístico e econômico pelo trabalho de artesão.

Fonte: elaborado pelos autores, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Os Mestres também relataram que suas peças são comercializadas fora do Estado do Ceará (Espedito Seleiro, Maria Cândido, Dona Francisca, Lúcia Pequeno e Pedro Balaieiro) e até do país (Espedito Seleiro, Maria Cândido, Lúcia Pequeno e Pedro Balaieiro), embora ressaltem que esses produtos geralmente são intermediados por outras pessoas, visto que a compra direta é feita praticamente por turistas que visitam o Ceará, os quais muitas vezes também não compram a peça diretamente do artesão e sim da Central de Artesanato do Ceará (CEART), órgão do governo que intermedia a venda de produtos criados pelos artesãos, para o consumidor final. Cinco dos seis artesãos têm suas peças compradas por esta instituição, que as revende em sua sede. Com exceção de Dona Nice, todos afirmaram que a procura por seus trabalhos aumentou após a titulação como Tesouro Vivo da Cultura.

Em relação ao crescimento do negócio, constatou-se que, dentre as dificuldades mais mencionadas, tanto passadas como atuais, estão o transporte de peças para os centros de comércio (Maria Cândido, Dona Francisca e Lúcia Pequeno), falta de mão-de-obra para atender às encomendas (Espedito Seleiro, Pedro Balaieiro), deficiência na comunicação com clientes estrangeiros (Espedito Seleiro), uso ilegal do nome do artesão (Dona Francisca e

Pedro Balaieiro), falta de local para expor e vender (Pedro Balaieiro), ausência de recursos para investir na produção (Espedito Seleiro), dificuldades para encontrar materiais utilizados na produção (Espedito Seleiro e Lúcia Pequeno), oposição familiar (Dona Nice) e falta de apoio do poder público (Lúcia Pequeno e Pedro Balaieiro). Alguns destes aspectos são mostrados no **Quadro 10**:

CRESCIMENTO DO NEGÓCIO: DESAFIOS AO LONGO DA CARREIRA	
Esposito Seleiro	Inicialmente, enfrentava problemas como falta de capital para investir, o que o impediu de aumentar a produção. Hoje, a falta de clientes não é mais um problema. As peças são vendidas à CEART, a turistas nacionais e estrangeiros, a grupos folclóricos, produções de cinema e outros. Afirma que sua maior dificuldade atualmente é aceitar grandes encomendas e entregá-las no prazo, pois o número de artesãos que com ele trabalham é insuficiente.
Maria Cândido	No início da carreira, sua principal dificuldade era o transporte das peças para o local de vendas. Assim, decidiu se mudar para o centro da cidade. O atendimento às encomendas de outras localidades também foi facilitado. Atualmente, trabalha apenas com encomendas, principalmente da CEART e de galerias. Afirma que não falta trabalho, mas que a encomendas são sazonais.
Dona Francisca	Inicialmente, enfrentou problemas tais como transporte de peças, o qual era realizado a pé, e a forte concorrência local nas feiras. Desde 1997, passou a vender principalmente para a CEART. Ressalta que foi alertada para o fato de outras pessoas estão ganhando dinheiro revendendo suas peças a preços elevados e que, por isso, precisa de uma marca ou assinatura que identifique seu trabalho, mas está esperando pela iniciativa de CEART.
Lúcia Pequeno	No início da carreira, a grande dificuldade era o transporte para as feiras. Com o aumento das encomendas e o reconhecimento, passou a vender principalmente para a CEART. Tem dificuldades para encontrar materiais utilizados na queima de peças e o período de chuvas representa baixa produtividade. Espera por ajuda do poder público para superar as dificuldades.
Pedro Balaieiro	Relata que a falta de um local fixo para expor e vender suas peças é um problema que enfrenta desde o início da carreira. Com o reconhecimento, veio a oportunidade de vender para CEART, sua principal compradora. Afirma receber muitas encomendas mas não consegue aceitar todas elas pois não conta com a ajuda de outros artesãos. Outro problema enfrentado é o uso de seu nome sem autorização.
Dona Nice	As vendas de blusas e vestidos bordados eram e ainda são voltadas apenas para o atendimento de encomendas, feitas principalmente por amigos e colegas. Salienta que não enfrentou grandes problemas e dificuldades em relação à carreira de artesã e artista plástica. Sua principal dificuldade foi a oposição familiar à sua carreira de artista plástica.

QUADRO 10 – Crescimento do negócio: desafios ao longo da carreira.

Fonte: elaborado pelos autores, a partir dos dados coletados na pesquisa.

A análise dos problemas enfrentados leva à constatação de que o crescimento dos empreendimentos artesanais ocorreu sem planejamento ou preparação prévia, basicamente de forma intuitiva, na medida em que as oportunidades iam surgindo. Embora esse baixo grau de estruturação seja característico da carreira empreendedora, como menciona Greenhaus e Callanan (1994), os casos parecem estar alinhados à ausência de capacitação gerencial e até de formação escolar básica, as quais poderiam ter contribuído para o aumento da produção, crescimento das vendas e exploração de novos mercados, o que teria contribuído para a expansão do empreendimento artesanal.

Também não foi observada a existência do processo completo de gestão de carreiras (GREENHAUS; CALLANAN, 1994), pois os Mestres apresentaram apenas as etapas de exploração e autoconsciência e consciência do ambiente, as quais são as primeiras fases do processo de gestão de carreira, conforme Greenhaus e Callanan (1994).

Dessa forma, com exceção de Dona Nice, praticamente todos os Mestres delegam a venda de seus produtos à CEART. Assim, estes artesãos não conhecem seus clientes fora do Estado ou país e muitas vezes têm seu nome utilizado ilegalmente. No entanto, a partir da análise dos desafios enfrentados pelos artesãos, percebe-se que os mesmos não tiveram orientação alguma acerca de capacitação tanto técnica quanto gerencial, ou seja, embora a atividade tenha grande potencial para gerar renda, empregos e, por conseguinte, desenvolvimento local, a mesma ainda é vista como uma atividade informal que remete ao empreendedorismo por necessidade, visto que, com baixos níveis de capacitação e ausência de opções de trabalho, estes artesãos se viram diante da necessidade de sobrevivência e, por isso, adotaram o artesanato como profissão, como está mais fortemente evidenciado nos casos de Dona Francisca e Lúcia Pequeno.

Como quarto objetivo específico, buscou-se analisar as perspectivas dos artesãos em relação à carreira e ao crescimento do negócio, as quais são apresentadas no **Quadro 11**.

PERSPECTIVAS ATUAIS DE CARREIRA E NEGÓCIOS	
Espedito Seleiro	Mostra-se satisfeito por ser artesão e por tudo que já conquistou. Continua preocupando-se em inovar nos modelos e estilos e em manter a qualidade do trabalho. Afirma não se preocupar quanto ao futuro e relata que está conformado com sua situação atual e que vai expandindo o negócio conforme suas possibilidades.
Maria Cândido	Está aposentada e se sente satisfeita e orgulhosa por sua carreira de artesã, além de identificar-se bastante com o ofício. Sente-se estagnada por não saber ler e escrever, o que a impede de negociar suas peças e de aperfeiçoar-se. Sua preocupação atual é retomar os estudos. Não pensa em abandonar o artesanato, embora alguns problemas de saúde tenham contribuído para a redução do ritmo de trabalho.
Dona Francisca	Está aposenta e sente-se satisfeita com sua opção de carreira. Mostra-se conformada pelo que já conquistou e não tem aspirações ou planos em relação à carreira de artesã. Embora não tenha intenções de parar de trabalhar como artesã, alguns problemas de saúde também a impedem de produzir mais.
Lúcia Pequeno	Sente-se satisfeita por ser artesã. Afirma não ter planos ou grandes expectativas, pois já se considera idosa e está conformada com a situação atual. No entanto, demonstra interesse em aprender a fazer novas peças e usar o torno elétrico. Não pensa em parar de trabalhar, embora, nos últimos anos, tenha reduzido a produtividade por motivos de saúde.
Pedro Balaieiro	Está aposentado e declara-se satisfeito com a carreira, embora. Mostra-se conformado com sua situação atual, mas gostaria de formar novos artesãos, produzir cadeiras artesanais e se dedicar a exposições em museus.
Dona Nice	Está aposentada e se sente feliz como artesã, artista plástica e educadora. Em relação ao futuro, enfatiza que não possui aspirações específicas em relação à carreira, pois afirma que o retorno financeiro nunca foi sua preocupação. Mesmo assim, ressalta que não pensa em parar de trabalhar, embora tenha reduzido o ritmo de trabalho devido a problemas de saúde.

QUADRO 11 – Perspectivas atuais de carreira e negócios.

Fonte: elaborado pelos autores, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Em termos de planos e aspirações, os artesãos não demonstram muito entusiasmo quanto ao crescimento do negócio, o que pode estar associado ao estágio de manutenção de carreira, o qual, segundo Hall (2002), é caracterizado pelo fato do indivíduo buscar manter o que já conquistou durante sua vida profissional. Alguns Mestres afirmam terem reduzido seu ritmo de trabalho, embora não demonstrem interesse em interromper suas atividades profissionais. No entanto, alguns artesãos demonstraram ter certas expectativas em relação à profissão como retorno aos estudos (Maria Cândido), interesse por novas técnicas artesanais (Lúcia Pequeno) e produção de novas peças (Lúcia Pequeno e Pedro Balaieiro). Além disso, Pedro Balaieiro também relevou o desejo de capacitar mais artesãos que possam ajudá-lo e de participar de exposições em museus. Já Espedito Seleiro mostra-se cauteloso em relação ao futuro.

Percebe-se, desta forma, que os artesãos tomados como sujeito desta pesquisa mostram-se conformados com sua carreira e sua atual situação, o que, de certa forma, vai de encontro aos argumentos de Schein (1993; 1996) em relação à inclinação profissional criatividade empreendedora, a qual sugere inquietação e busca constante de novos desafios.

Dessa maneira, considerando que a carreira empreendedora no âmbito da indústria e economia criativa deve ser analisada levando em consideração tanto os aspectos relacionados à atividade artística quanto aqueles que envolvem os aspectos gerenciais de um negócio, constatou-se, nesta pesquisa, que a identidade de artesão ou artística se sobrepõe à identidade empresarial ou empreendedora, a qual se depara com limites impostos pela baixa penetração no mercado, pela limitada expansão de mercado e pela capacidade de produção baseada em familiares e pessoas do ciclo próximo de relacionamento. Essa condição também põe em evidência o paradoxo entre exclusividade e especificidade de peças em contraposição às premissas da produção em massa.

Por outro lado, isso não quer dizer que os sujeitos não tenham se comportado de maneira empreendedora em relação à sua atividade artesanal, principalmente em relação à inovação e criação de novos produtos, adaptando sua produção a novas realidades e demandas do mercado. No entanto, a gestão do negócio e da carreira foi realizada de maneira informal e sem estruturação, as quais foram resultados dos mais diversos fatores apontados no decorrer desta seção.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve o objetivo geral de analisar o desenvolvimento da carreira dos artesãos diplomados com o título de Mestre ou Tesouro Vivos da Cultura Tradicional Popular, no âmbito da economia criativa do Estado do Ceará. Partiu-se da suposição geral de que o desenvolvimento profissional destes sujeitos pode ser compreendido pela perspectiva empreendedora e analisado por meio dos conceitos de ciclos e estágios de carreira. A partir dos resultados obtidos, foi possível traçar algumas considerações acerca dos objetivos propostos, da pergunta orientadora e do prosseguimento do estudo.

6.1 Quanto aos objetivos e suposições propostos

Em relação ao primeiro objetivo específico, buscou-se descrever a trajetória de carreira dos sujeitos, mapeando estágios e ciclos relevantes ao longo do desenvolvimento profissional, a partir da suposição de que o indivíduo não iniciou sua vida profissional como artesão e, posteriormente, passou a ter o artesanato como sua única atividade produtiva.

Os resultados obtidos validam esta suposição, pois os artesãos apresentaram diferentes trajetórias de carreira, de modo que, mesmo aqueles que iniciaram a vida profissional no campo do artesanato, também experimentaram outras ocupações até tornarem-se artesãos definitivamente.

Nos casos de Espedito Seleiro e Lúcia Pequeno, estes começaram a trabalhar no ofício artesanal ajudando os pais, também artesãos, mas atuaram em outras ocupações antes de se dedicarem exclusivamente ao artesanato. Maria Cândido, Dona Francisca e Pedro Balaieiro trabalharam como agricultores desde a infância. A primeira só trabalhou nesta atividade até tornar-se artesã definitivamente aos trinta e três anos. A segunda, no entanto, a partir dos doze anos, passou a manter tanto a atividade artesanal como a agricultura como atividades produtivas, ambas essenciais à sua sobrevivência. Pedro Balaieiro, por sua vez, chegou a ser comerciante informal e agricultor antes de se estabelecer profissionalmente como artesão. A trajetória de Dona Nice é a mais peculiar, visto que a mesma acumulou, ao longo da carreira, as atividades de artista plástica, artesã e arte-educadora, de modo que o artesanato em nenhum momento foi sua única atividade produtiva.

O segundo objetivo específico procurou investigar as motivações e a inserção dos profissionais na carreira de artesão, supondo que a principal razão que levou à inserção do indivíduo na carreira foi a presença de habilidades artísticas inatas.

Os resultados obtidos validaram parcialmente esta suposição, pois Maria Cândido e Pedro Balaieiro são os casos que mais se enquadram nesta situação, pois não tinham contato algum com a atividade artesanal até que, em determinado momento de suas vidas, o artesanato surgiu como opção de carreira. Mesmo sem experiência ou quaisquer formas de aprendizado, estes sujeitos demonstraram grandes habilidades e talentos inatos. Dona Nice, por sua vez, também mostrou talento e habilidades naturais, já que, na infância, aprendeu apenas o básico em relação ao bordado e somente retomou essa atividade quase vinte anos mais tarde. Ressalta-se ainda que Espedito Seleiro, Dona Francisca e Lúcia Pequeno eram filhos ou parentes de artesãos, o que facilitou o contato com a atividade, e o desenvolvimento de habilidades e a aprendizagem ainda na infância.

Ainda acerca desta suposição, acrescenta-se que a presença de habilidades inatas não foi o único fator motivador da decisão de ingressar na carreira de artesão. Dentre os outros gatilhos que desencadearam o ciclo de carreira correspondente ao artesanato, estão: necessidade de realização (Espedito Seleiro), necessidade de sobrevivência e identificação com a atividade (Maria Cândido, Dona Francisca, Lúcia Pequeno e Pedro Balaieiro), necessidade de autonomia (Dona Francisca), ausência de outra oportunidade de trabalho (Lúcia Pequeno) e ocupação do tempo livre aliada à forte identificação com a atividade (Dona Francisca).

Como terceiro objetivo específico, procurou-se avaliar a importância dos fatores capacitação, reconhecimento e crescimento do negócio ao longo dos ciclos de carreira, a partir da suposição de que a principal dificuldade enfrentada pelos artesãos é a ausência de capacitação gerencial.

Os resultados apontam a ausência de capacitação gerencial no que se refere a dificuldades relacionadas ao aumento de produção e comercialização das peças. Mesmo com o reconhecimento proporcionado pelo título, o qual, no geral, trouxe melhorias para os negócios, os artesãos não conseguiram se profissionalizar e, com exceção de Dona Nice, praticamente delegam a gestão de suas carreiras e negócios à CEART, já que ela é sua principal compradora e revende seus produtos. Assim, estes artesãos não conhecem seus

clientes fora do Estado ou país e muitas vezes têm seu nome utilizado ilegalmente. A análise dos desafios enfrentados pelos sujeitos releva que, embora o artesanato tenha grande potencial para gerar renda, empregos e, por conseguinte, desenvolvimento local, a mesma ainda é vista como uma atividade informal que remete ao empreendedorismo por necessidade. Os aspectos mencionados validam, portanto, a suposição proposta.

O quarto objetivo específico propôs investigar a situação atual do artesão e suas aspirações, em termos de reconhecimento, capacitação e crescimento do negócio. A suposição inicial deste quarto objetivo específico é que o artesão busca capacitação, a qual, aliada ao reconhecimento, pode possibilitar o crescimento do negócio.

Os resultados alinham-se parcialmente à suposição proposta, pois, dos sujeitos analisados, apenas Maria Cândido, Dona Francisca e Lúcia Pequeno ainda demonstram interesse em aprender a confeccionar novas peças ou dar continuidade aos estudos. Em relação a planos e aspirações, os artesãos não demonstram muito entusiasmo em relação ao crescimento do negócio, o que pode estar associado ao estágio de manutenção de carreira no qual os mesmos parecem se encontrar, embora ainda possuam certas expectativas como a retomada dos estudos (Maria Cândido) ou interesse em aprender a confeccionar novas peças e utilizar novas técnicas e ferramentas (Lúcia Pequeno e Pedro Balaieiro). Nenhum dos sujeitos fez menção à necessidade de capacitação gerencial para expandir suas vendas ou o negócio ou mesmo sentir falta desse tipo de conhecimento.

Quanto à decisão de carreira tomada, todos os sujeitos mostraram-se satisfeitos por serem artesãos, a ponto de não mencionarem querer interromper suas atividades produtivas como tal, embora os mesmos já enfrentem algumas dificuldades em relação a problemas de saúde, devido à idade. Essa forte identificação com o artesanato é uma característica da carreira empreendedora que fortemente se destacou entre os sujeitos.

6.2 Quanto à pergunta orientadora

A questão de pesquisa indagou como ocorre o desenvolvimento da carreira dos Mestres da Cultura do artesanato no âmbito da economia criativa cearense. A questão baseou-se na suposição geral de que o desenvolvimento profissional destes sujeitos pode ser compreendido pela perspectiva empreendedora e analisado por meio dos conceitos de ciclos e estágios de carreira.

Para a análise dos resultados, estabeleceu-se que, para ser considerado empreendedor, o artesão deveria conciliar as duas identidades ou papéis em sua carreira: a de artesão ou artística e a de empreendedor. A primeira está relacionada à criação, à expansão de portfólio de produtos e à inovação em termos de técnicas, materiais e peças, no sentido de capturar oportunidades e atender às necessidades do cliente. A segunda aborda os aspectos gerenciais da atividade como o controle e o aumento da produção sem descaracterizá-la, a comercialização dos produtos, os conhecimentos de mercado e outros fatores necessários à gestão de um empreendimento.

Inicialmente, os resultados apontam que a carreira dos artesãos pode ser analisada e compreendida por meio dos conceitos de ciclos ou estágios de carreira, ou seja, os sujeitos analisados passaram por outras experiências profissionais antes de tornarem-se artesãos definitivamente. Assim, suas trajetórias profissionais envolveram transições entre determinadas ocupações ao longo de suas vidas, embora o número de ciclos de carreira não seja elevado, como supõe a teoria. Esse interesse por outras atividades profissionais ocorreu tanto por vontade própria (Espedito Seleiro e Dona Nice), como por outros fatores como a necessidade de sobrevivência e escassez de oportunidades de trabalho. Ressalta-se, no entanto, que a atividade artesanal apresenta-se como o ciclo de carreira mais duradouro, no qual, inclusive, ocorreram uma série de mudanças, principalmente quanto à inovação na produção de novas tipologias de peças, o que significou uma evolução no desenvolvimento da carreira do interior do ciclo correspondente ao artesanato.

Em relação à carreira empreendedora, verificou-se que Mestres apresentam algumas características da mesma. Dentre os elementos comportamentais, os sujeitos apresentaram características como: a necessidade de realização (Espedito Seleiro e Pedro Balaieiro), a necessidade de autonomia (Espedito Seleiro e Dona Francisca), a necessidade de criar e inovar (Espedito Seleiro, Maria Cândido, Dona Francisca, Pedro Balaieiro e Dona Nice), a propensão para assumir riscos (Espedito Seleiro, Maria Cândido, Dona Francisca, Lúcia Pequeno e Pedro Balaieiro), forte comprometimento pessoal (Espedito Seleiro, Maria Cândido, Dona Francisca, Lúcia Pequeno, Pedro Balaieiro e Dona Nice) e intensa identificação com a atividade (Espedito Seleiro, Maria Cândido, Dona Francisca, Lúcia Pequeno, Pedro Balaieiro e Dona Nice). Os artesãos mostraram-se ainda persistentes e tolerantes à ambiguidade, diante dos problemas que enfrentaram.

Além disso, apresentaram ainda carreiras com baixos níveis de estruturação, previsibilidade e apoio e também mostraram-se multifuncionais, já que a maioria participa de todo o processo produtivo, desde o trato inicial com a matéria-prima até a venda das peças.

Constatou-se ainda que os sujeitos apresentaram algumas características da inclinação profissional criatividade empreendedora, sobretudo o desejo de criar novas peças e a necessidade de autonomia, as quais se refletiram na evolução dos trabalhos desenvolvidos, principalmente por aqueles que migraram do artesanato utilitário para o decorativo. Neste sentido, a inovação se apresenta de maneira sutil, por meio da evolução das peças produzidas, que criam ou expandem os mercados desses artesãos, a partir dos mesmos materiais utilizados. Por outro lado, destaca-se que os Mestres analisados não demonstraram forte interesse por acúmulo de riquezas ou pela criação de novos empreendimentos.

No entanto, destaca-se que o comportamento empreendedor dos artesãos tomados como sujeitos desta pesquisa está voltado para a atividade artesanal propriamente dita e não para os aspectos relacionados à gestão de um pequeno empreendimento. Assim, constata-se que os artesãos privilegiam a identidade de artesão ou artista em detrimento da empreendedora, responsável pela produção e comercialização dos produtos.

Deve-se destacar ainda que, por apresentaram baixos níveis de capacitação, o que torna difícil a sua inserção no mercado de trabalho e a ausência de outras oportunidades relacionadas a empregos ou ocupações, os artesãos tomados como sujeitos desta pesquisa parecem inserir-se no grupo de empreendedores involuntários ou por necessidade. Além disso, pelos problemas enfrentados pelos mesmos, percebe-se que muitos permanecem na informalidade e não conseguem concretizar o potencial econômico de seu trabalho.

Finalmente, as teorias sobre desenvolvimento de carreira atribuem papel importante aos acontecimentos (gatilhos) que impelem o sujeito a novas incursões profissionais – processos sucessivos de encerramento e início de ciclos de carreira. A teoria empreendedora, de outra parte, atribui grande importância à inovação de produtos e serviços como motores do desenvolvimento de carreira. Em ambas as situações, o acaso ou oportunidade se apresentam com frequência, promovendo mudanças e renovação, alinhando-se à noção de serendipidade¹,

¹ A serendipidade é o fato de obter grandes descobertas de forma inesperada, seja como o resultado de um acidente e sagacidade, ou como uma consequência de um comportamento exploratório mais generalizado e não específico (AUSTIN, 1978). O termo serendipidade chegou à ciência moderna por meio do fisiologista Walter B. Cannon, que o introduziu aos americanos em seu livro *The Way of an investigator*, lançado em 1945. Cannon defendia que a capacidade de tirar proveito do acaso é a marca de um grande cientista. A palavra serendipidade,

interpretada, neste contexto, como oportunidades que surgem no decorrer da vida profissional, produto do investimento pessoal anterior ou que surgem como alternativas inesperadas.

No artesanato, a considerar os seis casos estudados, prevalece mais uma espécie de determinismo², onde as atividades criativas são absorvidas ainda na infância (Espedito Seleiro, Dona Francisca, Lúcia Pequeno, Dona Nice) ou no princípio da vida adulta (Maria Cândido e Pedro Balaieiro), por influência de pessoas próximas e familiares (Espedito Seleiro, Dona Francisca, Lúcia Pequeno) ou pelo autodidatismo (Maria Cândido e Pedro Balaieiro). Por outro lado, apenas um caso (Dona Nice) se afirma no artesanato a partir de atividade de treinamento, realizada ainda na infância.

Assim, o acaso não se constitui elemento preponderante para a compreensão do desenvolvimento de carreira destes artesãos, exceto no que se refere ao entendimento de uma atividade criativa não impulsionada por princípios mercadológicos convencionais e sim pelo eventual contato com promotores artísticos e comerciais de centros urbanos mais desenvolvidos que ampliam, de modo mais ou menos consistente, as alternativas de mercado desses artesãos.

6.3 Quanto ao prosseguimento da pesquisa

Considerando a raridade de estudos sobre a indústria criativa e, principalmente sobre o artesanato, tanto na produção científica cearense e nacional, muitas pesquisas podem ser empreendidas para se obter maiores conhecimentos sobre o setor e os agentes nele inseridos.

Uma sugestão de prosseguimento desta pesquisa seria a elaboração de estudos que tomem como sujeitos os artesãos de outras regiões brasileiras, a fim de analisar o quão

agora, é livremente usada em mídias populares para se referir a circunstâncias que envolvem sorte, coincidência ou uma série de acontecimentos afortunados. Isso, infelizmente, distorce o conceito. Serendipidade significa a conquista ou descoberta de algo valioso e que não foi previsto ou desejado ou uma observação inesperada e que foi aproveitada e transformada em vantagem por uma mente preparada. O fator-chave da sagacidade foi perdido. O acaso, por si só, não traz descobertas. Estas ocorrem por meio do acaso associado à capacidade de julgamento (MEYERS, 2007).

² O determinismo, em filosofia, pode ser compreendido como uma doutrina segundo a qual, todos e cada um dos acontecimentos do universo estão submetidos a leis naturais, e/ou a vontade de algum ser transcendente como um Deus, que, por sua vez, possuem um caráter causal. Assim, no campo da história ou do social, podem-se entender como deterministas as visões de história que compreendem o futuro das sociedades como instituídos anteriormente a sua efetivação, estando positivamente estabelecidos ou que possa compreender o agir social como previamente fixados por razões objetivas situadas para além do controle ou da vontade dos sujeitos envolvidos (BOTTOMORE, 1988).

diferente é o desenvolvimento de carreiras dos artesãos brasileiros, se os mesmos enfrentam os mesmos problemas, identificar iniciativas e ações consideradas de sucesso e como estas poderiam ser aplicadas em outros locais, enfim, conhecer melhor estes agentes responsáveis pela geração de emprego e renda para o país, ao mesmo tempo em que mantêm viva a tradição e a cultura popular nacional, mas que, na maioria dos casos, permanecem na informalidade, embora sua atividade tenha grande potencial de crescimento.

Propõe-se também a elaboração de estudos voltados para análise de associações e cooperativas de artesãos, com o objetivo de analisar estas iniciativas também sob a perspectiva do empreendedorismo, ou seja, identificando como foram formadas, como são geridas, quais as dificuldades enfrentadas, quem são os principais clientes e como a qualidade de vida dos artesãos foi alterada com a formação da associação ou cooperativa.

Por fim, com o presente trabalho espera-se ter contribuído para o avanço do conhecimento acerca do tema proposto mediante a compreensão do desenvolvimento de carreira dos artesãos inseridos na indústria criativa cearense. A expectativa, por conseguinte, é de que a pesquisa desperte o interesse de diversas instituições, de pesquisadores e do poder público para as potencialidades do artesanato como uma atividade com potencial para gerar emprego, renda e desenvolvimento local e para a necessidade de elaboração de políticas de fomento e fortalecimento de iniciativas empreendedoras no setor de artesanato, permitindo a capacitação, a profissionalização e a melhoria da qualidade de vida dos agentes.

REFERÊNCIAS

ALBERTI, V. **História oral**: a experiência do CPDOC. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, 1989.

ARTHUR, M. B., CLAMAN, P.H.; DE FILLIPI, R. Intelligent Enterprise, Intelligent Careers. **Academy of Management Executive**, v. 9, n. 4, 7-39, 1995.

_____; HALL, D. T.; LAWRENCE, B. S. Generating new directions in career theory: the case for a transdisciplinary approach. In: ARTHUR, Michael B.; HALL, Douglas T.; LAWRENCE, Barbara S. (Orgs.) **Handbook of career theory**. New York: Cambridge University Press, 1989. Cap. 1, p. 7-25.

_____; ROUSSEAU, D. M. Introduction: the boundaryless career as a new employment principle. In: ARTHUR, M. B.; ROUSSEAU, D. M. **The boundaryless career**: a new employment principle for a new organizational era. New York: Oxford University Press, 2001. Cap 1, p. 3-20.

ASKERUD, P. As Indústrias Criativas: Perspectivas da Região da Ásia-Pacífico. In: REIS, Ana Carla Fonseca (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. Cap. 11, p. 234-257.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2002. 24 p.

_____. **NBR 6027**: informação e documentação: sumário: apresentação. Rio de Janeiro, 2003. 2 p.

_____. **NBR 6028**: informação e documentação: resumo: apresentação. Rio de Janeiro, 2003. 3 p.

_____. **NBR 10520**: informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002. 7 p.

_____. **NBR 14724**: informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002. 6 p.

AUSTIN, J. H. **Chase, change, and creativity**: the lucky art of novelty. New York: Columbia University Press, 1978.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BARROS, A. A. de; PEREIRA, C. M. M. de A. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, out./dez. 2008.

BARROS, L. A. S. **Design e Artesanato**: as trocas Possíveis. 2006. 132 p. Dissertação (Mestrado em Design). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

BARROS, V. A., SILVA, L. R. A Pesquisa em História de Vida. In: GOULART, I. B.; SANTOS, A. A. L. **Psicologia organizacional e do trabalho**; teoria, pesquisa e temas correlatos. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2002.

BARROSO NETO, E. **O que é artesanato**. 2007. Disponível em <http://outraeconomiacontece.files.wordpress.com/2009/01/artesanato_mod1.pdf>. Acesso em: 16 de junho de 2009.

BATISTA, P. C. S.; GOMES, E. C. F.; VIEIRA, G. I. Indústrias criativas como fator de desenvolvimento local: o estudo de caso do município de Guaramiranga no Ceará. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE PODER LOCAL, 10, 2006, Salvador. **Anais... Salvador: CIAGS, 2006**.

BENDASSOLLI, P. F.; WOOD JR., T. From cultural industries to creative industries. In: ACADEMY OF MANAGEMENT ANNUAL MEETING, 2007, Philadelphia. **Anais... Philadelphia: Academy of Management, 2007**.

BENDASSOLLI, P. F. Recomposição da relação sujeito-trabalho nos modelos emergentes de carreira. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 49, n. 4, p. 387-400, out./dez., 2009.

_____.; WOOD Jr., T.; KIRSCHBAUM, C.; CUNHA, M. P. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 10-18, jan./mar., 2009.

BNB. BANCO DO NORDESTE. **Ações para o desenvolvimento do artesanato no Nordeste**. 2. ed. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2002. 356 p.

BOHLANDER, G.; SNELL, S.; SHERMAN, A. **Administração de recursos humanos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BOHNENBERGER, M. C., SCHIMIDT, S.; FREITAS, E. C. A Influência da Família na Formação Empreendedora. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXXI, 2007, Rio de Janeiro. **Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2007**.

BOM ANGELO, E. **Empreendedor corporativo: a nova postura de quem faz a diferença**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BORGES, J. D. Competitividade criativa. **GV Executivo**, v. 4, n. 3, p. 86-90, ago./out., 2005.

BOTTOMORE, Tom. **Dicionário do pensamento marxista**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988. p. 99.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. 3 ed. São Paulo: perspectiva, 1992.

BRIDGES, W. **Mudanças nas relações de trabalho**. São Paulo: Makron Books, 1995.

BRINGHENTI, M.; LAPOLLI, E. M.; FRIEDLAENDER, G. M. S. Preparando-se para empreender. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, XXIX, 2005, Brasília. **Anais.... Brasília: ANPAD, 2005**.

BROCKHAUS, R.H.; HORWITZ, P. S. The psychology of the entrepreneur” In: SEXTON, D. L.; SMILOR, R. W. (Orgs.) **The art and science of entrepreneurship**. Cambridge: Ballinger, 1986. p. 25-48

BYGRAVE, W. D. The entrepreneurial process. In: BYGRAVE, W. D; ZACHARAKIS, A. (Orgs) **The portable MBA in entrepreneurship**. New York: John Wiley & Sons, 2004. Cap. 1, p. 1-27.

CAVES, R. E. **Creative industries**: Contracts between art and commerce. Cambridge: Harvard University Press, 2000.

CARVALHO, G. **Artes da tradição**: mestres do povo. Fortaleza: Expressão Gráfica/Laboratórios de Estudos da Oralidade UFC/UECE , 2005.

CEARÁ. Edital dos “Tesouros Vivos da Cultura”. Torna público o Edital dos “Tesouros Vivos da Cultura” 2008, para inscrição, seleção e titulação dos “Tesouros Vivos da Cultura” do Estado do Ceará. **Diário Oficial do Estado do Ceará**, Fortaleza, série 2, n. 92, 19 mai. 2008.

CEARÁ. Lei nº. 13.351, de 22 de agosto de 2003. Institui, no âmbito da administração pública estadual, o registro dos “Mestres da Cultura Tradicional Popular do Estado do Ceará (RMCTP-CE)” e dá outras providências. **Diário Oficial do Estado do Ceará**, Fortaleza, série 2, n. 161, p. 1-2, 25 ago. 2003.

CEARÁ. Lei nº. 13.842, de 27 de novembro de 2006. Institui o registro dos “Tesouros Vivos da Cultura” no Estado do Ceará e dá outras providências. **Diário Oficial do Estado do Ceará**, Fortaleza, série 2, n. 227, p. 1-3, 30 nov. 2006.

CEART. **Central de Artesanato do Ceará**. 2008. Disponível em <<http://www.ceart.ce.gov.br/dlgArtesanato.aspx>>. Acesso em: 09 de dezembro de 2008.

CHANLAT, J. F. Quais Carreiras e para Qual Sociedade (I)? **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 6, p. 67-75, nov./dez. 1995.

COLBARI, A. L. A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira, **Revista Sinais**, v. 1, n. 1, p. 75-109, abr. 2007.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração**: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COSTA, A. C. Rumo à Economia Criativa: Artesanato e Turismo em Itabuna. In: Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, IV, 2006, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2006.

COZZI, A. O.; ARRUDA, C. Desenvolvendo a capacidade empreendedora de uma organização. In: Encontro de Estudos Organizacionais, I, 2004, Atibaia. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004.

CRESWELL, J. W. **Qualitative inquiry & research design: choosing among five approaches**. London: Sage, 2007.

D'AMBROSIO, O. **O que é Arte Naïf**. ARTCANAL, 2010. Disponível em <http://www.artcanal.com.br/oscardambrosio/artenaif.htm>. Acesso em: 20 de maio de 2010.

DANJOU, I., L'entrepreneuriat: um champ fertile à la recherche de son unite. **Revue française de gestion**: Lavoisier, v.28, n. 138, avril/juin 2002.

DAVIS, A. M. A Economia Criativa como Estratégia para o Crescimento e Regeneração de Riquezas na Jamaica e no Caribe. In: REIS, A. C. F. (Org.) **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. Cap. 7, p. 144-162.

DCMS. **Creative industries mapping document**. Department for Culture, Media and Sport (Departamento de Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido). Disponível em: <http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4632.aspx>. Acesso em: 11 de outubro de 2008.

DECON. **Estudos para o desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro: a cadeia da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: DECON (Divisão de Estudos Econômicos), n. 2, 2008. Disponível em: <http://www.firjan.org.br/notas/media/A_Cadeia_da_Industria_Criativa_no_Brasil1.pdf>. Acesso em 11 de outubro de 2008.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DEHEINZELIN, L. **Economia Criativa: uma tímida tentativa de definição (parte 2)**. 2006. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/post/economia-criativa-uma-timida-tentativa-de-definicao-parte-2/>>. Acesso em: 21 de maio de 2009.

DIAS FILHO; C. S.; OLIVEIRA, G. M. Grupos criativos: uma breve reflexão sobre o artesanato da comunidade artesã de Porto de Sauípe-BA. In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (ENECULT), IV, 2008, Salvador-BA. **Anais...** Salvador: ENECULT, 2008.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

_____. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

_____. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

_____. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

DUTRA, J. S. **Administração da carreira**: uma proposta para repensar a gestão de pessoas. São Paulo: Atlas, 1996.

EIKHOF, D. R.; HAUNSCHILD, A. Lifestyle Meets Market: Bohemian Entrepreneurs in Creative Industries. **Creativity and Innovation Management**, v. 15, n. 6, p. 234-241, 2006.

EVANS, P. Carreira, sucesso e qualidade de vida. **Revista de Administração de Empresas**, v. 36, n. 3, p.14-22, jul./set. 1996.

FEUERSCHÜTTE, S. G.; ALPERSTEDT, G. D. Empreendedorismo e Competência: um Ensaio sobre a Complementaridade e a Convergência dos Construtos. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXXII, 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

FEUERSCHÜTTE, S. G.; GODOI, C. K. Competências Empreendedoras: um Estudo Historiográfico no Setor Hoteleiro. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXXI, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

FERIA, P. México: Tecnologia e Cultura para um Desenvolvimento Integral. In: REIS, A. C. F. (Org.) **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. Cap. 5, p. 144-161.

FILGUEIRAS, A. P. A. **Aspectos socioeconômicos do artesanato em comunidades rurais no Ceará**: o bordado de Itapajé-CE. 2005. 122 p. Dissertação (Mestrado em Economia Rural). Curso de Pós-Graduação em Economia Rural. Universidade Federal do Ceará.

FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE Light**, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 2-7, jul./set. 2000.

_____. Carreiras empreendedoras do futuro. In: **Vídeo-conferência realizada no XXV Encontro Nacional de Engenharia de Produção**. Porto Alegre: PUC-RS, 30, 31 de outubro e 01 de novembro, 2005.

_____. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.

_____. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set. 1991.

FLORIDA, R. **Cities and the creative class**. **City and community**, mar., p. 1-19, 2003.

_____. **The Rise of the Creative Class**. New York: Basic Books, 2002.

FREITAS, A. L. C. **Design e artesanato**: uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto. 2006. 140 p. Dissertação (Mestrado em Gestão pela Qualidade e Desenvolvimento de Produtos). Curso de Mestrado da Escola de Engenharia da Universidade Federal de Minas Gerais.

GASPAR, M. A.; DONAIRE, D.; SILVA, M. C. M.; MAIA, C. F. M.; BOAS, E. V. Gestão da Criação de Conhecimento na Indústria Criativa de Software. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXXII, 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2008**: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2009.

GIL, A C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GODOI, C. K.; MATTOS, P. L. C. L. de. Entrevista qualitativa: instrument de pesquisa e evento dialógico. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELO, R.; SILVA, A. B. (Orgs.) **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Saraiva, 2006. Cap. 10, p. 301-323.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr., 1995a.

_____. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, mai./jun., 1995b.

GREATTI, L. Perfis empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no município de Maringá-PR. **FACEF Pesquisa**, v. 8, n. 1, p. 67-83, 2005.

_____; PREVIDELLI, J. Perfis Empreendedores: Análise Comparativa das Trajetórias de Sucesso e do Fracasso Empresarial no Município de Maringá-PR. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (EnANPAD), XXVIII, 2004, Curitiba. **Anais ...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004.

GREENHAUS, J. H.; CALLANAN, G. A. **Career management**. Orlando: The Harcourt Brace College Publishers, 1994.

HALL, D. T. **Careers in and out of organizations**. London: Sage Publications Series, 2002.

_____. T. Protean careers of the 21st century. **Academy of Management Executive**, v.10, n. 4, p. 8-16, nov. 1996.

HARRINGTON, B.; HALL, D. T. **Carrer Management & Work-life integration**. London: Sage Publications, 2007.

HARTLEY, J. Creative industries. In: HARTLEY, John. **Creative industries**. London: Blackwell, 2005. Cap. 1, p. 1-40.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.

HEALY, K. What's new for culture in the new economy? **The Journal of Arts Management, Law and Society**, v. 32, n. 2, p. 86-103, summer, 2002.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOWKINS, J. **The Creative Economy**: how people make money from ideas. London: Penguin Books, 2001.

_____. **Understanding the Engine of Creativity in a Creative Economy**: An Interview with John Howkins. 2005. Disponível em: < http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=29861&URL_DO=DO_PRINTPAGE&URL_SECTION=201.html> Acesso em: 12 de setembro de 2009.

IBGE. **Perfil dos municípios brasileiros - Cultura**. Rio de Janeiro: SEBRAE/RJ, 2007. Disponível no sítio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura2006/default.shtm>. Acesso em 27 de novembro de 2008.

ICHIKAWA, E. Y.; SANTOS, L. W. Contribuições da história oral à pesquisa organizacional. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELO, R.; SILVA, A. B. (Orgs.) **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006. Cap. 6, p. 181-205.

ISAR, Y. R.. Visão Global: das Inquietações Conceituais a uma Agenda de Pesquisas. In: REIS, A. C. F.(Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. Cap. 3, p. 74-91.

JAGUARIBE, A. Indústrias Criativas. **Revista Idiosincrasia**, 2006. Disponível em: < <http://portalliteral.terra.com.br/literal/calandra.nsf/weHP/HPTLiteral-0026>>. Acesso em: 20 de outubro de 2008.

JEFFCUTT, P. Management and the creative industries. **Studies in Culture, Organizations and Society**, v. 6, n. 2, p. 123-127, 2000.

KILIMNIK, Z. M.; CASTILHO, I. V.; SANT'ANNA, A. S. Carreiras em transformação: um estudo de trajetórias, âncoras e metáforas de carreira em associação a representações de competências profissionais. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓSGRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, XXVIII, 2004, Curitiba. **Anais ...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004.

KLERK, G. J.; KRUGER, S. **The driving force behind entrepreneurship**: an exploratory perspective. 2002 Disponível em: <www.kmu.unisg.ch/rencontresband2002/F_04_deKlerk.pdf>. Acesso em 31 de julho de 2007.

KOLB, D. A. **Experiential learning**. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice Hall, 1984.

Kovács A Economia Criativa e a Erradicação da Pobreza na África: Princípios e Realidades. In: REIS, A. C. F.(Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. Cap. 4, p. 94-123.

KURATKO, D. F. **Entrepreneurship**: theory, process, practice. 8. ed. Mason: Cengage Learning, 2009.

LATOEIRA, C.. **Indústrias criativas**: mapeamento, organização e estudos de caso. Prospectiva e planejamento, no. 14, p. 213-238, 2007. Disponível em <<http://www.dpp.pt/pages/files/IndustriasCriativas.pdf>>. Acesso em 22 de novembro de 2008.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto alegre: Artmed; Belo Horizonte: UFMG, 1999.

LEADBEATER, C. **Living on thin air: the new economy**. London: Viking, 1999.

LIMA, A. A. M.; AZEVEDO, I. M. **O Artesanato nordestino: características e problemática atual**. Fortaleza: Banco do Nordeste/ETENE, 1982.

LIMA, C. L. C. Debate sobre indústrias criativas: uma primeira aproximação para o Estado da Bahia. **Revista Desenharia**, Salvador, v.2, n.3, p. 103-130, set.-mar. 2005.

LIMA, C. L. C. Políticas culturais para o desenvolvimento: o debate sobre as indústrias culturais e criativas. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, III, 2007, Salvador. **Anais...** Salvador, UFBa, 2007.

LIMEIRA, T. M. V.; GOUVEIA, M. A. M. **Segmentos populares, consumo e participação cultural**. Relatório de Pesquisa 2/2008. GV-EAESP/GVPESQUISA, Fundação Getúlio Vargas, 2008, 222 p.

LÓCIO, A. B.; POMPEU, G. I. Artesanato cearense: mudança de posicionamento estratégico do assistencialismo para o empreendedorismo. In: VIANNA, P. J. R.; ROSA, A. L. T. (Orgs.) **Economia do Ceará em Debate**. 2º Encontro da Economia do Ceará. Fortaleza: IPECE, 2006, v. 1, p. 1-18.

LONDON, M.; STUMPF, S. **Managing careers**. Massachussets: Addison Wesley, 1982.

LONGENECKER, J.; MOORE, C.; PETTY, J. **Administração de pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial**. São Paulo: Makron Books, 1997.

MACIEL, C. O. Comportamento empreendedor, lócus de controle e desempenho: proposta e teste de um modelo de equações estruturais. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXXI, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARCUS, C. **Future of Creative Industries: Implications for Research Policy**. European Commission. Belgium: European Communities, 2005.

MARTINS, H. T. **Gestão de carreiras na era do conhecimento: abordagem conceitual e resultados de pesquisa**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

McCLELLAND, D. C. **The Achieving Society**. Princeton: Van Nostrand, 1961.

MDIC. **MDIC e Sebrae lançam projeto do artesanato na BR 040**. 2002a. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/noticia.php?area=2¬icia=4366>>. Acesso em: 11 de setembro de 2009.

_____. **Relatório Anual de Avaliação**. 2002b. Ministério do Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio. Disponível em: <www.camara.gov.br/internet/comissao/>

index/mista/orca/ppa/ppa%202000-2003/pp a.../017_Desenvolvimento,%20Indústria.PDF>. Acesso em 10 de dezembro de 2008.

MEIHY, J. C.S. B. **Manual de história oral**. 4.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

MEYERS, M. A. **Happy accidents**: serendipity in modern medical breakthroughs. New York: Arcade Publishing, 2007.

MILKOVICH, G. T.; BOUDREAU, J. W. **Administração de recursos humanos**. São Paulo: Atlas, 2000.

MINARELLI, J. A. **Empregabilidade**: como ter trabalho e remuneração sempre. 5. ed. São Paulo: Gente, 1995.

MINAYO, C. S. (Org.). **Pesquisa social**: Teoria, método e criatividade. 25. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

OLIVEIRA, D. C.; GUIMARÃES, L. O. Perfil empreendedor e ações de apoio ao empreendedorismo: o NAE/Sebrae em Questão. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXVII, 2003, Atibaia. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2003.

PARDINI, D. J; BRANDÃO, M. M. Competências empreendedoras e sistema de relações sociais: a dinâmica dos construtos na decisão de empreender nos serviços de fisioterapia. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXXI, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

PAULILO, M. A. S. A pesquisa qualitativa e a história de vida. **Serviço Social em Revista**, Londrina, n. 1, v. 2, p. 1-8, jul./dez., 1999.

PAULINO, A. D.; ROSSI, S. M. M. Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor – Características e traços de personalidade empreendedora. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 3, 2003, Brasília. **Anais...** Brasília: UEM/Uel/UnB, 2003

PESSOA, E.; GONÇALVES, S. M. G. Administração empreendedora: uma abordagem comportamental. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓSGRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXVIII, 2004, Curitiba. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004.

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva**: técnicas de análise de indústrias e da concorrência. 2. ed., Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

QIDI, W. Creative Industries and innovation in China. **International Journal of Cultural Studies**, v. 9, p. 263-266, 2006.

RATZENBOCK, V.; DEMEL, K.; HARAUER, R.; LANDSTEINER, G.; FALK, R.; LEO, Ha.; SCHWARZ, G. **An analysis of the economic potential of the creative industries in Vienna**. Vienna: KULTURDOKUMENTATION / MEDIACULT / WIFO, 2004.

REIS, A. C. F. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**: o caleidoscópio da cultura. São Paulo: Manole, 2007.

_____. Introdução. In: REIS, A. C. F. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itáu Cultural, 2008a. Cap. 1, p. 14-49.

_____. Transformando a Criatividade Brasileira em Recurso Econômico. In: REIS, A. C. F. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itáu Cultural, 2008b. Cap. 5, p. 126-143.

RIBEIRO, R.; TREVISAN, L. N.; GUEDES, R. M. Carreiras de Profissionais de Marketing com Atuação em São Paulo: Uma avaliação da atitude proteana e das condições do ambiente para o desenvolvimento de uma carreira moderna. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXXIII, 2009, São Paulo. **Anais...** ANPAD: Rio de Janeiro, 2009.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed., São Paulo: Atlas, 2008.

RODRIGUES, M. E.; WETZEL, U. As motivações das empreendedoras de serviços de bufês do estado do rio de janeiro na decisão de iniciar o seu negócio. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXVII, 2003, Atibaia. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2003.

ROESCH, S. A. **Projetos de estágio e de pesquisa e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

RONSTADT, R. C. **Entrepreneurship**: text, cases and notes. Dover: Lord Publishing, 1984.

ROSSETTI, J. P. **Introdução à Economia**. 17. ed., São Paulo: Atlas, 1997.

SANTAMARINA, C.; MARINAS, J. M. Histórias de vida e historia oral. In: DELGADO, J.; GUTIÉRREZ, J. (Orgs.) **Métodos y técnicas cualitativas de investigación em ciencias sociales**. Madrid: Síntesis, 1999. Cap. 10, p. 257-287.

SANTOS, F. R.; JUDICE, V. M. M. Indústria Criativa e Desenvolvimento Local: Um Estudo da Vesperata de Diamantina (MG). In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXXI, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

SANTOS-DUISENBERG, E. A economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável? In: REIS, Ana Carla Fonseca (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itáu Cultural, 2008. Cap. 2, p. 50-73.

SCHEIN, E. H. **Identidade profissional**: como ajustar suas inclinações a suas opções de trabalho. São Paulo: Nobel, 1996.

_____. **Career Anchors**. San Diego: Pfeiffer & Company, 1993.

SEBRAE. **Artesanato: um negócio genuinamente brasileiro**. v. 1, n. 1, mar., 2008, 52 p. Disponível em: < [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/764444293DCE5E2B8325741100528C75/\\$File/NT000375E6.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/764444293DCE5E2B8325741100528C75/$File/NT000375E6.pdf) >. Acesso em: 30 de novembro de 2008.

_____. **Estudo Setorial do Artesanato**. Ceará, Sebrae-CE, 2005. 76 p. Disponível em: <www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/DowContador?OpenAgent&unid=1C3782D208237437832574FF00433B53> Acesso em: 30 de novembro de 2008.

_____. **Programa Sebrae de Artesanato**: Termo de Referência. Brasília: SEBRAE, 2004. 99 p. 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: 5 de maio de 2009.

SECULT-CE. **Tesouros Vivos da Cultura**. Secretaria de Cultura do Estado do Ceará. Disponível em: < <http://www.secult.ce.gov.br/patrimonio-cultural/patrimonio-imaterial/mestres-da-cultura/tesouros-vivos-da-cultura>>. Acesso em: 21 de maio de 2009.

SECULT-CE. **Edital dos “Tesouros Vivos da Cultura” do Estado Do Ceará - 2009**. Secretaria de Cultura do Estado do Ceará. Disponível em: < <http://www.secult.ce.gov.br/categoria1/edital-dos-201ctesouros-vivos-da-cultura201d/edital-dos-201ctesouros-vivos-da-cultura201d/EDITAL%20%20TESOUROS%20VIVOS%20DA%20CULTURA.pdf>>. Acesso em: 31 de janeiro de 2010.

SILVA, H. M. **Por uma teorização das organizações de produção artesanal: habilidades produtivas nos caminhos singulares do Rio de Janeiro**. 2006. 180 p. Tese (Doutorado em Administração). Programa de Pós-graduação em Administração da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getulio Vargas.

SILVEIRA, K.; BIEHL, K. A. Análise de ações no processo sucessório das empresas familiares. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXVII, 2003, Atibaia. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2003.

SIQUEIRA, L. C. Inserção de Políticas de Propriedade Intelectual nas Instituições de Ensino Superior: O Caso PUC-Rio. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXXI, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

SOUZA, E. R. L. C.; MATTA, J. P. R.; DIAS, C. C. Economia criativa: reflexões sobre a regulação de conhecimentos tradicionais. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, IV, 2008, Salvador. **Anais...** Salvador, UFBA, 2008.

SPINEELLI Jr., S.; NECK, M. H.; TIMMONS, J. The Timmons Model of the Entrepreneurial Process. In: ZACHARAKIS, M.; SPINELLI, A.; HABBERSHON, S.; TIMOTHY, G. (Orgs.) **Entrepreneurship: The Engine of Growth People, Process, Place**. v. 2. Westport: Praeger Perspectives Series, 2007. Cap 1, p. 18-24.

TAVARES, E.; PIMENTA, R. C.; BALASSIANO, M. Carreira no Futebol como Exemplo de Carreira sem Fronteira. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXXI, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

THROSBY, D. **A New Moment for Cultural Policy?** In: Researchers' and Practitioners' Forum. 2007. Disponível em: <www.wa.ipaa.org.au/download.php?id=29> Acesso em: 27 de abril de 2009.

_____. **Economics and culture**. New York: Cambridge University Press, 2001.

TIMMONS, J. A.; SPINELLI, S. **New venture creation: entrepreneurship for the 21st century**. New York: McGraw Hill, 2003.

TIMMONS, J. A. **New venture creation: entrepreneurship for the 21th century**. 4. Ed. Boston: Irwin, 1994.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 2007.

UNCTAD. **Creative Economy Report 2008**. Disponível no sítio da United Nation Conference on Trade and Development. Disponível em: <www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf> . Acesso em 03 de dezembro de 2008.

_____. Creative Industries and Development. **United Nation Conference on Trade and Development**, eleventh session, São Paulo, 13–18, jun., 2004. Disponível em: <www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13_en.pdf>. Acesso em: 04 de dezembro de 2008.

UNESCO. **Culture, trade and globalization: questions and answers**. Division of creativity, cultural industries and copyright. UNESCO Publishing, 2000. Disponível em: <unesdoc.unesco.org/images/0012/001213/121360E.pdf>. Acesso em: 27 de maio de 2009.

_____. **Final Report of the International Symposium on Crafts And The International Market: Trade and Customs Codification**. Manila: UNESCO, 1997. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001114/111488Eo.pdf>>. Acesso em: 11 de setembro de 2009.

_____. **Handicraft and Design: Translating the past into the future**. 2008. Disponível em: http://74.125.47.132/search?q=cache:VhckjCl3qeYJ:portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID%3D38488%26URL_DO%3DDO_PRINTPAGE%26URL_SECTION%3D201.html+Handicrafts+and+Design+unesco&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br. Acesso em 11 de setembro de 2009.

VELOSO, E. F. R.; DUTRA, J. S.; NAKATA, L. E. Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e baby boomers. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), XXXII, 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

VIEIRA, M. M. F. Por uma boa pesquisa (qualitativa) em administração. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. (Orgs.) **Pesquisa qualitativa em administração**. Rio de Janeiro: FGV, 2004. Cap. 1, p. 13-28.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Cia. das Letras, 2004.

WIPO. **Guide on surveying the economic contribution of the copyright-based industries.** World Intellectual Property Organization. Geneva: WIPO, 2003. 104p.

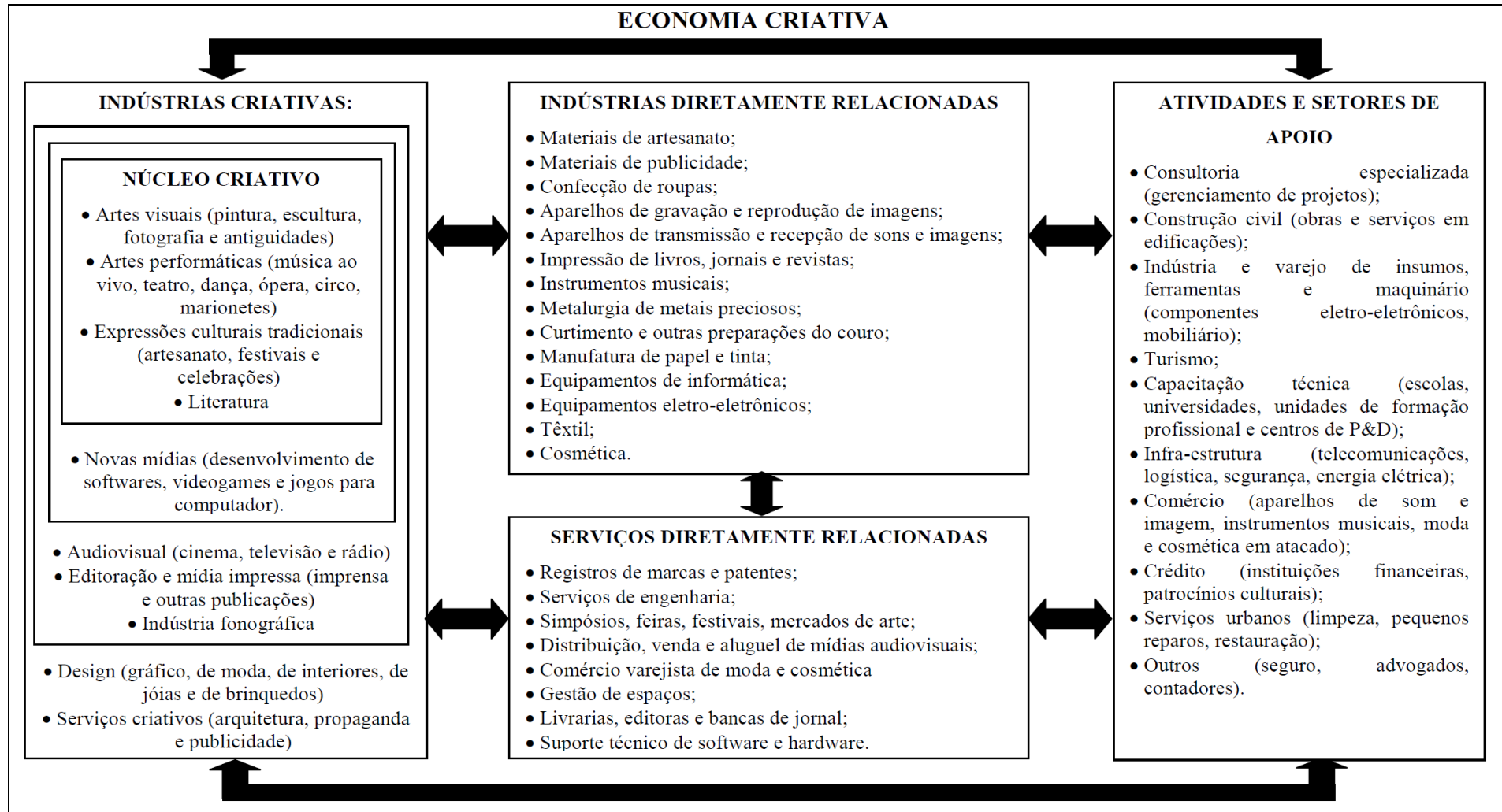
YIN, R. K. **Estudo de caso.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE A - COMPARAÇÃO ENTRE OS MODELOS DE CLASSIFICAÇÃO DA INDÚSTRIA CRIATIVA.

	SETORES E ATIVIDADES	MODELOS DE CLASSIFICAÇÃO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS						
		DCMS	Círculos Concêntricos	Comissão Européia	UNCTAD	WIPO	Cadeia Criativa no Brasil	TOTAL
SETORES E ATIVIDADES MAIS MENCIONADOS NOS MODELOS DE CLASSIFICAÇÃO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS	Arquitetura	X	X	X	X	X	X	6
	Artes performáticas/dramáticas	X	X	X	X	X	X	6
	Artes visuais	X	X	X	X	X	X	6
	Artesanato	X	X	X	X		X	5
	Design	X	X	X	X	X	X	6
	Editoração / Mercado editorial	X	X	X	X	X	X	6
	Cinema, Fimes e Vídeos	X	X	X	X	X	X	6
	Fotografia				X	X	X	3
	Literatura		X		X	X	X	4
	Moda	X	X	X	X	X	X	6
	Museus, galerias e bibliotecas		X	X	X	X	X	5
	Música	X	X	X	X	X	X	6
	Patrimônio		X		X		X	3
	Publicidade	X	X	X	X	X	X	6
	Rádio	X	X	X	X	X	X	6
	Softwares e jogos eletrônicos	X	X	X	X	X	X	6
Televisão	X	X	X	X	X	X	6	
SETORES E ATIVIDADES MENCIONADOS NOS MODELOS DE CLASSIFICAÇÃO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS COMO COMPONENTES DO NÚCLEO CRIATIVO	Arquitetura	-		X	-		X	2
	Artes performáticas/dramáticas	-	X	X	-	X	X	4
	Artes visuais	-	X	X	-	X	X	4
	Artesanato	-	X	X	-		X	3
	Design	-		X	-		X	2
	Editoração / Mercado editorial	-			-	X	X	2
	Cinema, Fimes e Vídeos	-	X		-	X	X	3
	Fotografia	-			-	X	X	2
	Literatura	-	X		-	X	X	3
	Moda	-		X	-		X	2
	Museus, galerias e bibliotecas	-	X	X	-		X	3
	Música	-	X		-	X	X	3
	Patrimônio	-			-	X	X	2
	Publicidade	-			-	X	X	2
	Rádio	-			-	X	X	2
	Softwares e jogos eletrônicos	-			-	X	X	2
Televisão	-		X	-		X	2	

Fonte: elaborado pela autora, com base nas referências consultadas.

APÊNDICE B – ECONOMIA CRIATIVA: CADEIA DA INDÚSTRIA CRIATIVA NO BRASIL



Fonte: adaptado de DECON (2008).

APÊNDICE C – PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR, DE DIFERENTES AUTORES.

McClelland (1961)	Filion (1999)	Timmons e Spinelli (2003)	Bygrave (2004)	Dornelas (2005)
<ul style="list-style-type: none"> • Busca de Oportunidades e Iniciativa; • Correr Riscos Calculados; • Exigência da Qualidade e Eficiência; • Persistência; • Comprometimento; • Busca de Informações; • Estabelecimento de Metas; • Planejamento e Monitoramento Sistemáticos; • Persuasão e redes de contato; • Liderança; • Independência e Autoconfiança 	<ul style="list-style-type: none"> • Inovação; • Liderança; • Riscos moderados; • Independência; • Criatividade; • Energia; • Tenacidade; • Originalidade; • Otimismo; • Orientação para resultados; • Flexibilidade; • Habilidade para conduzir situações; • Necessidade de realização; • Autoconsciência; • Autoconfiança; • Envolvimento a longo prazo; • Tolerância à ambiguidade e incerteza; • Iniciativa; • Capacidade de aprendizagem; • Habilidade na utilização de recursos; • Sensibilidade aos outros; • Agressividade; • Tendência a confiar nas pessoas; • Dinheiro como medida de desempenho. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprometimento e determinação (persistência, disciplina e dedicação); • Liderança (condução de equipes, gosto por aprender e ensinar); • Obsessão por oportunidade (orientação para o mercado e criação de valor); • Tolerância aos riscos, ambigüidades e incertezas (correr riscos calculados, capacidade para lidar com situações conflituosas e resolver problemas); • Criatividade e capacidade adaptativa (flexibilidade, abertura para mudanças, soluciona problemas de forma criativa); • Motivação para a excelência (orientação para metas e resultados, movido pela realização e crescimento, baixa necessidade de poder e status). 	<ul style="list-style-type: none"> • Possuem visão e habilidade de implementar seus sonhos; • Não adiam a tomada de decisões; • Põem em prática as suas decisões; • Determinação (compromisso e insistência para transpor obstáculos); • Dedicação e trabalho exaustivo; • Devoção (amam o que fazem); • São detalhistas; • Desejam ter o controle sobre suas vidas e destino de não ser dependentes de um empregador; • Dinheiro não é o principal motivador, mas uma medida de sucesso; • Compartilham seus ganhos com funcionários essenciais aos negócios. 	<ul style="list-style-type: none"> • São visionários; • Sabem tomar decisões; • São indivíduos que fazem a diferença; • Sabem explorar ao máximo as oportunidades; • São determinados e dinâmicos; • São dedicados; • São otimistas e apaixonados pelo que fazem; • São independentes e constroem o próprio destino; • Ficam ricos; • São líderes e formadores de equipes; • São bem relacionados (networking); • Planejam; • Possuem profundo conhecimento no ramo do negócio; • Assumem riscos calculados; • Criam valor para a sociedade.

Fonte: elaborado pela autora, a partir das referências consultadas.

APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA.



ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA APLICADO AOS MESTRES-ARTESÃOS DO ARTESANATO

* Questões de controle – questões que devo fazer caso o entrevistado não responda a partir da pergunta inicial.

Nome do entrevistado: _____

Idade/Data de nascimento: _____ Sexo: _____ Cidade: _____

Data da entrevista: _____ Contato: _____

BLOCO 1 – Trajetória profissional

1. Fale sobre sua trajetória profissional.

*Como surgiu o interesse pelo artesanato?

*Qual era a sua idade quando você começou a desenvolver peças artesanais? *Quais fatores contribuíram para o seu interesse pelo artesanato (tradição familiar, necessidade de complementar a renda, desejo de possuir autonomia e independência em relação ao trabalho, desemprego, insatisfação com empregos anteriores, paixão pelo artesanato)?

*Você já exerceu outra(s) atividade(s) produtiva(s) antes de ser artesão? Qual(is)?

*Em que fase de sua vida (idade) você decidiu se dedicar ao artesanato como principal ou única atividade produtiva? Quais fatores influenciaram essa decisão?

BLOCO 2 – Atividade artesanal

2. Que tipo de artesanato que você desenvolve?

*Por que optou por esta forma de artesanato (tradição familiar, gosto pessoal, acesso à matéria-prima, facilidade para vender, valorização)?

3. Como ocorre a produção de suas peças?

*Em que você se inspira para produzir suas peças?

*Como você obtém a matéria-prima utilizada?

*Qual a técnica que você utiliza? Você desenvolveu esta técnica?

*Em que espaço você realiza seu trabalho?

*Qual o tempo necessário para a produção de suas peças?

*Você trabalha sozinho ou conta com ajuda de outras pessoas? Em que atividades você necessita de ajuda?

4. Como ocorre a venda das peças que você produz?

*Quem são os principais compradores?

*Em que localidades as suas peças são vendidas? Como ocorre a venda nesses outros locais?

*Como tem sido as vendas ultimamente? Você está satisfeito com os ganhos? Porquê?

5. Você realiza ou já realizou algum tipo de parceria com outros profissionais como arquitetos, estilistas ou designers, por exemplo? De que forma?

BLOCO 3 – Capacitação

6. Qual a sua formação/escolaridade?

7. Como você adquiriu os conhecimentos necessários para a prática da tipologia de artesanato que você desenvolve?

8. Ao longo de sua carreira, você buscou alguma forma de aperfeiçoamento (cursos, oficinas, participação em feiras ou troca de experiências com outros artesãos)?

*Por que você buscou esse aperfeiçoamento? Em que momento da carreira?

*Qual tipo de aperfeiçoamento você buscou?

*O resultado obtido foi o esperado?

*Os conhecimentos obtidos contribuíram para o desenvolvimento de sua carreira e do negócio?

*Em caso negativo, explique as razões pelas quais não buscou se aperfeiçoar.

*Arrepende-se de não ter buscado formas de aperfeiçoamento? Por quê?

9. Atualmente, você participa de alguma forma de aperfeiçoamento como formações, cursos ou outras atividades de capacitação?

*Por que você buscou esse aperfeiçoamento?

*Qual tipo de aperfeiçoamento você buscou?

*Quais são suas expectativas em relação a esse aperfeiçoamento?

*Em caso negativo, explique por que você não está buscando aperfeiçoar-se.

BLOCO 4 – Reconhecimento

10. Você se considera reconhecido pelo seu trabalho?

*Por quê?

*É reconhecido fora do município em que atua (no estado, região, país ou internacionalmente)?

*Quais as implicações deste reconhecimento na sua carreira e no negócio?

11. Na sua opinião, o que mudou na sua vida e carreira após a obtenção do Título de Mestre ou Tesouro Vivo da Cultura?

*Quais as implicações do título na sua carreira e no negócio (venda, divulgação e valorização do artesanato produzido)?

*Como você utiliza o auxílio recebido em função da obtenção do Título de Mestre ou Tesouro Vivo da Cultura?

12. Você procura transmitir os conhecimentos que você adquiriu para outras gerações?

*Por que? De que forma?

*Como você se sente ao transmitir tais conhecimentos?

*Em caso negativo, por que você não transmite seus conhecimentos?

BLOCO 5 – Desafios

13. No início de sua carreira, como você encarava o artesanato: como um trabalho ou como um passatempo? Por quê?

14. Quando você decidiu trabalhar como artesão, quais problemas você enfrentou (exemplos: falta de aperfeiçoamento, venda das peças, acesso à matéria-prima, falta de reconhecimento, falta de capital para ampliar o negócio)?

15. Após esse primeiro momento, quais foram os desafios e problemas enfrentados ao longo de sua carreira?

*O que você fez para superar esses problemas (exemplos: aperfeiçoamento, buscou ajuda de instituições)?

*Você conseguiu superar essas dificuldades? De que forma? Por quê?

16. Atualmente, quais os principais desafios/problemas enfrentados pelo setor artesanal e por você, em particular?

*Como esses problemas afetam o crescimento do negócio?

* Como você busca superar esses problemas?

*Busca ou recebe algum tipo de apoio ou orientação? De quem? De que forma?

17. Diante das dificuldades e problemas presentes no setor artesanal, por que você continua trabalhando como artesão?

*O que faria você abandonar a carreira de artesão?

BLOCO 6 – Situação atual

18. Atualmente, você tem o artesanato como única atividade produtiva e, por consequência, única fonte de renda?

*Em caso afirmativo, desde quando isso ocorre?

*Em caso negativo, indique os motivos pelos quais ainda não consegue fazer da sua arte a sua principal ou única atividade produtiva.

*Em caso negativo, que outra atividade produtiva você exerce?

19. Você se sente satisfeito(a) e feliz por ser artesão? Por quê?

*Você se considera um artesão de sucesso? Por quê?

20. Analisando sua trajetória como artesão, o que você faria de diferente? Por quê?

21. Quais são seus planos em relação à sua atividade profissional?

APÊNDICE E – CARTA DE APRESENTAÇÃO.



CARTA DE APRESENTAÇÃO

Fortaleza, 10 de novembro de 2009

Ilmo(a) Sr.(a) _____
 Fortaleza – CE
 Prezado(a) Senhor(a)

GRUPO DE ESTUDOS SOBRE ECONOMIA CRIATIVA E EMPREENDEDORISMO

– O interesse pelos estudos relativos à economia criativa e ao empreendedorismo vem-se intensificando nos últimos anos pelo potencial de geração de ocupações e de renda que ensejam, sobretudo nas atividades artísticas e culturais diferenciadoras da nossa cultura.

O artesanato constitui importante atividade da economia criativa e a compreensão do desenvolvimento de carreira dos agentes que atuam nesta atividade tornou-se importante foco de estudos no PPAC – Programa de Pós-graduação em Administração e Controladoria, da Universidade Federal do Ceará UFC.

Em vista do exposto e da importância de V.Sa. no cenário do artesanato cearense, fato ratificado pelo seu reconhecimento como Mestre ou Tesouro Vivo da Cultura Tradicional Popular do Estado do Ceará, vimos convidá-lo(a) a participar do primeiro estudo cearense relativo ao desenvolvimento de carreiras empreendedoras no âmbito do artesanato. O referido estudo vem sendo desenvolvido pela pesquisadora Márcia de Freitas Duarte, sob a minha orientação, no interior do grupo de estudos supra indicado. O trabalho resultará em uma dissertação de mestrado e artigos acadêmicos, requerendo a coleta de dados relativos a motivações, vocações, competências profissionais, oportunidades e dificuldades relativas à carreira e ao mercado.

Ressaltando ser o anonimato dos depoimentos uma opção que se coloca aos participantes deste estudo e a garantia de acesso aos seus resultados, pomo-nos à disposição de V.Sa. para eventuais esclarecimentos, por meio do endereço eletrônico xxxxxxxxxxxx@yahoo.com.br ou xxxxxx@ufc.br, ou ainda dos fones (85) xxxx-xxxx ou (85) xxxx-xxxx.

Agradecemos antecipadamente,

Prof. Dr. Serafim Ferraz
Departamento de Administração - Universidade Federal do Ceará – UFC/ FEAAC
Coordenador Adjunto do MPAC – Mestrado Profissional em Administração e
Controladoria
Coordenador do Grupo de Estudos sobre Economia Criativa

ANEXO A – TIPOLOGIAS DE ARTESANATO

TIPOLOGIAS DE ARTESANATO		
TIPOLOGIAS	SEGMENTAÇÃO	PRODUTOS
Alimentos	Doces e Bebidas	Doces de frutas regionais típicas, bebidas de frutas regionais típicas
Cerâmica	Barro, argila, terra cota, porcelana, gesso	Vasos, jarros, panelas e similares, imagens sacras e populares, miniaturas diversas, luminárias e arandelas, placas decorativas e utilitários para o lar
Cestarias e Trançados	Fibra de sisal, palha de carnaúba, folha de bananeira, junco, taboa, vime, fibra de catolé, fibra de ouricuri, fibra de buriti, folha de piaçava, palha da costa	Mobiliário, tapetes, acessórios do vestuário, sacolas diversas, artigos para copa e cozinha, painéis divisórios
Couro	Bovino e caprino	Acessórios do vestuário, calçados e arreios para montarias
Madeira	Ipê, Massaranduba	Mobiliário, imagens sacras e populares, miniaturas diversas, molduras para espelho, produtos para copa e cozinha, brinquedos populares, instrumentos musicais
Metal	Aço, ferro, bronze, alumínio, latão, cobre, níquel, estanho, prata	Peças sacras, utilitários para o lar, artigos para copa e cozinha, instrumentos musicais
Pedras	Preciosas, semi-preciosas, granitos, pedra sabão, mármore	Imagens sacras e populares, utilitários para o lar, artigos para decoração
Reciclados	Papel e vidros	Utilitários para o lar, brinquedos populares, sacolas, mobiliário
Rendas e Bordados	Labirinto, vagonite, frivolite, richilieu, rendendê, ponto-de-cruz, ponto-cheio, bilro, crochê, irlandesa, renascença, filé	Produtos de cama, mesa e banho, artigos para copa e cozinha, trajes típicos, bonecas
Tecelagem	Fio de algodão cru, linha, linho, lã	Redes, mantas, tapetes, almofadas, artigos para copa e cozinha
Tecidos	Algodão, retalhos diversos, linho	Vestuário popular, artigos de cama, mesa e banho, artigos de copa e cozinha

Fonte: BNB (2002, p. 48-49).

ANEXO B - CATEGORIAS E TIPOLOGIAS DE PRODUTOS ARTESANAIS.

CATEGORIAS		Arte popular	Artesanato				Trabalhos manuais (artesanato doméstico)	Produtos alimentícios típicos	Produtos industriais “Industrianato”
			Índigena	Tradicional	Referência cultural	Conceitual			
ORIGEM	Quem faz	Artista popular	Índio	Artesão	Artesão	Artesão	Artesão	Produtor	Empregados
	De onde veio?	Da criação individual atemporal	Das tradições da nação indígena	Técnicas transmitidas de geração a geração, geralmente dentro de uma mesma família	Releitura de elementos da cultura tradicional, desenvolvendo novos produtos	De origem urbana, onde a inovação é o elemento principal	Cópia de técnicas e produtos de domínio público	Geralmente são produções rurais ou de cidades do interior	Indústrias Fábricas Núcleos de produção
	Como é feito?	Peça única, feita por uma pessoa, predominando processos manuais	Produção coletiva de séries de objetos	Produção em pequena escala de séries de objetos, individual ou coletivamente	Produção de coleções temáticas em núcleos de produção	Produção de objetos conceituais com enfoque cultural e/ou ecológico, com predominância do trabalho individual	Produção a partir de moldes e padrões pré-definidos, atividade secundária com o propósito de complementar a renda	Produção em pequena escala, com utilização de insumos e equipamentos disponíveis no local	Produção em série e de grande escala, com uso de fôrmas e moldes
USO	Para qual uso	Decorativo, educativo, lúdico, religioso	Adornos e acessórios, decorativo, educativo, lúdico, religioso, utilitário	Adornos e acessórios, decorativo, educativo, lúdico, religioso, utilitário	Adornos e acessórios, decorativo, educativo, lúdico, religioso, utilitário	Adornos e acessórios, decorativo, educativo, lúdico, religioso, utilitário	Adornos e acessórios, decorativo, educativo, lúdico, religioso, utilitário	Gastronomia	Adornos e acessórios, decorativo, educativo, lúdico, religioso, utilitário
DESTINO	Para quem? Onde?	?	?	?	?	?	?	?	?

Fonte: SEBRAE (2004, p. 30-31).

ANEXO B - CATEGORIAS E TIPOLOGIAS DE PRODUTOS ARTESANAIS (continuação).

CATEGORIAS			Arte popular	Artesanato				Trabalhos manuais (artesanato doméstico)	Produtos alimentícios típicos	Produtos industriais “Industrianato”	
				Indígena	Tradicional	Referência cultural	Conceitual				
TIPOLOGIA	MATÉRIA PRIMA NATURAL	Mineral	Argila, areia e pedra	Argila, pedra	Argila, areia, pedra	Argila, areia, pedra	Argila, areia, pedra	Argila, areia, pedra	Produção agropecuária típica e disponível na região	Geralmente são utilizados os insumos já processados industrialmente e que estão disponíveis no mercado. Às vezes, o menor preço prevalece, comprometendo a qualidade final do produto.	
		Vegetal	Fibras, madeiras, sementes, cascas, látex, resina	Fibras, madeira, sementes, cascas, látex, pigmentos/corantes, resina, fios	Fibras, madeiras, sementes, cascas, látex, resina	Fibras, madeiras, sementes, cascas, látex, resina	Fibras, madeiras, sementes, cascas, látex, resina	Fibras, madeiras, sementes, cascas, látex, resina			
		Animal	Couro, chifre e osso	Ossos, chifres, penas, plumas, conchas, corais	Ossos, chifres, penas, plumas, conchas, corais	Ossos, chifres, penas, plumas, conchas, corais	Ossos, chifres, penas, plumas, conchas, corais	Ossos, chifres, penas, plumas, conchas, corais			
	MATÉRIA-PRIMA PROCESSADA	Mineral	Metais, vidro	Corantes	Metais, vidro	Metais, vidro, resina, gesso					
		Vegetal	Fios, tecidos	Fios, látex, resina	Fios, tecido	Fios, tecidos, borracha					
		Animal	Couro, chifre, osso		Couro	Couro					
		Mineral + Vegetal + Animal	Massas	Fios sintéticos, resinas	Miçangas, tecidos e fios sintéticos	Massas, miçangas, tecidos e fios sintéticos, ceras e parafinas	Massas, couro sintético, miçangas, tecidos e fios sintéticos, ceras e parafinas				
	MATERIAS RECICLÁVEIS REAPROVEITÁVEIS	Mineral	Metais, vidro		Metais, vidro	Metais, vidro, plástico	Metais, vidro, plástico	Metais, vidro, plástico			
		Vegetal	Papel, têxteis, madeira		Têxteis, madeira	Papel, têxteis, madeira	Papel, têxteis, madeira	Papel, têxteis, madeira			
		Animal					Couro				

Fonte: SEBRAE (2004, p. 30-31).

D882d

Duarte, Márcia de Freitas

Desenvolvimento de carreira na indústria criativa cearense: histórias de vida de Mestres da Cultura do artesanato / Márcia de Freitas Duarte. Fortaleza, 2010.

204f.; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Administração e Controladoria) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária, Contabilidade e Secretariado. Fortaleza-CE, 2010.

1. Desenvolvimento de carreira 2. Indústria Criativa
3. Artesanato I. Título

CDD: 658.3