

ETNOGRAFIA DO EMPREENDEDORISMO CRIATIVO E CULTURAL DO ARTESANATO PAJEUSENSE

**“AS ARTES DA CASA DO ARTESÃO DE
SERRA TALHADA-PE”**



**Livro 1 - A Instituição e a Pesquisa
WALBER SANTOS BAPTISTA**

**Serra Talhada-PE
2022**

**ETNOGRAFIA DO
EMPREENDEDORISMO CRIATIVO E
CULTURAL DO ARTESANATO
PAJEUENSE**

**“AS ARTES DA CASA DO ARTESÃO DE
SERRA TALHADA-PE”**



**Livro 1 - A Instituição e a Pesquisa
WALBER SANTOS BAPTISTA**

**Serra Talhada-PE
2022**



Prof. Marcelo Brito Carneiro Leão
Reitor da UFRPE

Prof. Gabriel Rivas de Melo
Vice-Reitor

Edson Cordeiro do Nascimento
Diretor do Sistema de Bibliotecas da UFRPE

Antão Marcelo Freitas Athayde Cavalcanti
Diretor da Editora da UFRPE

Victor Sandes de Meneses
Diagramação e Edição

Larissa de Pinho Cavalcanti (UAST/UFRPE)
Paulo Roberto Souza Ramos (UAST/UFRPE)
Revisão

Walber Santos Baptista
Capa

Casa do Artesão de Serra Talhada
Fred Pinto
Imagens da Capa

Apoio
INCUBATEC UFRPE
UAST/UFRPE

**Dados Internacionais de Catalogação na
Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do
Livro, SP, Brasil)**

Baptista, Walber Santos

Etnografia do empreendedorismo criativo e cultural do artesanato Pajeusense [livro eletrônico] : "as artes da Casa do Artesão de Serra Talhada-PE" : a instituição e a pesquisa / Walber Santos Baptista. -- Recife, PE : Universidade Federal Rural de Pernambuco, 2022.

127p.

ISBN 978-65-86547-72-6

1. Arte e cultura 2. Artesãos - Serra Talhada (PE) 3. Artesanato - Serra Talhada (PE) 4. Artistas plásticos 5. Casa do Artesão de Serra Talhada (CAST) 6. Empreendedorismo 7. Etnografia I. Título.

ABREVIATURAS

- **a.C.** – Termo português que significa “antes de Cristo”
- **APAE-ST** – Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais – Serra Talhada
- **apud** – Termo latino que significa “citado por”
- **ASL** – Academia Serra-talhadense de Letras
- **BNB** – Banco do Nordeste do Brasil S.A.
- **CAST** – Casa do Artesão de Serra Talhada
- **Cf.** – Termo metodológico que significa “conferir”
- **CIN/UFPE** – Centro de Informática da UFPE
- **CLIESP** – Clínica Oftalmológica Especializada
- **CNPJ** – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
- **DEDUC/UFRPE** – Departamento de Educação da UFRPE
- **DLCH/UFRPE** – Departamento de Letras e Ciências Humanas da UFRPE
- **et al.** – Termo latino que significa “et ali” (e outros)
- **EXPOSERRA** – Feira de Indústria, Comércio e Serviços de Serra Talhada
- **FACISST** – Faculdade de Ciências da Saúde de Serra Talhada
- **FCST** – Fundação de Cultura de Serra Talhada
- **FCCST** – Fundação Casa da Cultura de Serra Talhada
- **FCAP** – Faculdade de Ciências de Administração de Pernambuco
- **FESP** – Fundação do Ensino Superior de Pernambuco
- **FIS** – Faculdade de Integração do Sertão
- **FUNDAJ** – Fundação Joaquim Nabuco
- **GAST** – Grupo de Artesãos de Serra Talhada
- **ibidem** – Termo latino que significa “na mesma obra”
- **IHGP** – Instituto Histórico e Geográfico do Pajeú
- **INCUBATEC UFRPE** – Incubadora de Base Tecnológica da UFRPE
- **ME** – Microempresa
- **MEI** – Microempreendedor Individual
- **mimeo** – Termo latino que significa cópia não publicada
- **nA** – Necessidades de Afiliação
- **nP** – Necessidades de Poder
- **nR** – Necessidades de Realização
- **ONG** – Organização Não Governamental
- **ONU** – Organização das Nações Unidas
- **op. cit.** – Termo latino que significa “opus citatum” (na obra citada)
- **PADR/UFRPE** – Programa de Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural da UFRPE
- **PPGC/UFPB** – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB

- **PPGECI-UFRPE/FUNDAJ** – Programa de Pós-Graduação em Educação, Culturas e Identidades
- **QVT** – Qualidade de Vida no Trabalho
- **s.d.** – Termo latino que significa “*sine data*” (sem a data)
- **SEBRAE** – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- **s.l.** – Termo latino que significa “*sine loco*” (sem local)
- **SENAR** – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
- **SESC** – Serviço Social do Comércio
- **sic** – Termo latino que significa “como foi dito pelo autor”
- **SUGEP/UFRPE** – Superintendência de Gestão e Desenvolvimento de Pessoas
- **UACSA** – Unidade Acadêmica do Cabo de Santo Agostinho
- **UAG** – Unidade Acadêmica de Garanhuns
- **UAM II/FRANÇA** – *Université d’Aix Marseille II* (França)
- **UAST** – Unidade Acadêmica de Serra Talhada
- **UBE-PE** – União Brasileira de Escritores – Seção Pernambuco
- **UFAL** – Universidade Federal de Alagoas
- **UFAPÉ** – Universidade Federal do Agreste Pernambucano
- **UFF** – Universidade Federal Fluminense
- **UFMA** – Universidade Federal do Maranhão
- **UFPB** – Universidade Federal da Paraíba
- **UFRN** – Universidade Federal Rural de Pernambuco
- **UFRPE** – Universidade Federal Rural de Pernambuco
- **UNESCO** – *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*
- **UNICAP** – Universidade Católica de Pernambuco
- **UNCTAD** – *United Nations Conference on Trade and Development*
- **UPE** – Universidade de Pernambuco

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Artesãos e Artistas Plásticos Fundadores.....	23
Figura 02 – Cartaz Elaborado pelo Artista Plástico Jorge Costa para o GAST	24
Figura 03 – Logomarca do GAST.....	24
Figura 04 – Ficha dos Itens Cadastrais e Documentais do GAST	25
Figura 05 – Imóvel Privado Alugado à FCCST – A CAST (Antes da Reforma)	28
Figura 06 – Imóvel Privado Alugado à FCCST – A CAST (Depois da Reforma)	28
Figura 07 – Vista Aérea da Localização da CAST.....	29
Figura 08 – Convite de Inauguração da CAST (14/06/2008)	30
Figura 09 – Fotos da Inauguração da CAST (em 14/06/2008).....	31
Figura 10 – Fachada da CAST (Dia da Inauguração)	32
Figura 11 – O GAST no II Encontro Nordestino de Xaxado – Serra Talhada-PE	40
Figura 12 – Exposição de Peças no Stand da Casa da Cultura de Serra Talhada-PE (ExpoSerra 2011)	40
Figura 13 – Feira de Artesanato – Praça da Concha – Serra Talhada-PE (21/07/2012)	41
Figura 14 – Reportagem sobre o Lançamento do Curso (Jornal Desafio)	61
Figura 15 – Abertura do Curso (Auditório da Câmara dos Vereadores de Serra Talhada)	62
Figura 16 – Algumas Imagens das Aulas dos Professores e os Artesãos	62
Figura 17 – Artesãos na Confraternização de Conclusão do Curso	63
Figura 18 – Os Artesãos Recebendo seus Certificados	64
Figura 19 – Criatividade na Economia Atual.....	96
Figura 20 – Setores da Economia Criativa Definidos pela UNCTAD	100
Figura 21 – Princípios Norteadores da Economia Criativa	101

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Total Geral dos Investigados	109
Quadro 05 – Local de Nascimento dos Artesãos	110
Gráfico 02 – Grau de Instrução	110
Gráfico 03 – Local de Nascimento e Origem dos Investigados	111
Gráfico 04 – Tipos de Atividades Ocupacionais.....	111
Gráfico 05 – Localização de Instalação do Ateliê.....	112
Quadro 06 – Outros Insumos e Matérias-Primas	113
Gráfico 06 – Atividades Externas ao Artesanato.....	114
Gráfico 07 – Formalização do Artesanato.....	115

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Coordenadores do Curso de Extensão	45
Quadro 02 – Minicursos e os Responsáveis	46
Quadro 03 – Necessidades Adquiridas de McClelland.....	91
Quadro 04 – Características do Pensamento Criativo.....	104
Quadro 07 – Atividades Externas ao Artesanato.....	114

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Minicursos e as Informações Numéricas.....	47
Tabela 02 – Relação dos Atores Sociais Pesquisados	109
Tabela 03 – Idade dos Artesãos e Artistas Plásticos	111
Tabela 04 – Medidas de Tendência do Ano de Criação.....	112
Tabela 05 – Tempo de Atividade no Artesanato.....	113

AGRADECIMENTOS

Posso dizer, com certeza, que esse livro tem o ‘espírito’ de diversas pessoas, pois foi idealizado e escrito por uma pessoa, revisado por duas, testemunhado por outras dezenas que, sem elas, não teríamos conseguidos juntos, concluí-lo.

Agradeço penhoradamente à Fundação Casa da Cultura de Serra Talhada (FCCST)¹, através do seu presidente – à época –, Sr. Tarcísio Rodrigues, que possibilitou a infraestrutura para a realização dos minicursos, que deram o ‘ponta pé’ para a existência dessa obra; além de ter abrilhantado com a Apresentação desse Livro.

Agradeço à Casa do Artesão de Serra Talhada (CAST), na pessoa do Sr. Fred Pinto, que à época, era o Coordenador da CAST, que abriu as portas e janelas – de suas dependências – para que a UAST/UFRPE pudesse patrocinar, gratuitamente, um Curso de Extensão, capaz de qualificar seus colaboradores (artesãos), direcionando-os a um novo degrau, a todos que participaram, de tal capacitação, a custo zero.

Agradeço à Escola Técnica Clóvis Nogueira Alves (ETECNA) pela cessão de infraestrutura, para a realização das aulas de Microinformática, previstas no calendário do Curso de Extensão da UAST/UFRPE, para os diletos artesãos e artistas plásticos.

Agradeço aos artesãos e artistas plásticos que se dispuseram a compartilhar suas experiências, suas artes, suas emoções e suas motivações nesse compêndio. Àqueles que transformam uma matéria-prima bruta em uma obra lapidada, etnografada e cheia de vida.

Agradeço às famílias dos artesãos que já não estão mais em vida e que deixaram um precioso e grande legado artístico que, com sua genialidade, permitiu que muitos outros artesãos e artistas plásticos pudessem segui-los, dando-lhes, sobretudo, inspiração.

Agradeço à Instituição UFRPE que cedeu alguns técnicos e professores para a consecução dos minicursos e outras colaborações que possibilitaram a realização do Projeto de Extensão:

- Professores:
 - Dr. Fernando Joaquim Ferreira Maia (UFPB), que, há época, ensinou a disciplina ‘Noções de Direito do Consumidor’;
 - Dr.^a Lindalva Silva Correia Maia (UFMA), que, há época, foi a ‘Vice-Coordenadora do Projeto de Extensão’;

¹ Atualmente chamada de Fundação Cultural de Serra Talhada (FCST)

- Dr. Luciano Farias de Almeida (UFPB) que, há época, ensinou a disciplina 'Química de Tintas e Pigmentos: Tipos, Manuseio e Aspectos Ambientais';
- Me. Luciano Galvão Freire Júnior (UAST/UFRPE) que, há época, ensinou a disciplina 'Noções de Administração e Formalização de Pequenos Negócios';
- Me. Marcus Vinícius M. de Lucena (UAST/UFRPE) que, há época, ensinou as disciplinas 'Noções de Contabilidade Geral' e 'Noções de Matemática Financeira Básica';
- Dr.^a Priscila Rodrigues Freitas (UAST/UFRPE) que, há época, ensinou a disciplina 'Noções de Custo de Produção e Formação de Preço de Mercado';
- Dr. Richarlyson Alves D'Emery (UAST/UFRPE) que, há época, ensinou a disciplina 'Introdução à Microinformática Básica';
- Dr.^a Veridiana Alves de S. F. Costa (DEDUC/UFRPE) que, há época, ensinou as disciplinas 'Motivação e Sensibilização: Abrindo Caminhos para o Artesão' e 'Noções de Gestão de Pessoas';
- Dr.^a Maria Waleska Camboim Lopes de Andrade (UAST/UFRPE) que, há época, ensinou as disciplinas 'Ética da Responsabilidade no Mundo Globalizado' e 'Dinâmica de Motivação e Sensibilização: Abrindo Caminhos para o Artesão';
- Me. Walber Santos Baptista (UAST/UFRPE) que, há época, ensinou as disciplinas 'Empreendedorismo Básico'; 'Noções de Marketing e Atendimento ao Cliente'; e 'Iniciação ao Planejamento do Negócio'.
- Técnicos:
 - Esp. Geyza Leyde C. Lustosa (Coop. Internacional/UFRPE) que, há época, instruiu a disciplina 'Noções de Comercialização de Negócios Artesanais';
 - Esp. Helen Graça C. da Silva (UACSA/UFRPE) que, há época, instruiu a Disciplina Motivação e Sensibilização: Abrindo Caminhos para o Artesão';
 - Esp. Jesiel Rodrigues de Lima (UAG/UFRPE)² que, há época, foi o Mestre de Cerimônia do Evento de Abertura.

Agradeço também aos alunos da UAST e outros colaboradores que, de modo voluntário, participaram, no Projeto de Extensão e de Pesquisa, para a coleta dos dados, sem os quais esse Livro não estaria sendo efetivamente realizado, citando-os:

- Alunos do Curso de Bacharelado em Administração da UAST/UFRPE:
 - Caio Diniz Borges
 - Cristiele Pereira da Silva
 - Felipe Alves de Lima
 - Gisele Fernanda R. Silva
 - Jéssica de Siqueira Braga
 - Marcela Mary P. Vilela
 - Taciana Florentino de Lima
 - Thaisa Samara de Sá Barbosa
 - Thiago Inácio de Oliveira
- Aluno do Curso de Bacharelado em Economia da UAST/UFRPE:

² Atualmente UFAPE – Universidade Federal do Agreste Pernambucano.

- Uilton de Araújo Lima.
- Aluna do Curso de Bacharelado em Economia do DLCH/UFRPE:
 - Juliana Soares Silva
- Aluna do Curso de Bacharelado em Licenciatura em Química da UAST/UFRPE:
 - Maria da Penha Santos
- Alunos do Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação da UAST/UFRPE:
 - Andréa Cibelly S. Sobreira
 - Clébia Alves Beserra
 - Cleyton Vanut C. de Magalhães e
 - Maycon Herverton L. F. da Silva
 - Pablo Vinicius A. de Barros
 - Ronnie Edson S. Souza
 - Tiago de Sá Santana
- Colaboradora externa:
 - Maria Cleane dos Santos (FIS).

Agradeço também aos Professores do Curso de Licenciatura em Letras da UAST/UFRPE, Dr.^a Larissa de Pinho Cavalcanti (pela Revisão Ortográfica) e Dr. Paulo Roberto Souza Ramos (pela Revisão Geral), pela colaboração sempre disponível.

Agradeço ao Prof. Dr. Emanuel Ferreira Leite (FCAP/UPE) que, com seu incentivo e conhecimento, impulsionou-me aos saberes sobre o empreendedorismo e a inovação, bem como (de pronto) nos abrilhantou com o Prefácio dos Livros 1 e 2.

Agradeço ao Coordenador da INCUBATEC UFRPE, Me. Paulo Manuel dos Santos que, com seu espírito visionário, apoiou-nos na realização desse livro e contribuiu com uma das 'Apresentações' desse trabalho.

Agradeço à minha família que sempre me incentivou às investigações e a entender que os tempos de pesquisa são tempos úteis e fascinantes, pois geram resultados.

Enfim, agradeço ao Altíssimo, o Grande Construtor e Arquiteto de todas as amostras e do Universo Natural e Científico, que me forneceu os três pontos basilares dessa empreitada: a paciência, a sabedoria e a habilidade, não só para apresentar à comunidade serra-talhadense e à Casa do Artesão de Serra Talhada (CAST) o resultado desse trabalho, bem como, e principalmente, aos seus artesãos e artistas plásticos, os verdadeiros empreendedores criativos e culturais desse território pernambucano chamado 'Sertão do Pajeú'.

Este Livro 1, intitulado 'A Instituição', foi baseado em empreendedorismo, história, sentimentos, realidades e muita arte, além de muita cultura popular como tempero.

Serra Talhada-PE, 2018

Walber Santos Baptista

Professor, Pesquisador e Extensionista
da UAST/UFRPE

APRESENTAÇÃO 1

A RECOMPENSA DE UMA LUTA

A CASA DO ARTESÃO é fruto da luta, do esforço e da dedicação de todos aqueles que fazem arte em Serra Talhada; uma luta que teve como um de seus principais atores, o Grupo de Artesãos de Serra Talhada – GAST.

O GAST já não existe mais; no entanto, cumpriu o seu papel. Conseguiu através da FUNDAÇÃO CASA DA CULTURA DE SERRA TALHADA transformar em realidade, um sonho que já perdurava há décadas. A luta por um espaço próprio para o segmento ‘artesanato’, já vinha de longe, desde os primórdios da Casa da Cultura.

Em 1988, a Casa da Cultura, em parceria com a Fundação Joaquim Nabuco, realizou o 1º Seminário de Ação Cultural de Serra Talhada, que visava traçar um diagnóstico Cultural do município e, lembro-me, naquela época, o segmento ‘artesanato’ foi o que mais se destacou no seminário, principalmente por suas reivindicações em favor da classe.

Pois bem, os anos passaram. Parte de tudo que foi discutido naquele Seminário foi acontecendo paulatinamente; já o sonho dos artesãos – de possuir seu espaço, exatamente porque se fazia necessário ‘um espaço para se comercializar o artesanato local’ e, também, que viesse a incentivar e direcionar os talentos de nossos artistas –, continuava adormecido.

E, enquanto isto não acontecia, os artistas foram encontrando maneiras de levarem seus produtos até o consumidor final e, mais, mostrar o potencial artístico do município, divulgando-o através de suas peças artesanais.

Nasceu então o GAST, que passou a ser o elo de união dos artesãos; e foi além, abrigou também artistas plásticos, músicos e tantos outros que se enxergavam na mesma luta.

O grupo enfrentou dificuldades, o que de fato não era fácil para os artesãos abrirem seus próprios negócios. Até que entrou em cena a FUNDAÇÃO CASA DA CULTURA DE SERRA TALHADA, que já conhecia toda luta travada pelos artesãos, que esteve com eles no Seminário de 1988 e que comungava dos mesmos ideais.

Assim, em 14 de junho de 2008, o sonho se concretizava, passava do abstrato para o concreto e se materializou na Praça Agamenon Magalhães, ao lado da Concha Acústica, no Marco Zero de Serra Talhada. Nada mais providencial.

Está lá, fisicamente, a CASA DO ARTESÃO, um segmento da Casa da Cultura, que em pouco tempo se transformou num dos principais pontos turísticos da cidade e, que abriga do artesanato local, tudo de mais representativo da arte popular da cidade.

Um espaço que, além de uma loja, onde se comercializa a produção de cerca de 150 artistas (artesãos e artistas plásticos), mantém também salas para realização de oficinas de artes e palestras e, mensalmente, realiza uma feira de artesanato,

visando à geração de renda para nossos artesãos e, mais ainda, a divulgação de nossa cultura.

Ver os artesãos abrigados no seu próprio espaço é algo que nos deixa com um sentimento do dever cumprido, nos deixa feliz; e acredito que deixam mais felizes ainda àqueles que estiveram à frente do GAST, que durante tantos anos perseguiram um ideal.

Com certeza deve bater forte no peito de cada um o sentimento de orgulho, em saber que A CASA DO ARTESÃO traz em si um pouco deles. Hoje a cidade toda se orgulha da CASA DO ARTESÃO; a própria CASA DA CULTURA se orgulha em ter criado um espaço onde se respira arte, tradição e cultura.

A CASA DO ARTESÃO passou a ser um patrimônio da população local que se orgulha das peças expostas nas lojas. Fazem visitas, trazem parentes, amigos, turistas, para conhecerem de perto todo potencial dos nossos artesãos; e poucos sabem do empenho, da luta, do desprendimento, da doação de cada artesão para que tudo isso acontecesse.

Todavia, é assim que se resgata a história de um povo, é assim que se conta a história de um povo, é assim que se escreve a história de um povo: com luta, com determinação, com empenho, e neste nosso caso, com o talento destes seres maravilhosos que emprestam suas mãos para darem formas as nossas expressões, para perpetuarem, seja no barro, na pedra ou na madeira, os nossos sentimentos.

Tarcísio Rodrigues³

Escritor e Ex-Presidente da Fundação
Casa da Cultura de Serra Talhada

³ Escritor, romancista, ator e diretor teatral; foi o fundador e, à época, presidente da Fundação Casa da Cultura de Serra Talhada. É membro da UBE-PE e da Academia Serra-talhadense de Letras (ASL). Foi o responsável pelo Plebiscito de Lampião, em 1991 e é pesquisador da História de Serra Talhada e do Pajeú. É autor de dois romances, sendo o mais conhecido, o 'Lubião', da Editora Babeco (2010) e o outro 'O Beato' (no Prelo), premiado com menção honrosa no 1º Concurso Literário de Pernambuco, em 2012.

APRESENTAÇÃO 2

É com imensa satisfação que nós, que fazemos a INCUBATEC UFRPE, apoiamos a iniciativa de se elaborar um estudo sobre a trajetória dos artesãos de Serra Talhada, sob a condução do professor Walber Baptista, docente da Universidade Federal Rural de Pernambuco – Unidade Acadêmica de Serra Talhada, grande entusiasta e incentivador da cultura do empreendedorismo local.

Filion (1999) traz uma definição sobre empreendedor, como sendo aquele indivíduo que “imagina, desenvolve e realiza visões” (*ibidem*, p.19). Em seus relatos, o autor procura classificar essas visões em três categorias: emergente, central e complementares. A visão emergente está voltada para a concepção e validação da ideia; a visão central, por sua vez, resulta de uma ou mais visões emergentes e se subdivide em visão interna e externa.

A externa está relacionada com o espaço em que o produto ou serviço poderá ocupar no mercado; e, a visão interna, volta-se para o tipo de organização que deverá ser criada para o alcance dos objetivos desejados. Já as visões complementares estão relacionadas com as atividades de gestão que são necessárias para a realização da visão central.

Os caminhos percorridos pelos artesãos de Serra Talhada, de certo modo, estão entremeados pela “Teoria Visionária de Filion” que teve seus conceitos introduzidos no Brasil em conjunto com Fernando Dolabela. O espaço de convivência, produção e comercialização de artesanatos – A CASA DO ARTESÃO – resulta de sonhos, desejos e aspirações de muitos artistas locais, apoiados por pessoas e instituições que acreditaram nesta iniciativa.

A história comprova que o desejo se tornara realidade, após muita persistência, comprometimento, planejamento e iniciativa, que são características empreendedoras essenciais para o indivíduo que vislumbra transformar a realidade local utilizando-se da criatividade e da inovação como elementos centrais do processo produtivo inovador.

Recife, 2018

Me. Adm. Paulo Manoel dos Santos

Coordenador da INCUBATEC UFRPE

PREFÁCIO

O número de indivíduos, que deseja criar o seu próprio negócio, cresce dia a dia. O fenômeno do empreendedorismo vem se alastrando pelos quatro cantos do Mundo, em ritmo cada vez mais alucinante.

O candidato a empreendedor tem que vencer uma verdadeira corrida de obstáculos para poder concretizar o sonho de ser dono de seu próprio negócio. Esperamos que a leitura de "Uma Etnografia do Empreendedorismo Criativo do Artesanato Pajeusense: As Artes da Casa do Artesão de Serra Talhada-PE", do Professor Walber Santos Baptista, ao mesmo tempo em que discorre sobre empreendedorismo, desperta também, no leitor, a força do espírito empreendedor, como opção de vida.

O empreendedorismo será a alternativa profissional para muitos indivíduos no século XXI. Vivemos a era do poder da informação, dos negócios *online*, da força das ideias audaciosas... e da sorte. As ideias são a nova moeda do mundo empresarial. Quem tem uma ideia, um sonho, depara-se com duas opções: ou faz o que é necessário para colocá-la em prática, ou arranja muitas desculpas para não ter que fazê-la.

Na concepção de Schumpeter (1961), a característica principal do sistema capitalista era a "destruição criadora", a qual definiu como um processo orgânico, de permanente mutação industrial. Este mecanismo de destruição é responsável pelo fenômeno de encerramento de fábricas, eliminação de postos de trabalho, porém é também capaz de orientar os agentes econômicos para adaptar-se às mudanças tecnológicas e preferências dos clientes.

Schumpeter (1961) utilizou essa designação, "destruição criadora", para definir a mutabilidade, isto é, a natureza dinâmica dos fenômenos econômicos, mantendo que o apego ao pensamento e às estruturas existentes bloqueie a receptividade a novas ideias.

Se um indivíduo inventa uma nova combinação de negócio que satisfaz melhor as necessidades que as combinações de negócios existentes, isso leva, de acordo com a teoria dinâmica de à "destruição criadora", das velhas estruturas até que qualquer coisa nova surja para mudar a situação. Enquanto uma pessoa enxerga um monte de barro, o artesão – esse empreendedor tão pouco apoiado – vislumbra uma peça, uma obra, que é a materialização de uma ideia transformada em realidade.

O impacto do empreendedorismo na Cidade Serra Talhada, através de seus artesãos, é o que o Professor Walber Santos Baptista nos presenteia com essa magnífica obra, fruto de anos de pesquisa muito bem estruturada, que resultou nessa publicação. Não devemos confundir o desejo de ser dono da própria empresa com uma fuga de algo que nos incomoda. O empreendedorismo exige permanente disposição plena da fase inicial. Lembrando, ainda, que não devemos esquecer que o tempo de maturação de um negócio nem sempre coincide com nosso estado de espírito.

Na ótica de David McClelland (1961; 1972), empreendedorismo é comportamento; segundo Peter Drucker (2003), é inovação; na visão schumpeteriana é a “destruição criadora”; e revela, sobretudo, um sujeito com uma forte necessidade de realização, líder, dinâmico, flexível diante das mudanças, dotado da capacidade de assumir riscos calculados, de excelente percepção e com grande visão para o aproveitamento das oportunidades, conforme McClelland (1961).

Sem dúvidas, a despeito de tantas deficiências, as microempresas (ou empreendedores individuais – aqui representados pelos artesãos) são um dos principais motores do desenvolvimento econômico do Brasil, gerando milhões de empregos e contribuindo para a redução da pobreza regional.

Um país será verdadeiramente desenvolvido na medida em que souber criar, para suas empresas, um ambiente no qual elas tenham condições de melhorar e inovar mais depressa que suas ‘rivais estrangeiras’, isto é, as empresas precisam de condições que lhes permitam criar inovações, o que invariavelmente se dá pelo emprego adequado de tecnologias já existentes, essa é a minha percepção.

No comportamento empreendedor dos artesãos é possível sentir a presença inequívoca da criatividade, da inovação e do talento voltado ao artesanato; os empreendimentos criativos e inovadores representam a fronteira do desenvolvimento econômico e social, pois, agregam, em seu entorno, empreendedores altamente criativos em negócios, onde a capacidade de transformação de ideias em arte, através do trabalho manual, que cria elementos artísticos de enorme valor agregado.

Os artesãos empreendedores são talentosos, tolerantes aos erros e dominam a tecnologia usada nos seus empreendimentos. Essas qualidades lhes permitiram inovar, apostar na tecnologia e no comportamento empreendedor. É preciso resgatar a ‘cidadania empresarial’, através do apoio aos artesãos com espírito empreendedor, que utilizam a sua capacidade de colocar em prática, a sua criatividade e iniciativa, habilidade de ligar o produto, ao conhecimento; junte-se a isso a atividade empreendedora e o dinamismo em renovar constantemente a organização e seu produto/serviço, mesmo que isto exija torná-los obsoletos. É preciso colocar em prática o ‘círculo virtuoso’ do trinômio ‘riqueza humana *versus* competitividade *versus* riqueza econômica’.

A criatividade e a inovação estão a se tornar num *input* cada vez mais importante no processo produtivo de todos os bens e serviços; todavia, há um grupo de atividades nas quais é usada uma especificidade profissional de elevado grau: a da qualidade nas peças criadas pelos artesãos empreendedores.

A “destruição criadora” (e criativa) – do barro a uma peça artesanal – é a característica do impressionante impulso inovador do capitalismo. Mudanças trazem vantagens para uns e desvantagens para outros. O artesão empreendedor precisa ter uma clara visão de seu sucesso e tomar uma direção para alcançá-lo.

É o desafio de transformar ideias em produção; é vencer o desafio de passar de um simples artesão a um artesão empreendedor. E para atingir esses objetivos,

ele tem de descobrir algo que diferencie o seu negócio dos outros, procurando, dentre outras coisas:

- a) formular uma visão baseada na realidade;
- b) definir os valores centrais e a filosofia de seu negócio;
- c) criar uma declaração da missão da empresa que seja precisa, concisa e inspiradora; e
- d) avaliar um conceito unificado para criar valor para seus clientes.

Os produtos e serviços ofertados pelo artesão empreendedor são, sobretudo, produtos/serviços com muito valor acrescentado, produtos/serviços reconhecidos em toda parte pelo alto grau de tecnologia sofisticada e um capital intelectual incorporado e, portanto, não competem apenas em termos de preço: são empreendimentos baseados no conhecimento.

A indústria criativa e inovadora caracteriza-se por exercer 'atividades que têm a sua origem na criatividade, inovação, competências, talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riquezas, através de geração e exploração da propriedade intelectual'.

Os negócios chamados de artesanato, criados através de um trabalho cooperado, podem ser definidos como um empreendimento que congrega a forma, desenvolvimento ou produção de um novo produto/serviço ou processo através da sistemática do conhecimento técnico-científico existente, empregando largamente o 'estado da arte', das técnicas de gestão existentes, num meio associativo chamado 'Casa do Artesão de Serra Talhada'.

O livro do professor Walber nos ensina que o empreendedorismo pode se desenvolver em qualquer local e em sua vertente social se encontra um verdadeiro processo em expansão.

Recife, 23 de fevereiro de 2014

Prof. Dr. Emanuel Ferreira Leite⁴
Universidade de Pernambuco

⁴ Professor de Empreendedorismo da Universidade de Pernambuco (Escola Politécnica/UPE e FCAP/UPE); Pós-Doutor em Inovação e Empreendedorismo (Universidade de Aveiro, Portugal) e Doutor em Ciências da Engenharia (Universidade do Porto). Autor dos consagrados livros "O Fenômeno do Empreendedorismo - Criando Riquezas" (Editora Bagaço); "Empreendedorismo, Inovação, Incubação de Empresas e a Lei de Inovação" (Editora Bagaço) e "O Fenômeno do Empreendedorismo" (Editora Saraiva). (Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/3854950002433051>>).

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 INTRODUÇÃO	19
1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	19
1.2 OBJETIVO E METODOLOGIA	20
1.2.1 Objetivo	20
1.2.2 Metodologia.....	20
1.3 ESTRUTURA DESTE LIVRO	22
CAPÍTULO 2 – A CASA DO ARTESÃO DE SERRA TALHADA (CAST)	23
2.1 A PRIMEIRA ORGANIZAÇÃO: O GRUPO DE ARTESÃOS DE SERRA TALHADA (O GAST)	23
2.1.1 A História e os Desafios.....	23
2.1.2 A História Contada até o Fim.....	26
2.2 O SURGIMENTO DA “CASA DO ARTESÃO DE SERRA TALHADA (CAST)” ...	27
2.3 A CAST, SEU PRESENTE E AS VISÕES DO FUTURO	32
2.3.1 O Presente da CAST.....	32
2.3.2 O Seu Futuro.....	33
2.3.3 ‘Uma Descontinuidade ou um Recomeço’?.....	33
2.4 UMA LINHA DO TEMPO	34
2.5 IMAGENS NO TEMPO	40
CAPÍTULO 3 – CURSO DE FORMAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE MICRO E PEQUENOS NEGÓCIOS – MÓDULO ARTESANATO	43
3.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	43
3.2 OBJETIVOS DO CURSO	44
3.3 JUSTIFICATIVA	44
3.4 TABELAS E QUADROS DOS COORDENADORES, MINICURSOS E RESPONSÁVEIS	45
3.4.1 Quadro dos Coordenadores Responsáveis.....	45
3.4.2 Quadro das Disciplinas e dos Professores e Instrutores Responsáveis	46
3.4.3 Tabela do Quantitativo das Variáveis Dependentes das Respective	46
Disciplinas.....	46
3.5 MINICURRÍCULOS DOS COLABORADORES	48
3.5.1 Geyza Leyde Camello Lustosa	48
3.5.2 Helen Graças Correia da Silva.....	49
3.5.3 Fernando Joaquim Ferreira Maia	50
3.5.4 Jesiel Rodrigues de Lima	51
3.5.5 Lindalva Silva Corrêia Maia	52
3.5.6 Luciano Farias de Almeida	53
3.5.7 Luciano Galvão Freire Junior.....	54
3.5.8 Marcus Vinicius Medeiros de Lucena.....	55
3.5.9 Maria Waleska Camboim Lopes de Andrade	56

3.5.10 Priscila Michelle Rodrigues Freitas	57
3.5.11 Richarlyson Alves D'Emery	58
3.5.12 Veridiana Alves de Sousa Ferreira Costa.....	59
3.5.13 Walber Santos Baptista.....	60
3.6 IMAGENS DIVERSAS.....	61
3.6.1 Imagens do Destaque Jornalístico da Abertura do Curso	61
3.6.2 Imagens da Abertura do Curso	62
3.6.3 Imagens dos Minicursos.....	62
3.6.4 Imagens da Formatura	63
CAPÍTULO 4 – PERSPECTIVAS TEÓRICAS	65
4.1 PERSPECTIVAS TEÓRICAS SOBRE CULTURA, FOLCLORE E ARTESANATO .	65
4.1.1 Cultura Sociológica e a Cultura Popular.....	65
4.1.2 O Folclore e a Expressão Artística do Povo	67
4.1.3 O Artesão e o seu Artesanato: A Arte do Povo	71
4.1.4 Do Artesanato ao Comércio	74
4.1.5 O Artesanato e o Setor Informal.....	78
4.2 PERSPECTIVAS TEÓRICAS SOBRE EMPREENDEDORISMO E os PEQUENOS	80
NEGÓCIOS.....	80
4.2.1 Do Artesão ao Entrepreneur.....	80
4.2.2 Empreendedorismo: Conceitos e Importância.....	84
4.2.3 O Empreendedorismo e os Aspectos Econômicos da Invenção e da	86
Inovação	86
4.2.4 O Empreendedorismo e os Aspectos Sociopsicológicos, Organizacionais	89
e Gerenciais	89
4.3 PERSPECTIVAS SOBRE UMA ECONOMIA CRIATIVA E DA CULTURA.....	93
4.3.1 Sobre uma Fundamentação Econômica	93
4.3.2 Sobre a Evolução à Economia Criativa	95
4.3.3 A Ideia de um Empreendedorismo Criativo e Cultural.....	102
4.3.4 O Empreendedorismo Criativo.....	103
4.3.5 O Empreendedorismo Cultural.....	105
CAPÍTULO 5 – RESULTADOS DA PESQUISA DO PERFIL DOS PERSONAGENS .	109
5.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	109
5.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS	109
CAPÍTULO 6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	117
6.1 CONSIDERAÇÕES DOS ARTESÃOS SOBRE O SURGIMENTO DO SENSO	117
ARTÍSTICO.....	117
6.2 CONSIDERAÇÕES DOS ARTESÃOS SOBRE A MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA	117
EM PRATICAR A ARTESANIA	117
6.3 CONSIDERAÇÕES DOS ARTESÃOS SOBRE A INOVAÇÃO PRATICADA AOS	118
ARTESANATOS REFERÊNCIAS	118

CAPÍTULO 1 INTRODUÇÃO

1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Esse Livro 1 objetiva apresentar os resultados da pesquisa realizada com os personagens – artesãos, artistas plásticos e grupos artesanais de Serra Talhada e adjacências –, vinculados à Casa do Artesão de Serra Talhada (CAST). Tal ‘pesquisa acadêmica’ foi fruto do ‘Projeto de Extensão Universitária’, iniciado e realizado com tais artesãos e artistas plásticos, ministrados por ‘Servidores Públicos Federais’ da UAST/UFRPE – professores e técnicos –, tendo, na qualidade de colaboradores, alguns alunos que participaram como auxiliares em algumas atividades (no auxílio às disciplinas e durante a pesquisa, com aplicação do *survey*), no decorrer daquele período.

O Curso de Extensão Universitária intitulado de ‘Curso de Formação em Empreendedorismo e Gestão de Pequenos Negócios – Módulo Artesanato’ foi realizado no ano de 2009, demandando cinco meses e quinze dias, ininterruptos, iniciando em agosto daquele ano, para ser concluído em dezembro, ao ofertar 14 minicursos, de forma multidisciplinar, sendo apresentado no Capítulo 3, desse Livro 1.

Percebeu-se que haveria uma grande oportunidade para poder investigar o Espírito Empreendedor desses atores sociais. Seria a forma de apresentar em números, uma perspectiva mínima daquele empreendedorismo criativo e cultural, que congregou tantos artistas juntos.

A pesquisa teve seu início em 2010, tendo o seguinte título do Projeto:

“IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR DOS ARTESÃOS DO MUNICÍPIO DE SERRA TALHADA-PE, NAS PERSPECTIVAS DE McCLELLAND, DRUCKER E SCHUMPETER”.

Inicialmente, achou-se que em dois anos seria possível fazer as investigações, com a aplicação de questionários e entrevistas, em um ‘*survey*’ semiestruturado. Entretanto, não foi bem assim. Alguns atores sociais já estavam falecidos; outros artesãos já não moravam mais em Serra Talhada, poucos se recusaram a responder aos questionários; muitos foram gentis e dispostos a cooperar. É lamentável que uma parcela não tenha podido participar, por outros motivos pessoais.

A CAST facilitou a maioria das informações internas (pessoais, históricas, dos eventos participados e das oportunidades surgidas), que teve como base os dados organizacionais (os quais não foram medidos os esforços, objetivando apresentá-los a sua própria comunidade artesã, como também a toda a sociedade serra-talhadense), para transpô-los através desse Livro 1.

Foram cinco anos de coleta de dados e mais uns três de redação e concatenação de ideias, unificando as informações em parágrafos, tabelas e gráficos, tendo algumas variáveis controláveis (possibilitada pela CAST) e outras incontroleáveis (que independiam da vontade do pesquisador), como a recusa de fornecimento de dados e outras informações.

Após esse longo tempo, diversos dados foram reunidos, além de uma coleção de imagens, um sem-número de relatos, de vivências, capazes de resumir numa harmonia de conhecimentos e saberes que serão divulgados para a posteridade, em forma de livro (ou compêndio), que possa retratar um lado dessa faceta humana e histórica, da Casa do Artesão de Serra Talhada, a CAST, bem como dos seus atores sociais, homens e mulheres criativos, inovativos e empreendedores.

1.2 OBJETIVO E METODOLOGIA

1.2.1 Objetivo

O objetivo inicial deste Livro 1 foi o de apresentar os artesãos e artistas plásticos vinculados e cadastrados à Casa do Artesão de Serra Talhada, suas ideias, suas artes e o empreendedorismo lá existente. Verificou-se que, na medida pela qual a pesquisa foi sendo desenvolvida, surgiram outras oportunidades importantes, que permitiram que alguns artesãos e artistas plásticos (até então não cadastrados), de diversas localidades do Sertão do Pajeú, fossem acrescentados ao projeto inicial (e cadastrados posteriormente), devendo eles, do mesmo modo, serem investigados, principalmente pela história de vida, pelas obras, pelas peças e pelas artes desenvolvidas – objetos primordiais desse livro: a arte e o artesanato.

Desse modo, ao ampliar o escopo inicial, o objetivo passou a ser o de “apresentar os resultados da pesquisa realizada com os artesãos, artistas plásticos e grupos artesanais de Serra Talhada e adjacências vinculados à Casa do Artesão de Serra Talhada (CAST)”.

1.2.2 Metodologia

A pesquisa, ora realizada, foi alicerçada no tipo ‘qualitativa’, tendo uma base explanatória, com o uso de um *survey*. Com base em Creswell (2010, p.206), uma pesquisa qualitativa [...]

[...] emprega diferentes concepções filosóficas; estratégias de investigação; e métodos de coleta, análise e interpretação dos dados. Embora os processos sejam similares, os procedimentos qualitativos baseiam-se em dados de texto e imagem, têm passos singulares na análise dos dados e se valem de diferentes estratégias de investigação.

A metodologia utilizada se baseou num misto entre um ‘estudo de caso’ (YIN, 2001) e um estudo ‘etnográfico realista’ (SEMPREBOM; FREITAS; AUGUSTO, 2013). No primeiro método, valeu-se do uso de um ‘*survey*’ (FREITAS *et al.*, 2000),

no qual pôde-se aplicar um questionário semiestruturado, que foi compartilhado com um guia de entrevista também semiestruturado, aliado a uma coleta de dados e de informações pessoais, feita àqueles personagens da CAST.

No segundo método (ou estratégia de pesquisa), buscou-se o pressuposto teórico de 'estudos culturais', que, segundo Semprebom, Freitas e Augusto (2013, p.131), "aborda como o público se relaciona com o significado socialmente aceito e desafia o *status quo* por meio de uma crítica geral e própria cultura" (sic). Para Godoy (*apud* ANDION; SERVA, 2010, p.153),

A pesquisa etnográfica abrange a descrição dos eventos que ocorrem na vida de um grupo (com especial atenção para as estruturas sociais e o comportamento dos indivíduos enquanto membros do grupo) e a interpretação do significado desses eventos que a cultura do grupo.

Isso ratifica a posição de que a pesquisa realizada com os artesãos da CAST é passível de ser uma investigação do tipo etnográfica, caracterizadamente. Assim, 'Etnografia' vem a ser, segundo Angrosino (2009, *apud* SEMPREBOM; FREITAS; AUGUSTO, 2013, p.129), "a arte e a ciência de descrever um grupo humano – suas instituições, seus comportamentos interpessoais, suas produções materiais e suas crenças". Com isso, ratifica-se como uma estratégia de pesquisa, muito importante e necessária para sua consecução. Lévi-Strauss (*apud* SEMPREBOM; FREITAS; AUGUSTO, 2013, p.129) consolida ao afirmar que "a etnografia consiste na observação e análise de grupos humanos considerados em sua particularidade e visando sua reconstituição, tão fiel quanto possível, da vida de cada um deles". E foi isso que se buscou nas entrevistas realizadas, com todos os artesãos e artistas plásticos entrevistados - um a um – uma realidade de todos os atores sociais envolvidos, a mais objetiva possível.

Utilizou-se um questionário semiestruturado que foi dividido em duas partes, sendo que a primeira ficou reservada a uma 'descrição sobre o artesão e o seu artesanato'; e a segunda parte, com perguntas abertas que visou a entender sobre: a) 'a trajetória de vida'; b) 'como se deu o surgimento do artesanato ou das artes plásticas em sua vida'; c) 'o que motiva a ser artesão ou artista plástico'; e d) para 'explicar sobre sua arte'.

Para obter elementos descritivos, valeu-se da 'Estatística Descritiva' a partir dos dados colhidos com a aplicação do questionário que, segundo Bruni (2011, p.3-4), [...]

[...] consiste em resumir dados e informações investigadas, expondo-os da maneira mais prática e simples possível [...] descrevem os resultados de suas pesquisas de campo, eles criam tabelas e gráficos, dispondo seus dados de forma que possam ser interpretados mais facilmente.

Também foi necessária uma pesquisa bibliográfica e revisão da literatura, além de um 'estado da arte' para a fundamentação teórica dos assuntos abordados. Completou-se com uma pesquisa documental e fotográfica nos acervos internos da entidade cultural.

1.3 ESTRUTURA DESTE LIVRO

Para tal, o Livro 01 ficou dividido em seis partes, onde a primeira parte é composta pelos Agradecimentos. A segunda parte desse Livro é composta pela 'Apresentação', feita pelo Presidente da Fundação Casa da Cultura de Serra Talhada (FCCST). A Terceira Parte se encontra o 'Prefácio', elaborado pelo Prof. Dr. Emanuel Leite.

Na Quarta Parte, tem-se o Capítulo 1, com a 'Introdução', que explana como se deu todo o início dessa obra, a partir de um projeto de extensão, derivando para outro projeto de pesquisa acadêmica, ao resultar nesse Livro.

Na Quinta Parte se encontra o Capítulo 2, apresentando 'A Casa do Artesão de Serra Talhada (CAST)', ao descrever sua origem e história, bem como as transformações e sua descontinuidade.

Na Sexta Parte é apresentado o Capítulo 3, ao qual discorre sobre 'O Curso de Formação em Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenos Negócios: Módulo Artesanato', descrevendo os Minicursos e os Colaboradores ao Curso.

Na Sétima Parte se encontra o Capítulo 4, apresentando a 'Perspectiva Teórica', ao trazer as bases teóricas da pesquisa. Na Oitava Parte tem-se o Capítulo 5, apresentando 'Os Resultados da Pesquisa do Perfil dos Personagens'. Na Nona Parte se encontram as Considerações Finais.

Na Décima e última Parte se encontram as Referências, com base em livros e artigos científicos, em pesquisas na *Internet* e nos Documentos da CAST.

A partir de uma intenção e uma motivação foi, enfim, realizado o cadastramento das potencialidades locais, “visto que, um aqui e outro acolá, informavam da existência de artesãos espalhados pelo município” (sic), de acordo com Fred Pinto. Num primeiro momento, as inscrições ficaram abertas na Casa da Cultura, durante trinta dias no mês de junho daquele ano.

Figura 02 – Cartaz Elaborado pelo Artista Plástico Jorge Costa para o GAST



Fonte: Arquivo CAST

Com a realização efetiva do cadastramento dos artesãos e artistas plásticos, resolveu-se fazer uma reunião com todos cadastrados, estabelecendo que cada um dos personagens apresentaria até três peças/artes/objetos de sua autoria, para a primeira 'mostra', o que de pronto foi aceito, acatado e cumprido.

Figura 03 – Logomarca do GAST



Fonte: Arquivo da CAST

No dia da reunião, aconteceu algo inusitado: houve uma avalanche de trabalhos artesanais que surpreenderam aos organizadores e, inclusive, aos

próprios cadastrados; ou seja: descobriu-se uma verdadeira vocação artística do povo serra-talhadense.

Conta, o Sr. Fred Pinto que, em uma determina data do ano de 1997, o grupo desejou criar sua marca para ser reconhecida pelo público em geral. A partir dessa oportunidade, o fotógrafo Alejandro García Moska criou a tão desejada logomarca ou 'identidade visual' do Grupo de Artesãos de Serra Talhada (GAST), apresentada em destaque na Figura 03.

Figura 04 – Ficha dos Itens Cadastrais e Documentais do GAST



**Fonte: Arquivo fotográfico da CAST
Legenda:**

- 1 – Ficha Cadastral;
- 2 – Crachá de Eventos;
- 3 – Carteira de Identificação do Artesão;
- 4 – Etiqueta de afixação de Preço.

Com a identidade visual criada, outros elementos cadastrais foram organizados, tais como a 'Ficha Cadastral', o 'Crachá de Eventos', a 'Carteira de Identificação do Artesão' e a 'Etiqueta de afixação de Preço', conforme a Figura 06.

A Associação de Artesãos de Serra Talhada surge formal e legalmente no dia 24 de agosto de 1997, chamada pelos associados de GAST, como um grupo autônomo de pessoas que respirava e se nutria de artes feitas à mão. A Associação começa sua história com a organização para agregar a todos e a todas que labutavam para a expressão artística desse município, na 'Primeira Exposição e Feira de Artesanato de Serra Talhada'.

Decidiu-se, nesse fausto momento, que a Praça Governador Agamenon Magalhães (Praça da Concha), em frente ao prédio do Cine-Arte (atualmente uma Empresa de Eventos e Recepções) sediaria, então, a "Primeira Exposição e Feira de Artesanato de Serra Talhada", embrião das atuais 'Feirinhas de Artesanato'. Esse

evento teve a colaboração do SEBRAE, Unidade de Serra Talhada, que cedeu algumas barracas.

Além disso, contamos com o apoio da Prefeitura Municipal, liberando a Praça, vias públicas e iluminação e do apoio financeiro da CLIESP (Clínica Oftalmológica Especializada, do Dr. Júlio César – artesão e artista plástico), que gerenciou as despesas gerais do evento, garantindo-lhe sucesso e notoriedade.

O sucesso foi grandioso com elogios nos quatro cantos da cidade, quiçá até em outros municípios. O frenesi tomou conta do espírito empreendedor, até então, adormecido ou incubado, nas ações daqueles artesãos. Dos políticos às Paróquias, o clamor era geral: o artesanato de Serra Talhada veio para ficar. A partir desse ‘mote’, emerge a necessidade premente de apresentação de ‘mostras’ e ‘feiras de artesanato’ e a eventual firmção de um calendário mensal de feiras.

Acompanhando o ritmo do seu crescimento, o GAST acreditou que poderia oficializar a formalização da Sociedade. Assim, em 02 de fevereiro de 2007, foi necessário constituir formalmente a organização, com a inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), sob o registro nº 08.968.932/0001-34, cujo primeiro presidente foi o artista plástico Júlio César.

Nesse mesmo ano, o grupo partiu para arregimentar apoios e patrocínios, objetivando sua consolidação das aspirações empreendedoras, visto que faltavam os elementos estruturadores para que os artesãos pudessem se reunir nessas feiras. As diversas dificuldades que, *a priori*, impediam tais realizações, fez com que o esforço e a garra exigidos de todos impedissem a descontinuidade daquelas oportunidades, e, assim, o grupo se fortaleceu a ponto de já vislumbrar uma Sede para a Associação.

2.1.2 A História Contada até o Fim

Enquanto não existia a área física, uma Sede que congregasse especialmente os tais homens e mulheres – que estavam dispostos a labutar a arte do povo –, as feiras se tornaram itinerantes. Vários pontos diferentes da cidade (praças e locais clássicos de eventos) passaram a ter a experiência de conviver, nem que fosse por um dia, de uma atmosfera folclórica, baseada na arte popular. Com essas lutas e labutas, foi criado o ‘Grupo de Artesãos’ ou, ‘GAST’. Hoje, do GAST, restam lembranças, documentos e fotografias, além de uma série de conquistas, destacadas a seguir:

- a) a ratificação pela Fundação Casa da Cultura de Serra Talhada (FCCST), Autarquia Municipal, através do seu visionário presidente, à época, sr. Tarcísio Rodrigues, a incorporação desse atrativo cultural à linha organizacional da Instituição mencionada;
- b) a deliberação de um calendário próprio para as realizações de Feiras e Exposições, sendo sempre no terceiro sábado de cada mês, quando, até então, não existia uma data fixa mensal para os eventos artesanais;

c) Um local fixo para a exposição permanente do acervo coletivo dos artesãos locais: a Casa do Artesão. Segundo Fred Pinto

[...] a gente conseguiu suprir uma necessidade que existia e que era muito grande, vista principalmente no GAST, que não tinha nenhuma garantia de que ia fazer as feirinhas e nem tínhamos onde expor os produtos produzidos pelos artesões desse grupo, hoje, temos. Então o objetivo da gente foi o de ter conseguido um calendário mensal das feirinhas através do Grupo [GAST] e conseguimos um local físico, onde hoje está situada a Casa do Artesão de Serra Talhada (CAST), que substituiu o GAST em junho de 2008. Acho também que, como medida cultural da cidade, foi uma das maiores conquistas dessas últimas décadas porque a gente conseguiu abrigar aqui na CAST cerca de 120 homens e mulheres, artesões e artistas plásticos, além de termos conseguido produzir oficinas para formação de novos artesãos e artistas plásticos. Conseguimos realizar um sonho, além de terem uma capacitação mínima necessária ao bom desenvolvimento dos negócios artesanais. (*sic*).

No dia 22 de dezembro de 2008, o GAST teve sua dissolução como Associação formalmente constituída, encerrando suas atividades de gestão e coordenação da artefania grupal, como foi inicialmente organizada. A partir de então, o GAST cede espaço para a futura Casa do Artesão de Serra Talhada (CAST), que surge para dar continuidade aos sonhos daqueles artistas.

2.2 O SURGIMENTO DA “CASA DO ARTESÃO DE SERRA TALHADA (CAST)”

Às vezes, um fenômeno⁶ acontece, surge ou toma corpo sem que ninguém espere. A Natureza fornece certos fenômenos, ditos naturais, que podem ser previstos, outros, não. E quando um fenômeno é social? Certamente, há indicativos que permitem a um analista social percebê-lo, estudá-lo e analisá-lo; todavia, à sociedade, passa de modo imperceptível ou tangente. É o caso do ‘fenômeno’ cultural chamado Casa do Artesão de Serra Talhada, a CAST.

⁶ Fenômeno (do grego ‘*phainômenon*’) significa: 1) “Tudo que é percebido pelos sentidos ou pela consciência”. (SEGUIER, 1947). 2) “Toda modificação operada nos corpos pela ação dos agentes físicos ou químicos”; “Fato de natureza moral ou social”; “Tudo que o que se observa de extraordinário no ar ou no céu”. (FERREIRA, 1971).

Figura 05 – Imóvel Privado Alugado à FCCST – A CAST (Antes da Reforma)



Fonte: Arquivo da CAST

Figura 06 – Imóvel Privado Alugado à FCCST – A CAST (Depois da Reforma)



Fonte: Arquivo da CAST

Por que a CAST é um fenômeno? Simplesmente porque permitiu que homens e mulheres de diversas classes sociais pudessem expressar seus talentos através das artes plásticas e da artesanaria, sem que se distinguíssem por nenhum modo uns dos outros, com todos iguais e importantes ao mesmo tempo.

A CAST permitiu que esses artistas pudessem ter dignidade, reconhecimento e, principalmente, emprego e renda.

Figura 07 – Vista Aérea da Localização da CAST



Fonte: Arquivo da CAST

Assim, no dia 14 de junho de 2008, é inaugurada a Casa do Artesão de Serra Talhada (CAST), no endereço Praça Gov. Agamenon Magalhães (Praça da Concha), nº 100, Centro. A CAST nasce vinculada à Casa da Cultura, não como outra Autarquia, mas um órgão de difusão de arte e talento, de disseminação de ideias e criatividade, de propagação de saberes e conhecimentos ligados à cultura e às artes em geral.

Nessa abertura formal, o Prefeito, àquela época, era o Dr. Carlos Evandro, que deu por inaugurada aquela Casa que viria a abrigar a vanguarda das artes serra-talhadenses.

Desde seu princípio, a CAST fez parte da Fundação Casa da Cultura de Serra Talhada. Seu atual coordenador, o artista plástico Sr. Fred Pinto, acredita que agora cabe “pensar no futuro, pois, o nosso artesanato não pode desaparecer”. O trabalho a ser desempenhado por todos é o da continuidade. Vale comentar o surgimento de outros diversos grupos, tais como:

- de biscuit, com as artesãs Srs.^a Ailma, Lúcia Martins; Elielza e Mônica, e outros;
- de argila, com Penha Turbano, Júlio César, Fred Pinto, Grupo Du Barro, e outros;
- de fibra de bananeira, com Salete, Socorro e outros;

- de bonecas de pano, com Expedita, Bila, Nenen e outros;
- de pedra, com Dona Deusa, Socorro Nascimento, Iraíldes e outros;
- de madeira, com Zé Broxado, Francisco Florentino e outros;
- de pintura, com Aluizio Fernandes, Damião, Fred Pinto e outros.

Figura 08 – Convite de Inauguração da CAST (14/06/2008)



Fonte: Arquivo da CAST

Figura 09 – Fotos da Inauguração da CAST (em 14/06/2008)



Fonte: Arquivo da CAST

Legenda:

- 1 – Vista frontal de uma parte da Feirinha;
- 2 – Corte da Faixa de Inauguração pelo Prefeito Dr. Carlos Evandro e o Presidente da FCCST, Sr. Tarcísio Rodrigues;
- 3 – Equipe da inauguração, com o coordenador da CAST, Sr. Fred Pinto e o Presidente da FCCST, Sr. Tarcísio Rodrigues;
- 4 – O coordenador da CAST (Fred Pinto) sendo entrevistado pela TV Pajeú.Net;
- 5 – O coordenador da CAST (Fred Pinto) recepcionando os convidados.

Quiçá, com mais divulgação, a Casa poderá ter um valor adicional como cultura viva e geradora de ideias no Pajeú. Com muito afinho e esmero, além de muitas dificuldades, o grupo se reúne para fazer uma 'mostra' das peças e da sua arte, a grandeza, os trabalhos de arte e as suas 'feirinhas de artesanato', que ocorrem em todos os terceiros sábados de cada mês.

**“A CAST NÃO PODE MAIS PARAR”!
“A CAST TEM QUE CONTINUAR”!**

Figura 10 – Fachada da CAST (Dia da Inauguração)



Fonte: Arquivo da CAST

2.3 A CAST, SEU PRESENTE E AS VISÕES DO FUTURO

2.3.1 O Presente da CAST

A CAST é hoje um símbolo do artesanato serra-talhadense, ultrapassando os limites do seu território e atendendo a artesãos que ancoraram dentro de suas quatro paredes obras vindas de Afogados da Ingazeira, Carnaíba. Flores, Santa Cruz da Baixa Verde e Triunfo (no Sertão do Pajeú) e de São José do Belmonte (no Sertão Central). Assim, a CAST afilia e representa uma diversidade de artesãos e artesãs, além de artistas plásticos e grupos de artesãos de categorias específicas, num total de, aproximadamente, 130 artistas, estando sempre aberta a permitir a entrada de novos participantes. Segundo o Sr. Fred Pinto, [...]

[...] A Casa do Artesão foi e ainda está sendo um marco fundamental para a consolidação do artesanato local. E não mede esforços para que outros participem. Ela sempre estará com as portas abertas para quem desejar expor e comercializar seus trabalhos (sic).

A CAST conta com um acervo de mais de 1000 (mil) peças artísticas, entre quadros a óleo, esculturas em madeira, resina e pós de pedra; argila, metais e reciclados; mosaicos, biscuits e papelão; tapeçarias, tecidos, bordados e crochê; objetos em rocha e fibras; licores e outros tantos tipos de arte.

Desde sua origem, já abrigou diversos cursos, palestras e oficinas, realizados pelos próprios artesãos ou instituições ofertantes ou convidadas, tais como: SEBRAE, VALER-RN, SESC, SENAR e UAST/UFRPE. O seu destino é permanecer ativa e em pleno funcionamento. A CAST também já realizou parcerias com

entidades locais (APAE-ST⁷, Clínica Psiquiátrica São Vicente, Grupo da 3ª Idade Folhas Outonais e IHGP⁸) e prefeituras municipais como Serra Talhada, Itapetim, Triunfo e Carnaíba (no Sertão do Pajeú) e em Princesa Isabel (na Paraíba).

2.3.2 O Seu Futuro

O futuro é certo? Para alguns, é incerto por representar algo inseguro, não visível e não tão fácil de ser previsível. Contudo, segundo Pinto, o futuro da CAST pode ser visto da seguinte maneira:

“[...] enxerga que a cidade está recebendo mais investimentos culturais advindos da Secretaria de Cultura do município, que está sendo criada. A Casa do Artesão continua no seu papel original dela, ou seja, o de fomentar e criar oportunidades de negócios para os artesões que fazem parte dela. E outra coisa muito importante é a de que a gente dizia que ia fazer e que já estamos fazendo, que é abrir o espaço da Casa do Artesão para o artesanato de todo o Pajeú e não só do de Serra Talhada, como ela vinha cumprindo esse papel de fomentar e prestigiar os artesões do município” (sic).

Então, há um trabalho sério sendo executado nas dependências da CAST, com visível evolução. O futuro é feito no ‘hoje’ e ainda há muito a se fazer, tanto para a CAST quanto para futuro do Sertão do Pajeú. “Aqui nós temos essa oportunidade, que foi dada e entregue pela Prefeitura, que foi esse estabelecimento físico” (sic), afirma Pinto. Completa o artista dizendo que

O Sertão do Pajeú, que tem em seu perímetro 17 municípios, não há uma Casa do Artesão, nem tão pouco uma Casa da Cultura, como a que se tem aqui em Serra Talhada; então a gente acha que é uma obrigação nossa, já que a gente tem esse espaço tão maravilhoso, em abrir e dar oportunidade pra que outros artesões de outras localidades possam participar também desse evento e oportunidade. Então são duas vitórias grandes para os artesões de Serra Talhada, não só como o objetivo de ter conseguido esse espaço e uma segurança oficial de um calendário para as feirinhas, como vamos continuar fazendo o nosso trabalho e ampliando pra outras cidades, então eu acho que isso já é uma coisa muito grande em matéria de artesanato (sic).

E é importante frisar que de Petrolina a Recife não existe um calendário de feiras e uma instituição com tanta diversidade como essa Casa do Artesão de Serra Talhada, o que é motivo de grande vaidade, mas aponta a responsabilidade grande com essa classe tão diversa de trabalhadores, conclui Pinto.

2.3.3 ‘Uma Descontinuidade ou um Recomeço’?

⁷ APAE-ST = Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais – Serra Talhada

⁸ IHGP = Instituto Histórico e Geográfico do Pajeú.

Normalmente, todos que criam um negócio se esforçam para vê-lo crescer e se expandir, pois essa é a ordem natural de quem cria um negócio. A CAST não foi criada por nenhum empresário, nem por uma instituição privada que, pela 'ordem natural' iria criar estratégias para que crescesse, desenvolvesse e, nesse amadurecimento, viesse a se expandir ou se ampliar.

A CAST foi sim (e não deixou de ser) uma expansão do GAST, que teve um início, um meio e um fim. Após sua extinção, os artesãos se mobilizaram para, em uma nova oportunidade, poder ressurgir com uma nova roupagem. E assim aconteceu, tendo sua origem marcada com sua inauguração no dia 14 de junho de 2008.

Muitas águas rolaram Pajeú a baixo e tantas ocorrências se deram dessa data até o encerramento das atividades, em dezembro de 2016. Muitas esperanças se esvaíram e muitas artes deixaram de ser: idealizadas, realizadas e apresentadas nas suas dependências; a extinção da CAST também deixou de terem sido estimuladas novas ideias e criações artísticas; também impediu de surgirem novos artesão e artistas plásticos, pois muitos dos seus artistas serviram de espelhamento para outros tantos jovens que viam nos seus heróis, a destreza e a plástica em retratar objetos brutos em uma arte refinada; eram artistas de "mão-cheia" que emprestavam seus bríos e motivações para os aprendizes e noveis artesãos.

Descontinuou-se um sonho, uma etapa; uma que nasceu no GAST e que se esperava continuar na CAST. E o seu recomeço, ocorrerá? Dependerá dos governantes – presentes e futuros – em buscarem alternativas para sua reativação; que tais governantes busquem solucionar os problemas e impasses públicos e privados, políticos e particulares, individuais e coletivos, para que a CAST ressurja das cinzas, onde hoje reside. Quem ganhará com a reativação desse monumento chamado de 'Casa do Artesão de Serra Talhada'? Apenas um ganhará com seu retorno: o POVO.

2.4 UMA LINHA DO TEMPO

Ano de 1988

- De 23 a 24 de julho, ocorre o 1º Seminário de Ação Cultural de Serra Talhada, promovido pela Fundação Joaquim Nabuco (FUNDAJ), nas dependências do Colégio Cônego Tôrres, com carga horária de 16h; criado com o intuito de prospectar o potencial artístico de Serra Talhada e lançar as ideias para a base de sustentação de um futuro 'centro artístico', que reunisse, além dos atuais artesãos e artistas plásticos, os atores e os músicos da cidade.

Ano de 1997

- Em junho, ocorre a reunião de um grupo de amigos para descobrir o potencial do artesanato local, dando-se início aos trabalhos do GAST;

- Em julho, o fotógrafo Alejandro García Moska cria a logomarca do GAST;
- Em agosto, tem-se a primeira Exposição e Feira de Artesanato de Serra Talhada, criada pelo GAST.

Ano de 1998

- Parceria com SEBRAE/Serra Talhada com cursos de empreendedorismo e formação de preços.

Ano de 1999

- Período de 1999 a 2007 – o GAST participava de todos os eventos ocorridos na cidade, aproveitando-se da infraestrutura dessas festas ou de convites para expor, em outras cidades, como Triunfo, Flores e Santa Cruz da Baixa Verde.

Ano de 2000

- Parceria com a VALER-RN, ONG do Rio Grande do Norte, ofertando cursos e oficinas de artesanato, com apoio do Ministério do Desenvolvimento Social;
- Em julho, houve o curso de vendas: “Conquistando e Mantendo seus Clientes”, ministrado pelo SEBRAE, do qual o GAST participou.

Ano de 2005

- Em setembro, foi feita a apresentação do ‘Diagnóstico da Produção Artesanal’, na cidade de Serra Talhada, por Auta Laurentino, do Centro Pernambucano de Design.

Ano de 2007

- De 27 de fevereiro a 9 de março, há o curso de bordado, ministrado pela ONG VALER-RN;
- Em abril, houve o Projeto ‘Artesanato: Resgate da Cidadania’;
- Em junho, o GAST participou do II Encontro Nordestino de Xaxado, realizado no Clube de Campo Batukão;
- Em julho, houve os cursos de: a) ‘Associativismo, Empreendedorismo e Aprendendo a Competir’, b) ‘Capacitação, Pesquisa e Assessoria para o Desenvolvimento Local Sustentável’; ambos ministrados pela VALER-RN.

Ano de 2008

- 2008/2009 – De 06 de agosto de 2008 a 16 de janeiro de 2009, aconteceu o curso de pintura à óleo em tela, ministrado pelo Artista Damião Amarante;
- Em 17 de janeiro, ocorreu a feira de artesanato e cinema com o filme “Tapete Vermelho”;
- Em janeiro se dá a passagem do GAST para a CAST;
- Em maio, houve uma reunião dos artesãos com o BNB;
- Em 14 de junho, houve a inauguração da “Casa do Artesão” (com Sede na Concha Acústica, nº 100)
- Em julho, houve a Feira de Artesanato e Cinema na Praça da Concha Acústica;
- Cursos realizados em julho:
 - Em 25 de julho, cursos de bordado em vagonite, trançado de fita e tricô, com Alaíde Ameliana de Menêses;
 - Curso de pintura em tecido, com Cleide das Dôres M. Nogueira;
 - Curso de bordado labirinto, com Jacinta;
 - Curso de Crochê, tapeçaria e bordado a mão, com Sênfora M^a da Silva Brito;
 - Curso de bordado em vagonite, ponto cruz e xadrez, com M^a do Socorro F. de Oliveira;
 - Curso de flor de fita, com Risete Alaíde Gomes;
 - Curso de básico de jardinagem ministrado pelo prof. Gilberto Estevão Rodrigues.
- Em 02 de agosto, aconteceu a feira de artesanato em comemoração ao dia Municipal da Cultura;
- Em 04 de agosto, houve o curso de bordado com pedra, com dona Luceni da Nóbrega;
- Em setembro, houve a ‘Arte na Praça’, com uma feira de artesanato e cinema;
- De 17 a 26 de outubro, ocorreu a 154^a Festa de Nossa Senhora do Rosário – Exposição e feira;
- Em 20 de outubro, houve o Curso Gratuito de Iniciação de Xadrez;
- Em 27 de outubro, houve o curso de artesanato em fibra de bananeira;
- Em 15 de novembro, houve o Cinema Itinerante na Praça da Concha Acústica;
- De 14 á 31 de dezembro, houve a inauguração da decoração natalina;
- Em 15 de dezembro, aconteceu a feira de artesanato com o lançamento do projeto ‘Cinema em Todo Lugar’.

Ano de 2009

- Em 14 de fevereiro, houve a inauguração da ‘Biblioteca Comunitária do Mutirão’;

- Abertura do ano acadêmico da Academia Serra-talhadense de Letras;
- Em 16 de janeiro, Conclusão da 1ª turma do curso de pintura com Damião;
- Em 28 de fevereiro, aconteceu a feira de artesanato;
- Em março, houve a feira de artesanato e cinema com o filme “Débil”;
- De 17 a 19 e 25 e 26 de março, aconteceu a 5ª Abril de Artes;
- Dias 18 e 19 de abril, houve a feira de artesanato e cinema com o filme “Deus e o Diabo”;
- Em 16 de maio, houve a feira de artesanato e cinema com o filme ‘abril despedaçado’;
- Em 29 de junho, aconteceu o curso de jardinagem ministrado por Gilberto Estevão;
- Em julho aconteceu a Feira de Artesanato;
- De julho a dezembro deu-se a 1ª Turma do Curso de Pintura com Damião Amarante;
- De 05 a 07 de julho, houve a comemoração ao Dia Municipal da Cultura na Concha Acústica;
- Em 10 de agosto, iniciou-se o “Curso de Formação em Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenos Negócios: Módulo Artesanato”, coordenado pelo prof. Walber Santos Baptista, da UAST/UFRPE;
- De 29 a 31 de agosto e 01 e 02 de setembro houve o projeto “Cultura na Festa”;
- Em 03 de dezembro, ocorre o encerramento do “Curso de Formação em Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenos Negócios: Módulo Artesanato”, com a entrega dos certificados.

Ano de 2010

- Em 23 de janeiro, houve a feira de artesanato e cinema com o filme “O Caminho Das Nuvens”;
- Em 20 de fevereiro, houve a feira de artesanato e cinema com o filme Infantil ‘Wall-E’ (Disney);
- Em 20 de março, aconteceu a feira de artesanato;
- Em abril, houve a feira de artesanato e cinema com o filme “Se eu fosse você”;
- De 08 a 10 de julho, houve a participação da CAST na ‘11ª ExpoSerra’;
- Em 17 de julho, houve a feira de artesanato, cinema com o filme “Mulher Invisível”
- De 14 a 17 de julho, aconteceu o Circuito de Artes Plásticas da Casa da Cultura, com o artista plástico Jorge Costa;
- Em 17 de julho, ocorreu a feirinha de artesanato, com a apresentação do filme ‘A Mulher Invisível’;
- De 29 a 31 de agosto e de 01 a 09 de setembro, aconteceu a 22ª Festa de Nossa Senhora da Penha, a Festa de Setembro;

- De 15 a 17 e 22 e 23 de outubro, houve a “Festa de Artesanato nos Festejos” da 156ª Festa de Nossa Senhora do Rosário; com o Grupo de Choro de Serra Talhada;

Ano de 2011

- 29 de janeiro, houve a feira de artesanato e cinema com o filme “Avatar”;
- Em 26 de fevereiro, houve a feira de artesanato e cinema com ‘Toy Story 3’;
- De 03 á 08 de abril, houve a “1ª Oficina de Artesanato em Tubos de Papelão”, com o artesão Carlos Roberto Silvestre;
- Em 16 de abril, aconteceu a feira de artesanato e cinema com o filme “Tropa de Elite 2”;
- Em 21 de maio, houve a feira de artesanato e cinema com o filme “Aspirinas e Urubus”;
- Em 14 de julho, comemorou-se o “Aniversário de 03 anos da CAST”;
- Em 21-23 de julho, participação da ExpoSerra 2011
- Em 05 de agosto, aconteceu a feira de artesanato e o lançamento do livro ‘Rastros de um Decênio’;
- Em 26 de novembro, houve a feira de artesanato;
- Ocorre o 1º Seminário do Trabalhador Artesão do Sertão do Pajeú e Moxotó;

Ano de 2012

- Em 21 de janeiro, houve a feira de artesanato e cinema com o filme “Rio”;
- Em 17 de março, houve a feira de artesanato e cinema com o filme “Lenda dos Guardiões”;
- Em 21 de abril, aconteceu a feira de artesanato e cinema com o filme “Up Altas Aventuras”;
- Em 06 de maio, houve os 160 anos do evento ‘Dançando na Praça’;
- Em 19 de maio, houve a feira de artesanato e cinema com o filme “Os Smurfs”;
- Cessão de espaço para a Mostra de Resultado, do Ponto de Cultura e Oficina de Criações;
- Em 21 de julho, houve a Feira de Artesanato na Praça da Concha
- Em julho, houve participação do CAST na 13ª ExpoSerra;
- Em 27 de outubro, houve a feira de artesanato;
- Em 22 de novembro, houve o evento “Café Histórico Linguístico”, com o tema: “Heranças Linguísticas e Estéticas do Cangaço”;
- Em 24 de novembro, a feira de artesanato e cinema com o filme “A Era do Gelo 3”;

- Em 13 de dezembro, a “Amostra de Artes da APAE” com o apoio do CAST.

Ano de 2013

- Em 23 de janeiro, ocorreram as ‘Oficinas Culturais’, com Lara Klaus e André Macambira;
- Em 23 de fevereiro, houve a feira de artesanato e cinema com o filme “Luiz Gonzaga”;
- Em 16 de março, houve a feira de artesanato;
- Em abril, aconteceu a “Via Sacra (Paixão de Cristo) do Bom Jesus”;
- Em 14 de abril, houve o ‘Curso e Oficina de Pintura em Tela’, com o artista plástico Aluizio Fernã;
- Em 20 de abril, houve a feira de artesanato;
- Em 18 de maio, houve a feira de artesanato;
- Em 31 de maio, houve a feira de artesanato e cinema com = ‘A Era do Gelo 3’;
- De 17 a 24 de junho, houve a feira de artesanato na ‘Estação do Forró’;
- Em 20 de julho, houve a feira de artesanato;
- De 29 de agosto a 07 de setembro, a feira de artesanato na Festa de Setembro;
- Em 12 de outubro, houve a feira de artesanato em homenagem ao dia das crianças;
- Em 9 de novembro, houve a feira de artesanato;
- Em 14 de dezembro, houve a feira de artesanato.

2.5 IMAGENS NO TEMPO

Figura 11 – O GAST no II Encontro Nordestino de Xaxado – Serra Talhada-PE



Fonte: Arquivo da CAST

Figura 12 – Exposição de Peças no *Stand* da Casa da Cultura de Serra Talhada-PE (ExpoSerra 2011)



Fonte: Arquivo da CAST

Figura 13 – Feira de Artesanato – Praça da Concha – Serra Talhada-PE (21/07/2012)



Fonte: Arquivo da CAST

CAPÍTULO 3 – CURSO DE FORMAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE MICRO E PEQUENOS NEGÓCIOS – MÓDULO ARTESANATO

3.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O artesão do município de Serra Talhada, em Pernambuco, é um ser humano dotado de uma criatividade excepcional, de uma imaginação criativa e original, 'fora-do-comum'. Nele se verifica uma forte tendência de expor o que se faz e o que se cria, através de uma produção crescente, diretamente proporcional à sua motivação, como se isso o levasse a uma posição destacada no meio social em que vive.

É claro que o artesanato é uma fonte de renda, pois, a arte criada por esses homens e mulheres, tem sua posição no mercado local, (quicá também nacional e internacionalmente) reconhecida de maneira considerada por muitos, porém, em alguns casos, não tão apreciadas por outros. Mas não é só isso que basta a eles.

Esses verdadeiros autores e criadores de originalidade necessitam, de além de propiciar a sua própria sobrevivência e mostrar seu potencial criativo, permitir que toda essa criatividade adentre nos conceitos do empreendedorismo, formalizando desta forma, as atividades artesanais, que justifique a sua produção artística como uma forma de alavancar individualmente seus negócios, gerar emprego e renda, manter mercados (objetivos cruciais do *marketing*), criar receitas financeiras, sustentar sua família e desenvolver, local e sustentavelmente, toda a sua comunidade.

Verifica-se uma subutilização racional dos fatores econômicos, que leva esse cidadão rural (ou urbano) a não vislumbrar um horizonte definido: seja como o de um criador de novos negócios (mesmo que seja em um eixo simples de um setor primário da economia, ou o principiante MEI⁹), ou de um utilizador dos fatores psicológicos, que o conduzam a uma motivação permanente de fazer (criar) e acontecer (expor/vender); some-se a isso, o senso obstinado de se realizar, calcado em uma arte típica do povo nordestino brasileiro, mais especificamente do cidadão nascido no Município de Serra Talhada, na Microrregião do Sertão do Pajeú e do entorno, no Estado de Pernambuco.

Assim, estabeleceu-se como problemática para a execução do 'Curso de Formação em Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenos Negócios – Módulo Artesanato', o fato de homens e mulheres, artesãos e artesãs, do meio rural não agrícola, no Município de Serra Talhada, no Estado de Pernambuco, (por exemplo) terem um potencial criativo, típico de um empreendedor, todavia sem os meios que o levariam ao sucesso de um empreendimento, por falta de informação, orientação e capacitação suficientes para motivá-los e conduzi-los à criação do seu próprio negócio e ao impetuoso sucesso empresarial.

O curso teve duração de cinco meses (agosto a dezembro), com uma carga horária total de 270 horas. Teve a participação de 10 professores, 2 técnicos de

⁹ Microempreendedor Individual

nível superior, sete alunos-voluntários e 30 artesãos beneficiários. O Tópico Minicursos, apresenta a composição dos 14 minicursos, necessários a realização do Curso maior. O Tópico Minicurriculo dos Colaboradores apresenta um perfil e do colaborador, docente ou técnico que ministrou algum minicurso, Coordenação e Vice-Coordenação e mestre de cerimônia.

3.2 OBJETIVOS DO CURSO

O Objetivo Geral do Curso de Extensão foi o de capacitar os artesãos cadastrados na Casa do Artesão de Serra Talhada, a criarem, inovarem e administrarem seu próprio negócio, qualificando-os a saberem tomar decisões racionais de modo calculado, que impliquem no seu autodesenvolvimento, além de lhes investirem a um 'espírito empreendedor' nos diversos conceitos praticados pelas ciências humanas aplicadas.

Quanto aos específicos, estes tinham os seguintes objetivos:

- Promover a integração entre os artesãos do município de Serra Talhada como uma classe de empreendedores formalmente constituída;
- Promover a integração entre a UAST/UFRPE e a Casa do Artesão de Serra Talhada;
- Permitir a interdisciplinaridade entre as diversas áreas acadêmicas da UAST;
- Oportunizar a atividade de extensão aos professores e técnicos selecionados;
- Contribuir para melhoria de conhecimento dos artesãos cadastrados;
- Difundir o empreendedorismo criativo e a arte popular;
- Estimular o desenvolvimento social dos microempresários das atividades artesanais de Serra Talhada-PE;
- Possibilitar o desenvolvimento local e sustentável do município de Serra Talhada-PE.

3.3 JUSTIFICATIVA

O desenvolvimento socioeconômico não é uma idealização casual, nem tampouco um elemento abstrato que está longe de ser interiorizado para as mesorregiões do estado de Pernambuco. Ele é um elemento de aglutinação e integração regional, onde é necessário que haja um momento de decisão para que isso ocorra em sua plenitude.

A Microrregião do Sertão do Pajeú abriga diversas atividades agrícolas e não agrícolas, que agregam ao desenvolvimento social e econômico, uma oportunidade de poder propiciar aos diversos cidadãos sertanejos, uma chance de competir e ter direito a emprego, renda e dignidade.

Dentre esses, destacando-se os produtores de caprinovinocultura e outras atividades econômicas predominantemente agrícolas, tais como as de lavouras permanentes do cultivo de algodão, da laranja, da banana, da cana e do coco da Bahia; e, como lavouras temporárias, têm-se as culturas do feijão, do milho, do tomate, da mamona, da melancia e da mandioca, além de comércio, indústria e prestação de serviços (4º Polo Médico e 4º Polo de Educação Superior do estado de Pernambuco), ativos e bem movimentados; no 'Sertão do Pajeú' são acrescentadas algumas 'novas ruralidades' e 'pluriatividades', através da produção de rapadura, casas de farinha, piscicultura, apicultura e artesanatos, dentre outros.

Em Serra Talhada há um grupo de artesãos (111 ao todo) que, por terem sérias limitações por um local para produzir (que na maioria dos casos fica restrita as suas residências – alguns na zona rural, ou em localidades distantes do centro comercial).

Além disso, por não terem um espaço para exporem sua arte e produtos, como praticarem o ato do comércio (em cerâmica, em pedra, em tecido, em madeira, em alimentos, etc.), os artesãos encontram abrigo na CAST, que é vinculada à Autarquia Municipal Casa da Cultura de Serra Talhada. Esta, por sua vez, abriu-lhes as portas, não só para divulga os trabalhos desses artesãos e facilitar a comercialização dessa produção doméstica, todavia e, principalmente, para divulgar a cultura do Município.

Esse Curso (de Formação em Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenos Negócios – Módulo Artesanato) visou propiciar às condições mínimas para que todos os artesãos, cadastrados e associados à CAST, pudessem receber uma capacitação nos minicursos oferecidos, no afã de lhes conceder um 'espírito empreendedor'; que fossem capazes de gerir dignamente seu empreendimento artesanal, de modo que pudessem otimizar seus resultados e maximizar suas esperanças quanto ao futuro do negócio.

3.4 TABELAS E QUADROS DOS COORDENADORES, MINICURSOS E RESPONSÁVEIS

3.4.1 Quadro dos Coordenadores Responsáveis

O Projeto de Extensão teve como coordenadores o Prof. Walber Baptista e a Prof.^a Lindalva Maia, Coordenador e Vice-Coordenadora, respectivamente, como pode ser visto no Quadro 01.

Quadro 01 – Coordenadores do Curso de Extensão

PROFESSORES RESPONSÁVEIS	FUNÇÃO
1 Prof. Walber Santos Baptista	Coordenador Geral
2 Prof. ^a Lindalva S. Corrêia Maia	Vice-Coordenadora

Fonte: Projeto de Extensão

3.4.2 Quadro das Disciplinas e dos Professores e Instrutores Responsáveis

O Projeto de Extensão foi dividido em 14 (catorze) minicursos aos quais foram ministrados por 11 (onze) instrutores, entre técnicos e professores da UAST/UFRPE. Cada Minicurso buscou associar as exigências de suas ementas específicas, aos conhecimentos especializados de cada instrutor, visto que as disciplinas variavam nos aspectos psicológicos, administrativos, jurídicos, químicos, econômicos e computacionais, como podem ser vistos no Quadro 02.

Quadro 02 – Minicursos e os Responsáveis

MINICURSOS		COLABORADORES RESPONSÁVEIS	TITULAÇÃO
1	Motivação e Sensibilização: abrindo caminhos para o artesão	Psic. ^a Helen Graças Prof. ^a Veridiana Alves	Especialista Doutora
2	Noções de Marketing e Atendimento ao Cliente	Prof. Walber Baptista	Mestre
3	Noções de Administração e Formalização de Pequenos Negócios	Prof. Luciano Galvão	Mestre
4	Introdução à Microinformática Básica	Prof. Richarlyson D'Emery	Doutor
5	Química de Tintas e Pigmentos: Tipos, Manuseio e Aspectos Ambientais	Prof. Luciano Almeida	Doutor
6	Empreendedorismo Básico	Prof. Walber Baptista	Mestre
7	Noções de Contabilidade Geral	Prof. Marcus Vinicius	Mestre
8	Noções de Gestão de Pessoas	Prof. ^a Veridiana Alves	Doutora
9	Noções de Matemática Financeira Básica	Prof. Marcus Vinicius	Mestre
10	Noções de Custo de Produção e Formação de Preço de Mercado	Prof. ^a Priscila Freitas	Doutora
11	Noções de Comercialização de Produtos Artesanais	Bel. ^a Geyza Lustosa	Especialista
12	Iniciação ao Planejamento do Negócio	Prof. Walber Baptista	Mestre
13	Ética da Responsabilidade no Mundo Globalizado	Prof. ^a Waleska Camboim	Doutora
14	Noções de Direito do Consumidor	Prof. Fernando Joaquim	Doutor

Fonte: Projeto de Extensão

3.4.3 Tabela do Quantitativo das Variáveis Dependentes das Respectivas Disciplinas

O Projeto de Extensão previu 14 (catorze) minicursos descritos na Tabela 01. O esmero, em propiciar os minicursos, iniciou-se com a escolha dos professores e colaboradores ministrantes: professores (mestres e doutores) e técnicos (especialistas) da UAST/UFRPE que, de modo voluntário e gratuito, dispuseram-se à contribuição direta e, juntos, somaram 270 horas de aulas, divididas em duas turmas.

Tabela 01 – Minicursos e as Informações Numéricas

MINICURSOS		Quant. Dias	Horas/ Aula	Quant. Turmas	Horas/Aula Total
1	Motivação e Sensibilização: abrindo caminhos para o artesanão	4	6	2	12
2	Noções de Marketing e Atendimento ao Cliente	4	12	2	24
3	Noções de Administração e Formalização de Pequenos Negócios	3	9	2	18
4	Introdução à Microinformática	4	12	2	24
5	Química de Tintas e Pigmentos: Tipos, Manuseio e Aspectos Ambientais	2	6	2	12
6	Empreendedorismo Básico	3	9	2	18
7	Noções de Contabilidade Geral	4	12	2	24
8	Noções de Gestão de Pessoas	3	9	2	18
9	Noções de Matemática Financeira Básica	5	15	2	30
10	Noções de Custo de Produção e Formação de Preço de Mercado	4	12	2	24
11	Noções de Comercialização de Produtos Artesanais	4	12	2	24
12	Iniciação ao Planejamento do Negócio	3	9	2	18
13	Ética da Responsabilidade no Mundo Globalizado	2	6	2	12
14	Noções de Direito do Consumidor	2	6	2	12
TOTAL		47	135	28	270

Fonte: Projeto de Extensão

3.5 MINICURRÍCULOS DOS COLABORADORES

3.5.1 Geyza Leyde Camello Lustosa¹⁰



É graduada em Secretariado Executivo pela Universidade Federal de Pernambuco (2006) e cursa Ciências Econômicas pela UFRPE. Possui especialização em Gestão de Políticas Públicas pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (2008). Atualmente é secretária executiva da Assessoria de Cooperação Internacional e instrutora de cursos de capacitação da Universidade Federal Rural de Pernambuco e secretária e instrutora voluntária do PB Jovem - Projeto Social Bússola Jovem.

No período de 2006 a 2009, atuou como secretária nos seguintes setores: da Unidade Acadêmica de Serra Talhada; Conselho Técnico Administrativo; Colegiado de Coordenação Didática; Comissões de Pesquisa, Ensino e Extensão; Associação dos Servidores; Redação do Jornal Mural da UAST/UFRPE e de Bancas de Concursos.

No período de 2009 a 2012, atuou ainda na Superintendência de Gestão e Desenvolvimento de Pessoas da UFRPE (SUGEPE)¹¹. Tem experiência nas áreas de Secretariado, Administração e Economia.

- Lecionou a disciplina 'Noções de Comercialização de Produtos Artesanais'.

¹⁰ Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/3782195582117630>>.

¹¹ Atualmente PROGEPE – Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas.

3.5.2 Helen Graças Correia da Silva¹²



Psicóloga, formada pela Faculdade de Ciências Humanas de Olinda, com especialização em Psicopedagogia pela Faculdade de Formação de Professores de Serra Talhada, FAFOPST.

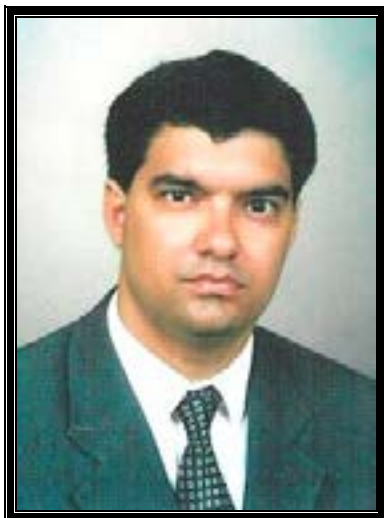
Foi psicóloga da Unidade Acadêmica de Serra Talhada, da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Atualmente está na Unidade Acadêmica do Cabo de Santo Agostinho (UACSA). Tem experiência na área de Psicologia, com ênfase em Psicologia Clínica e Educacional.

Ensinou a disciplina de Psicologia Social, na Faculdade de Ciências da Saúde de Serra Talhada (FACISST).

- Lecionou a disciplina 'Motivação e Sensibilização: Abrindo Caminhos para o Artesão', juntamente com a prof.^a Veridiana Costa.

¹² Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/3229747414086667>>.

3.5.3 Fernando Joaquim Ferreira Maia¹³



Professor Adjunto IV da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciências Jurídicas da Universidade Federal da Paraíba-PPGCJ/UFPB. Ex-Professor Colaborador do Programa de Pós-Graduação em Educação, Culturas e Identidades-PPGECI-UFRPE/FUNDAJ.

Possui Doutorado e Mestrado em Direito, pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Especialização em Direito Processual Civil pela mesma Universidade e Graduação em Direito pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP).

Tem experiência na área de Direito. De forma primária, atua nas áreas de Direito Ambiental e Agrário, Direitos Humanos, Retórica Jurídica. De forma secundária, atua nas áreas de Teoria Geral do Processo, Teoria e Filosofia do Direito e História do Direito. Ex-professor do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE).

- Lecionou a disciplina 'Noções de Direito do Consumidor'

¹³ Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/8339138648737936>>.

2.5.4 Jesiel Rodrigues de Lima¹⁴



Possui graduação em Bacharelado e Licenciatura em Filosofia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, 2002). Kursou especialização em Ensino de História na UFRPE, em 2005. Tem experiência nas áreas de Filosofia, Educação, Metodologia Científica e Ética.

Atuou como professor substituto da UFRPE/Sede, entre os anos de 2003 e 2005, nas disciplinas de Filosofia da Ciência, Introdução à Filosofia e Ética Profissional. Atuou também como professor titular na Faculdade José Lacerda Filho de Ciências Aplicadas, em Ipojuca-PE, nas disciplinas de Filosofia da Educação, Temas Contemporâneos em Educação e Metodologia Científica, entre 2002 e 2004.

Atuou como professor na Faculdade de Integração do Sertão (FIS) como professor das disciplinas Antropologia Filosófica, Filosofia, Filosofia e Ética no período de 2007 a 2008.

Atualmente exerce, desde novembro de 2006, o cargo de Técnico em Assuntos Educacionais na UAST/UFRPE.

- Colaborou como Mestre de Cerimônia na Abertura do Curso, na Câmara Municipal de Serra Talhada.

¹⁴ Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/7829128262260478>>.

3.5.5 Lindalva Silva Corrêia Maia¹⁵



Possui Doutorado em Economia, pela Universidade Federal Fluminense (2017). Tem Mestrado em Economia Rural e Regional, pela UFPB (Campina Grande-PB) (2004).

É Graduada em Economia pela UFPB. Atualmente é professora efetiva, Adjunto I, da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). De agosto de 2013 a fevereiro de 2015 exerceu o cargo de Coordenadora do Curso de Ciências Econômicas da UFMA. Foi Coordenadora do Curso de Economia da UFRPE, na UAST.

Tem experiência na área de Economia, com ênfase em Economia Rural, atuando principalmente nos segmentos de: sustentabilidade, pequeno produtor, agricultura familiar; irrigação, modernização agrícola e desenvolvimento rural.

- Colaborou com a equipe organizadora, na qualidade de Vice-Coordenadora.

¹⁵ Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/3716123965698923>>.

3.5.6 Luciano Farias de Almeida¹⁶



Graduação em Química Industrial pela Universidade Federal da Paraíba (1999); tem mestrado em Química pela Universidade Federal da Paraíba (2002) e doutorado em Química pela Universidade Federal de Pernambuco (2007).

Tem experiência na área de Química, com maior ênfase em Automação e Instrumentação em Química Analítica, atuando principalmente nas seguintes linhas: Miniaturização de instrumentos, analisadores em fluxo-batelada, GF AAS, F AAS, FES, análise química usando imagens digitais. Foi, durante o curso, professor adjunto da UAST/UFRPE; atualmente é professor adjunto na UFPB.

- Lecionou a disciplina 'Química de Tintas e Pigmentos: Tipos, Manuseio e Aspectos Ambientais'

¹⁶ Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/9741649526799543>>.

3.5.7 Luciano Galvão Freire Junior¹⁷



Possui graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) (1995).

É Especialização em Gestão de Recursos Humanos e tem Mestrado em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), em 2001. Atualmente é professor adjunto da UAST/UFRPE.

Tem experiência na área de Administração e Economia, com ênfase Economia na área de Microeconomia e Economia do Turismo; e em Administração, atua principalmente nos seguintes temas: Consultorias, Gestão de Pessoas, Gestão de Empresas, Cultura da Informação, QVT, Motivação, Produtividade e Comprometimento Organizacional.

- Lecionou a disciplina 'Noções de Administração e Formalização de Pequenos Negócios'

¹⁷ Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/0044703870148646>>.

3.5.8 Marcus Vinicius Medeiros de Lucena¹⁸



Graduado em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), 1987.

É especialista em Marketing, pela Universidade de Pernambuco (UPE), 1989; e mestre em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), 2004. Atualmente é professor Adjunto da UAST/UFRPE.

Possui experiência na área de Administração, atuando principalmente nos seguintes temas: Competitividade, Finanças, Capacitação, Tecnologia e Estratégia.

- Lecionou as disciplinas:
 - 'Noções de Matemática Financeira Básica' e
 - 'Contabilidade Básica'.

¹⁸ Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/9899950254509325>>.

3.5.9 Maria Waleska Camboim Lopes de Andrade¹⁹



Doutora em Psicologia Cognitiva (UFPE), Mestra em Psicologia Social (UFPB). É Mestra em Economia dos Transportes (UAM II, França); Especialista em Engenharia dos Transportes (UFPB); Bacharela em Ciências Econômicas (UFPB).

Atualmente é professora adjunta da Universidade Federal Rural de Pernambuco, na Unidade Acadêmica de Serra Talhada; é a representante da UAST no Grupo de Trabalho Polo Pajeú do Programa Nacional do Biodiesel na Agricultura Familiar. Pesquisas na área dos 'Valores Humanos e Organizacionais', 'Moralidade', 'Desenvolvimento Humano' e 'Cognição Social'.

- Lecionou a disciplina 'Ética da Responsabilidade no Mundo Globalizado'.

¹⁹ Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/8233662744437003>>.

3.5.10 Priscila Michelle Rodrigues Freitas²⁰



Possui graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL), em 2004. Tem mestrado em Economia pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), em 2007. É Doutora em Economia pela Universidade Federal Fluminense (UFF).

Atualmente é professora Adjunta da Universidade Federal Rural de Pernambuco, na UAST. Os trabalhos e pesquisas concentram-se nas áreas de crescimento e desenvolvimento econômico e teoria monetária e financeira.

- Lecionou a disciplina: 'Noções de Custo de Produção e Formação de Preço de Mercado'

²⁰ Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/3255381700202901>>.

3.5.11 Richarlyson Alves D'Emery²¹



Possui graduação em Licenciatura em Computação (UFRPE/2005), Mestrado em Biometria (UFRPE/2007) e Doutor em Ciências da Computação pelo Centro de Informática (CIn/UFPE).

Atualmente é professor Adjunto e pesquisador da UAST/UFRPE, além de ser pesquisador do Núcleo de Educação a Distância da UFRPE.

É professor do Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação da Unidade Acadêmica de Serra Talhada da UFRPE. Tem experiência na área de Ciência da Computação, com ênfase em Linguagens de Programação, Multimídia, Banco de Dados e Neurocomputação, atuando principalmente nos seguintes temas: nariz artificial, sensor de aroma, rede neural, reconhecimento de padrões, multimídia e educação à distância. Também é Agente de Inovação e Empreendedorismo da INCUBATEC UFRPE.

- Lecionou a disciplina 'Introdução à Microinformática'

²¹ Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/3553920177544450>>.

3.5.12 Veridiana Alves de Sousa Ferreira Costa²²



Mestra e Doutora em Psicologia Clínica pela Universidade Católica de Pernambuco (2005). Possui graduação em Psicologia (2002) e formação em Psicologia Hospitalar. Foi professora Assistente na UAST/UFRPE. Atualmente é professora no Departamento de Educação da UFRPE, em Recife.

Tem experiência na área de Psicologia, com ênfase em Psicologia Clínica, Hospitalar, Psicanálise e Educação, atuando principalmente nos seguintes temas: psicologia clínica, psicoterapia, psicanálise e educação.

- Lecionou a disciplina 'Motivação e Sensibilização: abrindo caminhos para o artesão' (em conjunto com a psicóloga Helen Graças).

²² Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/8623894938993142>>.

3.5.13 Walber Santos Baptista²³



É doutorando em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e possui mestrado em Administração e Desenvolvimento Rural (PADR-UFRPE/2007), especialização em Business: Empreendedorismo e Gestão Empresarial (DLCH/UFRPE/2002).

É bacharel em Administração de Empresas pela Universidade de Pernambuco (FCAP/FESP-UPE/1989) e em Ciências Econômicas, pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (DLCH/2008). Atualmente é professor Adjunto na UAST/UFRPE.

Tem experiência na área de Administração e Economia. Atua em pesquisas sobre: Empreendedorismo, Inovação Tecnológica e Sistemas de Inovação; Formação e Planejamento de Negócios; Desenvolvimento de Micro e Pequenas Empresas; Comportamento Empreendedor e Intraempreendedor; Economia Criativa, Microeconomia, Desenvolvimento Local e Sustentável; Agricultura Familiar, Novas Ruralidades e Pluriatividades.

- Lecionou as disciplinas:
 - 'Noções de Marketing e Atendimento ao Cliente';
 - 'Empreendedorismo Básico';
 - 'Iniciação ao Planejamento do Negócio'.

²³ Cf. Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/2774979456015178>>.

3.6 IMAGENS DIVERSAS

3.6.1 Imagens do Destaque Jornalístico da Abertura do Curso

Figura 14 – Reportagem sobre o Lançamento do Curso (Jornal Desafio)



Fonte: Arquivo da CAST

3.6.2 Imagens da Abertura do Curso

Figura 15 – Abertura do Curso (Auditório da Câmara dos Vereadores de Serra Talhada)



Fonte: Arquivo da CAST

3.6.3 Imagens dos Minicursos

Figura 16 – Algumas Imagens das Aulas dos Professores e os Artesãos



Fonte: Arquivo da CAST

3.6.4 Imagens da Formatura

Figura 17 – Artesãos na Confraternização de Conclusão do Curso



Fonte: Arquivo da CAST

Figura 18 – Os Artesãos Recebendo seus Certificados



Fonte: Arquivo da CAST

CAPÍTULO 4 – PERSPECTIVAS TEÓRICAS

Foi necessária uma revisão da literatura acerca das principais temáticas envolvidas nesse Livro 1, visto que, para a consecução da pesquisa, vista no Capítulo 5, tais imersões teóricas facilitariam o entendimento da pesquisa etnográfica pleiteada e cumprida. Destacaram-se leituras sobre:

- a) Cultura, Folclore e Artesanato – Temas, esses, fundamentais para conectar as ligações entre si e as contribuições que os diversos autores trouxeram para alicerçar o conteúdo e as explicações teóricas;
- b) Empreendedorismo e os Pequenos Negócios – Outros temas de grande importância, pois, caracterizadamente, os artesãos são empreendedores e criam seus artesanatos no afã de formarem um mercado digno de expandir a sua arte de forma autônoma, criativa e inovadora;
- c) Economia Criativa e da Cultura – Não se pode deixar de envolver as questões econômicas às temáticas ligadas à Cultura e ao Artesanato; ligadas ao emprego e à renda; ligadas aos negócios e as realizações pessoais. O artesão é um ser econômico, pois emprega aprendizes e gera renda para sua família e para a família daqueles que ele emprega. Além disso, concorre de modo perfeito e sadamente no mercado competitivo das artes populares.

Desse modo, a necessidade de se trazer um conteúdo teórico mereceu uma atenção especial para que reforçar-se a ‘análise dos resultados’ da Pesquisa Qualitativa, feita diretamente com os artesãos e artistas plásticos.

4.1 PERSPECTIVAS TEÓRICAS SOBRE CULTURA, FOLCLORE E ARTESANATO

4.1.1 Cultura Sociológica e a Cultura Popular

A cultura tem um significado amplo e não limitado, pois, pode significar, por um lado, ‘erudição’, ou determinado conhecimento, como arte, ciência ou filosofia (VILA NOVA, 1981) (sic); por outro lado, “a cultura define modos apropriados ou necessários de pensar, agir e sentir”, explica Chinoy (2010, p.56). Em sociologia, segundo Vila Nova (1981, p.33), “é tudo que resulta da criação humana”.

A cultura, portanto, não só compreende as ideias enquanto artefatos ou uma expressão social. Tylor (*apud* VILA NOVA, 1981, p.33) confirma dizendo que é “um todo complexo que abarca conhecimentos, crenças, artes, moral, leis, costumes e outras capacidades adquiridas pelo homem como integrante da sociedade”, ou seja, é tudo que o *Homo sapiens* adquire em seu meio social, não importa aonde.

A cultura pode ser dividida, conforme explica Vila Nova (1981) em cultura material (constituída em artefatos e objetos em geral) e a não material (constituída

pela ética, crenças, os conhecimentos, as técnicas, os valores, as normas, *etc.*), embora o autor afirme que:

a distinção entre cultura material e não material, contudo, deve ser encarada como uma classificação puramente nominal, para fins analíticos, pois, na realidade, são domínios interdependentes da cultura total. (VILA NOVA, 1981, p.34).

Não há cultura melhor ou pior numa dada população, o que há é uma cultura diferenciada de local para local; uma cultura localizada (ou sua herança), de povos localizados, o que não implica dizer que esse povo localizado, não possa absorver outras culturas ou transmitir a sua própria cultura para outros povos, pois, “a aquisição e transmissão de uma cultura é um processo social e não biológico, motivo pelo qual se usa, às vezes, o termo herança social em lugar de cultura” (*sic*), confirma Magalhães (1969a, p.681).

“A cultura nasce do trabalho do homem em sociedade transformando a natureza para satisfazer as suas necessidades” (*sic*), afirma Vila Nova (1981, p.35) e todas as pessoas têm essas necessidades. As necessidades humanas poderiam ser explicadas à luz da hierarquia das necessidades elaboradas por Maslow (*apud* MAXIMIANO, 2000) as quais são: as fisiológicas, as de segurança, as sociais, as de autoestima e as de autorrealização.

Assim – e por analogia –, a cultura, no aspecto fisiológico, seria a permanência da natureza cultural intrínseca do seu povo e a sobrevivência de modo endógeno (dessa cultura), sendo transmitida hereditariamente aos filhos, netos e outros entes familiares; quanto ao aspecto da segurança, poderia ser entendida como a de mantê-la protegida de influências exógenas, que poderiam levá-la (a cultura) ao desvio do seu valor natural, deturpando-a, ou até modificando-a, conduzindo-a à extinção dessa cultura; quanto ao aspecto social, poderia ser visto com o meio de difundir-la e comunicá-la em seu ‘seio social’, a partir das famílias (e entre elas), das associações, das festas cívicas e populares e outras manifestações de cunho social ou de interesse local.

No aspecto da autoestima, a cultura poderia ser entendida de modo que o ser humano, de uma localidade, possa ser valorizado em todas as suas manifestações, não importando quais, todas existentes, sem exceção. Finalmente, quanto ao aspecto da autorrealização, a analogia ficaria por conta da extrapolação da sua cultura ‘além-fronteira’; ter suas manifestações reconhecidas por outras sociedades e, no âmbito pessoal, sentir-se realizado no que se faz pela conservação das suas tradições.

Detendo-se na ‘necessidade social’ que é, segundo Chiavenato (2002) e Caravantes, Panno e Kloeckner (2005), a necessidade de dar e receber amor e carinho (desde que satisfeitas as necessidades fisiológicas e as de segurança) –, está vinculada à associação, ao amor, à afeição e à participação social; pode ser entendida como sendo uma que exige: i) a condição de fazer parte de algo constituído pela sua gente (da sua comunidade); ii) de pertencer e de ter contato com outros seres humanos (seus pares e consumidores); iii) de participar de algum

empreendimento (grupos e associação); iv) de estar atrelada à aprovação social (da sociedade) e ao reconhecimento do seu grupo, etc.

A cultura popular, por sua vez, é a cultura do povo, aquela que não tem a impregnação da cultura de massa, globalizada ou vinculada ao culto do capitalismo – o fazer e criar as coisas, não pela expressão folclórica, mas, certamente, para a obtenção de renda e por uma produção em série. Gullar (1965, p.1) desse modo, explica que:

A expressão 'cultura popular' surge como uma denúncia dos conceitos culturais em voga que buscam esconder o seu caráter de classe. Quando se fala em cultura popular acentua-se a necessidade de pôr a cultura a serviço do povo, isto é, dos interesses efetivos do país. Em suma deixa-se clara a separação entre uma cultura desligado do povo, não-popular, e outra que se volta para ele e, com isso, coloca-se o problema da responsabilidade social do intelectual, o que o obriga a uma opção. (*sic*).

Assim, cultura popular é a manifestação cultural que o povo produz e participa de forma ativa; surge das tradições e costumes e é transmitida de geração para geração, principalmente, na forma oral. Dentre elas, destacam-se: carnaval, danças e festas folclóricas; literatura de cordel, provérbios, contos e fábulas; samba, frevo, capoeira e cantigas de roda; lendas urbanas e superstições; atividades artesanais, etc.

Assim, essa cultura ou arte popular, é descrita por Mascêne e Tedeschi (2010, p.12) como o “Conjunto de atividades poéticas, musicais, plásticas e expressivas que configuram o modo de ser e de viver do povo de um lugar”, confirmando que as variações são em uma escala maior que apenas um simples ‘fazer’ de um objeto, por exemplo.

4.1.2 O Folclore e a Expressão Artística do Povo

Para iniciar, é bom saber que o termo folclore é mais amplo do que se pensa normalmente; não é feito de modo único e pode se converter em multifacetadas ações de uma sociedade, ou seja, a sua cultura popular, comentado anteriormente. Definir essa palavra permite uma investigação sobre os assuntos, separadamente. É certo que, para se ter a produção de cerâmicas decorativas, figurativas e/ou utilitárias; de toalhas em renda ou em tecidos diversos; em redes tecidas em fios de algodão, fibras de agave ou outras tecelagens; de peças em couro, em pedras/rochas ou em madeira, etc. – não, necessariamente, levará ao artesanato; de outro modo, todavia, entende-se, porém, que o resultado dessas produções caseiras pode vir a ser, de fato, artesanal, pois dependerá da concepção entre diferenciar (por exemplo) um oleiro de um artesão.

Segundo o Sergipe Cultura (*apud* GERANEGÓCIO, *s.d.*, p.2), um exemplo muito interessante a respeito do surgimento do folclore é o seguinte:

[...] o homem planta e colhe produtos da terra, sabe como fazer, é capaz de pensar, tem experiência das coisas da terra, é criativo e sensível. Sobre ela

começa a fazer versos de poesia; inventar estórias e danças; criar mitos e superstições. Termina por fazer algo bonito, interessante, que chama a atenção de parentes e amigos, e muitos começam a repetir. É assim que surge o folclore: a criação mágica a partir da realidade cultural. (*sic.*).

Megale (1999, p.11) afirma que “o folclore, ciência considerada indispensável para o conhecimento social e psicológico de um povo, deve seu nome ao arqueólogo inglês William John Thoms (1803-1885) [...]”. Thoms, segundo Megale (1999), teria utilizado o termo em uma pesquisa sobre “usos, tradições, lendas e baladas regionais da Inglaterra e sugerindo que se adotasse a palavra *folk-lore* para designar essas antiguidades populares” (MEGALE, 1999, p.11), tendo sido aceita a expressão, apenas em 1878.

A palavra (ou termo) criada por Thoms se deu a partir dos vocábulos anglo-saxônicos antigos: *Folk*, que significa ‘povo’; e *lore*, que significa ‘conhecimento’ ou saber. Assim, “*folk + lore*, gerou *folklore*, que quer dizer conhecimento popular” (SÃO PAULO, *s.d.*, p.1), ou o saber do povo, ou a sabedoria popular. Portanto o folclore pode ser definido como o “campo da ciência sócio-cultural que estuda o que o povo diz, o que o povo faz e o que o povo sente” (GERANEGÓCIO, *s.d.*, p.1).

Megale (1999, p.11) define como sendo “a ciência que estuda as manifestações do saber popular”. Veragnec (*apud* MEGALE, 1999, p. 12) já o define, por sua vez, como sendo “a civilização tradicional reunindo tudo o que o homem de qualquer nível cultural aprendeu fora dos livros, da escola ou de qualquer meio de difusão cultural”.

A UNESCO²⁴ (*apud* GERANEGÓCIO, *s.d.*, p.1) explica que [...]

[...] É o conjunto das criações provenientes de uma comunidade cultural, baseada nas tradições expressas por um grupo ou por indivíduos que reconhecidamente correspondem às expectativas da comunidade, enquanto expressão de sua identidade cultural e social, e, além disso, as normas e os valores que se transmitem oralmente, por imitação ou por outras maneiras.

Mas, é bom saber que o folclore varia bastante de um país para o outro e até mesmo dentro de um mesmo país, pois, as diferenças, entre as regiões, são grandes, tanto sócios, como culturalmente e, no caso do Brasil, o folclore foi o resultado da união das culturas europeias, africanas e a local (dos índios), em todas as regiões.

Isso resultou em diferentes folclores, pois, devido às influências de cada um destes povos formadores do Brasil, algumas regiões apresentam uma maior tendência a uma origem mais detalhada, sendo específico o caso do Nordeste brasileiro, que recebeu originalmente, a influência da população indígena, portuguesa e da negra.

Em Pernambuco, o artesanato veio desse folclore particular do seu povo, caracterizado como sendo de modo criativo e sem igual, pois nenhum artesanato é igual ao outro. Do Litoral ao Sertão variou conforme se adentrava aos confins do

²⁴ UNESCO = *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (Órgão da ONU).

estado pernambucano; esse se ampliava e se diferenciava. Contudo, quais as motivações que levaram essas pessoas a quererem fazer artesanato e a serem artesãos? O espírito natural de sobrevivência andou lado a lado com o povo, despertando necessidades que antes se encontravam adormecidas, fazendo-as surgir (aparecer) e estar ao alcance desse povo.

Mas, ao abrir um artesanato para ter aumento de produção (da arte e do objeto), despertariam as seguintes necessidades como grandes motivadores:

- 'a da necessidade de uso para o próprio consumo' (o fazer para usar);
- 'a da expressão criativa de uma ideia' (o fazer uma arte original e própria);
- 'a da inovação dos artefatos' (inovar em métodos, ferramentas e produtos/serviços); e, finalmente,
- 'a do folclore popular' (aquela que vem com a tradição oral e laboral, passada de pai para o filho ou de mãe para a filha).

O Congresso Brasileiro de Folclore (1951, *apud* MEGALE, 1999, p.15), que aprovou a Carta do Folclore Brasileiro, afirma que:

[...] constituem o fato folclórico as maneiras de pensar, sentir e agir de um povo, preservadas pela tradição popular, ou pela imitação, e que não sejam diretamente influenciadas pelos círculos eruditos e instituições que se dedicam ou à renovação do patrimônio científico e artístico humano ou à fixação de uma orientação religiosa e filosófica.

O fato folclórico, como expressão da experiência popular, "é sempre atual, pois se encontra em constante renovação", declara Megale (1999, p.16); também não se constitui em moda, mas muitas vezes se contrapõe a ela, assim como as artes e técnicas eruditas modernas, ainda que estas possam lhe dar origem, como exemplo, tem-se: as cerâmicas, os bordados, etc., explica a autora (*op. cit.*).

Quanto à natureza, Megale (1999, p. 15) acrescenta que "para se saber se um fato apresentado pelo povo é folclórico ou não, basta observar se tem as suas principais características" (*sic*):

- É anônima, não tem autor conhecido;
- É de aceitação coletiva, onde o povo, aceitando o fato, toma-o para si como se fosse seu e o modifica e transforma, dando origem a inúmeras variantes;
- É por transmissão oral, é a transmissão do fato folclórico se faz de boca em boca (em função das limitações da comunicação do passado);
- Tem tradicionalidade, não no sentido de tradicionalista acabado, isto é, de uma coisa do passado, mas como o modo vivo e atual pelo qual os conhecimentos foram transmitidos, ex: avô, pai, filho, neto (do avô para o pai; do pai para o filho; do filho para o neto e assim por diante);
- Funcionalidade = Tudo quanto o povo faz tem uma razão, um destino, uma função. O povo nada realiza sem motivo, geralmente ligado ao comportamento do grupo ou a uma norma psico-religiosa-social, que se perde na noite dos tempos. (*sic*).

Todavia, o Brasil Folclore (s.d.) afirma que essa Natureza é devido ao fato folclórico; mais especificamente, aquele 'Fato' que venha a ser determinado como inteiramente folclórico e, que para isso, deve:

- a) ser transmitido oralmente, de boca em boca, e não por meios eletromecânicos, como rádio, disco e livro;
- b) ser social, praticado por muitos e não por uma só pessoa;
- c) ser espontâneo, livre. Quando o professor dá um provérbio para ser analisado sintaticamente pelos alunos, aí não há o fato folclórico. Mas, quando dito pelo mesmo professor ou pelos anos, espontaneamente, para explicar ou justificar um fato, nesse caso há o fato folclórico; e
- d) ser anônimo, pois não se conhece o autor de superstição, de uma dança popular, de um provérbio ou adivinhas. O que consiste em ser o Fato Folclórico, um ato da 'Natureza Folclórica'.

Quanto às Manifestações folclóricas, Megale (1999, p.22-23) ainda apresenta uma classificação:

- 1) Sabedoria Popular = São as diversas manifestações da ciência do povo. Seu conhecimento sobre o universo, o homem e os fenômenos naturais relacionados com a vida cotidiana. Ex.: época do plantio de determinadas plantas de acordo com as fases da lua, a medicina rústica, a mistura perigosa de certos alimentos, etc.
- 2) Artes Folclóricas = São as manifestações de criatividade artística do gosto popular. Na maioria dos casos trata-se de trabalhos anônimos, repetidos inúmeras vezes, copiados e adaptados ao sabor das conveniências e da inspiração do momento. Ex.:
 - Na linguagem e na literatura = Apelidos, parlendas, adivinhas, poesias, trovas, desafios, trava-línguas, romances, literatura de cordel, acrósticos, correios elegantes;
 - No teatro = Autos e representações diversas, mamulengos, casamentos das festas juninas, embaixadas das congadas, cavalhadas;
 - Na música = Cantigas de roda, modinha, cantigas de trabalho, dormenês, assim como os instrumentos musicais: cuíca, berimbau, viola, pífano, caxambu, marimbau, candongueiro, etc.;
 - Nas artes plásticas = Pinturas, esculturas, cerâmica, gravações em ouro, madeira, metal, ex-votos, couro, etc.;
 - Na dança = Frevo, maracatu, maxixe, dança de S. Gonçalo, assim como os folguedos populares: Congada, Caiapó, Folia dos Reis, etc.
- 3) Manifestações de religiosidade = São as formas rituais de cultuar os santos protetores e afastar os espíritos maléficos.
- 4) Ofícios e técnicas = Manifestações relativas às várias profissões e aos sistemas de produção, troca e transformações dos produtos. Ex.: cuidado com a boiada, modo de cultivar roça, técnicas artesanais para bordados, tapeçarias, fabrico de renda;
- 6) Alimentação = Comidas e temperos típicos, receitas dietéticas, bebidas, chás. Ex.: vatapás, acarajé, cuscuz, feijoada, batida, etc.;
- 7) Traje = Roupas típicas da região ou de determinada profissão ou festa. Ex.: Xiripaia gaúcha, roupas das baianas, trajes de dançadores de congadas, maculelê, maracatu, caiapós, festa junina do Nordeste, etc.;

8) Direção do lar = Modo de construir a casa (palafita, pau-a-pique, adobe) e anexos (monjolos, moinhos, galinheiros), assim como o mobiliário, painelas, amassadeiras, ferro de brasa, etc.;

9) Vida social = Modo de se relacionar com as pessoas e, sobretudo, os vizinhos; relações de parentesco, apadrinhamento, maneira de receber os convidados em casa, festas de casamento, batizados, etc. (*sic*).

O folclore, por sua vez, estuda várias áreas do conhecimento popular, dentre elas o artesanato. Megale (1999, p.23) apresenta tais variações, o que ajuda entender o contexto:

A arte popular e artesanato; a literatura popular; a música folclórica, as danças, folguedos e cantos; a medicina popular as crendices e a magia; tabus, superstições e as religiões populares; o teatro popular e a citoplástica (a arte comestível dos doceiros e quituteiras).

“A divisão apresentada não significa que há uma separação literal dos elementos de manifestação, porém eles se completam e estão intimamente relacionados”, completa Megale (1999, p.21).

4.1.3 O Artesão e o seu Artesanato: A Arte do Povo

Numa alusão aos fatos históricos, a partir da Grécia Antiga, por volta do Século IV a.C., no Estado de Atenas, encontrava-se uma verdadeira distinção de classes e uma constituição de três tribos básicas que, reunidas, formavam o estado ateniense. Segundo Denis (1990, p.15), essas classes eram divididas em: i) Os *Eupátridas* ou Os Nobres (com direitos políticos); ii) os *Geomores* ou os Agricultores (pequenos proprietários de terra); e iii) os *Demiurgos* ou ‘os Artesãos’ (e comerciantes).

Vê-se aqui que o termo ‘artesão’ já era empregado e conhecido na Grécia Antiga, muito antes da era cristã e que os seus atributos e tarefas eram conceitualmente úteis para a economia daqueles tempos. O filósofo grego Xenofonte²⁵ (*apud* DENIS, 1990), em sua famosa obra “*Econômica*”, faz uma distinção entre o trabalho manual do agricultor e o trabalho manual do artífice ou artesão, como ele assim aborda, e faz a seguinte crítica:

Os ofícios a que a gente chama de artesãos estão desacreditados e certamente é muito natural que os tenham em grande desprezo nas cidades. Arruinam o corpo dos operários que os exercem e daqueles que os dirigem, obrigando-os a uma vida caseira, sentados na sombra da sua oficina, por vezes mesmo a passar todo o dia junto ao fogo, sendo os corpos enfraquecidos, as almas tornam-se também muito mais cobardes. (*ibidem*, p.57-58)

²⁵ Para Xenofonte, o trabalho manual – que fortalece o homem –, como o caso do **agricola**, pode, por vez, privá-lo de lazer necessário para realizar o trabalho propriamente humano, mas afirma que é aceitável e até bom. Quanto o trabalho do artesão (o que ele chama de artes mecânicas) torna o corpo impróprio para o trabalho e até alguns desses trabalhos estragam o corpo.

Huberman (1983) fornece uma fonte de referência histórica muito interessante, quando afirma que houve uma transformação da indústria e que tudo podia ser realizado na casa do próprio camponês. Assim, dizia Huberman (1983, p.62-63):

Se uma família precisasse de móveis, ela não recorria a um carpinteiro para fazê-lo ou recorria a ao comércio para comprá-lo. A própria família do camponês derrubava a madeira, limpava-a, trabalhava-a até ter os móveis de que necessitava.

Como definir um conceito de artesanato? A venda de mercadorias feitas à mão pode ser considerada artesanal? Pode o artesão ser um empreendedor? O artesanato é uma arte ou é um negócio? Segundo a Grande Enciclopédia Larrousse Cultural (1998), o termo artesanato tem sua origem na França, vindo de '*artisanat*', o que significa dizer 'a arte do povo'. A partir desse conceito, entende-se que 'arte do povo é única e igual para todos os povos'; todavia, o professor Iaperi Araújo (*apud* GERANEGÓCIO, *s.d.*) afirma que não se pode preestabelecer conceitos e normas a respeito do assunto e determinar que artesanato seja ou não, uma arte popular. O autor esclarece:

O artesanato tem muito de arte no conceito tradicional, não só pela continuidade do elemento que representou o molde inicial, mas também porque sem a mecanização *standard* e por se constituir uma seriação manual, cada novo objeto é recriado dependendo das condições do material a trabalhar e dos instrumentos de trabalho. Cada nova forma surge como recriação, recebendo o toque pessoal do artesão (IAPERI ARAÚJO *apud* GERANEGÓCIO, *s.d.*, p.1).

Outros conceitos podem ser apresentados para estabelecer uma linha de convenções para o entendimento geral, tanto para quem se dedica à área e aos estudos, quanto para aqueles que desejam algum conhecimento acerca desta atividade milenar. Assim, o conceito de artesanato pode ser apresentado a seguir:

- Segundo Araújo (*apud* GERANEGÓCIO, *s.d.*, p.15), "Numa visão mais atual que abranja produção tradicional e a urbana, o artesanato pode ser definido como a execução de trabalho manual, com ou sem ajuda de ferramentas e mecanismos caseiros, que as pessoas dão às matérias brutas, sobras e lixo do consumo industrial, visando produzir peças utilitárias, artísticas e recreativas, com ou sem fim comercial".
- Segundo Ferreira (1977, p.42), "É a técnica, tirocínio, arte ou local de trabalho de artesão".
- Segundo a Grande Enciclopédia Larrousse Cultural (1998, p.450-451), "Ofício, de função utilitária, lúdica ou mágica, praticado por um artesão; o conjunto de artesãos de um lugar, região, país, época; obra do artesão".
- Segundo Magalhães (1969a, p.159) = "Ofício ou profissão de artesão; trabalho manual ou mecânico em que toma parte ativa a inteligência, o gosto e a iniciativa própria do operário".
- Segundo Rosa (*s.d.*, p.3), "Hoje, o conceito de artesanato é tão abrangente que engloba actividades e produtos que vão desde a mera ocupação de tempos livres no fabrico de objectos avulsos, até às artes e

ofícios tradicionais, outrora indispensáveis à vida das sociedades rurais” (sic).

- Segundo Sergipe Cultura (s.d., p.1), “O artesanato surgiu como utilidades no dia-a-dia. Exemplos: a cerâmica (moringas, panelas, potes), era somente para o uso doméstico. Hoje se transformaram em objetos de ornamentação. Assim também acontece com o artesanato em palha, madeira, couro, entre outros”.
- Segundo Siebert (1998, p.36), “É uma forma de arte que tem raízes na cultura popular”.

As expressões de criatividade são, na maioria das vezes, obra da iniciativa individual de um povo, que ao longo do tempo foi sendo transmitida no seio familiar, passando de pai para filho e de mãe para filha, agregando fatores da própria inconsciência para o consciente coletivo popular.

A essa manobra artística, “adicionam-se os elementos morfológicos da natureza, a sensibilidade do ser humano, a imaginação, as inovações feitas aos utensílios manuais” [...] – geradores de diversos objetos decorativos e produtos acabados feitos à mão –, [...] “para enriquecer a arte bruta e transformá-la em artesanato”, afirma Megale (1999, p. 120), referindo-se ao artesanato brasileiro, que:

Tanto a arte como os artesanatos folclóricos nacionais, são ricos em suas variedades, visto que, além dos elementos formadores de nossa nacionalidade, fomos colonizados por povos provenientes de todos os quadrantes da terra e em vários estados brasileiros eles constituem a técnica de subsistência de populações inteiras, como no Nordeste. (sic).

Também destaca Megale (1999, p.120) que “O artesanato está geralmente relacionado com os recursos naturais existentes e decorre da relação entre o homem e o meio, refletindo o sistema de vida adotado pelos moradores de certa região”, corroborando com o ato artesanal cultivado e alimentado pelos artesãos do município de Serra Talhada (objeto da pesquisa). Bianchi (s.d.) adverte acerca do assunto sobre a diferenciação da arte erudita versus a arte popular, chamando a atenção para a característica básica: no qual ‘tudo é arte’.

Por sua vez, Mascêne e Tedeschi (2010, p12) definem artesanato como sendo “toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade”, permitindo entender que pode este ser feito manualmente ou através de outros meios, inclusive rudimentares.

Segundo o Brasil (1977) e Paraná (1991) são requisitos essenciais do conceito de artesanato: a) que seja resultado de trabalho preponderantemente manual; b) que seja sem a participação de trabalho assalariado; e c) que revele traços de destreza e de criatividade. Desse modo, para se considerar um artesanato, segundo a legislação nacional, os produtos de artesanato não podem ser industrializados nem que sejam caracterizados como industriais.

Há de considerar que atualmente, uma grande parte de autores e estudiosos no assunto restrito ao artesanato, distinguem a arte e o artesanato folclóricos dos denominados populares. Sabe-se que tem a mesma origem, todavia diferem no

destino, no qual 'os últimos são mais comerciais ou de consumo'. Megale (1999, p.120), no entanto, salienta que ambos "são considerados populares, pois são manifestações da cultura, pois tanto a arte quanto o artesanato, são muito apreciados pelos turistas e colecionadores". Assim, Megale (1999, p.119-120) define 'arte e artesanato popular' afirmando que:

- Arte Popular: É aquela cujo produto só tem função decorativa ou ornamental, provocando, ao ser olhada, uma sensação estética. Nelas situamos as esculturas, as pinturas, as cerâmicas figurativas, os bordados, as rendas, as bijuterias, os papéis recortados, as máscaras, etc.
- Artesanato: É essencialmente utilitário, mas com alguma decoração, possuindo duas funções – a estética e a utilitária – como:
 - cerâmica, tecelagem, trançados; couros, citoplástica²⁶;
 - algumas ferramentas rústicas, como fusos, pilões, rodas d'água, monjolos, etc. (sic).

Souza Barros (1971) foi um a destacar a questões das diferenças entre o 'Artesanato' e a 'Arte Popular'. O autor destaca a opinião de Schuwer (*apud* SOUZA BARROS, 1971, p.180) ao afirmar que [...]

não há diferença entre artes em geral e artesanato, porém, é preciso examinar bem o que se transforma em uma seriação inteiramente abusiva e o que recebe esforço de criação, de forças espontâneas e até mesmo destreza e de aprimoramento. A simples repetições em formas, como no caso de peças em gesso.

Ou seja, mesmo sendo ambos com essência popular, o artesanato busca uma produção em série, repetidamente; a arte popular, em si, permite a espontaneidade de criação, gerando originalidade e sem repetição – isso reforça a deferência de Bianchi (s.d.).

4.1.4 Do Artesanato ao Comércio

O ato do comércio parte do princípio de que uma pessoa que detenha dinheiro, mas, não quer guardá-lo, contudo movimentá-lo, busca meios lucrativos de investi-lo. Assim, inicia um negócio com o objetivo de realizar as trocas (compra e venda), com aquilo que adquiriu (matérias-primas e insumos) para revender.

O ser humano, na sua fase de implantação dos processos produtivos – não levando em conta a natureza ou sua origem, buscou o retorno do seu 'capital' investido (e em muitos casos, não chega a ser o capital financeiro) como fator motivacional para o atingimento de suas metas de produção e comercialização.

As transações comerciais vêm de longo tempo, tendo iniciadas com as trocas entre os grupos humanos (nômades e/ou sedentários) e seus bens físicos

²⁶ Também chamada de **citoplástica**, ou esculturas comestíveis, que são verdadeiras obras de arte. Os pães-doce modelados em formas de animais são feitos pelo mundo afora e repartem o folclore de vários países. É comum encontrar no Nordeste, na época do Natal, pães com formatos de coelho e leitões; bolos com flores de açúcar e com frases como Felicidades, Boas Festas, Feliz Natal, etc.

produzidos. Pelos idos do Período Neolítico (7.500 a.C.), o escambo era a modalidade de negócio difundido entre as famílias e sociedades tribais (BURNS; LERNER; MEACHAM, 1990). O escambo ainda é um método de troca que é muito difundido, sendo encontrados muitos adeptos, em diversos lugares pelo mundo, explorados por indivíduos isoladamente, ou por micro e pequenos empreendimentos.

Historicamente, os primeiros relatos sobre as trocas estão vinculados aos fenícios. Como explicam Burns, Lerner e Meacham (1990), estes povos não ficaram conhecidos pelas conquistas ou pela construção de um império, todavia pela influência que exerceram “[...] através das artes da paz e, principalmente, do comércio” (BURNS; LERNER; MEACHAM, 1990, p. 84).

Além dos fenícios, os egípcios também figuram entre os povos mais mercantis da antiguidade; o Egito possuía uma indústria avançada para sua época; fabricava tecido com o linho cultivado em suas terras; “abriu seus portos aos navegadores gregos, tornando-se daí por diante, um dos principais núcleos do comércio mundial da antiguidade” (*sic*) (MEIRELLES, 1986, p.31).

Meirelles (1986) explica ainda que as trocas surgiram no mundo como um novo processo capaz de permitir, às pessoas, a aquisição dos bens desejados e isto também explica o porquê de elas serem intimamente ligadas ao comércio. Nesse princípio, os artesãos tiveram um papel importante para a formação das pequenas empresas.

A pequena empresa é, indubitavelmente, um fenômeno que não é recente, todavia data de séculos bem anteriores, como afirma Huberman (1983). No século XIV, na Inglaterra, os artesanatos já representavam um negócio de grandes proporções, existindo estatuto próprio, datado de 1346 (HUBERMAN, 1983).

O mesmo autor cita como exemplo o ofício dos padeiros, o dos jornaleiros e o dos curtidores de couro. Assim, pode-se observar uma presença marcante de atividades econômicas que, mesmo artesanais para a época, coexistem no universo atual como geradores de emprego e renda – um conceito bem presente nos dias atuais; eram negócios semiestruturados, do tipo corporação, onde os artesãos estavam ligados entre si numa forma arcaica de cooperação mútua.

O principal teórico que explicou a dinâmica do comércio – vinculado aos pequenos negócios, numa perspectiva francesa, sob a ótica dos pequenos lojistas e varejistas –, foi Cantillon (2002). Foi ele quem associou o termo empresário aos pequenos negócios. É evidente que por volta de 1720 (período em que foi escrito o seu ‘Ensaio’, na França) existiam poucos grandes comerciantes, embora a indústria francesa da época já estivesse em formação; verificava-se, no entanto, uma enorme evidência de pequenos negócios. Era um período onde a artesanaria dividia o mercado com os proprietários da terra e outras atividades comerciais.

É importante entender que, o artesão do passado e o do presente, não variou muito em relação a sua capacidade de criar e ofertar ao público sua arte. Permite que o ato de criar e de empreender essa arte deva ser criterioso, pois ninguém deseja adquirir algo artesanal que pereça com muita facilidade ou que se deteriore

com a rapidez de seu uso. No tocante à relação do artesão e o seu mercado, Trombini (2009, p.1) destaca que:

Deve-se estimular o resgate das vocações regionais, levando à preservação das culturas locais e à formação de uma mentalidade empreendedora, por meio da capacitação das organizações e de seus artesãos para a sociedade de mercado, onde o padrão de qualidade e a capacidade de produção são alguns dos fatores que determinam a aceitação deste produto no mercado interno e externo. Dessa forma, se faz necessário a adoção de uma cultura empresarial, caracterizando as ações de fomento a atividade artesanal e a valorização do artesão, através de iniciativas que integrem o setor público, privado e a sociedade civil e de políticas públicas para o seu desenvolvimento, inserindo o artesanato na economia real. (sic).

O mercantilismo ainda estava muito presente naqueles tempos, o que permitia aos teóricos da época – mercantilistas e fisiocratas – traçar o perfil da economia pelo Fator Terra (muito enaltecido e enfocado). Deve-se considerar inclusive que, durante o período mercantilista (ou de transição), o Estado era interventor; porém, no período fisiocrata, os teóricos advogavam o liberalismo econômico.

Todavia, o próprio mercantilismo favoreceu o surgimento de atividades profissionais que são destacadas por Cantillon (2002): o mercador, o atacadista, o fabricante; o açougueiro, o comerciante de roupas, o pequeno lojista; o arrendatário, o chapeleiro; são fregueses uns dos outros, em decorrência de tudo aquilo que advêm dos recursos naturais: os minérios (ouro e prata), a flora, a fauna e a produção agrícola, do ‘Velho’ e do ‘Novo Mundo’.

Para Cantillon (2002), são considerados empresários todos os pequenos lojistas e varejistas (e é claro, muitos artesãos), o que reforça a teoria de que os pequenos empresários são, de fato, os grandes empreendedores, pois “[...] compram os produtos por um preço certo e os revendem nas suas lojinhas ou nas praças públicas por um preço incerto” (*ibidem*, p.45), representando dessa forma a “*álea*” (incerteza) e o risco.

Outro a fazer menção acerca dos pequenos negócios foi Morazé (1952). Ele fala da noção de classe na vida econômica do antigo regime. Afirma o autor que no século XVIII, “a maioria das manufaturas e das vendas eram realizadas no âmbito das pequenas empresas”; [...] e a “muitos dos objetos fabricados eram feitos na presença dos compradores” [...] e que “cada negociante vigiava o outro, com o intuito de assegurar que o seu concorrente não empreendesse ações através da propaganda, jogo de preço, dentre outras opções” (MORAZÉ, 1952, p. 131), onde é observada uma conduta concorrencial baseada na competição limitada pela vigilância de ações mercadológicas primitivas, contudo, oportunas; como também confirma Huberman (1983, p. 65), referindo-se ao item 3 do estatuto criado no século XIV, que diz:

Item 3: ninguém tomará o aprendiz de outrem para seu trabalho durante o aprendizado, a menos que seja com permissão do mestre. E se alguém do

dito trabalho que não possa completar [...] os demais do mesmo ofício o ajudarão, para que o dito trabalho não se perca. (sic).

Percebe-se desse modo que, a normatização feita na Idade Média, tinha a ver com o artesanato, pois, quem tinha aprendiz era o Mestre-artesão, em seu artesanato. No séc. XVIII, o artífice, segundo Morazé (1952), tem satisfações voltadas muito mais para o que faz, do que propriamente para o que ganha, ou seja, o trabalho (*labor*) representa uma maior importância, ao invés do lado pecuniário (o dinheiro), revelando uma forte evidência de um protoespírito empreendedor.

Os artesãos podem ser classificados, segundo o site Geranegócio (s.d.), em:

- **Artesão-artista:** é aquele que por sua criatividade, originalidade, graciosidade e perícia produz peças que provocam profundo sentimento de admiração naqueles que as observam. Exemplos: talhadores, gravadores, escultores, pintor ingênuo (*arte naïf*) etc.
- **Artesão-artesão:** é aquele que trabalha em série, muitas vezes com ajuda de ferramentas e mecanismos rudimentares, produzindo dezenas de peças, centrado mais no aspecto utilitário das peças que produz que em despertar no observador o sentimento de beleza. Cerâmica ornamentada produzida manualmente com ou sem torno de pé.
- **Artesão semi-industrial:** é aquele que trabalhando a partir de moldes ou e de outros processos semi-industriais reproduz dezenas de peças iguais. Ex: peças utilitárias de cerâmica produzidas de forma semi-industrial (tigelas, jarros, potes, etc.). (sic).

Segundo Araújo (1985), o artesanato pode ser classificado com base em vários aspectos. Pode ser posicionado quanto: aos diversos meios, fontes, usos, origens etc. Para o estudo aqui apresentado, o foco será dado aos tipos de matéria-prima utilizados e aos destinos que dela se seguirá. Desse modo, o artesanato pode ser:

- Quanto à predominância da matéria-prima usada → couro, vidro, metais, argila, gesso, madeira, tecido, sobras etc.
- Quanto à origem → afro, indígena, rural e urbano.
- Quanto à fonte de matéria prima → material natural, matéria-prima industrial, sobras e lixo industrial.
- Quanto à utilidade → pode ser um implemento útil, um utensílio, adorno, decorativo, religioso, recreativo, lúdico, terapêutico, comestível, artístico, pedagógico.
- Quanto à forma → figurativo e não figurativo.
- Quanto ao destino econômico → comercialização e não comercialização.

Maia (1985, p.13) afirma que “o artesanato de cerâmica surgiu para o autoconsumo, diferente do artesanato da renda, que veio atender o supérfluo, ao ornamento e a decoração de peças”, retratando – principalmente – aos fatos da Idade do Fogo, no Período Neolítico, quando o ser humano se sedentariza. Segundo

Heye (*apud* RIBEIRO *et al.*, 1983, p.111-113), há 3 tipos de Artesanato Não Comercial:

- Sagrado → Destinado à ordem religiosa e a uma satisfação e realização interior;
- De reciprocidade ou troca simbólica → Como para retribuição de valor;
- Para uso próprio → Para serem usados na própria casa, fazenda ou pessoalmente.

No Brasil, hoje em dia, existem diversas formas de artesanato, não só exploradas artisticamente, como também comercialmente, poderíamos fazer citação de várias delas. Eis algumas:

- Tecido de Renda;
- Cestos em palhas;
- Redes;
- Carrancas;
- Máscaras;
- Pequenos objetos em vidro;
- Cerâmica (bonecos, vasos, etc.);
- Tapeçaria;
- Bonecos de pano;
- Madeira talhada;
- Quadros pintados;
- Objetos reciclados; etc.

4.1.5 O Artesanato e o Setor Informal

Quando se fala de artesanato, num primeiro momento, pensa-se de imediato, que é uma atividade que possui artesãos que trabalham para si próprios. Em outras palavras, é aquela atividade ou trabalho que tem natureza informal.

Segundo a OIT (1972, *apud* MAIA, 1985, p.20), o trabalho informal é aquele “que se antepõe ao trabalho formal, caracterizado este último pela relação empregado X empregador”. Assim, ao afirmar que numa economia capitalista as atividades organizadas, sejam elas nos setores econômicos²⁷, nos quais encontramos uma relação formal de trabalho, não há informalidade caracterizada; contudo, tipificados os modelos aos quais não há um dado estoque de mão-de-obra vinculada com relação formal, existindo aí uma informalidade autêntica de uma atividade capitalista, como relação trabalhista direta ou indireta, tem-se assim o trabalho informal.

²⁷ Primário (agricultura), Secundário (indústria) e Terciário (serviços).

O artesanato é, basicamente, informal; em geral, o próprio artesão faz e se desfaz das suas peças; cria e revende seus artigos; manuseia, inova e transforma um objeto sem forma, em uma arte digna de uso ou de exposição. Observa Carvalho (1979, *apud* MAIA, 1985, p.21) ao dizer que “o trabalho informal do artesanato é aquele que não se insere na estrutura urbana de modo mais estável [...]”, no qual se chega a uma breve conclusão de que ‘o artesanato é um trabalho rural’.

Em relação essa informalidade, há uma pergunta a ser feita: o homem rural opta pela informalidade como objetivo único ou a utiliza como uma complementação de renda e salário? Demo (1978, *apud* MAIA, 1985, p.20) exorta esse posicionamento dizendo que “muitas pessoas com rendimentos formais mínimos apelam para trabalhos informais a fim de reforçar o orçamento doméstico”.

Todavia, o artesanato vai muito mais além da informalidade: é uma atividade econômica reconhecida. A informalidade pode até ser do homem, mas não da atividade. A atividade artesanal também emprega muita gente que, de certo modo, dá outro sentido à informalidade. Maia (1985, p.20) nos revela que:

O setor informal é caracterizado pela transitoriedade. Não só dos que passam para o emprego formal e vice-versa, mas dos que se deslocam de uma ocupação a outra ou exercem várias, paralelamente, no próprio segmento informal. Destarte, o subemprego não passa de uma resposta inventada para atender a um estado de sobrevivência ou uma condição para libertar-se da opressão advinda da relação empregado X empregador, constituindo um meio de desenvolver a ocupação de modo auto-suficiente. (*sic*).

Há duas problemáticas enfrentadas pelos artesanatos: uma é a de que as pequenas indústrias (aqui sendo retratada a cerâmica) perdem seus artesãos para o meio formal porque optam em ser proletários (empregados) e a outra a obsolescência sobre suas habilidades profissionais frente aos novos métodos de produção. Visto isso, Marx e Engels (2004, p.53) introduzem uma explicação socioeconômica dessa dialética:

Os pequenos industriais, pequenos comerciantes e pessoas que possuem renda, artesãos e camponeses, todas essas classes caem nas fileiras do proletariado; em parte porque seu pequeno capital não permite o exercício da grande indústria e sucumbe na concorrência com os grandes capitalistas; em parte porque sua habilidade é desvalorizada pelos novos métodos de produção, Assim, o proletariado é recrutado em todas as classes da população. (*sic*).

É claro que essa percepção marxista, traduz um ponto de vista que não pode ser encarado por apenas um prisma, pois há de convir que na sociedade, dita burguesa (empregadores) pelos autores, há quem não admita comprar uma peça de arte por necessidade básica maslowiana, o que permite compreender que, ‘quem a produz’ (como é o caso do artesão), precisa dessa mesma necessidade para sobreviver. E assim, abre mão de sua arte (ou a transforma em tempo parcial de

trabalho – *part time*) para ter uma renda de uma atividade assalariada, tornando-se assim, um proletário, na percepção dos autores.

É evidente que a discussão não será levada em tónica por não se tratar do objeto central do Livro, contudo é, um ponto importante da realidade econômica pelo que pode passar um artesão ou artista plástico. Maia (1985, p.21) acrescenta dizendo que o artesão está situado em um contexto parecido, porque:

- Deve-se levar em conta que o artesanato é uma atividade que segue uma tradição;
- O artesanato situa-se em comunidades pequenas onde é insignificante o mercado de trabalho;
- O artesanato é aí desenvolvido como uma das possíveis ocupações rentáveis, congregando, em geral, todos os componentes da família;
- O artesão, sempre exerce outra ocupação;
- O artesão executa a atividade artesanal nas entressafas ou em épocas em que a demanda do produto é maior. (sic).

O que é muito importante nesse contexto explicativo,

é que deve-se ver o artesanato não só como uma fonte alternativa de renda, mas como uma atividade que oportuniza ao homem desenvolver a sua criatividade, valorizar o seu trabalho, o que poderá levá-lo a uma reflexão sobre o jogo de forças sociais em que está inserido. (MAIA, 1985, p.17).

4.2 PERSPECTIVAS TEÓRICAS SOBRE EMPREENDEDORISMO E OS PEQUENOS NEGÓCIOS

4.2.1 Do Artesão ao *Entrepreneur*

Quem é o artesão? Como defini-lo? De acordo com Bertero (1997), que faz uma abordagem ao discurso²⁸ do Presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC) sobre o que o presidente chamou de “a volta da artesaniania” – o conceito de artesão é dado como “um trabalhador manual, dotado de conhecimento, habilidade e destreza, que fazem dele um virtuoso, o qual tem na ferramenta o seu principal instrumento de trabalho”. Conceitualmente, Maia (1985, p.15) diz que artesão,

é um produtor que entra em contato com a natureza, com a matéria-prima bruta; manipula, cria formas e as converte em bens. Executa todas ou quase todas as fases produtivas. Transforma a natureza de acordo com sua imaginação e em atenção às necessidades pessoais ou comunitárias, projetando e suas peças algo de si.

Continua Maia (1997, p.15) dizendo que o artesão “opõe-se ao tipo de atividade industrial, fragmentária, repetitiva, onde o homem se perde no processo produtivo, não sabe o que e nem para que faz e, apenas, vende a sua força de

²⁸ CARDOSO, Fernando Henrique. **Discurso sobre o Dia da Cultura**. Discurso proferido pelo presidente Fernando Henrique Cardoso durante solenidade de comemoração do "Dia da Cultura", realizada no Teatro Nacional de Brasília, 05 nov. 1995.

trabalho”. Do mesmo modo que Heye (*apud* RIBEIRO, 1983, p.15) completa que “[...] mesmo de maneira informal, esporádica, (o artesanato) é feito com intenção de venda, com intuito comercial”. Outros conceitos de artesão são apresentados por:

- Magalhães (1969a, p.159), ao dizer que “é o mesmo que artífice”;
- Ferreira (1977, p.42) o descreve como sendo “um artista; indivíduo que exerce por conta própria uma arte, um ofício manual”;
- Siebert (1998, p.102-103) afirma que “é uma pessoa habilidosa e criativa que executa um trabalho manual, utilizando matéria-prima da região onde mora: barro, palha, madeira, couro, fibras, cipós, talos de bambu”.

Imagine que uma pessoa queira iniciar um negócio e que tem todos os meios produtivos para iniciar esse negócio. Será que os riscos em abri-lo serão o seu impedimento? Acredita-se que não, pois, foi Cantillon (2002) quem ratificou que esses são os que correm verdadeiramente o risco, mas nem por isso, deixam de tomar essa decisão. O teórico empregou o termo “*entrepreneur*” (CANTILLON *apud* OSER; BLANCHFIELD, 1983, p.58) – ou empresário –, para aqueles que abriam um negócio para atender aos consumidores e às empresas. Não para os que ‘pensavam’ em abrir, todavia, para os que verdadeiramente abriam.

Cantillon (2002) empregou o termo, pela primeira vez, no início do século XVIII, na França; enfatizou o seu papel na vida econômica – o que era praticamente uma inovação na época – porque, por muito tempo, os economistas teorizaram que os únicos fatores de produção eram a terra e o trabalho, sendo o capital, um fator essencial aos processos, apenas incluído a partir das teorizações feitas por Smith (2003), em 1776. Quanto a uma referência ao termo, Magalhães (1969a, p.850-851) informa que o empresário (*entrepreneur*) designa a pessoa que “compra os produtos do país [...] paga um determinado preço, para revendê-los por (em) grosso ou a varejo, a um preço incerto”, e esse preço incerto é a ‘*álea*’ (incerteza) de Cantillon (2002).

No período que corresponde à transição entre o período do ‘mercantilismo’ e os períodos ‘fisiocrata e clássico’, as considerações sobre o papel do empresário são feitas no âmbito comercial dos séculos XVI e XVII. Cantillon (2002) afirma que o mestre-artesão, os sapateiros e alfaiates, os marceneiros e cabeleireiros, são eles os grandes empregadores.

O teórico apresentou a diferenciação entre o proprietário da terra e o empresário, estabelecendo dois princípios aos quais: a) “[...] os proprietários de terra são os únicos naturalmente independentes e que todas as outras ordens são dependentes, quer sejam empresários [*entrepreneurs*], quer vivam do que recebem”; b) “[...] fica, ainda estabelecido que toda troca e circulação num país são levadas a efeito por intermédio destes empresários” (CANTILLON, 2002, p.48). O autor também compara o empresário (*entrepreneur*) com o mercador que vende no varejo (*ibidem*, p.44).

Cantillon (2002) foi o primeiro a fazer grande aporte aos empresários, como sendo aqueles que regem a economia, mas são dependentes. Para fundamentar seu ponto de vista, Cantillon (2002) se aprofundou nas várias tipologias do

empresário e estabeleceu princípios para o comércio sob a ótica do empreendedor; o autor sugere que para haver o comércio e o serviço, têm que haver empresários que gere emprego (postos de trabalho) e propicie a circulação das mercadorias (as trocas; a compra e a venda).

Sobre a existência de bons e maus empresários – que existem em todos os lugares e períodos –, o próprio Cantillon (2002, p.46) adverte sobre o que todos os empresários conseguem, através do seu trabalho, “[...] pilhar tudo que podem e enganar seus fregueses”. Isso são recomendações feitas pelo autor, acerca dos maus empresários, aqueles que, de fato, desviam-se do seu objetivo nas relações de venda e compra. Pois, os empresários (bem como os artesãos) contribuem muito mais do que se aproveitam dos outros, isso é fato.

Por sua vez, Say (1983) publicou uma vulgarização da obra de Adam Smith – “*Wealth of Nation*” – substituindo por uma organizada lógica, a então obra desordenada, dividindo-a em três partes: produção, distribuição e consumo. Para Lajugie (1981), foi Say quem também descreveu o papel da indústria, do empresário (*entrepreneur*) e a lei dos mercados. Say (1983) publicou o ‘*Traité d’Économie Politique*’ (‘Tratado de Economia Política’), em 1803. Talvez a principal obra do teórico, seja a ‘*Loi des Débouchés*’ (‘Leis dos Mercados’) que, segundo Say (*apud* LAJUGIE, 1981) o dinheiro é apenas o intermediário, pois atua de tal maneira que os produtos são trocados por produtos, como os produtos são trocados por serviços (os bens imateriais que Smith não previu ou percebeu).

Sobre o termo empresário (*entrepreneur*), foi Say, conforme explicam Oser e Blanchfield (1983), quem acrescentou o termo como sendo o quarto fator de produção, aos três já existentes: terra, trabalho e capital. Nessa interface – entre os produtos e serviços – surge o empreendedor (*entrepreneur*), que também não foi percebido por Smith. Segundo Heimann (1971, p.116), o empresário (*entrepreneur*), para Say, era indispensável para a produção capitalista bem-sucedida, pois “[...] é alguém que preveja as necessidades dos consumidores e dirija a produção em tal sentido [...]”. “Os proveitos desse empreendedor devem ser distinguidos de salários, juros e rendas”, afirmou Say (*apud* OSER; BLANCHFIELD, 1983, p.121-122), ou seja, conclui-se que a renda do empreendedor é o ‘Lucro’.

O primeiro a estabelecer o termo como fator de produção foi Say (1983), como foi visto. Este também reconhece que o empresário (*entrepreneur*) é “a segunda das operações [...] necessárias para o exercício de toda e qualquer indústria” (SAY, 1983, p.312). É bom entender que o primeiro fator para o exercício industrial é o capital; o segundo é a capacidade empresarial – o *entrepreneurship* (o empreendedorismo; o espírito empreendedor). Terra e trabalho são para Say, ‘*coeteris paribus*’. O economista francês argumentou que é necessária também para a indústria agrícola, para a manufatura e para o comércio, ampliando as considerações dos clássicos (da Economia).

A capacidade empresarial fecha o quadro dos fatores de produção. Apesar de ainda persistir uma ‘não aceitação’ do ‘empreendedor’ (*entrepreneur*) como um dos fatores de produção. Há autores que destacam a capacidade empresarial como

sendo a mais importante de todos os fatores de produção. Afirma Hailtones (*apud* ROSSETTI, 1997), sobre a empresariedade, no tocante à característica do empreendedor, que “sua persistente busca pelo lucro e por outros elementos motivadores, inerentes à produção e distribuição de bens e serviços, é a principal força propulsora do processo econômico” (HAILTONES *apud* ROSSETTI, 1997, p.142).

Schumpeter (1988) esclarece sobre o valor de ser empresário, afirmando que:

Alguém só é empresário quando efetivamente levar a cabo novas combinações, e perde esse caráter assim que tiver montado o seu negócio, quando dedicar-se a dirigi-lo, como outras pessoas dirigem seus negócios. Essa é a regra, certamente, e assim é tão raro alguém permanecer sempre como empresário através das décadas de sua vida ativa, quanto é raro um homem de negócios nunca passar por um momento em que seja empresário, mesmo que seja em menor grau (*ibidem*, p.56).

Para Schumpeter (1988), ser empreendedor não é ser uma profissão, por não formarem uma classe social no sentido técnico, como os proprietários da terra, os fazendeiros, os capitalistas ou os trabalhadores. Confirma o teórico dizendo que “a função empresarial levará o empresário/empreendedor bem-sucedido e sua família a certas posições de classe”. “Mas a função do empresário/empreendedor em si mesma não pode ser herdada, como é suficiente bem demonstrado pela história das famílias industriais” (sic), conclui Schumpeter (1988, p.56).

Segundo Leibenstein (*apud* ROSSETTI, 1997, p.141-142), os agentes econômicos, dotados de ‘capacidade empresarial’, reúnem um conjunto de qualificações que os diferenciam dos contingentes economicamente mobilizáveis, porque:

- Têm visão estratégica, orientada para o futuro, capaz de antever novas realidades e seus desdobramentos;
- Têm baixa aversão aos riscos inerentes ao ambiente de negócios;
- Têm espírito inovador, quebrando paradigmas, abrindo novas fronteiras, propondo novas soluções para satisfazer às ilimitáveis necessidades humanas;
- Têm sensibilidade para farejar oportunidades de investimentos ou de reunir e processar informações que os levam a descobri-las;
- Têm energia suficiente para implantar projetos de empreendimento, animado tanto investidores quanto sejam necessários para sua execução;
- Têm acesso aos outros quatro fatores de produção, bem como capacidade para combiná-los e motivá-los, levando adiante os projetos implantados;
- Têm a capacidade de organizar o empreendimento, adquirindo ou contratando os fatores necessários, transferindo subsequentemente a gestores competentes a coordenação permanente das operações.

4.2.2 Empreendedorismo: Conceitos e Importância

Apresentar um conceito sobre o termo empreendedor parece ser uma missão bastante fácil, pois se existisse apenas uma definição, isso se confirmaria naturalmente. Para Drucker (*apud* LEITE, 2002, p.106), por exemplo, “o título de empreendedor não pode ser empregado para todas as pessoas, audaciosas ou não, que iniciam um pequeno negócio” (*sic*).

O empreendedor, ao abrir um negócio qualquer – seja como um microempreendedor individual²⁹ (MEI – que pode ser uma agente de viagem, ‘artesão’, barbeiro, borracheiro, cabeleireira, diarista, digitador, encanador, eletricitista, mototaxista, feirante, etc.)³⁰, ou como uma microempresa³¹ (ME – quer seja esse negócio um restaurante, uma oficina mecânica, uma loja de confecções, um posto de combustíveis, uma pronta-entrega, uma padaria, dentre tantas outras atividades econômicas, inclusive um artesanato) –, indubitavelmente, estará correndo risco, mas não necessariamente será empreendedor por causa disso, argumenta Drucker (*apud* LEITE, 2002), pois, para o autor, “os empreendedores são pessoas que estão simultaneamente criando novos tipos de negócios e aplicando novos e insólitos conceitos administrativos” (LEITE, 2002, p.106), o que significa que, para ser empreendedor, tem que inovar (inclusive na arte), fazer algo que ninguém fez, ou modificá-lo, fazendo-o de modo diferente, transformando-o.

Outros autores, como Downes e Goodman (1993, p.147), confirmam ao dizer que empreendedor (empresário; *entrepreneur*) significa a “pessoa que assume os riscos de iniciar um novo negócio. Muitos empreendedores possuem conhecimento técnico para produzir um produto comercializável ou para criar um novo serviço”. Para Hisrich e Peteres (2004), o empreendedor é aquele que é capaz de: a) tomar iniciativa, b) organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático e c) aceitar o risco ou o fracasso.

Assim, os autores explicam que na opinião de um economista, um empreendedor “é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes; também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem” (HISRICH; PETERES, 2004, p.29); citando a opinião de um psicólogo, os autores afirmam que “tal pessoa é impulsionada por certas forças – a necessidade de obter ou conseguir algo, experimentar, realizar ou talvez escapar à autoridade de outros” (HISRICH; PETERES, 2004, p.29).

Para a gestão, em um ambiente altamente concorrencial, pode-se refletir a partir da opinião de Hisrich e Peteres (2004, p.29) que, para um executivo,

um empreendedor aparece como uma ameaça, um concorrente agressivo, enquanto para outros [...] pode ser um aliado, uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que cria riqueza para outros, assim como encontra

²⁹ Com faturamento bruto anual de até R\$ 81.000,00.

³⁰ Cf. as atividades no Portal do Empreendedor (*s.d.*).

³¹ Com faturamento bruto anual acima de R\$ 81.000,00, indo até R\$ 360.000,00.

melhores maneiras de utilizar recursos, reduzir o desperdício e produzir empregos que outros ficarão satisfeitos em conseguir.

O Empreendedor é um condutor de energias, motivando outras pessoas a empreender também. Sobre a importância do empreendedorismo, segundo Agostini, Angonese e Bogoni (s.d.), há alguns dados importantes que permitiram o surgimento do empreendedorismo no Brasil. Dentre alguns estão, estão duas considerações feitas pelos autores: uma é a “redução relativa do número de empregos formais na formação da população economicamente ativa” (PEA), o que se justifica com o aumento da tecnologia e da modernização de outros setores econômicos – como o agrícola (visto anteriormente) – onde “as atividades padronizadas ou repetitivas são executadas por máquinas e softwares que reduzem à atividade humana no processo produtivo” (AGOSTINI; ANGONESE; BOGONI, s.d., p.91).

A substituição do ser humano por máquinas torna evidente o processo racionalista da economia. Isso se dá através dos ganhos de produtividade e economicidade. Outro autor a se referir à extinção dos empregos pelo acréscimo da modernização foi Monteclaro (2005, p.1), quando informa que:

não é novidade para ninguém que a classe trabalhadora se encontra em uma profunda e irreversível decadência. As novas tecnologias de informação e telecomunicações, aliadas aos novos métodos gerenciais, eliminam enormes quantidades de empregos em todas as cadeias produtivas.

Com isso, a existência de uma nova categoria de economia – a ‘informacional’ – passa a coexistir com a dinâmica formal dos empregos; ou seja, aquela em que as pessoas são excluídas da economia e, como opção, passa a se estabelecer como um negócio próprio, confirmando Monteclaro (2005, p.1) que “essa solução, aparentemente milagrosa, teria a imensa vantagem de não só solucionar o problema do desemprego, como também elevar a autoestima dos indivíduos a ele submetidos” (sic).

A segunda consideração apontada por Agostini, Angonese e Bogoni (s.d., p.92) é a “dinâmica econômica mundial e mudança na forma de gestão das empresas”. Essa afirmação conduz a entender que a empresa muda conforme o mercado se modifica e se transforma; as aspirações organizacionais são evoluídas constantemente, com a globalização e com a competitividade; novas formas de gestão são adicionadas ao escopo institucional, onde a flexibilidade nas normas e na burocracia permite um avanço constante e incontestado, principalmente no quesito ‘pessoas’, quando da introdução do ‘empowerment’³², para amparar o colaborador de poder de decisão na sua esfera de competência, sendo aplicado na íntegra a todos.

³² Significa empoderamento, fortalecimento, energização ou aumento da autonomia. Segundo Araújo (2001, p.195) é o “fortalecimento do poder decisório dos indivíduos da empresa ou criação de poder decisório para os indivíduos, no caso das empresas mais rígidas e centralizadoras”.

Segundo Pacheco (*apud* MONTECLARO, 2005, p.2), no Brasil, o empreendedorismo “é o reflexo da crise econômica e da depauperação social: número insuficiente de novas vagas no comércio e na indústria, queda do poder de compra da população e corte dos postos de trabalho já existentes”; cabe uma consideração: a de que as pessoas desejam trabalhar, mas com a falta dessas oportunidades e das vagas oficiais de emprego, a solução vem a ser a busca pelo autoemprego, como uma saída para esse contingente de ‘excluídos’.

O fenômeno é verificado em todo o território brasileiro, o que não distancia essa realidade nacional, das diversas realidades locais, ou seja, da realidade pontual do município de Serra Talhada-PE e suas cercanias.

4.2.3 O Empreendedorismo e os Aspectos Econômicos da Invenção e da Inovação

a) Aspectos Econômicos Intrínsecos

Os aspectos econômicos são os que marcam a essência do empreendedorismo (embora outras Ciências Sociais também possam contribuir na sua gênese), pois este surge nos estudos feitos originalmente entre os economistas históricos e posteriores. Com o decorrer do tempo, por outros teóricos das Ciências Sociais Aplicadas. Inicialmente com Cantillon (2002), ao criar o termo ‘*entrepreneur*’, entre 1720 a 1725, para designar aquele que corre risco e tem uma grande incerteza no mercado; na sequência, acrescenta-se Say (1983), que resgata ao termo ‘*entrepreneur*’ e sua conseqüente ampliação conceitual, com a categorização da palavra como sendo o quarto fator de produção, como o ofertante de matérias-primas, de produtos acabados e de serviços, além de gerenciador dos demais fatores produtivos, até então vigentes e aceitos (terra, trabalho e capital) e, conseqüentemente, usuários de novas tecnologias e conhecimentos e saberes, tendo como renda, o lucro.

As considerações em Schumpeter (1961; 1988) permitem a inclusão no conceito – criado por Cantillon (2002), o ‘*entrepreneur*’ – ao adjetiva-lo como sendo, este empresário, o ‘inovador’ no aspecto do desenvolvimento econômico endógeno, ou seja, aquele que parte de dentro do meio industrial para fora dele que, por extensão, aplica-se também às demais organizações, como confirma Drucker (2003). Para Schumpeter (1961; 1988), ao criar e incrementar novos meios de produção e serviços, os empreendedores inovam.

Esse desenvolvimento (ou processo de inovação) se dá com a introdução de um novo bem (não familiar aos consumidores) ou de uma nova qualidade de ‘um determinado bem’. Também se dá com a implantação de um novo método de produção, ou seja, de um método ainda não verificado pela experiência dentro deste ramo produtivo e que não deriva, necessariamente, de qualquer descoberta científica, mas, que pode, simplesmente, consistir num novo método de tratar comercialmente uma mercadoria (SCHUMPETER, 1988).

Schumpeter (*apud* LEITE, 2002) afirmou que o lucro é o combustível da ação empreendedora, que impulsiona o empreendedor a avançar, cada vez mais, na luta pela sobrevivência e crescimento do empreendimento (confirmando a tese de SAY, 1983), todavia o lucro é muito importante, porém o cliente é mais.

b) Aspectos Econômicos da Invenção e da Inovação

Os princípios da Inovação não são um modismo dos tempos atuais, pois os primeiros lampejos desses princípios datam de milhões de anos atrás, desde os primórdios da humanidade; datam, mais precisamente, da idade da pedra lascada (ou Paleolítico Inferior – equivalente a 2.000.000 a.C.). Nesse período os primeiros seres humanos criaram instrumentos para facilitar a caça, captura e o abate de seus alimentos, que corriam, voavam, nadavam e pulavam, além de enfrentarem ferozmente, tais humanos em alguns combates desiguais.

A capacidade inventiva do ser humano não custou em avançar. A invenção é uma prática, um ato: o ato de 'inventar', que "[...] consiste na criação de uma coisa até então inexistente, a descoberta é a revelação de uma coisa existente na natureza", explica Loh (2018, p.180). Segundo Cerqueira (*apud* REQUIÃO, 1989, p.223), inventar "é dar aplicação prática ou técnica ao princípio científico, no sentido de criar algo novo, aplicável no aperfeiçoamento ou na criação industrial", permitindo entender que a invenção começa numa ideia, a partir de uma necessidade pré-existente, desenvolve-se na criação (de com o seria o objeto) que, se transforma num protótipo desse um objeto (por exemplo), sem que ainda não esteja pronto para ir ao mercado, pois precisa ser testado enquanto modelo (protótipo). Após essa etapa (que pode ser curta ou longa) transforma-se em Inovação, algo novo ou melhorado.

Assim, os seres humanos criaram e inventaram muitos objetos, desde os primórdios, inclusive permitindo que a genialidade ampliasse os tais objetos, principalmente na dimensão da utilidade, de uma pedra lascada a uma polida; de um pedaço de pau bruto a vara de madeira trabalhada; de um punhado de barro e argila a uns vasos ou panelas de cerâmica; dentre tantos outros.

Pode-se dizer que o *Homo habilis* (MAGALHÃES, 1969b; BURN, LERNER; MEACHAM, 1990) foi o primeiro criador de objetos ou inventor das coisas que se possam ter notícias. Com a evolução dos seres humanos, evoluíram-se também os modos e métodos de criação e invenção, pois as necessidades e desejos de seus próprios atendimentos interferiram firmemente no complexo inventivo grupal e, a cada novo lugar que os grupos humanos migravam, conheciam novas matérias-primas que aguçavam sua mente no intuito de criarem algo novo.

No Período Neolítico, os grupos humanos deixam de ser nômades e migratórios; surge o fogo, a sedentarização e a propriedade privada, além da dominação do solo, da agricultura e a domesticação dos animais. Com o fogo, muitos objetos puderam ser forjados e ganharam melhores composições utilitárias.

Contudo, a invenção ainda era a tônica, pois a inovação só surge, quando vai à linha de produção e recebe o nome de produto (SCHUMPETER, 1988).

Assim, o que vem a ser ‘inovação’? Se inovar é, segundo Scherer e Carlomagno (2009, p.4-5), “tolerar erros; assumir risco; levar tempo para concluir; valorizar as pessoas; mudar estruturas organizacionais; ter que levar a resultados; garantir vantagens em romper com práticas existentes”, isso permite entender que a ‘Inovação’ seria a prática ou ação desse vocábulo.

Inovação é muito mais que invenção; invenção não é inovação se não for usada, reforça Schumpeter (1988). Isso significa que há uma diferença vital entre as duas palavras: invenção é idealizar e criar um protótipo; inovação é transformar o protótipo em produto acabado, pronto para a comercialização. Mañas (2001), por sua vez, afirma que é praticar a ideia; [...] é colocá-la como ação efetiva. [...]. É fazer IDEIAÇÃO, isto é, fazer ideia sistematicamente.

Para Mattos, Stoffel e Teixeira (2010, p.9), a “Inovação é, para a espécie humana, o principal vetor que possibilitou sua sobrevivência. Inovar, portanto, faz parte da nossa natureza”, ligando de vez a inovação às atividades humanas, sendo intrínseco aos humanos. Desse modo, a criatividade, a invenção e inovação estão todas ligadas à arte, sobremaneira, pois os artesãos são seres criativos, inventivos e inovadores. “O artesanato está geralmente relacionado com os recursos naturais existentes e decorre da relação entre o homem e o meio, refletindo o sistema de vida adotado pelos moradores de certa região”, destaca Megale (1999, p.120), mesmo que essa Região esteja cravada no Semiárido pernambucano.

Os artesãos criam arte a partir de ideias originais, com a habilidade natural de quem vê algo bruto e, com sua genialidade, transforma-o em uma invenção, aquela que é remodelada constantemente até virar uma arte final, do jeito que ele idealizou, da forma mentalizada e arquitetada, seja essa arte, uma pintura em tela, uma cesta de sisal ou um boneco de pano; seja uma peça metálica, uma escultura em madeira ou uma cerâmica decorada. Ou seja, não importa o resultado final, todas serão inovações, pois, a principal característica do artesanato, é a originalidade e unicidade, além de não ser uma reprodução massificada de estandardização em série, conforme ratifica Araújo (1985, p.30),

O artesanato tem muito de arte no conceito tradicional, não só pela continuidade do elemento que representou o molde inicial, mas também porque sem a mecanização standard e por se constituir uma serialização manual, cada novo objeto é recriado dependendo das condições do material a trabalhar e dos instrumentos de trabalho. Cada nova forma surge como recriação, recebendo o toque pessoal do artesão.

A arte criada pelos artesãos é mais que uma inovação radical ou incremental, na qual a primeira é caracterizada pelo que é literalmente novo; criado a partir de nada (do zero); e a segunda representa o que é melhorado ou criado a partir de algo já existente. A arte popular, criada pelos artesãos, mistura-se com as bases schumpeterianas aos conceitos elaborados por Estrin (2010, p.28), que ela chama de ‘inovação ortogonal’, que “é aquela que consiste em aplicar de uma nova forma

de uso, a uma tecnologia já existente”, ou seja, a grande maioria dos artesãos transforma e recicla objetos, dando-lhes novos usos e utilidades, maximizando a oportunidade de ser uma nova oferta de algo que pode ser: literalmente novo; incrementado ou melhorado; ou para um novo uso ou utilidade.

Explica a autora que esse tipo de inovação ajusta a uma nova forma de aplicação, não esperada pelos consumidores. No caso dos artesãos e artistas plásticos, a reciclagem ou a multiutilização do descarte de produtos obsoletos, encaixam-se nessa definição aqui apresentada. Desse modo, são encontrados vários atores sociais que se enquadram nessa perspectiva, ao transformarem objetos com uma determinada serventia e transforma-os em outros com uma serventia distinta da primeira e com melhor aplicabilidade utilitária.

Maillet (1968, p.62) conclui que “a inovação não deve ser realizada apenas por uma empresa senão por toda a indústria, para que a economia aproveite plenamente o novo processo”, podendo entender que se estende na atualidade, a todo e qualquer tipo de negócio, do agronegócio, passando pelo comércio, indo até aos serviços, como o artesanato.

Servan-Schreizer (1997, p.16) afirma que “a inovação não consiste obrigatoriamente na criação de um produto inédito. Ela pode se manifestar por uma modalidade de preço ou tarifa, por um modo de agir, pela descoberta de um segmento de mercado”, ratificando a ideia schumpeteriana, bem como a de Estrin (2010) e Drucker (2003).

Sim, de fato são vários os fatores que traduzem uma forma real de inovação, assim reforça Servan-Schreizer (1997, p.16) dizendo que “o inovador até prefere que as idéias tenham sido amadurecidas em outro lugar. Imitar não o incomoda, pois o que procura é mais o sucesso e menos a originalidade” (sic). Já Bruton (1969, p.244-245) adverte para a inclusão de novas tecnologias e confirma que “o ato de introdução de novo conhecimento é um ato de investimento ou de reposição”. Assim, segundo o autor, a inovação estaria ligada a substituição de equipamentos velhos e/ou obsoletos, por aquisição e compra de novos, o que confirma dizendo: “à medida que a máquina envelhece, tanto a qualidade como a quantidade do produto que ela prepara presume-se que declinam”.

4.2.4 O Empreendedorismo e os Aspectos Sociopsicológicos, Organizacionais e Gerenciais

a) Aspectos Sociopsicológicos

As influências sociológicas de Weber (2000) traduzem a importância deste autor para os estudos do empreendedorismo, pois ao identificar o ‘espírito do capitalismo’, demonstra em seus estudos a ligação existente entre a independência e autonomia dos empresários, analisados no século XIX, como os verdadeiros insufladores do ‘capitalismo moderno’.

A partir dos estudos de Weber (2000), os aspectos psicológicos, relativos ao empreendedor, estão vinculados ao seu comportamento e a sua atitude. Contudo, foi McClelland (1961; 1972) quem introduziu o aspecto psicológico às características já enumeradas por Schumpeter (1961; 1988), tais como a 'aceitação moderada ao risco como função da capacidade de decisão'; a 'atividade instrumental vigorosa e/ou original'; a 'responsabilidade individual'; o 'conhecimento dos resultados das decisões'; além do 'dinheiro como medida dos resultados'; a 'previsão de possibilidades futuras'; a 'aptidão por organizações'; e o 'interesse em ocupações empreendedoras como função de seu prestígio e risco'.

Baptista e Cabral (2010, p.3) afirmam que “no tocante ao empreendedor, a ‘direção’ está focada no comportamento; a ‘intensidade’, no estímulo comportamental; e a ‘permanência’, àquela que garante sua duração”. Isso favorece entender que o atingimento das metas e objetivos empresariais, deve estar focado nesse caminho: ‘direção *versus* intensidade *versus* permanência’. Compreender o que leva as pessoas a terem um comportamento empreendedor, é o grande desafio a ser entendido e estudado, intensivamente, pois o comportamento do empreendedor é uma variável incontrolável e que varia de pessoa para pessoa.

Adaptando o raciocínio de Staples (1998) quando afirma que, se a motivação precisa vir de dentro do indivíduo deve ser porque “as necessidades e desejos que habitam o fundo da psique humana estão sendo satisfeitas” (STAPLES, 1998, p.24). Isso indica que a motivação também é uma ação endógena, que desperta o interesse em agir para dar resultado e que, como afirma o autor, “o ambiente de trabalho e os cargos devem ser tais que as pessoas tenham prazer naquilo que fazem e obtenham benefícios psicológicos de alto nível como resultado de seus esforços” (STAPLES, 1998, p.24).

Há várias respostas para as diversas atitudes empreendedoras; algumas são voltadas para justificar a razão pela qual grupos de funcionários têm esse comportamento; há aquelas atitudes que permitem às pessoas serem voluntárias em ações sociais que, em muitos casos, sacrificam o seu próprio bem-estar pelo dos outros. Enquanto para outras, o seu comportamento está direcionado ou voltado à abertura de um negócio, aquele que ele pesquisou, maturou e o conduziu a efetiva ação de tornar público, o que é privado.

De acordo com Hebb (1971, *apud* BRAGHIROLI; PEREIRA; RIZZON, 2000, p. 53), “a motivação não é um processo distinto, separado, da aprendizagem, ‘*insight*’ ou atitude, mas relacionado a eles através da organização dos eventos cerebrais”. Além disso, “Falar de motivação é entender, primeiro, que esta depende de um motivo, que tem como consequência, a ação e a atitude” (BAPTISTA; CABRAL, 2010, p.3).

Para McClelland (1961; 1972), o empreendedor é uma pessoa que tem domínio sobre os meios de distribuição de seus produtos e serviços, além de produzir (também criar) mais do que pode consumir. Com isso, passa a vender (ou trocar) para obter um rendimento individual (para o seu lar).

O próprio McClelland (1961; 1972) constrói sua teoria numa base comportamental, vinculadas às necessidades adquiridas, ao defini-la em três tipos: i) as necessidades de Realização (nR); ii) as necessidades de Poder (nP); e iii) as necessidades de Afiliação (nA). O Quadro 03 simplifica as necessidades mccllellandianas:

Quadro 03 – Necessidades Adquiridas de McClelland

Necessidade	Descrição
nR	<ul style="list-style-type: none"> • é a mais importante do empreendedor; • é a que difere um empreendedor de outras pessoas comuns; • é a que leva os empreendedores a nunca pararem de trabalhar, sempre motivados pela vontade de fazer aquilo que gostam; • é a que dá prazer em exercer e em colocar à prova sua capacidade, sendo atraídas pelas tarefas de dificuldades moderadas e que envolvam algum risco; • é a que dirige a atenção de um indivíduo para que este execute, da melhor forma possível, suas tarefas, de forma que possa atingir os seus objetivos, seja eficaz naquilo em que se propõe a fazer; • pessoas com alto índice de nR preferem se relacionar com pessoas que possam ajudá-la e menos com pessoas que possibilitem seu atraso.
nP	<ul style="list-style-type: none"> • é aquela em que as pessoas têm necessidade de dominar ou influenciar outras, ou seja, é a necessidade de se estar no topo, ou ainda é a necessidade de convencer outros sobre suas opiniões ou para proporcionar o experimento de fortes emoções, além de influenciar; • é a que busca o 'feedback de desempenho'; • é a capacidade de influenciar as outras pessoas à realização das atividades; • não está relacionada ao desenvolvimento econômico e que uma combinação de baixa 'nA' e alta 'nP' está associada à tendência de uma nação para recorrer a métodos totalitários.
nA	<ul style="list-style-type: none"> • é entendida como o desejo de estar junto a outras pessoas, numa relação de amizade, de afeto; • é a necessidade de estar próximo a outras pessoas, a relacionar-se interpessoalmente juntamente com a 'nR', é um somatório poderoso de alavancagem dos objetivos, através da interação e cooperação; • pessoas com alta 'nA' tendem a desejar a aprovação dos outros e costumam ser consideradas pelos seus pares como fadadas ao sucesso" – preferem escolher amigos a especialistas – o que fica evidente que o interesse por relações cordiais e íntimas são melhores que as formais e burocráticas.

Fonte: Adaptado de Baptista e Cabral (2010)

Segundo ainda McClelland (1961; 1972), o empreendedor é alguém que exerce certo controle sobre os meios de distribuição e produz mais do que pode consumir, com o objetivo de vendê-lo (ou trocá-lo) para obter uma renda individual (ou doméstica). McClelland (1961; 1972) diz haver um espírito empreendedor potencial, também exortado por Schumpeter (1988).

Segundo Leite (2002; 2012), conforme explica McClelland (1961; 1972), a necessidade de realização (nR) é que leva os empreendedores a nunca pararem de trabalhar, sempre motivados pela vontade de fazer aquilo que gostam, inclusive excedendo os padrões convencionais ou legais, ou seja, trabalhar além das oito horas (entre doze e dezesseis horas diariamente).

Outro estudo a considerar é o da atitude; mesmo sendo um dos temas intrínsecos da psicologia, também é visto pela economia como um dos elementos

importantes para que um negócio se realize. Von Mises (1949, p.14) cria a expressão “*Homo agens*”, para designar aquele que age, que não espera, que tem atitude, a ‘ação humana’ do ‘*Homo sapiens*’ aos negócios. Diz o autor que

Ação humana é comportamento propositado. Também podemos dizer: ação é a vontade posta em funcionamento, transformada em força motriz; é procurar alcançar fins e objetivos; é a significativa resposta do ego aos estímulos e às condições do seu meio ambiente; é o ajustamento consciente ao estado do universo que lhe determina a vida (*sic*) (VON MISES, 1990, p.21).

Vê-se que a atitude empreendedora é fundamental para a sua motivação (pelo lado da Psicologia), como também é para os negócios, pelo lado da Economia e da Administração. A atitude é, por assim dizer, o reflexo da ação, que é, por sua vez, decorrente de um motivo baseado na necessidade de qualquer empreendedor (principalmente de Realização – nR), pois ao certo, como afirma Von Mises (1949; 1990), o ‘*Homo agens*’ é aquele que tem o tempo dedicado ao negócio (não necessariamente econômico); aquele que denota a necessidade de ações imediatas (a proação); aquele que age para empreender (ou arriscar-se em algo).

Observe que isso tudo é muito comum aos verdadeiros empreendedores, bem como para os artesãos e artistas plásticos, que se dispõem a sair do anonimato, pois: são homens e mulheres ágeis, proativos e arriscam-se a comercializar – de modo incerto – seus trabalhos, suas obras, suas peças, suas artes. Os artesãos têm a nR destacada, ao ver suas obras finalizadas e seus negócios em franco crescimento; têm a nP como ponto primordial de influência sobre outros artesãos, ao manterem círculos de relacionamento contínuo, para manterem a nA como um desejo de criarem suas redes de negócios, como uma ‘Casa do Artesão’; ou um ‘Centro de Artes’; ou um tipo de ‘Artesanato Coletivo’; ou uma ‘Feira de Artesanato’.

b) Aspectos Organizacionais e Gerenciais

Pensar em organização (de empresas e processos) requer que o empreendedor pense na estrutura organizacional, não só para que funcione bem, de acordo com os princípios da divisão do trabalho, todavia, para que as hierarquias do sistema possam se integrar. Com isso, para solução de diversas necessidades operacionais, a aplicação de conceitos sobre a organização, pode e deve ser inseridos no afã de sorver a melhor resposta e resultados administrativos.

Para Drucker (*apud* LEITE, 2002), o título de empreendedor não pode ser empregado para todas as pessoas, audaciosas, ou não, que iniciam um pequeno negócio. Ao abrir um negócio qualquer – quer seja ele um restaurante, uma oficina, uma loja de confecções, um posto de combustíveis, uma pronta-entrega, dentre tantas outras atividades econômicas – agronegócio, industrial, comercial e de serviço – inclusive um artesanato –, indubitavelmente estará incorrendo em algum

risco, mas não necessariamente será empreendedor por causa disso, argumenta o autor.

A teoria de Drucker (2003), sobre o assunto, vai além do esperado conceitual: o de quem abre um negócio é um empreendedor. Ser empreendedor é trabalhar muito e duro. Não é ser um romântico, um apaixonado. É ser isso tudo e muito mais: é trabalhar arduamente. Não se pode ser um empreendedor bem-sucedido se não administrar; e, segundo Leite (2002, p.106), “administrar sem ter um mínimo de espírito empreendedor, corre-se o risco de ser ou virar um burocrata”.

As empresas, no conceito druckeriano, dispensam a tarefa burocrática interna para buscar incessantemente o cliente. Saem do seu ‘leito esplêndido’, para cedê-lo ao seu consumidor/cliente. Desta forma a empresa (ou negócio) de sucesso é caracterizada pelo comportamento ágil, inovador, próximo ao cliente e com respostas rápidas no mercado. O *marketing* é fundamento basilar da ‘destruição criadora’ schumpeteriana e deve estar presente e sintonizada empresarialmente.

“A responsabilidade pela atividade inovadora do empreendedor é de grande relevância, pois o trabalho que consome maior tempo dos administradores provavelmente desaparecerá”, afirma Leite (2002, p.111). Drucker (*apud* LEITE, 2002, p.111-112) é mais enfático quando diz que “os gerentes [administradores] passam muito tempo administrando, ao invés de se dedicar às atividades empreendedoras e inovadoras”.

Empreendedor é, segundo Drucker (*apud* LEITE, 2002, p.105) “alguém que aplica dinheiro com nova capacidade de produzir riqueza. Uma pessoa que inicia e desenvolve um negócio” e o desenvolvimento de novos negócios só acontece verdadeiramente com a introdução de inovações, além de conhecimentos de gestão. Para o autor, a “inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram as mudanças como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente” (DRUCKER, 2003, p.25).

Há um ‘espírito empreendedor’ em cada pessoa pelo mundo afora, presente e bem vivente naqueles que emanam empreendedorismo. A grande maioria dos estudiosos vê o posicionamento deste ‘espírito’ como se fosse algo que só os verdadeiros empreendedores a possuam. Drucker (2003, p.25) refuta essa opinião dizendo que “[...] ela pode ser bem apresentada como uma disciplina, ser apreendida e ser praticada [...]”, “o conhecimento a respeito do chamado ‘espírito empreendedor’ está errado; esse espírito empreendedor é uma disciplina, e como tal pode ser aprendida”. Reforça Leite (2002, p.105) dizendo que empreendedorismo “não é uma arte, nem ciência, mas sim uma prática e uma disciplina”.

4.3 PERSPECTIVAS SOBRE UMA ECONOMIA CRIATIVA E DA CULTURA

4.3.1 Sobre uma Fundamentação Econômica

As Ciências Econômicas são um ramo das Ciências Sociais Aplicadas que evolui a cada momento, a partir de “o estudo ou a arte da administração do lar

(casa) ou da coisa pública”, como ratifica Vasconcelos (2007, p.3). Acrescenta Souza (2007, p.1) que é “a arte de administrar o lar, levando em conta a renda familiar e os gastos efetuados, durante um período de tempo”. Assim, permite-se o entendimento de que, tudo que é objeto de seu estudo, tem a ver com o povo vivente num espaço físico (a localidade) e suas relações verticais e horizontais entre seus agentes econômicos, públicos e privados.

Isso ratifica o pensamento aristotélico de que *‘oikonomia’* [οικονομία] – composição entre os termos gregos *‘oikos’* (casa, propriedade, lar, além das pessoas, espaços físicos e as atividades exercidas) e *‘nem’* [nomos; nomia] (no sentido de regular, organizar e administrar; ou ainda lei, regra, norma), ou seja, *‘economia’* – é a “arte de administração da casa” (LEÃO, 2011, p.VII).

Por outro lado, Souza (2007, p.2) acrescenta que a Economia “É a ciência que estuda o emprego de recursos escassos entre diferentes usos possíveis, com o fim de obter os melhores resultados, seja na produção de bens, ou na prestação de serviços”. Desta forma, permite às mentes humanas uma explicação de que todos os recursos estão disponíveis aos seres humanos, embora sejam limitados; inclusive os que são chamados de livres (o ar, as águas, os minérios, a flora e a fauna).

Estes são recursos limitados, escassos, fáceis de perderem. Concretizou-se, desse modo, a existência de uma Ciência capaz de controlar, administrar e planejar os diferentes usos desses tais recursos (naturais, humanos, materiais, tecnológicos e financeiros). Assim, de acordo com Souza (2007), a economia é dividida em duas vertentes:

a) a microeconomia, que se preocupa pelas ações ocorridas no mercado consumidor, onde estuda o comportamento entre os agentes econômicos:

- o comportamento do ofertante (empreendedores e firmas);
- o comportamento do demandante (consumidores, usuários ou clientes, firmas e pessoas físicas);
- o comportamento do ambiente (meio pelo qual se extraem os recursos); e
- o comportamento do Governo (mediador, regulador e interventor das(nas) relações mercadológicas), individualmente ou entre si; e

b) a macroeconomia, que estuda os setores do mercado de forma agregada, analisando as variáveis econômicas, tais como: produção, consumo, desemprego, inflação, poupança, investimentos, relações econômicas internacionais (importação e exportação), etc.

Todavia, Wonnacott e Wonnacott (*apud* BAPTISTA, 2009, p.6) afirmam que a Economia [...]

É o estudo da maneira pela qual as pessoas ganham a vida, adquirem alimentos, habitação, vestuário e outros bens e serviços necessários ou

supérfluos. É o estudo dos problemas que as pessoas encontram e das maneiras pelas quais estes problemas podem ser contornados.

Os autores evidenciam no conceito supra que a economia estuda a maneira pela qual as pessoas ganham seu sustento; como podem adquirir o que necessitam; tendo onde morar; o que vestir; apresentando uma alternativa pelas quais como as pessoas podem contornar os seus problemas.

Assim, tomando como base a microeconomia, já que ela se encarrega das situações de atendimento às necessidades dos agentes econômicos (fisiológicas, de segurança, sociais, de autoestima e de autorrealização, estabelecidas por MASLOW, 1954); torna-se cada vez mais dinâmica as ações no mercado consumidor (inclusive de espetáculos e de produtos artesanais), ultrapassando os aspectos centrais da formação de negócios mais complexos, pois um só indivíduo (os artesãos ou outros artistas, por exemplo) pode ser um dinamizador mercadológico.

Assim, surge o 'Negócio'! Se a palavra 'negócio' é a negação do ócio, conforme sugere Camargo (1999) e, sendo o 'ócio' o lazer ou descanso, quem nega o seu ócio, para atender o ócio de alguém (na abertura de um negócio empresarial, ou artesanal, principalmente)? É 'o empreendedor'! (DRUCKER, 2003; LEITE, 2002; 2012).

Por analogia, ao se dedicar às atividades culturais e artesanais, que geram emprego e renda e, ao negar o seu lazer, para atender ao lazer de outras pessoas, o artista, o artesão, o músico, o poeta, o palhaço, o malabarista, o mágico, dentre tantos outros, inclusive os proprietários dos meios de produção cultural, também podem ser tratados como sendo um empreendedor.

Quando Magnani (2003) define o papel do lazer e apresenta aqueles que se abstêm dele para tirar vantagens pecuniárias, ele trata especificamente dos que 'empreendem', ou seja, dos empreendedores ou intraempreendedores (os colaboradores que têm o espírito empreendedor). Não há lógica em um trabalhador abdicar do seu lazer, do seu ócio, se não for para negá-lo em proveito próprio sob a companhia do risco, seja este qual for, além de vender o seu esforço humano, o trabalho.

Deste modo, chega-se a uma pertinente conclusão: os micros, pequenos, médios e grandes negócios, em um dado mercado concorrencial (*coeteris paribus*), são tratados sob o prisma da microeconomia, como negócios econômicos, pelos que buscam atender e saciar as necessidades maslowianas dos consumidores finais, em sua plenitude.

4.3.2 Sobre a Evolução à Economia Criativa

Assim são as Ciências Econômicas: uma área das Ciências Sociais Aplicadas, preocupada com a alocação de recursos escassos, em todos os segmentos da sociedade; não importa a sociedade e os diversos segmentos incrustados nela e se a sociedade é de um país de primeiro ou de terceiro mundo.

Tem segmentos diversos, para tratar nas suas diversas aplicações, as relações sociais de escassez e necessidades. Das relações micro e macroeconômicas; das relações locais de mercado àquelas setoriais e internacionais.

Reis (2008, p.15) adverte para a confluência entre Cultura e Economia ao dizer que:

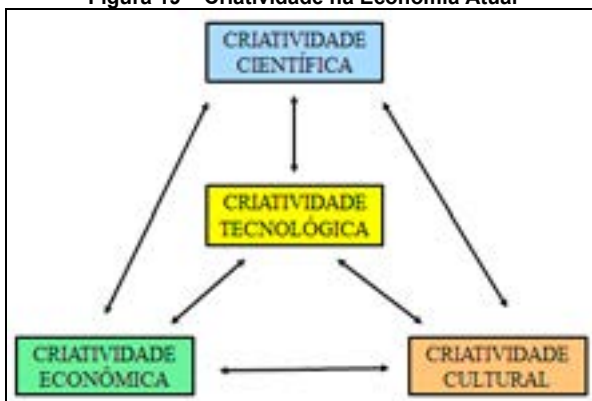
Cultura e economia sempre andaram *pari passu*, já que a interpretação de ambos os conceitos reflete uma época e seus valores. Bens e serviços culturais e criativos estão enraizados em nossas vidas e são consumidos sem necessariamente ser intermediados pelo mercado. A questão crucial é que a sustentabilidade da produção cultural depende da capacitação de talentos (o que implica a possibilidade de o produtor cultural sobreviver de sua produção ou ter tempo ocioso para se dedicar a ela de maneira diletante); que essa produção ou tradição circule (garantindo assim a renovação da diversidade cultural); e que o acesso a essa produção seja garantido (em especial dos jovens), em um jogo de forças da cultura de massas acirrado pela globalização.

É fato que a Economia está em todas as esferas da sociedade, bem como intrinsecamente envolvida com os negócios de todas as formas, conceitos e orientações. Destarte, a criatividade está na economia de modo que pode ser dividida em quatro tipos, de acordo com UNCTAD (2012, p.3), conforme é visto na Figura 19.

Para uma breve definição e caracterização das criatividades, tem-se:

- a criatividade artística envolve a imaginação e a capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo, expressas em texto, som e imagem;
- a criatividade científica envolve curiosidade e disposição para experimentar e fazer novas conexões ao solucionar problemas; e
- a criatividade econômica é um processo dinâmico que leva à inovação em tecnologia, práticas de negócio, marketing, etc., sendo intensamente relacionada à aquisição de vantagem competitiva na economia. (UNCTAD, 2012, p.3).

Figura 19 – Criatividade na Economia Atual



Fonte: Adaptado de UNCTAD (2012, p.3)

Sobre a 'Criatividade Tecnológica' explica a UNCTAD (2012) que é a etapa que garante a inovação, pois:

A originalidade significa criar algo a partir do nada ou reconstruir algo que já exista. Atualmente, o conceito de inovação foi ampliado para além de uma natureza funcional, científica ou tecnológica, a fim de refletir mudanças estéticas ou artísticas. Estudos recentes apontam para a distinção entre inovação "leve" e tecnológica, embora reconheçam que elas sejam inter-relacionadas. (UNCTAD, 2012, p.4).

A partir desse relato, qual seria o tipo específico de economia que estuda as dinâmicas culturais de um povo e suas relações sociais? Nesse caso, surgem quatro tipos específicos: a) a 'economia da cultura'; b) as indústrias criativas; c) a 'indústria cultural'; e d) a 'economia criativa'.

a) A Economia da Cultura

O primeiro tipo se entende "[...] como um processo de radiação a partir de um núcleo formado pelo campo das artes" (GORGULHO *et al.*, *s.d.*, p.306-307). Segundo Prestes Filho (2009, p.79) a dinâmica da 'economia da cultura' tem sua importância nas ciências econômicas pela "magnitude dos valores investidos, a seus resultados financeiros, à renda que tais atividades geram para as famílias e para o tesouro, seja no que diz respeito à sua contribuição para a geração de divisas" (*sic*). Também explica o autor que há um desconhecimento do peso dessa disciplina para a economia nacional.

Assim, o autor também justifica que há três importantes fatores que justificam a eleição da 'economia da cultura' como objeto de conhecimento:

- o primeiro é a propensão das atividades culturais de gerar fluxos de renda e de empregos (fator econômico);
- o segundo, a necessidade de se tomarem decisões sobre alocação de recursos públicos (fator político);
- em terceiro lugar, o fato de a economia da cultura emergir, no plano teórico, como um novo objeto da economia política, pelo seu expressivo crescimento relativo na sociedade pós-industrial. (*sic*). (PRESTES FILHO, 2009, p.79)

Para a UNCTAD (2012, p.5), a 'Economia cultural' "é a aplicação de análise econômica a todas as artes criativas e cênicas, às indústrias patrimoniais e culturais, sejam de capital aberto ou fechado". Com isso "Ela se preocupa com a organização econômica do setor cultural e com o comportamento dos produtores, consumidores e governos nesse setor", conclui. Desse modo, ela é a efetiva economia no setor cultural, preocupada em estabelecer as análises ligadas às demandas e ofertas culturais.

b) As Indústrias Criativas

O segundo tipo, de acordo com Bendassolli *et al* (2009) aparece a partir dos anos de 1990. O conceito surge na Austrália, tendo uma grande dimensão na Inglaterra. Segundo os autores, o termo 'indústrias criativas' está associado ao que se chamou de 'virada cultural', sendo que "surge da combinação de dois fenômenos simultâneos: a emergência da sociedade do conhecimento e a transição de valores materialistas para valores pós-materialistas" (BENDASSOLLI *et al*, 2009, p.11).

Outra definição é a apresentada pela DCMS (*apud* PORTUGAL, 2013, p.2), que diz que as indústrias criativas "são as actividades que têm a sua origem na criatividade individual, habilidade e talento e com potencial de criação de emprego e riqueza, através da geração e exploração da propriedade intelectual" (*sic*), o que se pode entender que está vinculado àquilo que se faz objetivando uma criação de valor com o surgimento de emprego e renda, através do conhecimento individual.

Uma conceituação poderia ser entendida como sendo

A idéia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas (TIs) e no escopo de uma nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por parte de novos consumidores-cidadãos interativos. (*sic*) (HARTLEY, 2005 *apud* BENDASSOLLI *et al*, 2009, p.11).

c) A Indústria Cultural

O terceiro tipo é mais difundido no Reino Unido e surge, em 1947, "quando Adorno e Horkheimer cunharam a expressão 'Indústria Cultural', nome genérico que deram ao conjunto de empresas e instituições cuja principal atividade econômica era a produção de cultura, com fins lucrativos e mercantis" (CRÔNICAS RACIONAIS, 2012, p.2). De acordo com UNCTAD (2012, p.5), "Naquela época, a 'indústria cultural' era um conceito que tinha a intenção de chocar; dizia-se que a cultura e a indústria eram conceitos opostos e o termo foi utilizado em polêmicas contra as limitações da vida cultural moderna". [...] "Na UNESCO, por exemplo, as indústrias culturais são tidas como aquelas indústrias que "combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos intangíveis e culturais por natureza", finaliza (UNCTAD, 2012, p.5). Assim, uma das definições de 'Indústrias Culturais' é dada pela UNCTAD (2012, p.5) como sendo,

[...] um conjunto de atividades econômicas que combinam as funções de concepção, criação e produção de cultura com funções mais industriais da manufatura e comercialização de produtos culturais em larga escala.

Machado (2012, p.93), por sua vez, define como sendo:

[...] aquelas indústrias que têm sua origem na criatividade, na habilidade e nos talentos individuais e que tem o potencial para a geração de riqueza e de trabalho por intermédio da criação e da exploração da propriedade

intelectual: propaganda, arquitetura, mercados de arte e antiguidades, artesanato, *design*, design de moda, filme e vídeo, *softwares* interativos de lazer, música, artes performáticas, publicações, *software* e serviços de computação, televisão e rádio. E diferente de país para país. (sic).

A 'indústria cultural', de acordo com Quartesan, Romis e Lanzafame (2007, p.4),

se refiere a aquellos sectores que están directamente involucrados con la creación, producción y distribución de bienes y servicios que son de naturaleza cultural y que están usualmente protegidos por el derecho de autor

[...] o que significa que o termo sugere que os bens e serviços, estão voltados, única e exclusivamente, à natureza cultural, incluindo a "*imprensa, editorial y producciones multimedia, audiovisuales, fonográficas y cinematográficas así como artesanías y diseño*" (sic) (UNESCO, 2006, *apud* QUARTESAN, ROMIS; LANZAFAME, 2007, p.4).

Confirma Caiado (2011) que foi a partir de 2005 que se passa a adotar o termo '*Creative Economy*' em lugar de '*Creative Industries*' "por entender que esse novo conceito é mais abrangente ao incluir um amplo leque de setores" (*ibidem*, p.16). Assim o autor destaca que a nova disciplina incluiu "a propaganda, arquitetura; mercado de artes e antiguidades; artes performáticas; artesanato; *design*; *design* de moda; filme e vídeo; música; artes cênicas; publicações; *software* e *games*; televisão e rádio" (*ibidem*, p.16).

Ou seja, atividades que dependem de ações inventivas, inovadoras e que geram criatividades (como o artesanato) é, segundo Caiado (2011), uma economia diferenciada pelo valor intrínseco de uma propriedade intelectual, baseada em conhecimento, assim é caracterizada por Caiado (2011, p.15) como a que [...]

[...] está no rol de disciplinas que compõem a chamada economia baseada no conhecimento (*knowledge based economy*). Entretanto, não deve ser confundida com a economia da inovação, que consiste na transformação de conhecimento científico ou tecnológico em produtos, processos, sistemas e serviços que dinamizam o desenvolvimento econômico, criam riqueza e geram melhorias no padrão de vida da população. Também não deve ser confundida com economia da cultura. É um conceito novo, em construção. (sic).

d) A Economia Criativa

Sobre o quarto tipo, Machado (2012) apresenta duas definições fundamentais, sendo uma apresentada pela UNESCO e a outra pela UNCTAD³³, que podem ser lidas e apreciadas logo abaixo. Assim, a 'economia criativa' pode ser entendida como as atividades de:

³³ UNCTAD = *United Nations Conference on Trade and Development*

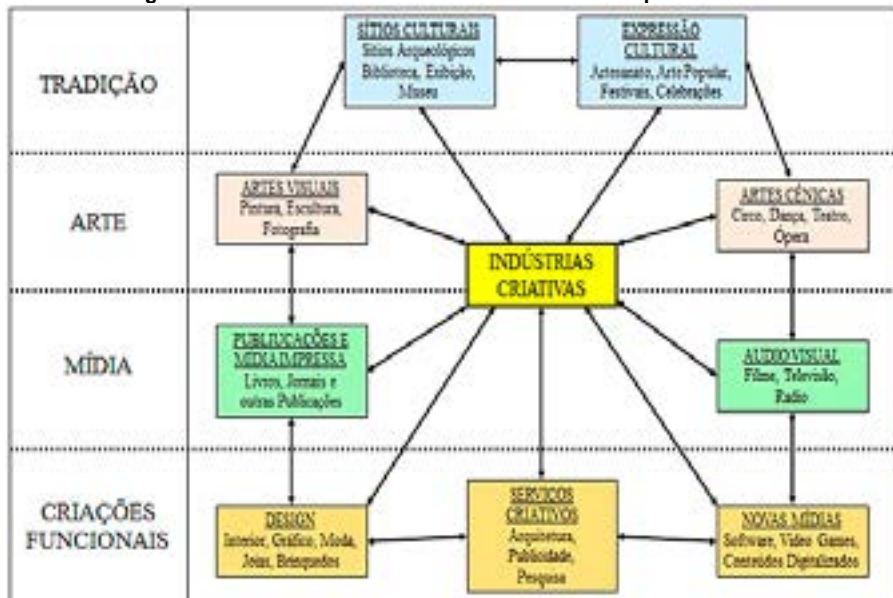
[...] criação, produção e comercialização de conteúdos que são intangíveis e culturais em sua natureza e que estão protegidos pelo direito autoral e podem tomar a forma de bens e serviços. São intensivos em trabalho e conhecimento e estimulam a criatividade e incentivam a inovação dos processos de produção e comercialização. (sic). (UNESCO *apud* MACHADO, 2012, p.92).

[...] bem como

[...] um dos setores mais dinâmicos do comércio internacional, gera crescimento, empregos, divisas, inclusão social e desenvolvimento humano. E o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam o conhecimento, a criatividade e o ativo intelectual como principais recursos produtivos. (sic). (UNCTAD *apud* MACHADO, 2012, p.92-93).

O Observatório das Micro e Pequenas Empresas do Rio de Janeiro (*apud* SEBRAE, 2012) apresenta uma esquematização que facilita o entendimento acerca da Economia Criativa (Figura 20).

Figura 20 – Setores da Economia Criativa Definidos pela UNCTAD



Fonte: Adaptado de SEBRAE (2012, p.8)

Mas o que significa essa 'nova economia', chamada de criativa? Segundo a Secretaria da Economia Criativa (SEC), do Ministério da Cultura (MinC), no Brasil, a Economia Criativa

Contempla as dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, cujas

atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica (BRASIL, 2012, p.2).

Assim, essa 'nova economia' não é apenas um modismo, tipificador de uma nova expressão; contudo é, certamente, uma economia qualificadora de atividades altamente importantes, principalmente pelo conteúdo inovador que é gerado no âmago criativo dos seus agentes sociais. Reis (2008, p.15) afirma que a economia criativa é “[...] uma oportunidade de resgatar o cidadão (inserindo-o socialmente) e o consumidor (incluindo-o economicamente), através de um ativo que emana de sua própria formação, cultura e raízes”. Segundo Howkins (*apud* RESTREPO; MÁRQUEZ, 2013, p.15), a economia criativa [...]

[...] comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos.

Muitas dessas atividades eram, até então, vistas sob um prisma não tão aceitável – a não ser pelo lado da cultura e das ações isoladas, simplesmente –, justamente pelo fato de muitas delas serem e permanecerem na informalidade; geravam uma expressão não atraente para um pesquisador da economia e fugavam da legislação tributária, inclusive do poder público arrecadador – justamente por não serem pagadores de algum tipo de tributo (impostos, taxas, etc.).

Figura 21 – Princípios Norteadores da Economia Criativa



Fonte: Adaptado de Brasil (2012)

Essa imagem mudou ou está a mudar. A importância dada ao assunto tornou-se a tônica, tanto por instituições internacionais (Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID), como por órgãos governamentais nacionais (Secretaria da Economia Criativa, do Ministério da Cultura – MinC), pois, se é uma 'economia', gera desse modo, emprego e renda, há trocas e existem recursos sendo movimentados.

E muitos negócios tem se formado e se qualificado para poderem ser sustentáveis, vivos e competitivos; são geradores de inovações, visto que uma canção de um repentista, não é igual a outra e nunca será; uma peça de artesanato, por sua natureza, é inédita e diferente de uma outra.

A produção em massa passa muito longe dessa originalidade. A economia criativa é, sobretudo, uma ação de empreendedorismo cultural, um negócio que deve merecer respeito e muita atenção por parte da sociedade e das autoridades governamentais, em todas as esferas de Governo e da sociedade civil.

Assim, aqui no Brasil, tal é a sua importância, que a 'economia criativa' tem uma Secretaria Executiva, a Secretaria da Economia Criativa (SEC), vinculada ao Ministério da Cultura (MinC). Essa Secretaria estabeleceu quatro eixos de 'princípios norteadores' de ação, os quais são: a diversidade cultural, a sustentabilidade, a inclusão e, sobretudo, a inovação, como podem ser vistos na Figura 21.

Tendo por base a classificação utilizada pela Fundação de Desenvolvimento Administrativo (FUNDAÇÃO), do Governo do Estado de São Paulo, serão adotados os seguintes grupos de atividades: arquitetura e design, artes performáticas e artes visuais, plásticas e escritas; audiovisuais, edição e impressão; ensino e cultura, informática e patrimônio; pesquisa e desenvolvimento; e publicidade e propaganda (CAIADO, 2011).

Segundo Brasil (2011; 2012) – sendo também confirmado por Deheinzelin (2006) e Cappai (2013a; 2013b) –, a 'economia criativa' admite seis setores criativos nucleares, estabelecendo-se assim, seis macrocategorias e as atividades associadas, destacando-se desse modo, 'o artesanato', como sendo um dos eixos norteadores. As atividades são as seguintes:

- Patrimônio natural e cultural
- Espetáculos e celebrações
- Artes visuais e artesanato
- Livros e periódicos
- Audiovisual e mídias interativas
- Design e serviços criativos

4.3.3 A Ideia de um Empreendedorismo Criativo e Cultural

Como visto anteriormente, o empreendedorismo perpassa por várias áreas das Ciências, desde às humanas, às sociais aplicadas, principalmente. As ideias centrais estão embasadas na Economia, pois, seu surgimento e interesse maior se deram através dos investigadores econômicos do século XVIII e XIX.

Não necessariamente o interesse à investigação tenha se baseado para se descrever a existência da disciplina. Contudo, percebe-se que se alinhou ao interesse de homens e mulheres de qualificar e quantificar as razões econômicas, psicológicas, sociais e antropológicas dos resultados vinculados aos estudos, do que

hoje se conhece como teoria do empreendedorismo, explorado nos diversos segmentos da administração e da economia, com tanto esmero.

As definições sobre empreendedorismo alinham um ponto comum para se estabelecer um conceito sobre o que será o empreendedorismo criativo e cultural, ou se os dois são apenas terminologias diferentes de uma mesma coisa. Assim, quando se refere ao empreendedorismo, refere-se às ações desempenhadas pelas pessoas que costumam se arriscar e têm incerteza; que são 'um fator de produção'; que são visionárias e buscam incessantemente as oportunidades; que são ativas e proativas; que fazem algo novo e diferente e inovam; que buscam o lucro, embora, os clientes sejam mais importantes elemento do negócio; que têm comportamento voltado à realização e influenciam a outras pessoas a serem empreendedoras (BAPTISTA; CABRAL, 2010; CANTILLON, 2002; FILION *apud* DOLABELA, 1999; DORNELAS, 2001; DRUCKER, 2003; LEITE, 2002; 2012; McCLELLAND, 1961; 1972; SAY, 1983; SCHUMPETER, 1961, 1988).

4.3.4 O Empreendedorismo Criativo

O verbo 'criar' permite que se objetive um alguém capaz de pensar, de formar e transformar um pensamento em uma ideia e de uma ideia em algo a partir do pensamento. Segundo Ostrower (2013), essa qualidade não está vinculada ao que o ser humano faz (papel do *Homo faber*), contudo ao que forma. Explica a autora que

Criar é, basicamente, formar. É poder dar uma forma a algo novo. Em qualquer que seja o campo de atividade, trata-se, nesse "novo", de novas coerências que se estabelecem para a mente humana, fenômenos relacionados de modo novo e compreendidos em termos novos. O ato criador abrange, portanto, a capacidade de compreender; e esta, por sua vez, a de relacionar, ordenar, configurar, significar. (sic). (OSTROWER, 2013, p. 9).

No tocante às pessoas e ao modo de executar o ato de criar algo, Alvarez (2007, p.4) conclui que "a criatividade hoje diferencia as pessoas" e que [...] "o sucesso da invenção depende da sensibilidade de cada indivíduo para sustentar e tornar possível sua criação". Wheller (2002, p.86) afirma que o 'pensamento criativo' (Quadro 04) "é a atividade mental que usa suas habilidades de pensamento para estabelecer relações que você já sabia. Aristóteles disse que todas as coisas provêm de alguma outra coisa, e esse é o propósito do pensamento criativo: tirar algo novo, único ou diferente de algo velho", o que ratifica a opinião de Ostrower (2013).

Explica a autora que "[...] criar corresponde a um formar, um dar forma a alguma coisa. Sejam quais forem os modos e os meios, ao se criar algo, sempre se o ordena e se o configura [...]" (sic) (OSTROWER, 2013, p.5). Para Alencar (1990, p.29), o 'pensamento criativo' tem as seguintes características:

Quadro 04 – Características do Pensamento Criativo

CARACTERÍSTICAS	DESCRIÇÃO
Fluência	• Abundância ou quantidade de ideias diferentes sobre um mesmo assunto.
Flexibilidade	• Capacidade de alterar o pensamento ou conceber diferentes categorias de resposta.
Originalidade	• Respostas infrequentes ou incomuns
Elaboração	• Quantidade de detalhes presentes em uma ideia
Avaliação	• Processo de decisão, julgamento e seleção de uma ou mais ideias dentre um grupo maior de ideias apresentadas anteriormente.

Fonte: Adaptado de Alencar (1990)

Para May (1982), a criação de algo só depende de uma ação humana: a coragem. Afirma o teórico que “A coragem é necessária para que o homem possa ser e vir a ser. [...] Essa é a diferença entre os seres humanos e o resto da natureza”. (*ibidem*, p.11). Destaca May (1982, p.19) que a “coragem criativa” é a maior das coragens. Diz ele que, “se a coragem moral é a correção do que está errado, a coragem criativa é a descoberta de novas formas, novos símbolos, novos padrões segundo os quais uma nova sociedade pode ser construída” (*sic*).

Aqui se reforça a tese de que o artesão é alguém transformador, criador de algo novo; alguém que forma uma nova classe e, que de fato, tais artesãos têm coragem para criar, custe o que custar, mesmo que venha a ferir alguma tradição – em outras palavras ele é inovador. Conclui May (1982), sobre a ‘coragem criativa’ que “os artistas podem representar esse sentimento por meio da música, ou das palavras, da argila ou do mármore, ou na tela, porque são o que Jung chama de *inconsciente coletivo*” (*ibidem*, p.21).

Rogers (1954, *apud* ALENCAR, 1990, p. 14) afirma que “[...] insisto em que há uma necessidade social desesperada de comportamentos criativos por parte dos indivíduos [...]”, ratificando assim, a ideia de que as pessoas buscam, incessantemente, ser criativas, ou seja, fazer algo novo. Todavia, isso só será possível se houver o cultivo da ‘imaginação’ e da ‘atividade criativa’ a partir da família, passando pela escola, indo até às ocupações e ao trabalho, ratificando a essência inovativa.

Embora as pessoas possam ser criativas, contudo, segundo a Pearson *Education* do Brasil (2011, p.4), “a criatividade é uma característica que reconhecemos em algumas pessoas, e não reconhecemos em outras” (*sic*). Mas, há uma solução para isso: as pessoas podem aprender a ter criatividade, ou como saber usar o potencial criativo.

Uma boa definição de criatividade foi dada por Csikszentmihalyi (*apud* PEARSON EDUCATION DO BRASIL, 2011, p.6), onde diz que “é qualquer ato, ideia ou produto que muda um campo já existente, ou que transformar um campo já existente em outro novo”, reforçando a base conceitual da inovação schumpeteriana da ‘destruição criadora’ (também chamada por alguns de ‘criativa’).

Por sua vez, Howkins (2013, p.13) define criatividade como sendo “a capacidade de gerar algo novo”. De Geus (2010, p.42) complementa afirmando que

“a criatividade é condição necessária, mas não suficiente para a inovação”. Isso não anula o ponto de vista do outro, até porque a inovação é conceituada como sendo algo que advém de um processo produtivo ou tem que estar numa linha de produção, ou que tem que estar sendo utilizado pelo mercado (SCHUMPETER, 1961; 1988; DRUCKER, 2003).

Howkins (2013, p.13) confirma que “a criatividade não é necessariamente uma atividade econômica, mas poderia se tornar caso produza uma ideia com implicações econômicas ou um produto comerciável”. Isso ratifica o papel de uma relação econômica entre um bem criado – a partir de uma ideia (que será transformado pela criatividade) que, conseqüentemente, será possível de ser efetivamente vendida, gerando desse modo, uma renda para quem a cria e vende – no caso o artesão ou o artista plástico.

Explica De Geus (2010) que o “trabalho criativo é tipicamente relacionado com artistas e cientistas. Quando pensamos em criatividade, é natural que venha à nossa mente as pessoas ligadas à arte e, quando muito, à ciência” (*sic*) (*ibidem*, p.43), o que fortalece a ideia de que a criatividade é inerente a quem trabalha com ‘artes’ e os artesãos trabalham com artes – com uma enormidade de tipos e expressões artísticas.

Assim, por dedução e lógica, tem-se que o ‘Empreendedorismo Criativo’ vem a ser aquele que tem no seu cerne os conceitos de inovação tecnológica nas bases teóricas de Schumpeter (1961; 1988), onde, o esteio para a realização de um negócio, reside na criatividade e na inovação, resultante dessa criação. Tem a ver com a ‘destruição criadora’, advinda dos conceitos schumpeterianos de uma transformação do obsoleto em algo novo, a partir do obsoleto. Uma formação e uma transformação que começa no pensamento e progride na ideia; avança pela atitude e é realizada com o surgimento de algo que pode ser: um produto ou serviço, um método ou um processo; ou pode ser uma peça artesanal ou uma arte plástica – uma verdadeira ‘destruição criativa’ para uma reconstrução de uma obsolescência.

4.3.5 O Empreendedorismo Cultural

A ‘cultura’ é um elemento social indispensável a toda e qualquer sociedade. Não há disposição de tratar o conceito por outros prismas (biológicos, pedagógicos, físicos etc.), contudo as pertinências próprias aqui tratadas estarão suportadas nos domínios socioantropológicos.

Segundo Magalhães (1969a, p.681), explica que, numa visão sociológica, cultura é o “conjunto de ideias, conhecimentos, técnicas, artefatos, padrões de comportamentos e atitudes, que caracterizam uma determinada sociedade, visto através de um corte transversal do tempo”, permitindo entender que há uma amplitude de pontos que alinham um povo a essas particularidades, sem que se distanciem entre si, mas, possam ser distintas de outros povos.

Como foi visto anteriormente e ratificando o pensamento de Vila Nova (1981), Magalhães (1969a, p.681) explica que a cultura é dividida em:

- material (ou ergológica), compreendendo a totalidade de bens materiais (os artefatos), voltados à alimentação, vestuário, abrigo, higiene, diversão, desenvolvimento das artes, ciências, comércio etc.
- imaterial (ou espiritual), que consiste em todas as maneiras de sentir, pensar e agir, padronizadas e socialmente aprovadas, como sejam a língua, religião, organização social, ciências, arte, direito, economia etc.

Rocher (1977) aponta para os dois subsistemas do grande sistema cibernético, relativos à pessoa humana e que, entre si, se inter-relacionam profundamente: os sistemas sociais e os culturais. Afirma o autor que:

O sistema cultural compreende os valores, os conhecimentos, as ideologias, isto é, de uma maneira mais geral, o conjunto do aparelho simbólico de que toda ação social se inspira. O sistema social compreende, por seu lado, as condições implicadas na interação de indivíduos humanos reais que constituem coletividades concretas compostas de membros determinados. (sic) (*ibidem*, p.20)

Explica o autor que “em toda a coletividade concreta, quer se trate de um pequeno grupo ou de uma sociedade global, estes dois sistemas penetram-se necessariamente” (sic) (ROCHER, 1977, p.20). Isso ajuda a entender que os sistemas sociais e culturais são intrínsecos, pois um não sobrevive sem o outros, mesmo que cada um seja autônomo, pois os primeiros, que reúnem as pessoas em seu perímetro social, são indivisíveis dos seus valores e costumes e de todo o conhecimento que o faz cidadão de um dado lugar. Segundo Sahlins *et al.* (*apud* LARAIA, 2001, p.59), culturas:

são sistemas (de padrões de comportamento socialmente transmitidos) que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos. Esse modo de vida das comunidades inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de estabelecimento, de agrupamento social e organização política, crenças e práticas religiosas, e assim por diante.

Vê-se que a ‘cultura’ tem uma generosa amplitude conceitual, perpassando por questões ligadas às comunidades e seu modo social de vida, aglutinando os aspectos econômicos e sociais, a formação das organizações e os padrões que regerão todos os indivíduos daquela sociedade.

Assim, o ‘Empreendedorismo Cultural’ pode ser entendido como as ações realizadas por uma sociedade, no afã de proporcionar aos seus indivíduos, uma transmissão de saberes e conhecimentos inerentes aos seus valores, crenças, costumes e ideologias, de modo que possam efetivá-la economicamente, de maneira organizada, munidos de uma tecnologia favorável ao seu desenvolvimento.

Se o Empreendedorismo Cultural são as ações de transmissão de saberes culturais, para Lounsbury e Glynn (2001, *apud* DAVEL; CORA, 2016, p.368-369) “o empreendedor cultural é aquele que conta histórias que inspiram, convencem e fazem sentido” (sic). Explicam Davel e Cora (2016, p.368) que:

com efeito, todo empreendedor, para fazer valer sua ideia, precisa de uma história, que ele desenvolve para realizar uma obra, mas também, nesse caso, que vai se misturando com a própria obra.

Essa competência de contar histórias e criar estórias, além de estabelecer-se como um contador de 'causos', dar-lhe corpo na escrita e perpetuar uma vida inteira à propagação desses contos, é o que permite às pessoas, de senso criativo e habilidoso, a serem considerados esses tais empreendedores culturais.

CAPÍTULO 5 – RESULTADOS DA PESQUISA DO PERFIL DOS PERSONAGENS

5.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este Capítulo 5 se refere à apresentação dos Resultados da Pesquisa realizada pela investigação junto aos autores sociais, denominados de artesãos e artistas plásticos, além dos grupos oriundos dessa CAST. A coleta de dados se deu a partir dos dados apresentados pelos artesãos e artistas plásticos, tanto no ato da aplicação da pesquisa, quanto pela resposta ao questionário básico da coleta de dados primários. Tal Pesquisa foi dividida em cinco partes: i) aos artesãos/artistas '*in memoriam*'; ii) às artesãs que são 'memória viva'; iii) aos artesãos e artesãs; iv) aos artistas plásticos; e v) aos grupos artesanais. Desse modo, pode-se afirmar que a pesquisa aqui apresentada, ficou assim constituída:

Tabela 02 – Relação dos Atores Sociais Pesquisados

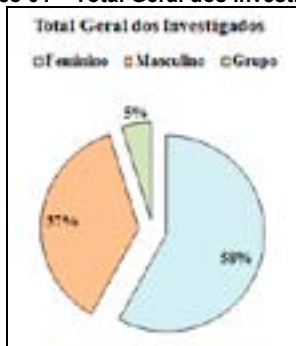
Atores Sociais	Q
Artesãos/artistas ' <i>in memoriam</i> '	6
Artesãs que são 'memória viva'	3
Aos artesãos e artesãs	40
Aos artistas plásticos	10
Grupos de artesãos	3
Total	62

Fonte: Formulário de Entrevista (2012)

5.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

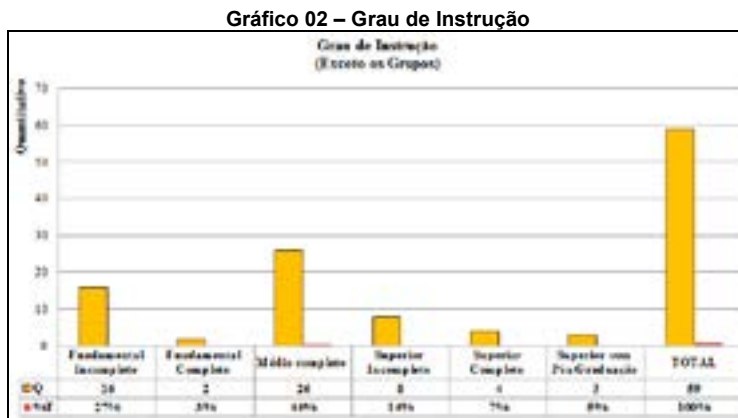
A pesquisa coletou informações (entre vivos e falecidos) de um total de 36 (trinta e seis) mulheres (58%), 23 (vinte e três) homens (37%) e 3 (três) grupos artesanais (5%), totalizando 62 (sessenta e dois) participantes investigados (Gráfico 01).

Gráfico 01 – Total Geral dos Investigados



Fonte: Formulário de Entrevista (2012)

Seis, desses atores sociais, como se vê no Gráfico 02, são 'in memoriam', pois já não estão aqui entre nós em vida, apenas nas lembranças e no legado artístico. Excluindo os três 'Grupos Artesanais', dos 59 (cinquenta e nove) personagens – 95% dos artesãos e artistas plásticos –, a predominância do grau de instrução é de Ensino Médio completo, com 44% dos atores sociais, seguido de 27% de Fundamental Incompleto e 14% de Superior Incompleto; em menor quantidade aparece 7% de Superior Completo, 5% têm Pós-graduação e 3% com Fundamental Completo (Gráfico 02).



Fonte: Formulário de Entrevista (2012)

Do total de 59 artesãos e artistas plásticos, 90% nasceram em Pernambuco e 10% são de outros estados. Dos pernambucanos, 65% nasceram no Sertão do Pajeú (em Serra Talhada-PE, 5% em de Triunfo-PE, 3% em de Carnaíba) (Gráfico 03 e Quadro 05).

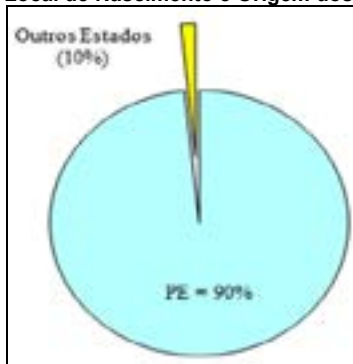
Quadro 05 – Local de Nascimento dos Artesãos

Municípios de Pernambuco			Outros Estados
Sertão do Pajeú	Outras Microrregiões Pernambucanas		
Carnaíba	Arcoverde	Ipubi	Ilheus-BA
Flores	Betânia	Mirandiba	Janaúba-MG
Serra Talhada	Cabrobó	Salgueiro	Conceição-PB
Triunfo	Garanhuns	Surubim	Manaíra-PB
–	Ibimirim	Tacaratu	Monteiro-PB
–	–	–	Princesa Isabel-PB

Fonte: Formulário de Entrevista (2012)

Os demais 13% estão distribuídos nos demais municípios pernambucanos, visto no Quadro 06, correspondendo a 2% cada um.

Gráfico 03 – Local de Nascimento e Origem dos Investigados



Fonte: Formulário de Entrevista (2012)

Segundo os dados coletados (Tabela 03), o artesão mais novo tem 22 anos e o mais idoso tinha 96 anos. Quanto às medidas de tendência central, relativas à idade, a média é de 49 anos e a mediana corresponde a 48,5 anos, destacando-se a moda estatística com duas frequências encontradas: de 50 e 56 anos (7%).

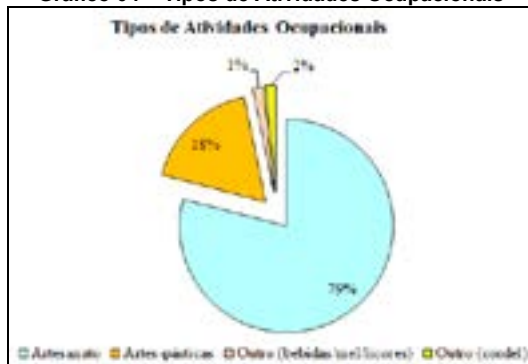
Tabela 03 – Idade dos Artesãos e Artistas Plásticos

Medida de Tendência	Idade (em anos)
Mais Novo	22
Mais Idoso	96
Média	49
Mediana	48,5
Moda	50; 56

Fonte: Formulário de Entrevista (2012)

Isso demonstra um grupo de grande maturidade, além de ser experiente e consciente de que ‘ser um artesão e/ou artista plástico é ser o sustento de sua família, além de ter uma atividade econômica honesta, sadia e importante para o desenvolvimento da cultura local’.

Gráfico 04 – Tipos de Atividades Ocupacionais



Fonte: Formulário de Entrevista (2012)

Desses 62 (sessenta e dois) personagens, 79% lidam com artesanato e 18% são artistas-plásticos (Vide Gráfico 04). Uma artesã cria e comercializa bebidas e licores e outro associado comercializava literatura de cordel. Em relação à criação dos artesanatos, o mais antigo foi criado no ano de 1944 e o mais novo foi criado em 2015. Sobre a origem e localização dos artesanatos, 92% estão situados em Serra Talhada e os demais (8%) estão distribuídos e localizados em Carnaíba, Flores e Triunfo, todos no Sertão do Pajeú. A Média, a Mediana e a Moda estatística, podem ser vistas na Tabela 04:

Tabela 04 – Medidas de Tendência do Ano de Criação

Medida de Tendência	Ano de Inauguração
Menor	1944
Maior	2015
Média	1993
Mediana	1997
Moda	2002

Fonte: Formulário de Entrevista (2012)

Quanto ao local de instalação dos ateliês, 92% se localizam em Serra Talhada, 3% em Triunfo e Carnaíba e 2% em Flores. Dos 92% que estão situados no município de Serra Talhada, 98% estão na cidade (Distrito Sede) e 2% estão no Distrito Municipal de Caiçarinha da Penha (Gráfico 05).

Gráfico 05 – Localização de Instalação do Ateliê



Fonte: Formulário de Entrevista (2012)

Quanto ao tempo de existência dos ateliês, o mais novo correspondia a 1 (um) ano (2%) e o mais antigo tem 72 anos (2%). A Média e a Mediana correspondem a 28 anos (5%) e a Moda estatística corresponde a 10 anos (13%) (Tabela 05).

Tabela 05 – Tempo de Atividade no Artesanato

Medida de Tendência	Tempo de Atividade (em anos)
Menor	3
Maior	73
Média	28,8
Mediana	28
Moda	10

Fonte: Formulário de Entrevista (2012)

Segundo Cooper (*apud* LEITE, 2002, p. 226) “os empreendedores bem-sucedidos progredem nos seus empreendimentos porque não entram neste jogo para ser um simples participante”, entendendo que ter um artesanato, é ter um negócio, Leite (2002, p. 90) explica que o espírito empreendedor reside no “desejo de realizar seu próprio negócio”; na “motivação para ser o seu próprio patrão” e no “desejo de realização pessoal ou satisfação, pura e simples, de vencer”, ao criar ou inaugurar um artesanato ou negócio.

Entendendo que todos os artesãos e artistas plásticos utilizam diversos insumos e matérias-primas, 12% elaboram suas peças em ‘tecido’, seguido de madeira (8%), pedras/rochas (6%), pintura em tecido (6%), cerâmica/barro (6%), reciclados (6%), papel (4%) e metal (4%). Outros insumos e materiais também são de uso regular, mesmo que não seja compartilhado por todos. No Quadro 06, são listados outros materiais usados pelos artesãos e artistas plásticos da CAST:

Quadro 06 – Outros Insumos e Matérias-Primas

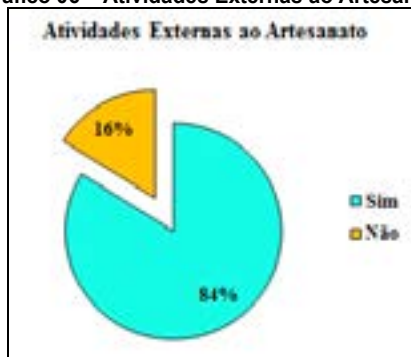
Biscuit	Fibra	Pirógrafo
Bordados	Gesso	<i>Patchwork</i>
Borracha	Macramê	Óleo sobre tela
Cimento/Concreto	Mármore	Ossos de animais
Couro	Miçangas	Plástico
Crochê	Mosaico	Resina
Escama de peixe	Palha	Sementes
Feltro	Papietagem	Vidro

Fonte: Formulário de Entrevista (2012)

Apenas 10 (dez) artesãos/artistas plásticos (16%), vivem exclusivamente da renda advinda do artesanato ou das artes plásticas. Já os outros 52 (cinquenta e dois) – (84%) dos artesãos e artistas plásticos –, têm alguma atividade externa ao labor artístico, característica de não ‘viverem’, necessariamente, dos ganhos e da renda exclusivos da sua arte, para a manutenção e sobrevivência familiar. (Gráfico 06).

Contudo, isso não nega o fato de que haja uma receita adicional, explorada com as artes e com a sua criatividade natural, visto que, para muitos [...] ‘uma renda extra é um complemento vital para sua família’ (dito em diversos depoimentos).

Gráfico 06 – Atividades Externas ao Artesanato



Fonte: Formulário de Entrevista (2012)

Destacam-se, como outras atividades laborais (não associadas ao artesanato ou às artes plásticas), as seguintes ocupações, que se destacaram ou obtiveram a maior frequência ou repetição: 19% são de 'donas de casa'; 15% são de 'comerciantes'; 6% são de 'aposentados'; e 6% são de 'estudantes'.

Quadro 07 – Atividades Externas ao Artesanato

Agricultor(a)	Desenhista e publicitário	Pescadora
Artes Gráficas	Eletricista	Pedreiro
Atendente de farmácia hospitalar	Feirante	Policial Militar
Bióloga	Fotógrafo	Professor
Borracheiro	Marceneiro	Sapateiro
Coordenador da CAST	Médico oftalmologista	Serralheiro
Coordenador de ONG	Merendeira	Serviços gerais
Decorador(a) de ambiente	Músico	Vendedora

Fonte: Formulário de Pesquisa

Dos artesanatos pesquisados, 19% são formalizados, significando ser regularizados legalmente, com Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), nas qualidades de Microempreendedor Individual (MEI) e Microempresa (ME). Em contrapartida, 81% dos negócios artesanais são informais. Isto também caracteriza que essa maioria tem uma forte tendência ao *part time*, que não dependem exclusivamente das suas artes para sobreviverem. (Gráfico 07).

Por outro lado, o baixo índice de formalização implica que ainda precisa de uma maior conscientização por parte dos artesãos, que possibilitaria vislumbrar num futuro, a condição de agregar valor profissional ao negócio, bem como permitir que suas artes possam ser exportadas para fora das fronteiras locais (quicá nacionais e internacionais) e poderem participar de Licitação Pública (e Leilões Públicos) para aquisição de peças artísticas, bem como para participarem de Projetos do Governo aos quais requerem que o artista ou artesão seja formalmente legalizado.

Gráfico 07 – Formalização do Artesanato



Fonte: Formulário de Pesquisa

Outro motivo para a não formalização é o de não terem que pagar impostos, pois é sabido que a tributação para micro e pequenos negócios é uma 'corda no pescoço do negócio', reduzindo a possibilidade de realizar boas transações comerciais. No caso dos artesanatos, a saída mais aceitável é a do Regime de Tributação dos MEIs, visto que pagam R\$ 50,00 (cinquenta reais) e se tornam legalizados, podendo participar das condições de Licitação mencionadas acima. No caso dos Microempresários, o Regime Tributário requererá que seja através do Simples Nacional, que incidirá uma determinada alíquota sobre a Receita Bruta.

Nesses dois casos, são alternativas cabíveis aos micronegócios, não só para competirem no mercado e para se tornarem legalizados, bem como poderem tomar crédito para poderem crescer, seja por compra de equipamentos (capital fixo) ou de capital de giro. Muitos não entendem que restringir à legalização é restringir seu crescimento, sua expansão, sua ampliação e seu desenvolvimento empresarial ou multiplicarem os conhecimentos de suas artes particulares (salvo exceções), através de cursos, treinamentos e tradições. A ausência da cultura da não regularização também é uma fortíssima justificativa para permitir a marginalização do negócio pela informalidade.

Um detalhe importante, também observado na pesquisa, é o de que 67,7% dos artesãos e artistas plásticos afirmaram que trabalham sós, sem a ajuda de ninguém da família, registrando que tais atores sociais agiam e agem independentes da própria família, que em alguns casos, não tinham o dom paterno, materno ou fraterno.

Outro dado importante, também verificado, é o da participação familiar de cunho matriarcal. Destaca-se uma família tem dez membros participantes no artesanato (o maior quantitativo por artesanato), imprimindo desta forma, uma vocação desses atores às artes passadas tradicionalmente de mãe para filhos e marido. A participação de terceiros (funcionários e/ou colaboradores) é de apenas 13%, gerando um grau muito pequeno de emprego e renda, ratificando que a grande maioria dos artesãos e artistas plásticos (87%) labutava só, mantendo o ofício estritamente vinculado ao próprio conhecimento, sem que houvesse transferência a outros, ou de pessoas da própria família, ou a colaboradores e terceiros.

CAPÍTULO 6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

6.1 CONSIDERAÇÕES DOS ARTESÃOS SOBRE O SURGIMENTO DO SENSO ARTÍSTICO

Diversos artesãos e artistas plásticos afirmaram que gostam de fazer algo diferente do que é normal; também confirmaram que podiam criar alguma arte a partir do nada. A transformação de uma peça em madeira, rocha ou metal; tecido, palha ou cerâmica seriam o início de uma arte ‘sem-igual’, sem reproduções em série ou modelada.

Alguns explicaram que receberam a influência diretamente da própria fonte familiar, ao ver seus pais, irmãos e tios, a fazerem arte caseira (ou doméstica), não importando se era simples ou complexa; contudo, era feita pelos seus parentes, com amor e dedicação. Outros receberam incentivos extrafamiliares, de amigos ou de artistas renomados. Ou fizeram cursos de aperfeiçoamento e conheceram técnicas; agiram, tendo por base, a habilidade natural que os impulsionavam a continuar a ‘fazer arte’.

Há relatos, como o de Dona Adail (via Formulário de Pesquisa, 2014), ao qual afirma que “Comecei a fazer porque gostava e via as pessoas da família fazerem” (*sic*), indicando que a transferência interna da família, foi uma das bases influenciadoras, além dos dotes naturais e dos desejos de construir algo.

Também há casos como o do artista plástico Júlio César ao afirmar que “O prazer de fazer algo útil, além de ser um desafio ao conhecimento e de técnicas – que resultem em uma peça que as pessoas admirem” (*sic*) (via Formulário de Pesquisa, 2014). Isso permite que o aprimoramento para a criação, também é um fator necessário para se obter uma peça única, capaz de revelar uma técnica que substitua um objeto bruto, sem valor inicial, numa obra lapidada e valorada financeiramente, para ser valorizada por quem a adquire.

Explica o artista plástico Júlio César que “o que me motiva é poder ajudar outras pessoas a se envolverem com a prática do artesanato” (*sic*) (via Formulário de Pesquisa, 2014), ocasionando com isso, uma difusão do próprio conhecimento para outras pessoas, num claro motivo de difundir o seu próprio conhecimento, além de afiliar outros tantos seguidores a empreender na arte popular – numa percepção da psicologia mccllellandiana.

6.2 CONSIDERAÇÕES DOS ARTESÃOS SOBRE A MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA EM PRATICAR A ARTESANIA

Ser um artesão ou um artista plástico é poder se incluir no rol dos empreendedores que fazem arte popular, que fazem a cultura popular se difundir pelos lugares que vivem, além de extrapolarem suas fronteiras, deixando um pouco de sua ‘alma artística’ em suas peças, obras e trabalhos artísticos; fazem a

perpetuação da sua inspiração e criatividade ao longo do tempo e de sua jornada pelas terras que vivem, passaram e ainda passarão.

A motivação pode estar associada, segundo alguns dos diversos artesãos entrevistados, ao ganho remunerativo. Contudo, à maioria, o vínculo motivacional está associado ao prazer e à realização. McClelland (1961; 1972) exorta que, para o empreendedor, a Necessidade de Realização posiciona o indivíduo em um poder de execução de seus trabalhos, com perfeição e maestria de quem sabe: o que idealiza, o que transforma e o que realiza para finalizar a sua arte da melhor forma possível.

A motivação é uma mola propulsora para a realização das suas tarefas, de forma que possa atingir os seus objetivos, além de ser eficaz naquilo em que se propõe a fazer: que é a arte do povo. A motivação depende de um motivo. Quais seriam os motivos dos artesãos e artistas plásticos serra-talhadenses? Alguns artesão e artistas plásticos expressaram seus sentimentos ao afirmarem que:

- “Eu tenho orgulho de ser artesã, mas, minha motivação é ver as peças prontas e nas mãos das pessoas. Se elas comprarem, eu estou feliz e mais motivada” (*sic*) (Artesã Dona Penha ‘Loiceira’);
- “Acredito que o que mais me motiva é a complementação da nossa vida, que não é necessariamente o ganho financeiro, mas o ganho espiritual. Fico mais alegre e espanto qualquer tristeza que se aproxime de mim” (*sic*) (Artesã Dona Telma Flor);
- “Pelo simples fato do prazer, porque financeiramente não tem grandes retornos” (*sic*) (Artesã Nicinha);
- “Os motivos pelos quais tenho prazer em desenvolver minhas artes são: os resultados de minhas produções e os convites que recebo para participar de eventos” (*sic*) (Artista Plástica Esia Guerra);
- “O amor à arte e à pintura é a minha maior motivação” (*sic*) (Artista Plástico Aluizio Fernã);
- “Tenho muito prazer ao pintar minhas peças e me sinto realizado ao terminá-las” (*sic*) (Artista Plástico Meninho).

6.3 CONSIDERAÇÕES DOS ARTESÃOS SOBRE A INOVAÇÃO PRATICADA AOS ARTESANATOS

Inovação é um processo transformador e elaborado que, de certo modo, é feito por pessoas que enxergam muito longe, algo que nem existe ainda. Num contexto artesanal, o Artista Plástico Fred Pinto exprime muito bem isso ao dizer que “O experimento das formas e dos elementos com que eu trabalho – isso me motiva demais. A descoberta de novos produtos para usá-los. Gosto de inovar, fazer ‘o novo’; não repito o que já foi feito. Trabalho em cima de inovação” (*sic*). Essa frase estampa a instrumentalidade das suas ações sendo motivada à novidade e à transformação daquilo que até então, não existia como objeto.

Não importa se essa inovação é ‘radical’ (algo que inexistia) ou de ‘melhoria’ (modificação de algo existente); não importa se essa inovação é ortogonal (que se admite uma nova utilidade a algo existente) ou se é disruptiva (que se diferencia por romper algumas barreiras de precificação ou de poder estar acessível a todas as classes); não importa se a inovação vem de uma matéria-prima até então ‘nunca utilizada’ ou se é baseada em aproveitamento de materiais descartados ou reciclados, gerando um apelo à sustentabilidade ambiental que, aos olhos dos artistas e artesãos, é algo que será diferente de tudo que se via antes e do que já se foi feito, resultado de uma transformação de objetos, assemelhando-se a uma ‘destruição criadora’ (ou criativa).

Os artesão e artistas plásticos são empreendedores criativos natos; são inovadores por excelência; são criadores de arte. Seus produtos são resultantes de ações individualizadas, entre o ‘ter a ideia’, ‘elaborar a criação’, ‘inventar o objeto’ e ‘inovar’, pondo na linha de produtos acabados – ou como uma peça única e original, ou como um produto feito em série.

Deve-se sempre lembrar que, cada artista ou artesão faz suas peças de modo único, com novas serventias e utilidades econômicas, sendo que uma mesma ideia nunca resultará em produtos iguais. Assim, o depoimento de alguns atores sociais, confirma que:

- “Vejo nas minhas criações uma fonte de renda e uma contribuição ambiental. Sou motivado por desafios. Meu desafio é retirar esses pneus, sem uso, da natureza e dar uma nova utilidade para eles, preservando o meio ambiente e decorando outros ambientes. Com isso, ter uma renda para minha família” (*sic*) (Artesão Alan Roque);
- “O que é importante é gostar de fazer algo; no meu caso, ser artesão é um sonho antigo na minha vida; quando me formei foi assim, a ‘gota d’água’, e disse a mim mesmo: agora posso começar a fabricar, modificar ou criar certos objetos” (*sic*) (Artesão Sr. Luiz Pereira);
- “Gosto de criar instrumentos musicais, às vezes, os tradicionais instrumentos de percussão; outras vezes gosto de criar algo novo, coisa que ninguém ainda fez. Como sou percussionista, crio o que toco pra ver se ficou bom. Se ficar bom, eu vendo; aí o cliente está levando coisa boa” (*sic*) (Artesão Nilsão).

REFERÊNCIAS

- AGOSTINI, Júlio César; ANGONESE, Rosângela M.; BOGONI, Roseli T. Empreendedorismo. In **Cadernos da SBDG**, [s./], [s.d.] (*mimeo*). Disponível em: <<http://www.konos.com.br/HTML/textos/empreendedorismo.pdf>>. Acesso em: 02 fev. 2016.
- ALENCAR, Eunice Soriano de. **Como desenvolver o potencial criador**: um guia à liberdade da criatividade em sala de aula. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1990.
- ALVAREZ, Ana. **Exercite sua criatividade**. São Paulo: Editora Nova Cultural, 2007.
- ANDION, Carolina; SERVA, Maurício. A etnografia e os estudos organizacionais. In GODOI, Cristiane Kleinübing; BANDEIRA-DE-MELLO, Rodrigo; SILVA, Anielson Barbosa da. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010, p.147-179.
- ARAÚJO, Iaperi. **Elementos de arte popular**. Natal: UFRN, 1985.
- ARAÚJO, Luis César G. de. **Organização, sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional**: arquitetura organizacional, *benchmarking*, *empowerment*, gestão pela qualidade total, reengenharia. São Paulo: Atlas, 2001.
- BAPTISTA, Walber Santos. **Introdução à economia**: módulo 01 – fundamentos de economia. Serra Talhada-PE, 2009 (*mimeo* – arquivo em PPT).
- _____; CABRAL, Romilson Marques. Comportamentos motivacionais de micro e pequenos empreendedores no meio rural de Escada-PE: o caso do Distrito Municipal de Frexeiras. In **48º SOBER**. Campo Grande, 25-28 jul. 2010.
- BENDASSOLLI, Pedro F. *et al.* Indústrias criativas: definição, limites e Possibilidades. In **RAE**, Vol. 49, n.1, São Paulo: FGV, jan./mar. 2009, p. 10-18. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/1628/industrias-criativas--definicao--limites-e-possibilidades/i/pt-br>>. Acesso em: 07 mar. 2015.
- BERTERO, José Flávio. Nem tudo se fragmentou: notas sobre um discurso de F. H. Cardoso. In **Estudos de Sociologia**, n.º 2, [s./], 1997. Disponível em: <<http://www.joseflaviobertero.com.br/>>; <<http://www.fclar.unesp.br/#!/instituicao/administracao/divisao-tecnica-academica/apoio-ao-ensino---staepe/laboratorio-editorial/publicacoes/revistas-e-periodicos/estudos-de-sociologia/revista-02/>>. Acesso em: 08 mar. 2002.
- BIANCHI, Italo. **O conceito de arte não pode mais separar o erudito do popular**. [Recife], [s.d.]. Disponível em: <<http://www.ampla.com.br/sec>>

noticias/ctudo-not-italo.asp?Arquivo=1&IdComCult=62>. Acesso em: 17 jul. 2001.

- BRAGHIROLI, Elaine Maria; PEREIRA, Siloé; RIZZON, Luiz Antônio. Motivos sociais - a teoria de McClelland. *In* **Temas de psicologia social**. 4. ed., Petrópolis: Vozes, 2000, p. 49-68.
- BRASIL (Gov.). Ministério da Cultura. **Secretária da Economia Criativa**. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. (*mimeo* – apresentação em PPT).
- _____. Ministério da Fazenda. **Parecer Normativo C.S.T. nº 94, de 28.12.77**. Brasília: Secretaria da Receita Federal, 1977.
- _____. Presidência da República. **Lei n. 9.841, de 5 de outubro de 1999**. Institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, dispendo sobre o tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido previsto nos Arts. 170 e 179 da Constituição Federal. Brasília, MDIC, 1999. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9841.htm> e <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=1&menu=1672>>, Acesso em: 06 maio 2010.
- _____. Presidência da República. **Lei n. 10.973, de 2 de dezembro de 2004**. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências. Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/Lei/L10.973.htm>, Acesso em: 09 fev. 2009
- BRASIL FOLCLORE. **O que é folclore?** [s.l.], [s.d.]. Disponível em: <<http://www.brasilfolclore.hpg.ig.com.br/index.html>>. Acesso em: 23 fev. 2002.
- BRUNI, Adriano Leal. **Estatística aplicada à gestão empresarial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- BRUTON, Henry J. **Princípios de economia do desenvolvimento**. São Paulo: Atlas, 1969.
- BURNS, Edward McNall; LERNER, Robert E.; MEACHAM, Standish. **História da civilização ocidental: do homem das cavernas às naves espaciais**. v.1, São Paulo: Globo, 1990.
- CAIADO, Aurílio Sérgio Costa. **Economia criativa**. São Paulo: FUNDAP, 2011.
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **O que é lazer?** São Paulo: Brasiliense, 1999. (Coleção Primeiros Passos, n. 172).
- CANTILLON, Richard. **Ensaio sobre a natureza do comércio em geral**. Curitiba: Segesta Editora, 2002.
- CAPPAL, Rafaela. **Bora transformar ideia em negócio?** Sete ferramentas práticas para empreendedores criativos que querem viver fazendo o que amam. [São Paulo]: EspaçoNave.Org/Decolab.Org. [2013a].
- _____. Como conciliar ser artista e ser empreendedora? *In* **Conexão cultural - empreendedores criativos**. São Paulo: Conexão Cultural São Paulo. 25 jun. 2013b. Disponível em:

<<http://www.conexaoacultural.org/2013/06/empreendedores-criativos-no-conexao-cultural-sao-paulo/>>, Acesso em: 25 out. 2013.

- CARAVANTES, Geraldo R.; PANNO, Cláudia C.; KLOECKNER, Mônica C. **Administração: teorias e processos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- CARDOSO, Fernando Henrique. Discurso sobre o Dia da Cultura. Discurso proferido pelo presidente Fernando Henrique Cardoso durante solenidade de comemoração do "**Dia da Cultura**", realizada no Teatro Nacional de Brasília, em 05 de novembro de 1995. (*mimeo*).
- CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria geral da administração**. Vol. II, 6. ed. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2002.
- CHINOY, Ely. **Sociedade: uma introdução à Sociologia**. São Paulo: Cultrix, 2010.
- CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- CRÔNICAS RACIONAIS. **A diferença: Indústrias Criativas e Indústrias Culturais**. 03 JUN. 2012. [s.l.] Disponível em: <<http://cronicasracionais.blogspot.com.br/2012/06/diferenca-industrias-criativas-e.html>>. Acesso em: 30 mar. 2014.
- DAVEL, Eduardo; CORA, Maria Amélia Jundurian. Empreendedorismo cultural: cultura como discurso, criação e consumo simbólico. *In Política Cultura Rev.*, Salvador, v.9, n.1, p.363-397, jan./jun. 2016. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/pculturais/article/viewFile/10035/13317>>. Acesso em: 31 mar. 2018.
- DE GEUS, Klaus. **Mentes criativas, Projetos inovadores: a arte de empreender P&D e inovação**. São Paulo: Musa Editorial; Paraná-PR: Universidade Tuiuti do Paraná, 2010.
- DEHEINZELIN, Lala. Economia criativa e empreendedorismo cultural. *In ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*. Salvador, 03-05 maio 2006.
- DENIS, Henri. **História do pensamento econômico**. 6. ed. Lisboa: Livros Horizonte, 1990.
- DOLABELA, Fernando. **O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro**. Instituto Euvaldo Lodi Empreendedorismo: Ciência, Técnica e Arte. Brasília: IEL Nacional, 2000.
- _____. **Oficina do Empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DOWNES, John; GOODMAN, Jordan Elliot. **Dicionário de termos financeiros e de investimento**. São Paulo: Nobel, 1993.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor: *entrepreneurship* – prática e princípios**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

- ESTRIN, Judy. **Estreitando a lacuna da inovação**: como reacender a centelha da criatividade na economia global. São Paulo: DVS Editora, 2010.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Minidicionário Aurélio**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1977.
- _____. **Pequeno dicionário brasileiro da língua portuguesa - ilustrado**. 11. ed. Rio de Janeiro: Editora SEDEGRA, [1971].
- FREITAS, Henrique *et al.* O método de pesquisa *survey*. *In Revista de Administração*. v.35, n.3, São Paulo, jul./set. 2000, p. 105-112.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários de pequenos negócios. *In Revista de Administração de Empresas*, FGV, São Paulo. v.34, p.05-28, abr.-jun. 1999.
- GERANEGÓCIO. **O que é artesanato?** [s.l.], [s.d.]. Disponível em: <<http://www.geranegocio.com.br/html/arte/p1.html>>. Acesso em: 15 maio 2011.
- GORGULHO, Luciane Fernandes; *et al.* A economia da cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. *In BNDES Setorial-Cultural*. n. 30, [s.d.], p.299-355. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3007.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2015.
- GRANDE ENCICLOPÉDIA LARROUSSE CULTURAL. **Artesanato**. Vol. 2, São Paulo: Plural Editora e Gráfica, 1998, p. 450-451.
- GULLAR, Ferreira. **Cultura posta em questão**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1965.
- HEIMANN, Eduard. **Histórias das doutrinas econômicas**: uma introdução à teoria econômica. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- HOWKINS, John. **Economia criativa**: como ganhar dinheiro com ideias criativas – o primeiro guia realmente prático para aqueles que trabalham em setores criativos. São Paulo: M.Books do Brasil Editora Ltda., 2013.
- HUBERMAN, Leo. **História da riqueza do homem**. 19. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983.
- LAJUGIE, Joseph. **Os sistemas econômicos**. 7. ed. São Paulo: Difusão Editorial S.A., 1981.
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- LEÃO, Delfim F. Introdução, notas e tradução do original grego e latino. *In ARISTÓTELES. Econômicos – volume VII – Tomo 2*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011, p.VII-XXI; 5-6.
- LEITE, Emanuel Ferreira. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.
- _____. **O fenômeno do empreendedorismo**: criando riquezas. 3. ed., Recife: Bagaço, 2002.

- LOH, Stanley. Diferença entre invenção, descoberta e modelo de utilidade. *In Memória organizacional: como coletar, armazenar e recuperar conhecimentos explícitos e tácitos.* [s.l.], 2018, p.180. Disponível em: <<http://www.intext.com.br/memoria-organizacional.pdf>>. Acesso em 30 jun. 2018.
- MACHADO, Luiz Alberto. Economia criativa: definições, impactos e desafios. *In Revista de Economia & Relações Internacionais.* Vol. 11, n.21, São Paulo: FEC-FAAP, jul. 2012. p.84-109. Disponível em: <http://www.fAAP.br/revista_faap/rel_internacionais/REVISTA_ECONOMIA_21.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2018.
- MAGALHÃES, Álvaro (Org.). **Enciclopédia Brasileira Globo.** Vol. 1, 11. ed., Porto Alegre: Editora Globo, 1969a.
- _____. **Enciclopédia Brasileira Globo.** Vol. 2, 11. ed., Porto Alegre: Editora Globo, 1969b.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. **Festa no pedaço:** cultura popular e lazer na cidade. 3. ed. São Paulo: Editora Ucitec / UNESP, 2003.
- MAIA, Isa. **Cooperativa e prática democrática.** São Paulo: Cortez Editora, 1985.
- MAILLET, Pierre. **O crescimento econômico.** Coleção Saber Atual, nº 128. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1968.
- MAÑAS, Antônio Vico. **Gestão da tecnologia e inovação.** São Paulo: Érica, 2001.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do partido comunista.** São Paulo: Martin Claret, 2004.
- MASCÊNE, Durcelice Cândida; TEDESCHI, Mauricio. **Termo de referência:** atuação do sistema SEBRAE no artesanato. Brasília: SEBRAE, 2010.
- MASLOW, Abraham H. **Motivation and personality.** Nova York: Harper e Row Publishers, 1954.
- MATTOS, José Fernando; STOFFEL, Hiparcio Rafael; TEIXEIRA, Rodrigo de Araújo. **Mobilização empresarial pela inovação:** cartilha: gestão da inovação. Brasília: Confederação Nacional da Indústria, 2010. Disponível em: <http://arquivos.portaldaindustria.com.br/app/conteudo_24/2012/09/05/214/20121126110821586027u.pdf>. Acesso em: 06 mar. 2016.
- MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Introdução à administração.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- MAY, Rollo. **A coragem de criar.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1982.
- McCLELLAND, David C. **A sociedade competitiva:** realização & progresso social. Rio de Janeiro: Editora Expressão e Cultura, 1972.
- _____. **The achieving society.** New York: D. Van Nostrand, 1961.
- MEGALE, Nilza B. **Folclore brasileiro.** 2. ed., Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 1999.
- MEIRELLES, Aluísio Telles de. História do comércio internacional. *In Manual do executivo.* v.1, São Paulo: Novo Brasil Editora Brasileira Ltda., 1986.

- MONTECLARO, Lauro. Desemprego estrutural gera empreendedores desesperados. *In* **CMI Brasil**. [s.l.], 23 abr. 2005. Disponível em: <<http://www.midiaindependente.org/en/red/2005/04/315149.shtml>>, Acesso em: 07 nov. 2013.
- MORAES, Carlos. **As finas artes do povo**: de quase nada, lata velha, vidro de remédio, fitas, espelhos, nó de pinho – o que é que esse povo não inventa? [s.l.], [s.d.]. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/icarobrasil/194/194artpop.htm>>, Acesso em: 12 mar. 2002.
- MORAZÉ, Charles. **Introdução à história econômica**. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1952.
- OSER, Jacob; BLANCHFIELD, William C. **História do pensamento econômico**. São Paulo: Atlas, 1983.
- OSTOWER, Faygar. **Criatividade e processo de criação**. 29. ed., Petrópolis: Vozes, 2013.
- PARANÁ (Gov.). **Sobre o Parecer Normativo C.S.T. nº 94, de 28.12.77**. Curitiba: SPI, [1991]. Disponível em: <http://www.legislacaotributaria.pr.gov.br/sefacre/lpext.dll/CONSULTAS_PESQ/993/d10/d11/d12/d13?fn=document-frame.htm&f=templates&2.0>. Acesso em: 27 mar. 2018.
- PEARSON EDUCATION DO BRASIL. **Criatividade e inovação**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
- PORTUGAL (Gov.) Ministério da Educação e Ciências/Portugal. **Estratégia nacional de investigação e inovação para uma especialização inteligente – 2014-2020**: ICC – Indústrias culturais e criativas. [Coimbra]: Fundação para a Ciência e a Tecnologia, [2013] (Documento de trabalho n. 2: Diagnóstico de apoio às jornadas de reflexão estratégica – eixo temático 5 – Saúde, bem-estar e território). Disponível em: <https://www.fct.pt/esp_inteligente/docs/IndustriasCriativas_ENEI_Coimbra.pdf>. Acesso em: 08 mar. 2015.
- PRESTES FILHO, Luiz Carlos. Fluxos econômicos e cadeias setoriais. *In* REIS, Ana Carla Fonseca; MARCO, Kátia de. (Orgs.). **Economia da cultura**: ideias e vivências. Rio de Janeiro: Publit, 2009, p.71-85.
- QUARTESAN, Alessandra; ROMIS, Monica; LANZAFAME, Francesco. **Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades**. [s.l.]: Departamento de Capacidad Institucional y Finanzas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), sept. 2007. Disponível em: <<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1156415>>. Acesso em: 06 mar. 2015.
- REIS, Ana Carla Fonseca. (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaí Cultural: Garimpó Cultural, 2008.

- REQUIÃO, Rubens. **Curso de direito comercial**. São Paulo: Saraiva, 19. ed., Vol. 1, [s.l.], 1989.
- RESTREPO, Pedro Felipe Buitrago; MÁRQUEZ, Iván Duque. **La economía naranja: una oportunidad infinita**. New York: Banco Interamericano de Desarrollo; Bogotá: Puntoaparte *Bookvertising*, 2013.
- RIBEIRO, Berta G. *et al.* **O artesanato tradicional e seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: FUNARTE/Instituto Nacional do Folclore, 1983.
- ROCHER, Guy. **Sociologia geral**. 2. ed. Lisboa: Editorial Provença, 1977.
- ROSA, Vítor. **Artesanato – Informativo 30: informação e divulgação**. [Lisboa]: CCR-ALT/PTE-NA, [s.d.]. Disponível em: <<http://www.ccr-alt.pt/pte-na/pt/inf30/not1.htm>>. Acesso em: 10 mar. 2002.
- ROSSETTI, José Paschoal. A capacidade empresarial: a energia mobilizadora. *In* **Introdução à economia**. 17 ed. São Paulo, Atlas, 1997.
- SÃO PAULO (Gov.) Biblioteca Virtual do Governo do Estado de São Paulo. **O que é folclore?** São Paulo, [s.d.]. Disponível em: <<http://www.bibliotecavirtual.sp.gov.br/pdf/temasdiversos-oqueefolclore.pdf>>. Acesso em: 16 maio 2011.
- SAY, Jean-Baptiste. **Tratado de economia política**. São Paulo: Abril Cultural, 1983 (Coleção os Economistas).
- SCHERER, Felipe Ost; CARLOMAGNO, Maximiliano Selistre. **Gestão da inovação na prática: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação**. São Paulo: Atlas, 2009.
- SCHUMPETER, Joseph Alois. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.
- _____. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico**. 3. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- SEBRAE. **Economia criativa do Rio de Janeiro – boletim quadrimestral novembro de 2012**. Rio de Janeiro: Observatório das Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Menu%20Institucional/Sebrae_SET_nov12_ec_crtv.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2018.
- SEMPREBOM, Elder; FREITAS, Aldin; AUGUSTO, Paulo Otávio Mussi. Etnografia. *In* TAKAHASHI, Adriana Roseli Wünsch. (Org.). **Pesquisa qualitativa em administração: fundamentos, métodos e usos no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2013, p.127-158.
- SERGIPE CULTURA. **Nosso rico folclore**. [Aracajú], [2001]. Disponível em: <<http://iaracaju.infonet.com.br/sergipecultura/modulo02.htm>>, Acesso em: 03 mar. 2011.
- SERVAN-SCHREIZER, Jean-Louis. **Quem é, como é, por que é. Profissão: patrão**. 5. ed. São Paulo: Cultura, 1997.

- SIEBERT, Célia. Artesanato. *In Geografia de Pernambuco*. São Paulo: FTD, 1998, p.102-103.
- SMITH, Adam. **A riqueza das nações**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- SOUTO MAIOR, Armando. **História geral**: para o ensino de 2º grau. São Paulo: Companhia Editora nacional, 1975.
- SOUZA, Nali de Jesus de. **Economia básica**. São Paulo: Atlas, 2007.
- SOUZA BARROS. **Arte, folclore, subdesenvolvimento**, Rio de Janeiro: Editora Paralelo; Instituto Nacional do Livro, 1971.
- STAPLES, Walter Doyle. Uma teoria de motivação. *In CLARET, Martin*. (ed.). **A essência da motivação**: a arte de viver. São Paulo: Editora Martin Claret, 1998, p.21-26.
- TROMBINI, Fatima. **O artesanato e a sua importância na economia e na cultura brasileira**. [s./], 10 mar. 2009. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/articles/15399/1/O-ARTESANATO-E-A-SUA-IMPORTANCIA-NA-ECONOMIA-E-NA-CULTURA-BRASILEIRA/pagina1.html>>. Acesso em: 17 mar. 2011.
- UNCTAD. **Relatório de economia criativa 2010**: economia criativa uma, opção de desenvolvimento. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/MINC; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. Disponível em: <http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2018.
- VASCOCELLOS, Marcos Antônio Sandoval de **Economia**: micro e macro. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- VILA NOVA, Sebastião. **Introdução à sociologia**. São Paulo: Atlas, 1981.
- VON MISES, Ludwig. **A ação humana**: um tratado de economia. 3. ed. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 1990.
- _____. **Human action: a treatise on economics**. Irvington-on-Hudson, NY: The Foundation for Economic Education, 1949.
- WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. 15. ed., São Paulo: Pioneira, 2000.
- WHELLER, Jim. **Como ter idéias inovadoras**: deixe as novas idéias levarem você ao sucesso. São Paulo: Market Books, 2002.
- YIN, Robert. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2 ed.: Porto Alegre: Bookman, 2001.