



Empreendedorismo coletivo feminino

O ofício das rendeiras de Ilha Grande no Piauí

Auristela do Nascimento Melo



O empreendedorismo está cada vez mais em ênfase como uma das possibilidades de criação de empresas, sendo que uma das formas de consolidar estes empreendimentos está nos Arranjos Produtivos Locais (APLs). Dentre as maneiras de empreender para várias pessoas, famílias, cidades, regiões e até países, podemos encontrar o artesanato, que possibilita a geração de renda por meio de cooperativas, associações e outras formas de trabalho em conjunto. Neste sentido, o objetivo deste trabalho foi investigar como o empreendedorismo coletivo feminino contribui para a geração de renda, analisando o trabalho das rendeiras de Ilha Grande no Piauí. O referencial teórico abordou os tópicos arranjos produtivos locais, em sua forma de associativismo, empreendedorismo, com foco no empreendedorismo coletivo e feminino e artesanato como geração de renda. Foi realizado um estudo de caso qualitativo na Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana e os instrumentos de coleta foram entrevista semiestruturada, observação sistemática e análise documental. Foram entrevistadas 10 rendeiras, e os dados foram tratados por meio dos *softwares* Excel e Atlas/ti. Os resultados mostraram que o empreendedorismo feminino das artesãs contribui de forma evidente para a geração de renda, visto que, em decorrência do perfil apresentado como empreendedoras é que podemos denotar que todas estas características são utilizadas por elas para implementar uma atividade artesanal. A identificação deste perfil empreendedor possibilitou a organização destas mulheres rendeiras em uma associação, local onde desenvolvem, de forma coletiva, uma atividade empreendedora que gera renda para elas.



Empreendedorismo coletivo feminino

Direção Editorial

Lucas Fontella Margoni

Comitê Científico

Profa. Dra. Fátima Regina Ney Matos

Universidade de Fortaleza - UNIFOR

Profa. Dra. Maria Clara Cavalcante Bugarim

Universidade de Fortaleza - UNIFOR

Prof. Dr. André Felipe de Albuquerque Fell

Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

Empreendedorismo coletivo feminino

O ofício das rendeiras de Ilha Grande no Piauí

Auristela do Nascimento Melo

φ editora fi

Diagramação: Marcelo A. S. Alves

Capa: Carole Kümmecke - <https://www.behance.net/CaroleKummecke>

O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Da mesma forma, o conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu respectivo autor.



Todos os livros publicados pela Editora Fi estão sob os direitos da Creative Commons 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR



Associação Brasileira de Editores Científicos

<http://www.abecbrasil.org.br>

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

MELO, Auristela do Nascimento

Empreendedorismo coletivo feminino: O ofício das rendeiras de Ilha Grande no Piauí [recurso eletrônico] / Auristela do Nascimento Melo -- Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2018.

112 p.

ISBN - 978-85-5696-371-0

Disponível em: <http://www.editorafi.org>

1. Artesanato. 2. Empreendedorismo Feminino. 3. Arranjos Produtivos Locais. I. Título.

CDD-350

Índices para catálogo sistemático:

1. Administração 350

A Deus, aos meus pais Áurea e
Luiz e a minha filha Stela Maria.

Lista de abreviaturas e siglas

APLs	Arranjos Produtivos Locais
BPW	Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais do Brasil
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídica
FNQ	Fundação Nacional da Qualidade
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDG	Índice de Desigualdade de Gênero
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PSMN	Prêmio Sebrae Mulher e Negócios
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SETEDETUR	Secretaria do Trabalho e Desenvolvimento Econômico, Tecnológico e Turismo
SPM	Secretaria de Políticas para as Mulheres

Prefácio

O empreendedorismo é um fenômeno que desperta o interesse de vários estudiosos, sobretudo pela sua capacidade de revolucionar silenciosamente uma sociedade e uma economia. De fato, é uma revolução, uma que vez promove mudanças em suas estruturas, que podem ocorrer em um período relativamente curto de tempo. Por outro lado, é silenciosa na medida em que não causa alardes e quando menos se espera, tais mudanças já se instalaram.

A partir dessa constatação, inúmeras pesquisas têm estudado a influência da dinâmica de grupo, das redes de relações e das ações coletivas no processo de empreender. E é desta forma que o empreendedorismo surge em função de tais influências e recebe a denominação de empreendedorismo coletivo.

Assim, o empreendedorismo coletivo, de forma geral, tem como uma de suas principais características a dependência de variáveis como: laços de rede, interdependência, contexto social, origens locais, a dinâmica da comunidade e oportunidades conjuntas. Por meio dessas, outras características podem ser mencionadas, como a territorialidade, a competitividade e a cooperação para que as ações aconteçam entre os atores interessados.

A maioria dos estudos, entretanto, foca o empreendedorismo conduzido por um único agente catalizador, o empreendedor, que, via de regra, é do sexo masculino. Desconsidera, por vezes, as influências das ações coletivas geradas pelo perfil empreendedor feminino que tal fenômeno apresenta. Por meio deste estudo, realizado pela administradora e professora Auristela do Nascimento Melo, é possível perceber que o empreendedorismo coletivo feminino pode ser mais bem observado em aglomerações

produtivas (empreendimentos coletivos), uma vez que nelas estão presentes a maioria das variáveis que o caracterizam. Dentre tais aglomerações, destaca-se a Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana.

Mas como o empreendedorismo coletivo feminino contribui para a geração de renda? Com uma profunda análise qualitativa dos dados, decorrente de uma metodologia robusta, mas ao mesmo tempo precisa, a professora Auristela demonstra que o empreendedorismo coletivo feminino é igualmente capaz de gerar renda, graças, sobretudo, ao conjunto de comportamentos empreendedores que ela observou de forma científica. E tais comportamentos merecem uma atenção especial por parte de nós leitores para uma compreensão maior desse fenômeno.

Assim, este livro, de forma magistral, mostra como o empreendedorismo, de forma coletiva e capitaneada por mulheres, é capaz de revolucionar silenciosamente uma localidade, uma vez que se observou o impacto socioeconômico oriundo das atividades realizadas pelas artesãs da Ilha Grande, empreendedoras da Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana. Além disso, esta obra serve de referência, tanto teórica quanto metodológica, para estudos futuros, uma vez que se trata de um estudo recente e pouco explorado.

Boa leitura!

Wenceslau Almada Pessoa Neto
Professor Me. do Instituto Federal do Piauí

Sumário

Introdução	15
1.....	23
Referencial teórico	
1.1 Arranjos Produtivos Locais (APLs)	23
1.2 Empreendedorismo	34
1.3 Empreendedorismo Feminino	44
1.4 O Artesanato na Geração de Renda.....	53
2	63
Metodologia de pesquisa	
2.1 Estratégia de Pesquisa	65
2.2 Critérios de Inserção dos Sujeitos.....	66
2.3 Coleta de Dados	67
2.4 Tratamento e Análise dos Dados	70
3	73
O caso	
3.1 A Arte das Rendas de Bilro.....	73
3.2 A Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana	77
4	81
Análise dos dados	
4.1 Um Ambiente Rendado em Ilha Grande.....	81
4.2 O Artesanato como Gerador de Renda.....	85
4.3 As Artesãs Empreendedoras.....	88
Conclusão.....	97
Referências	101

Introdução

O mundo dos negócios vem sofrendo, ao longo dos anos, várias mudanças advindas da globalização, como a inserção da tecnologia na maneira de trabalhar e gerir negócios que diminuiu as distâncias e aproximou os povos por meio das novas tecnologias de comunicação e sofisticação dos meios de transporte. A interligação dos mercados facilitou as transações comerciais, surgindo, então, novas formas de fazer negócios e de criar empresas.

Estas modificações no mundo empresarial trouxeram vários benefícios no aspecto da criação de novos empreendimentos, como o acesso às tecnologias com a criação das lojas virtuais e a possibilidade de adquirir bens de diversos países. As empresas conseguem produzir em escalas maiores graças à modernização tecnológica utilizada, além de realizarem os negócios com mais agilidade, minimizando tempo em seus processos de produção e negociação.

Neste sentido, esta pesquisa tratou de um tema relevante quando se fala de um ator tão significativo no mundo de negócios – os empreendedores. Neste estudo, focamos o empreendedorismo coletivo feminino localizado em um Arranjo Produtivo Local no litoral do Piauí. Fomos, então, à cidade de Ilha Grande no Piauí para pesquisar uma associação tipicamente feminina – Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana, que executa um trabalho artesanal com rendas de bilro. Um local distante, cerca de 330 km² da capital, Teresina, o município de Ilha Grande possui 8.914 habitantes e está localizado na microrregião do litoral piauiense. A cidade faz parte de uma das ilhas do Delta do Parnaíba.

Para Shane e Venkataraman (2000, p. 218) empreendedorismo é uma “investigação de como, por quem, e com quais efeitos as oportunidades para se criar futuros produtos [...] são descobertas, avaliadas e exploradas”. Consequentemente, envolve o estudo do grupo de pessoas que descobriu, avaliou e explorou as oportunidades.

Várias pesquisas têm estudado a influência do sistema de relação e das ações coletivas no processo de empreender (ALDRICH, 1999; BURRESS; COOK, 2009; FELIN; ZENGER, 2007; JOHANNISSON, 1998; JONSSON, 1995; RUEF; ALDRICH; CARTER, 2003; SCHOONHOVEN; ROMANELLI, 2001; WEST, 2007). Neste contexto, ações coletivas geram um tipo de empreendedorismo que recebe a denominação de empreendedorismo coletivo (SCHOONHOVEN; ROMANELLI, 2001).

Burress e Cook (2009) apontam que a existência de laços de redes, interdependência entre atores, contexto social, origens locais, dinâmica da comunidade e oportunidades conjuntas, são características do empreendedorismo como fenômeno coletivo. Outras características podem ser evidenciadas, como a territorialidade, a competitividade e a cooperação para que as ações entre empresas e outros atores interessados aconteçam. Assim, é possível que o empreendedorismo coletivo seja observado em aglomerações produtivas, uma vez que, nelas, estão presentes a maioria dessas características (JOHANNISSON, 1998).

As relações sociais e interorganizacionais, base para o empreendedorismo coletivo, são condição necessária para o processo de empreender (HISRIC; PETERS, 2004), para a construção da visão do empreendedor (FILION, 1991), bem como para a formação de ambiente propício às ações da coletividade (JOHANNISSON, 1998).

Desta forma, há empreendimentos que podem se consolidar por meio dos Arranjos Produtivos Locais (APLs), das associações, sociedades, cooperativas, parcerias com amigos, familiares; enfim, há um leque de possibilidades quando se trata de distintas

maneiras de colocar um negócio. Os APLs são uma das maneiras de expressar de forma potencial a cooperação, integração, inovação, união de esforços, aprendizado, dentre outros; característica primordial de quem empreende com o coletivo.

Inseridos nos APLs, encontram-se também como manifestação coletiva de empreender: as associações. Estas representam uma forma coletiva de empreendimento. De forma empírica, esta pesquisa buscou em uma associação a manifestação do empreendedorismo coletivo, levando em consideração a particularidade do empreendedorismo coletivo feminino na Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana, na cidade de Ilha Grande no Piauí, associação inserida no APL de artesanato do litoral piauiense.

A busca pelas particularidades do empreendedorismo coletivo feminino sobre a associação supracitada está diretamente relacionada ao comportamento empreendedor ressaltado pelo estudo de McClelland (1961), quando em sua teoria sobre o comportamento empreendedor resalta a maneira de mensurar as características comportamentais dos empreendedores baseadas em três conjuntos de comportamentos: o conjunto de realização, de planejamento e de poder. O autor que pertence à escola comportamentalista do empreendedorismo, foi precursor dessa análise e é considerado um dos mais importantes no que se refere à determinação das características empreendedoras.

Frente a esta perspectiva, a pergunta que se pretende responder com esta pesquisa é: Como o empreendedorismo coletivo feminino contribui para a geração de renda, analisando o trabalho das rendeiras de Ilha Grande no Piauí?

Objetivo Geral

Investigar como o empreendedorismo coletivo feminino contribui para a geração de renda, analisando o trabalho das rendeiras de Ilha Grande no Piauí.

Objetivos Específicos

1. Conhecer a forma de criação organizacional bem como os dados demográficos das artesãs empreendedoras;
2. Verificar o papel do artesanato como gerador de renda;
3. Identificar as características empreendedoras da Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana, levando em consideração os três conjuntos de comportamentos empreendedores propostos por McClelland (1961).

Justificativa

O empreendedorismo está cada vez mais em ênfase como uma das possibilidades de criação de empresas e consequente expansão de oferta de empregos para o mercado de trabalho que, ainda, apresenta uma grande demanda de pessoas sem emprego e renda. Desta forma, é salutar destacar que vários indivíduos vêm buscando novas oportunidades por meio da abertura de um empreendimento.

Uma das formas de consolidar estes empreendimentos está nos APLs. Por APLs compreende-se que são agrupamentos territoriais onde se desenvolvem várias atividades produtivas específicas interligadas e interdependentes, não necessariamente as atividades produtivas sendo de empresas de um mesmo setor. Podem abranger também fornecedores, clientes, prestadores de serviço, bem como instituições públicas e privadas que os apoiam na formação e capacitação de recursos humanos, na promoção do aprendizado e no financiamento de projetos coletivos (TEIXEIRA, 2008, p. 5).

Fazem parte como integrantes destes APLs os agentes sociais, políticos e econômicos. Uma das características relevantes nos APLs é a junção de vários segmentos que estão unindo-se de forma cooperada para proporcionar desenvolvimento em novas formas de produção e trabalho. Desse modo, as pessoas estão

buscando mais oportunidades de obter renda, sobreviver e ter sucesso em seus negócios. A união de agentes de forma cooperada está se consolidando em uma das formas de empreender denominado empreendedorismo coletivo, o qual consiste em trocar opiniões, chegar a um consenso ao nível da gestão, e assumir riscos juntos (TROMPENAARS; HAMPDEN-TURNER, 2002, tradução nossa).

Ressaltamos aqui o artesanato como umas das maneiras de empreender e gerar renda para várias pessoas, famílias, cidades, regiões, países por meio de cooperativas, associações, APLs, dentre outros. Podemos afirmar que o artesanato mostra-se como uma atividade tipicamente cultural que, geralmente, marca a identidade de uma comunidade, um povo, uma nação.

O artesanato é uma atividade que, desde o século XVII, vem sendo desenvolvida no Brasil, trazida pelos europeus. A influência dos portugueses foi predominante nas rendas, labirinto, filé, crochê e bordado. “[...] Há uma sólida herança de trabalho, que se reproduz de geração a geração, pela transmissão de um longo aprendizado, cujas matrizes são de origem predominantemente europeia (sobretudo portuguesa), das corporações de ofício e da indústria doméstica” (PORTO ALEGRE, 1994, p. 27).

O artesanato, ainda, é um trabalho desenvolvido na sua grande maioria de forma rudimentar, sendo seu aprendizado adquirido de geração a geração pelas mãos dos artesãos. Esta atividade faz parte da rica cultura brasileira, sobretudo, da nordestina e apresenta grande expressividade como geração de renda para várias gerações. Na cidade de Ilha Grande no Piauí, local onde foi desenvolvida esta pesquisa, há predominância deste ofício que é desenvolvido expressivamente por mulheres rendeiras.

O empreendedorismo feminino ainda é matéria não muito explorada na literatura quando se fala em um mundo de negócios empreendedor tão disseminado e formado mais precisamente por homens. Desta forma, o empreendedorismo feminino apresenta, ainda, um vasto campo potencial de investigação científica que

vem ganhando notoriedade no mundo acadêmico como algo a ser explorado.

Dessa maneira, esta investigação apresenta uma certa relevância por ressaltar o trabalho artesanal das rendeiras da cidade supracitada, destacando o empreendedorismo feminino na geração de renda para o desenvolvimento das artesãs que estão localizadas na região norte do estado do Piauí. Uma nação, estado ou cidade só atinge grau considerável de crescimento e desenvolvimento econômico, social e político se as pessoas que nesses locais habitam apresentarem alguma forma de subsistência por meio de alguma atividade formal ou informal.

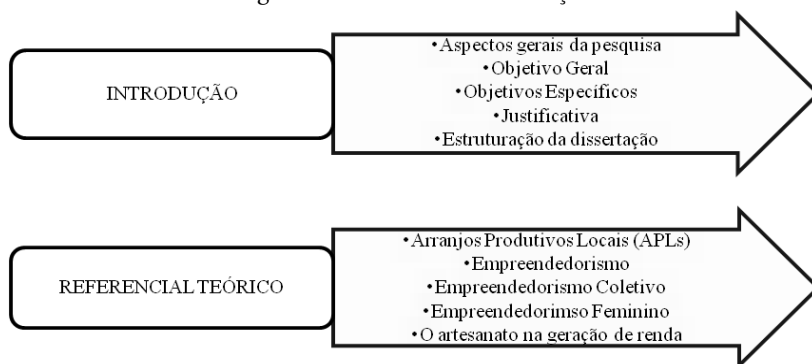
A relevância da pesquisa se dará pelo aspecto investigativo de temáticas atuais como APLs e empreendedorismo feminino e, também, de uma temática não tão recente como o ofício do artesanato, mas com significativa relevância na cultura não só nordestina como brasileira. Esta junção gerou o interesse de pesquisar o quanto nesta região escolhida, poderá existir uma rica contribuição do trabalho empreendedor coletivo feminino desenvolvido pelas rendeiras, bem como o interesse de identificar no estado do Piauí um celeiro de desenvolvimento empreendedor.

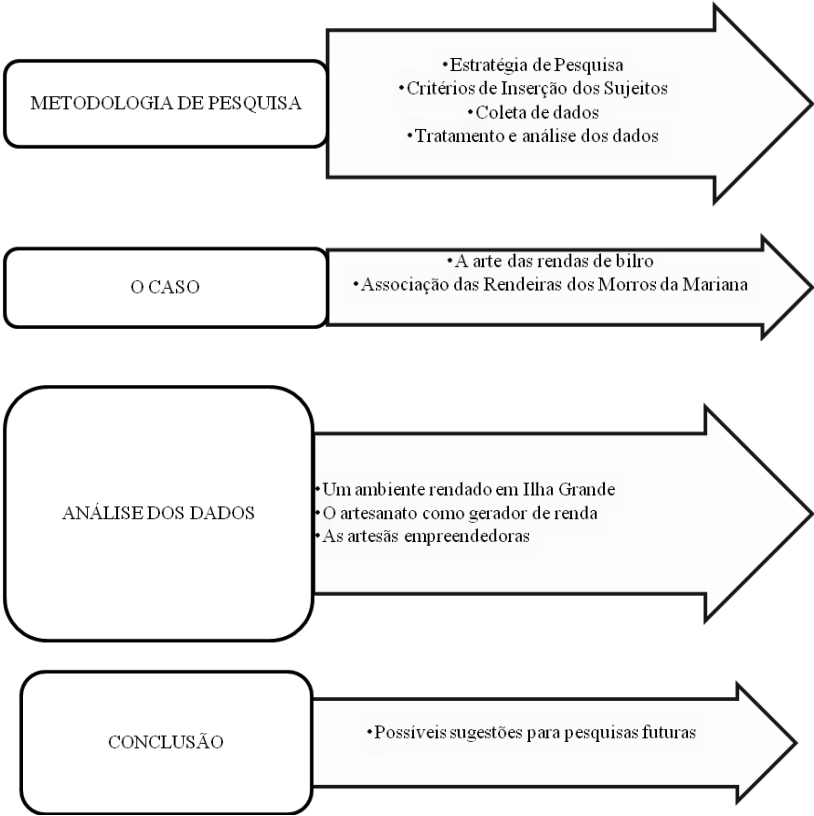
A escolha da cidade de Ilha Grande no Piauí nos gerou interesse por disseminar uma atividade artesanal de um ofício belíssimo, as rendas de bilro, mas pouco visualizado pelas pessoas, não só no âmbito comercial; mas, principalmente, no mundo acadêmico. Ao visitar a Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana antes de decidir qual tema escolher para a dissertação, percebemos que só havia uma pesquisa realizada sobre as artesãs e que *a priori* poderíamos explorar temas tão relevantes como o empreendedorismo feminino, Arranjo Produtivo Local e artesanato; ao mesmo tempo que este estudo viabilizaria uma notoriedade maior àquelas mulheres que realizam um trabalho admirável em um estado pouco percebido em suas riquezas culturais.

Estruturação da Dissertação

Conforme pode ser observado na Figura 1, a seguir, esta dissertação está dividida em seis seções. A primeira parte apresenta a introdução do trabalho que traz de forma geral os aspectos primordiais a serem tratados na dissertação. A segunda seção trata sobre o referencial teórico do trabalho e engloba as seguintes temáticas: Arranjo Produtivo Local, Empreendedorismo, Empreendedorismo Coletivo, Empreendedorismo Feminino e Artesanato. A terceira parte apresenta a metodologia utilizada no trabalho. Na quarta seção, será descrito o caso de forma densa, ou seja, explicativa como sugerido por Geertz (1989). Na quinta seção, será feita a análise dos dados coletados subsidiados pelo referencial teórico, já a sexta seção será formada pela conclusão, seguida das referências.

Figura 1 – Estrutura da dissertação





Fonte: Elaborada pela autora (2012).

Referencial teórico

1.1 Arranjos Produtivos Locais (APLs)

O conceito de *cluster* (aglomeração) traz de volta a ideia do economista Alfred Marshall (1890) que, em sua obra “**Princípios de Economia**”, mostra como as empresas tendem a desenvolver “distritos industriais” em díspares áreas geográficas, onde cada cidade torna-se individualizada na produção de conjuntos de bens fortemente relacionados. A ideia do economista aplicava-se a um grupo de empresas que trabalhava em igual segmento industrial, desenvolvendo a divisão do trabalho industrial inter-relacionado.

Um distrito industrial é um sistema produtivo local caracterizado por um grande número de empresas, em geral de pequeno ou muito pequeno porte, que são envolvidas nos diversos estágios de processo de produção em uma indústria particular (PIKE; BECATTINI; SENGENDERGER, 1990).

Uma característica importante do distrito industrial é a sua concepção como um conjunto econômico e social (AMARAL FILHO, 2010). Há uma relação muito próxima entre as diferentes esferas social, política e econômica que moldará o funcionamento e organização destes distritos, levando-os ou não a atingir o sucesso.

Nos anos 1990, começou a se disseminar no Brasil a visão das aglomerações produtivas especializadas (*clusters*, sistemas e APLs), que capturam as “externalidades”, oriundas, sobretudo, das relações de afinidade cultural e proximidade entre as pequenas empresas com foco no território (AMORIM; MOREIRA; IPIRANGA, 2008).

Nesses distritos, a organização das empresas em aglomerações do mesmo setor resulta na obtenção de economias de escala sistêmica, ou externalidades, possibilitando a redução do custo médio da produção de cada firma e, assim, o desenvolvimento de atividades nas quais cada membro possa cooperar um com o outro com o objetivo de desenvolverem-se nos seus processos de produção e trabalho.

Ressalta Castro (2010) que uma aglomeração não se mede somente pelo número de empresas. Devem-se levar em conta outros fatores, tais como: número de postos de trabalho, faturamento, mercado, geração de empregos indiretos e até potencial de empreendedores informais que poderiam organizar-se como pessoa jurídica, dentre outros.

As aglomerações de empresas em número significativo que atuam em torno de atividades produtivas formam os APLs. Para Castro (2010, p. 8), a atuação dessas empresas pode se destacar sobre o aspecto vertical, quando as empresas participam de várias etapas de determinado processo produtivo, ou horizontal, quando se destacam por fazer, basicamente e notadamente, uma das etapas do processo. A seguir, tem-se o conceito de APL adotado neste estudo:

Os Arranjos Produtivos Locais (APLs) são aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais com foco em um conjunto específico de atividades econômicas que apresentam vínculos mesmo que incipientes. Geralmente envolvem a participação e a interação de empresas que podem ser desde produtoras de bens e serviços finais até fornecedoras de insumos e equipamentos, prestadoras de consultoria e serviços, comercializadoras, clientes, entre outros e suas variadas. (LASTRES; CASSIOLATO, 2003, p. 3).

As primeiras conceitualizações das vantagens econômicas dos APLs baseiam-se em observações sobre os *clusters* de pequenas e médias empresas do nordeste da Itália, região da Emilia-Romagna, com o desenvolvimento dos “distritos industriais

marshallianos”, e, posteriormente, da Alemanha (Baden-Württemberg), Dinamarca (Jutland), Inglaterra (Cambridge), Espanha (Barcelona), Estados Unidos (Vale do Silício e Los Angeles), e outros países como Japão, Brasil, Índia e Paquistão (SCHMITZ; NAVDI, 1999).

O surgimento de novas formas produtivas em vários países, de forma a harmonizar meios e políticas para induzir o desenvolvimento econômico e social, apresenta o APL como uma possibilidade de fomentar novos processos de trabalho, produtos e mercados contribuindo com o desenvolvimento sustentável local. Para Oliveira (2009, p. 10):

Nos dias de hoje, é necessária uma ação coordenada dos diversos atores governamentais e não governamentais que vise à criação e manutenção de condições favoráveis ao desenvolvimento de polos de produção com eficiência coletiva, sustentabilidade socioambiental, produtividade e acesso a mercados.

Esse tipo coordenado de ação ocorre por meio de um conjunto de fatores econômicos, sociais e políticos, localizados em uma mesma região geográfica, desenvolvendo atividades de produção correlatas e que apresentam vínculos de interação, cooperação, aprendizagem, inovação e capacitação, considerados imprescindíveis para a sustentação da competitividade dos agentes participantes de aglomerações de empresas.

Os *clusters*, as redes, aglomerações ou ainda os APLs, geralmente, incluem cooperativas e associações voltadas à formação e capacitação de recursos humanos, entidades fomentadoras de crédito, empresas produtoras de bens e serviços, fornecedoras de insumos e equipamentos, clientes etc., (OLIVEIRA, 2009). Essa articulação de empresas em espaço integrado dos APLs e a junção das sinergias geradas por suas interações fortalecem a possibilidade de sobrevivência e crescimento delas, fomentando vantagens competitivas e duradouras.

Para o desenvolvimento dos APLs é também necessária a participação de outros agentes que atuem de forma a efetivar o crescimento deste aglomerado a fim de que se possam consolidar as atividades a serem desenvolvidas nestas áreas. Podemos citar como agentes preponderantes neste processo: as instituições de financiamento, o governo, instituições de ensino, comunidades, associações e outros agentes correlatos (LASTRES; CASSIOLATO, 2003).

Todos estes agentes ao inteligarem-se estão contribuindo de forma social e econômica, fazendo parte, assim, do processo de produção, no qual os agentes especializam-se, cooperam, trocam informação, aprendem e compartilham de um projeto comum: o desenvolvimento do Arranjo Produtivo Local. Esta relação de interdependência será relevante e benéfica para o crescimento de qualquer Arranjo.

Para a instalação dos APLs, faz-se necessário o incentivo fiscal do governo para alavancar regiões subdesenvolvidas e promover melhoria social. Também é necessário que o distrito possa contar com localização favorável ao seu desenvolvimento, estratégias capazes de promover crescimento e capital intelectual para trabalhar em equipe. Regiões ao redor de centros urbanos são propícias ao crescimento de um APL.

Assim como na Terceira Itália, reconhecida como uma das regiões mais industrializadas do mundo (GURISATTI, 1999, p. 77), o Brasil apresenta elevada vocação para desenvolver também seus distritos industriais em diversos setores como: têxtil, calçados, confecções, móveis, turismo, cerâmica, artesanato etc.

Desta forma, é relevante que se transponham e adaptem as ideias e estratégias da Terceira Itália para o Brasil, com as devidas adequações dos ambientes cultural, político e institucional do país, a fim de que se consiga uma efetiva adaptabilidade à realidade brasileira. Algumas regiões, no Brasil, já desenvolvem alguns APLs, é o caso de Tobias Barreto em Sergipe com o APL de Artesanato de Linha. Aracati no Ceará com o APL de artesanato e produção de

camarão em cativeiro. O APL de desenvolvimento do artesanato da serra catarinense em Santa Catarina. O APL de Artesanato da região norte do Piauí, dentre outros.

No estado do Piauí, local desta pesquisa, o governo por meio da Secretaria do Trabalho e Desenvolvimento Econômico, Tecnológico e Turismo (SETEDETUR), é responsável pelas articulações e ações governamentais com vistas ao apoio integrado a APLs do Estado. Por meio da portaria nº 001/2007 de 05 de março de 2007 da referida secretaria foi instituído o Grupo Gestor Estadual de Apoio aos APLs. O Piauí possui os seguintes APLs conforme Quadro 1:

Quadro 1 – APLs do Piauí

Tipo de APL	Localização
Apicultura	Abrange a região de Picos
Confecções da região norte	Cidade de Parnaíba
Artesanato Litoral	Parnaíba / Buriti / Ilha Grande e Luis Correia
Ovinocaprinoicultura	Teresina / Floriano
Turismo	Parnaíba / Luis Correia
Opala	Pedro II

Fonte: Elaborado pela autora (2012).

Devido a existência de APLs no estado do Piauí, foi importante a instituição do Grupo Gestor Estadual de Apoio aos APLs no referido local. São atribuições do Grupo Gestor Estadual do Piauí: a proposição de diretrizes gerais de atuação, coordenação e elaboração de planos de desenvolvimento dos APLs a serem executados no estado. O Grupo Gestor é responsável pela identificação de possíveis segmentos potenciais produtivos que, posteriormente, possam vir a ser um APL; a definição de critérios de ação governamental conjunta para apoio e fortalecimentos dos APLs no estado do Piauí.

Ainda é de alçada do Grupo Gestor, a elaboração de Planos de Desenvolvimento para cada APL selecionado como propício ao

crescimento de um arranjo produtivo local com a definição para as condições necessárias à sua execução; também é de responsabilidade do Grupo Gestor alavancar um maior volume de recursos com vistas de apoio dos APLs. O Grupo Gestor deve garantir um ambiente favorável à implantação e consolidação dos APLs, buscando compatibilizá-los às políticas de desenvolvimento definidas para o estado.

Construir um sistema de informações voltado para garantir o perfeito gerenciamento das ações a serem executadas em cada um dos APLs está também sob domínio do Grupo Gestor, coordenado pela SETEDETUR, órgão responsável pela gestão do Programa de APLs, no âmbito estadual. O Grupo Gestor conta com uma secretaria técnica, a ser exercida pela Unidade da Indústria, da Superintendência de Desenvolvimento Econômico, por intermédio do seu diretor. Na Figura 2 está a delimitação do APL de artesanato foco principal deste estudo.

Figura 2 – Área de abrangência do APL Artesanato Região Norte



Fonte: Grupo Estadual de APLs (s.d).

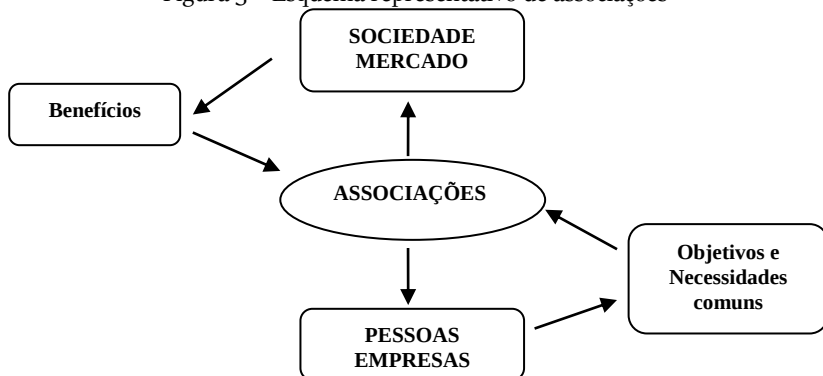
A região delimitada, na figura acima, mostra a localização do APL de artesanato do estado do Piauí, que a esta pesquisa interessou de forma particular a cidade de Ilha Grande, local onde está situada a associação das rendeiras dos Morros da Mariana: foco do estudo.

1.1.1 Associativismo

Para Alencar (1997), o associativismo refere-se à atividade humana desenvolvida em um grupo social, que é constituído por uma coletividade de indivíduos ligados entre si por uma rede ou sistemas de relações sociais. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2009, p. 8) associação, em um sentido amplo, é qualquer iniciativa formal ou informal que reúne pessoas físicas ou outras sociedades jurídicas com objetivos comuns, visando superar dificuldades e gerar benefícios para os seus associados.

Para o SEBRAE (2009), associação é a forma mais básica para se organizar juridicamente um grupo de pessoas – físicas ou jurídicas – para a realização de objetivos comuns. Na figura 3, abaixo, encontra-se uma forma genérica de representatividade das associações.

Figura 3 – Esquema representativo de associações



Fonte: SEBRAE (2009).

Ainda conforme o SEBRAE (2009), as associações assumem os princípios de uma doutrina que se chama associativismo e que expressa a crença de que juntos podem-se encontrar soluções melhores para os conflitos que a vida em sociedade apresenta. Os princípios do associativismo reconhecidos em praticamente todo o mundo são: adesão voluntária e livre, gestão democrática pelos sócios, participação econômica dos sócios, autonomia e independência; educação, formação e informação; interação e interesse pela comunidade. Pelos princípios citados, as associações se baseiam na autogestão (SEBRAE, 2009, p. 9).

Na adesão voluntária e livre – as associações são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a utilizar seus serviços e dispostas a aceitar as responsabilidades de sócio. Na gestão democrática pelos sócios, as associações são organizações democráticas, controladas por seus sócios, que participam ativamente no estabelecimento de suas políticas e na tomada de decisões. Homens e mulheres, eleitos como representantes, são responsáveis para com os sócios (SEBRAE, 2009, p. 9).

As associações são também autônomas e independentes, pois recebem ajuda mútua e são controladas pelos seus membros. Proporcionam educação, formação e informação aos seus membros de forma a contribuir efetivamente para o seu desenvolvimento. Devem manter a interação no sentido de fortalecerem o movimento associativista trabalhando juntas por meio de estruturas locais, nacionais, regionais e internacionais. Todas as associações devem trabalhar pelo desenvolvimento sustentável de suas comunidades, municípios, regiões, estados e país.

As associações apresentam como finalidade a defesa e promoção dos interesses das pessoas físicas ou jurídicas que as constituem. Podem ser classificadas em três grupos principais: aquelas que têm por fim o interesse pessoal dos próprios associados, sem objetivo lucrativo; as que têm como objetivo

primordial a realização de uma obra estranha ao interesse pessoal dos associados como, por exemplo, as associações beneficentes e por último, as que têm por finalidade principal ficarem subordinadas a uma obra dirigida por terceiras pessoas (SEBRAE, 2009, p. 11).

Os tipos mais comuns de associações são: associações filantrópicas, associações de pais e mestres, associações em defesa da vida, associações culturais, desportivas e sociais, associações de consumidores, associações de classes, associações de produtores, destacando-se o último tipo de associação por incluir os artesãos: objeto de estudo deste trabalho (SEBRAE, 2009, p. 20-21).

Um dos primeiros intelectuais políticos a ressaltar a relevância do associativismo, ou da organização autônoma da sociedade civil para o fortalecimento da democracia foi Alexis de Tocqueville. Em sua obra *Democracia na América*, o autor avalia com certa ênfase a característica da sociedade norte-americana de sua época, de se constituir e atuar por meio de inúmeras associações civis. Para Tocqueville (1998) essa característica da sociedade norte-americana é interpretada por ele como a “arte da associação”.

O conceito de democracia para o autor supracitado não se refere à ideia de regime político, reporta-se a algo muito mais amplo, abrangendo o tipo de sociedade e sua estrutura social. Neste escopo, a democracia seria o processo no qual a igualdade se asseguraria. Porém, esta igualdade de condições para todos causaria um progressivo aumento do individualismo na sociedade democrática, fazendo com que os indivíduos percebam, na esfera privada, mais benefícios que na esfera pública.

Nos países democráticos, a ciência da associação é a ciência mãe; o progresso de todas as outras depende dos progressos daquela. Entre as leis que regem as sociedades humanas, existe uma que parece mais precisa e mais clara que todas as outras. Para que os homens permaneçam civilizados ou assim se tornem, é preciso que entre eles a arte de se associar se desenvolva e aperfeiçoe na

mesma medida em que cresça a igualdade de condições.
(TOCQUEVILLE, 1998, p. 394).

A democracia sempre será individualista, mas para evitar o extremo ao privatismo desenfreado, Tocqueville (1998) elaborou o conceito de interesse bem compreendido, que se poderia denominar de egoísmo esclarecido, ou seja, os sujeitos percebem que se todos se voltarem somente para seus interesses privados, estarão piores que se dispusessem de tempo para a coletividade. Dedicar parte do tempo dos indivíduos ao coletivo e ao público será essencial para que a democracia liberal não se transforme em uma democracia déspota.

Desta forma, para o autor mencionado, uma das formas de impedir que a democracia liberal se degenere é a união dos indivíduos que, de maneira individual, serão fracos na efetivação de atividades coletivas, mas por meio do associativismo, ou como, Tocqueville (1998) diz, a arte da associação, se fortalecerão para ações em conjunto e que esta união seja instrumento para a agregação de interesses comuns dos indivíduos.

[...] as associações civis contribuem para a eficácia e estabilidade do governo democrático, não só por causa de seus efeitos “internos” sobre o indivíduo, mas também por causa de seus efeitos “externos” sobre a sociedade. No âmbito interno, as associações incutem em seus membros hábitos de cooperação, solidariedade e espírito público. [...] A participação em organizações cívicas desenvolve o espírito de cooperação e o senso de responsabilidade comum para com os empreendimentos coletivos. (PUTNAM, 2002, p. 103).

Putnam (2002) corrobora a visão de Tocqueville quando se refere ao associativismo como forma de nortear em seus membros o espírito do bem comum ao espírito público, ou seja, os indivíduos tenderão a desenvolver ações de cooperação, colaboração e responsabilidade dedicadas a coletividade, sendo assim, se

sobressairão os efeitos do associativismo sobre as pessoas associadas, visando atingir os interesses do coletivo.

Para Almeida et al. (2012, p. 239), as associações formam a base dos principais conceitos que sustentam perspectivas alternativas ou renovadoras da democracia, seja por desempenharem funções de cooperação com os governos, por ampliarem espaços de representação política e/ou contestarem padrões culturais e institucionais.

De acordo com Fung (2003), Patman (1992), Putnam (1996a) e Warren (2001), as associações são analisadas pelos impactos positivos no sentido da promoção de indivíduos “mais cidadãos”, aumentando seu senso de eficácia política e desenvolvendo virtudes cívicas, servindo como escolas de cidadania.

Com relação ao gênero, teóricos como Caiazza e Putnam (2005) e Sacchet (2009) apontam diferenças nos vínculos associativos entre homens e mulheres. Segundo os autores, estudos com recorte por gênero revelam diferenças significativas na atuação associativa das mulheres quando comparadas aos homens.

Homens e mulheres tendem a participar em associações de cunho distinto. Os homens participam mais em associações ligadas à esfera pública, como por exemplo, aquelas relacionadas ao mundo da política, do trabalho e do lazer, enquanto as mulheres participam mais em associações que lidam com assuntos relacionados à família e a comunidade. Os tipos de grupos em que as mulheres participam favorecem a construção de redes mais homogêneas, importantes para o estabelecimento e o fortalecimento de laços pessoais que são importantes para a vida e solidariedade comunitária. (SACCHET, 2009, p. 324).

As associações estão regulamentadas tanto na Constituição Federal, quanto no novo Código Civil. Em ambos os casos, estão descritas as leis que regem o modelo no país e que embasam sua organização. De acordo com o Código Civil brasileiro (2009),

constituem-se as associações pela união de pessoas que se organizam para fins não econômicos. No Brasil, as associações devem ser registradas nos cartórios de registro civil de pessoas jurídicas, sendo as associações consideradas como pessoas jurídicas de direito privado.

No Brasil, o movimento inicial que representou o surgimento de uma esfera societária foi o abolicionismo. A partir da década de sessenta do século passado começaram a ser criados clubes abolicionistas no Rio de Janeiro, em Ouro Preto e em Recife (TOPLIN, 1971). As características desses clubes apontam na direção das modernas associações civis: eles realizaram as primeiras manifestações públicas da história do país (NABUCO, 1976). Conforme o autor citado; foram os primeiros clubes a admitir a participação das mulheres e instituíram, também, o primeiro momento do emprego da imprensa para a realização de discussões com conteúdo moral na esfera pública.

1.2 Empreendedorismo

A palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo (DORNELAS, 2005). Na Idade Média, o termo empreendedor foi usado para designar aquele que gerenciava grandiosos projetos de produção, mas não assumia riscos. Foi no século XVII, o início da relação do empreendedorismo com a atitude de correr riscos nos negócios. Nesta época, o empreendedor mantinha com o governo uma relação de fornecimento de produtos ou de prestação de serviços.

O termo empreendedorismo tem sido muito disseminado no Brasil, nas últimas décadas, mais precisamente ao final da década de 1990. Nos Estados Unidos, o termo *entrepreneurship* é conhecido há vários anos; no Brasil, a criação de novos empreendimentos duradouros e a necessidade de diminuição do

fechamento destes empreendimentos são, sem dúvida, uma das maiores causas da popularidade do termo empreendedorismo.

Encontra-se a definição elementar do significado da palavra empreendedorismo em Ferreira (2005, p. 342): empreender seria “propor-se, tentar, pôr em execução”, enquanto empreendedor seria aquele “que empreende; ativo, arrojado, cometedor”.

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades (DORNELAS, 2005). Para o autor, as oportunidades quando bem implementadas levam à criação de negócios de sucesso em vários segmentos.

O tema Empreendedorismo a cada dia ocupa mais tempo e dedicação de estudiosos no mundo inteiro, busca-se compreender, entre outros, a forma como as pessoas estabelecem suas relações consigo mesmo, com seus negócios e com o ambiente em que se dá essa triangulação. Já é possível dizer, com algum grau de assertividade, se uma pessoa possui ou não características de empreendedor e quais são. Porém sabe-se pouco ainda sobre o estímulo que dispara tais comportamentos. As observações e experiências descritas pelos pesquisadores a respeito dos comportamentos empreendedores, de que a sua presença e utilização podem facilitar as conquistas dos desafios com que esses empreendedores se envolvem, já é tema aceito e incontestado. (CIMADON et al., 2007, p. 3).

Para Filion (2000, p. 28), o termo empreendedor (*entrepreneur*) indica aquele que assume riscos e começa algo novo, mesmo dentro de uma corporação existente. A definição do autor mencionado para o empreendedor é a de “uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” (FILION, 2000, p. 28).

Empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem não se contentam em ser mais uma na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado (DORNELAS, 2005).

Para Dornelas (2005), o empreendedor será o indivíduo que se dispõe a realizar algo diferenciado dos demais; é o indivíduo que acredita na realização do empreendimento pelo entusiasmo e paixão que tem pelo negócio. O empreendedor almeja o reconhecimento do seu negócio procurando com que as pessoas o vejam como alguém que possui motivação e quer ser evidenciado pelo que construiu.

De acordo com Farrell (1993), os empreendedores não são de ficar esperando. A ação rápida e a descoberta de novos caminhos são as características mais consistentes e mais visíveis do empreendedor. O autor enfatiza que os empreendedores apresentam agilidade na tomada de iniciativa do seu negócio, buscando de forma acelerada novas descobertas rumo à visibilidade de novos negócios, a acomodação não deve ser atributo de quem busca empreender.

Para Filion e Dolabela (2000), o empreendedor se configura como um sujeito atento aos acontecimentos com o intuito de traçar diretrizes, corrigir rumos e, desta forma, atingir os espaços por eles almejados. Em síntese, para os autores, o empreendedor se posiciona permanentemente alerta aos menores sinais de mudanças face à consciência do grande impacto que elas podem desencadear tanto em seus negócios quanto em suas vidas. Os autores admitem que o comportamento empreendedor faz parte de um processo que engloba diversas dimensões da vida e admite díspares escolhas.

Roberts e Malone (1996) definem empreendedores como pessoas voltadas para a geração e comercialização de inovações tecnológicas, cujo papel é central para o sucesso do negócio. Acompanhando essa tendência de localizar o empreendedor também dentro da organização, Shane (2003) define empreendedorismo como uma atividade que envolve a descoberta, avaliação e exploração de oportunidades para introduzir novos produtos e serviços, maneiras de organizar mercados, processos e matérias-primas.

É relevante no estudo do empreendedorismo ressaltar duas escolas de pensamento mais importantes sobre o assunto: a escola clássica representada principalmente pelos economistas e a escola comportamentalista, representada, sobretudo, pelos psicólogos e sociólogos. Ambas com características distintas, mas cada uma com contribuições importantes para o empreendedorismo.

Para a escola clássica, as origens de todas as afirmações sobre empreendedorismo são advindas da economia. Cantillon (2003) utilizou o termo empreendedor para designar o empresário que corre riscos em função de sua atividade, seja o produtor, o atravessador ou o comerciante. Para o autor, é o empreendedor que adquire a matéria-prima a um determinado valor e vende o produto a um preço incerto.

Em Smith (1985), pôde-se inferir que o empreendedor tinha como finalidade produzir dinheiro, sendo um proprietário capitalista, um fornecedor de capital. Say (2002) acreditava que o empreendedor é um ser dotado de características ligadas à inovação.

Já Schumpeter (1983) associou o empreendedorismo ao desenvolvimento econômico e mostrou como as ações inovadoras podem introduzir descontinuidades cíclicas na economia. Segundo o autor, os papéis principais do empreendedor são fixados em três bases: a inovação, a capacidade de assumir riscos e a constante exposição da economia ao estado de desequilíbrio.

Weber (2004) identificou o sistema de valores como componente essencial para a explicação do comportamento empreendedor. O motivador para quem se estabelecia por conta própria era a religião e/ou o trabalho ético protestante. O autor apontou que os empreendedores são inovadores e independentes e que o sistema de valores é fundamental para a explicação do seu comportamento empreendedor.

Drucker (1987) observou que o empreendedor buscava a mudança, criava algo novo, sendo inovador e transformando valores. Ele conseguia, ainda, viver com as incertezas e riscos

inerentes a um negócio. Ainda segundo o autor, o empreendedor é um indivíduo que sabe aproveitar as oportunidades do negócio e transforma estas oportunidades em novidade, mesmo que ela já tenha sido vista e realizada por outras pessoas.

Em seus estudos Filion (1991) apresentou a chamada teoria visionária, a partir de uma abordagem sistêmica, na qual esferas de vida do empreendedor se interagem e se influenciam mutuamente – familiar, espiritual, empreendedora etc. Segundo o autor, as três abordagens descritas agem de forma interdependente para as ações dos indivíduos que desejam empreender.

[...] o empreendedor caracteriza-se por ser uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação continuará a desempenhar um papel empreendedor. (FILION, 1999, p. 19).

Por último, Dolabela (1999) considerou aspectos ligados ao sonho para apresentar sua argumentação. A visão é este sonho em ação. Segundo ele, qualquer pessoa pode empreender, desde que tenha capacidade de sonhar e também possua motivação para transformar em realidade seus sonhos e desejos.

Para a escola dos comportamentalistas, o estudo de McClelland (1961), precursor desse tipo de análise, é considerado um dos mais relevantes no que diz respeito à determinação das características empreendedoras. De acordo com o autor, o sucesso empresarial não está relacionado apenas ao desenvolvimento de habilidades específicas, tais como finanças, marketing, produção, incentivos fiscais e creditícios, mas também às habilidades atitudinais empreendedoras, por meio do aprimoramento de tais características.

McClelland (1972) estudou as grandes civilizações e concluiu que os heróis nacionais seriam tomados como exemplo pelas gerações futuras. Para o autor, as pessoas imitariam o comportamento dos heróis para superar seus obstáculos, aumentando os limites do possível, almejando, dessa forma, a realização pessoal. Para McClelland (1961) o empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados. Este é o conceito de empreendedorismo adotado neste trabalho.

A Teoria de McClelland (1972) é fundamentada na motivação psicológica e resultou em um dos poucos instrumentos de coleta de dados que mensuram as características comportamentais dos empreendedores. O autor dividiu os comportamentos empreendedores em três conjuntos como segue (QUADRO 2):

Quadro 2 – Os três conjuntos de comportamentos empreendedores

Conjunto de Realização	Conjunto de Planejamento	Conjunto de Poder
- Busca de oportunidades e iniciativa: aproveitam oportunidades fora do comum para iniciar um negócio e realizam atividades antes do solicitado; - Persistência: enfrentam desafios e não desistem perante obstáculos; - Correr riscos calculados: analisam e calculam os riscos de maneira cuidadosa e sempre analisam as chances de sucesso e fracasso; - Exigência de qualidade e eficiência: buscam	- Busca de informações: recorrem à ajuda de especialistas para elaborar estratégias e buscam informações sobre clientes, fornecedores e concorrentes; - Estabelecimentos de metas: fixam objetivos claros e específicos e estão orientados para resultados; - Planejamento e monitoramento sistemático: estabelecem prazos para cumprimento das tarefas, além de	- Independência e autoconfiança: buscam autonomia, mostram-se confiantes ao enfrentar desafios e buscam situações para eliminar problemas; - Persuasão e rede de contatos: influenciam e persuadem pessoas, agem de forma a desenvolver e manter relações comerciais; negociam e fazem as pessoas acreditarem em

exceder os padrões de excelência e têm energia para trabalhar muito; - Comprometimento: empenham-se pessoalmente na conclusão de uma tarefa e zelam pela satisfação dos clientes.	acompanhá-las de perto, e buscam <i>feedback</i> .	determinada ideia.
--	--	--------------------

Fonte: McClelland (1961). Adaptado pela autora.

Para McClelland (1961), a motivação de realização e as características comportamentais são a explicação para a aparente indiferença de muitos e a sensibilidade de poucos para oportunidades econômicas do ambiente. O autor relata que as pessoas com alta necessidade de realização são as mais sensíveis às mudanças ambientais com relação às oportunidades econômicas e identifica o empreendedor, precisamente, por sua composição motivacional.

1.2.1 Empreendedorismo Coletivo

A manifestação da abertura de empreendimentos se dá por várias modalidades: o empreendedor pode abrir um negócio sozinho, pode unir-se em sociedade com outras pessoas, pode associar-se, dentre outros. O que é importante ressaltar é a vontade de pessoas ou grupos de pessoas em empreenderem algo novo ou com uma nova visão, algo que antes ninguém ousou fazer ou que passou a ser feito de uma maneira diferente.

Desta forma, cabe ressaltar o empreendedorismo coletivo como uma das várias vertentes de criar empreendimentos, estabelecendo com o coletivo uma das maneiras de impulsionar negócios em iniciativas em conjunto. Busca-se na ideia coletiva visualizar várias oportunidades de inovação, cooperação, integração, dentre outros; buscando, assim, o fortalecimento do

empreendimento. Abaixo, o conceito de empreendedorismo coletivo adotado neste trabalho:

O empreendedorismo coletivo, também conhecido como compartilhado, pode ser representado por formas de associativismo que vão desde a criação de entidades de representação política e sindical até ações como compra em comum, serviços de pós-venda, prospecção e venda nos mercados externos, controle de qualidade e aval solidário. (SCHMIDT; DREHER, 2008, p. 2).

O “empreendedor” em empreendedorismo é mais provável que seja plural, ao invés de singular (GARTNER et al., 1994). Os autores acreditam que quando se fala em empreendedorismo o exercício de empreender se dê de forma mais significativa quando envolve mais de uma pessoa. Para eles, há uma probabilidade maior de o empreendedorismo ser desenvolvido em conjunto e não individualmente.

A noção de que o empreendedorismo é frequentemente coletivo, ao invés de um empreendimento único, defendida por Gartner et al. (1994), mostra que a probabilidade de abertura de novos empreendimentos pode ocorrer de forma múltipla, ou seja, começa a despontar a integração de vários atores que, em conjunto, começam a explorar oportunidades com interesse comum. As pessoas, ao iniciarem um empreendimento, estão manifestando interesse em abrir o negócio com mais de uma pessoa e não sozinhas. Os indivíduos começam a perceber que empreender de forma coletiva trará, por exemplo, vantagem competitiva junto aos concorrentes, além também da utilização de recursos de forma mais eficiente, pois passarão a trabalhar tudo no coletivo e não no individual.

De acordo com Dolabela (2003, p. 105),

o sonho do empreendedor coletivo é promover o bem-estar da coletividade e cujo trabalho consiste em levar a comunidade a desenvolver sua capacidade de sonhar e de realizar seu sonho –

pois a construção e a busca do sonho coletivo é tarefa de todos os integrantes de uma comunidade.

Para o autor supracitado, a relevância do empreendedorismo coletivo se dá por meio de proporcionar não aos indivíduos de forma isolada, mas em conjunto, maneiras de gerar para a coletividade habilidades de realização por meio do sonho de empreender. A busca do sonho em conjunto é algo que deve ser alcançado por todos que compõem uma comunidade. A concretização do empreendimento coletivo deve ser interligado a todos que o buscam assim como os seus benefícios almejados que também devem ser compartilhados.

Conforme a compreensão de Dolabela (2003), o empreendedor coletivo desenvolve várias ações que têm por objetivo: sensibilizar as diversas forças da comunidade para a necessidade de cooperação; incentivar a conectividade entre os setores da comunidade; estimular foros de discussão democráticos com os principais problemas da comunidade; estimular a construção de uma agenda local com as prioridades definidas pela comunidade; criar meios para a elaboração de projetos e estratégias para a solução dos problemas e construir processos de cooperação dentro e fora da comunidade.

O empreendedorismo coletivo é de certa forma uma estrutura que proporciona a oportunidade e o incentivo para os indivíduos, tanto dentro como fora das corporações convencionais, bem como promove o compartilhamento e integração de informações técnicas e mercadológicas para a descoberta e a exploração de novas oportunidades de negócios. (MOURDOUKOUTAS, 1999, p. 90, tradução nossa).

De acordo com Martinez (2004), o empreendedorismo coletivo só ocorre em uma equipe, em um grupo, dentro de uma empresa ou em uma rede de empresas. Para o autor, o empreendedorismo coletivo será a união de pessoas que resultarão no esforço de cada uma delas, contribuindo assim com

criatividade, trabalho, iniciativa, talento para que juntas desenvolvam um empreendimento de forma coletiva.

Empreendedorismo coletivo combina riscos de negócio e investimento de capital com os valores sociais da ação coletiva. É um evento que existe quando a ação coletiva visa à melhoria econômica e social de uma localidade, por meio de alguma transformação das normas sociais, valores e redes para a produção de bens ou serviços por uma empresa. (CONNELL, 1999, p. 19, tradução nossa).

Autores como Cook e Plunkett (2006), Johannisson (1998) e Tardieu (2003) consideram o empreendedorismo coletivo como um importante subconjunto do empreendedorismo e argumentam que o caráter coletivo de certos empreendimentos empresariais tem implicações importantes para o processo e estrutura do empreendedorismo. Os autores argumentam que o empreendedorismo, entre os vários atores individuais, envolve desafios distintos que não podem ser aplicados ao estudo do empreendedorismo em geral.

Conforme a compreensão de Burress e Cook (2009), três aspectos são relevantes na maioria dos estudos sobre empreendedorismo. O primeiro afirma que o empreendedorismo é um fenômeno fundamentalmente coletivo. O segundo considera que o empreendedorismo é muitas vezes coletivo. E o terceiro aspecto assevera que o empreendedorismo coletivo é um subconjunto distinto de empreendedorismo que merece atenção acadêmica. Para os fins deste estudo, acreditamos que a primeira perspectiva é a mais adequada, pois:

O argumento de que o empreendedorismo é fundamentalmente coletivo é baseado em uma observação simples: você não pode ter o empreendedorismo, sem um mercado. Em outras palavras, o empreendedorismo só é inteligível por meio de uma análise do contexto de forma mais ampla, em que o empreendedorismo se desenrola. (BURRESS; COOK, 2009, p. 8, tradução nossa).

Segundo Sachs (2003), o empreendedorismo compartilhado também é muito comum nos APLs, uma vez que esse tipo de empreendedorismo não se contrapõe ao empreendedorismo individual. Para o autor, os empreendedores de um mesmo ramo de negócio também podem realizar atividades em conjunto, embora sejam concorrentes entre si; eles podem unir-se para solucionar conflitos, aprimorarem seus negócios com ideias compartilhadas, realizar compras coletivas e até buscar iniciativas com entidades públicas e privadas em conjunto.

Melo Neto e Froes (2002, p. 175) apresentam as diferenças (QUADRO 3) entre os dois tipos de empreendedorismo: o tradicional e o coletivo.

Quadro 3 – Tipos de empreendedorismo

Empreendedorismo Tradicional	Empreendedorismo Coletivo
Seu <i>locus</i> de atuação é a empresa.	Seu <i>locus</i> de atuação é o <i>cluster</i> .
Seu papel principal é gerenciar a sua empresa e o seu governo.	Seu papel principal é administrar a produção realizada pelas diversas empresas que compõe o <i>cluster</i> .
Sua atuação é de natureza instrumental-funcional.	Sua atuação é de natureza política.

Fonte: Melo Neto e Froes (2002).

Pelo exposto acima, o empreendedorismo tradicional está mais voltado para atuação do empreendedor ligado diretamente a uma empresa, enquanto o empreendedorismo coletivo exerce um papel de cunho grupal, a atuação será coletiva tanto na gestão do empreendimento como em suas atuações junto a um *cluster*.

1.3 Empreendedorismo Feminino

Na era da informação e da globalização de mercados, produtos e serviços, existem pessoas com características diferenciadas que têm visão, se arriscam, inovam, fazem acontecer e querem algo diferente. Neste contexto, podemos ressaltar uma

vertente ainda não tão explorada na literatura quando se fala em empreendedorismo. Trata-se do empreendedorismo feminino que começa a despontar no mundo dos negócios.

O interesse por estudos relacionados a mulheres empreendedoras tem crescido em vários países do mundo, da mesma forma com que tem aumentado a participação das mulheres na geração de emprego e renda (CASSOL; SILVEIRA; HOELTGEBAUM, 2007).

O empreendedorismo feminino vem sendo objeto de vários estudos. Dada a natureza da evolução do papel da mulher na sociedade contemporânea e as peculiaridades associadas à condição feminina, várias questões importantes afloram para investigação (VALE et al., 2011).

A entrada da mulher no mercado de trabalho provocou transformações no cenário empresarial. Notamos que o empreendedorismo por mulheres ultrapassa a dimensão única de complementar a renda familiar, contribuindo até mesmo para a formação de suas identidades (MACHADO, 2009; MENEZES; BERTUCCI, 2009). Desta forma, as mulheres passaram a desenvolver negócios de diversos ramos até então não explorados por elas, visto no passado essas apresentarem participação no mundo empresarial, na maioria das vezes, apenas como consumidoras.

Segundo Botelho (2008), o interesse por estudos relacionados à atividade empreendedora das mulheres tem crescido no mundo todo. O novo papel desempenhado pela mulher na dinâmica econômica e social tem despertado interesse crescente, de forma geral. Sociedade e governos de muitos países reconhecem a importância da colaboração oferecida pelas mulheres à frente da gestão de empresas e como colaboradoras no mercado de trabalho (CASSOL; SILVEIRA; HOELTGEBAUM, 2007).

Afirma ainda Botelho (2008) que o Brasil continua entre as nações onde mais se criam negócios, apresentando a melhor

relação entre empreendedores e o total da população (um em cada sete brasileiros adultos). No Brasil, os dados da Pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2008) revelam que o período entre 2001 e 2008 é marcado por uma tendência de aumento da participação da mulher na atividade empreendedora.

Considerando essas questões, o número de empresas criadas por mulheres é cada vez maior. Outro ponto é que as empresas iniciadas por mulheres têm alcançado uma sobrevivência maior do que a média de vida dos novos empreendimentos. Muitos autores acreditam que estas experiências bem sucedidas de negócios estão intrinsecamente ligadas a forma de liderar das mulheres (MACHADO, 1999).

Sobre este prisma, diversos estudos vêm sendo realizados. Moore (1999) identificou cinco linhas de estudo sobre mulheres empreendedoras: a) comportamento, estereótipos e papéis; b) desempenho, transição e *status*; c) *networks*, interações e afiliações; d) descobertas globais; e) comportamento gerencial da empreendedora. Para Machado, Janeiro e Martins, (2003) este último item salientado por Moore (1999) é fundamental para explicar o sucesso de empresas criadas por mulheres.

Neste sentido, para se entender o comportamento gerencial deve-se passar a entender a liderança que a empreendedora exerce e em qual contexto ela a está exercendo, pois, só assim, podemos perceber os desafios gerenciais vivenciados e os que estão por vir, em suas trajetórias de negócios.

Munhoz (2000) acredita que um dos fatores do sucesso de empreendimentos geridos por mulheres passa pelo entendimento da questão de gênero, pela compreensão de que as mulheres, de um modo geral, desenvolvem um estilo singular quando administram, haja vista que sua abordagem de liderança é fruto de um aprendizado originado na infância sobre valores, comportamentos e interesses voltados mais para a cooperação e relacionamentos. Quando se trata da questão de gênero em empreendedorismo, devemos ao avanço progressivo da

participação da mulher, seja na concepção do seu próprio empreendimento, seja no estilo empreendedor que a ela possua dentro de uma organização já estabelecida.

As tendências dos novos modelos organizacionais são justamente inclinados ao apelo feminino e influenciadas pelo desempenho, pela visão e pelo “sexto sentido” feminino, o que ressalta a importância de treinar e inspirar pessoas com um novo protótipo de liderança, reafirmando valores femininos. A representação típica do modelo dos trabalhadores na era do conhecimento é a mulher. A lealdade (valor feminino) passa a ter tanta importância quanto o sucesso pessoal (valor masculino). Assim, uma tendência quase irreversível, que está se implementando aos poucos, mas que já se percebe no mundo organizacional, é a de que as mulheres assumam as posições estratégicas nas organizações. (NUNES, 2006, p. 37-38).

De acordo com Moore e Butler (1997), a estrutura hierárquica de um empreendimento liderado por uma mulher possui uma característica atípica. Este modelo assemelha-se a uma roda, com a proprietária no centro, conectada diretamente com seus empregados e estes unidos uns aos outros ao longo da borda.

Hisrich e Peters (2004) destacam que as mulheres empreendedoras se diferenciam por fatores motivacionais, habilidades de gestão e histórico profissional. Conforme os autores, as mulheres são incentivadas pela busca constante de realizar algo, pela superação das barreiras e discriminações sofridas ao longo da própria carreira e pelo enfrentamento dos problemas que representam limites de desempenho e de crescimento tanto na vida pessoal quanto profissional.

Hisrich e Peters (2004) ainda consideram que alguns desses elementos, embora comumente encontrados, não são absolutos. Eles permitem, no entanto, delinear perfis com características marcantes de empreendedores e empreendedoras como relacionados no Quadro 4.

Quadro 4 – Comparação entre empreendedores e empreendedoras

Característica	Empreendedores	Empreendedoras
Motivação	- Realização: lutam para fazer as coisas acontecerem; - Independência pessoal: autoimagem relacionada ao status obtido por seu desempenho na corporação não é importante; - Satisfação no trabalho advinda do desejo de estar no comando.	- Realização: conquista de uma meta; - Independência: interesse em fazer as coisas sozinhas.
Ponto de partida	- Insatisfação com o atual emprego; - Atividades extras na faculdade, no emprego atual ou progresso no emprego atual; - Dispensa ou demissão; - Oportunidade de aquisição.	- Frustração no emprego; - Interesse e reconhecimento de oportunidade na área; - Mudança na situação atual.
Fontes de fundos	- Bens e economias pessoais; - Financiamento bancário; - Investidores; - Empréstimos de amigos e familiares.	- Bens e economias pessoais; - Empréstimos pessoais.
Histórico profissional	- Experiência na área de trabalho; - Especialista reconhecido ou que obteve um alto nível de realização na área; - Competente em área de funções empresariais.	- Experiência na área de negócios; - Experiência em gerência intermediária ou administração; - Histórico ocupacional relacionado com o trabalho.
Características de personalidade	- Dá opiniões e é persuasivo; - Orientado por metas; - Inovador e idealista; - Alto nível de autoconfiança;	- Flexível e tolerante; - Orientada para metas; - Criativa e realista; - Nível médio de autoconfiança;

Quadro 4 – Comparação entre empreendedores e empreendedoras

Característica	Empreendedores	Empreendedoras
	- Entusiasmo e enérgico; - Tem que ser seu próprio patrão.	- Entusiasmada e enérgica; - Habilidade para lidar com o ambiente social e econômico.
Histórico	- Idade no início do negócio: 25-35; - O pai é profissional autônomo; - Educação superior: administração ou área técnica (geralmente engenharia); - Primogênito.	- Idade no início do negócio: 35-45; - O pai é profissional autônomo; - Educação superior: artes liberais; - Primogênita.
Grupos de apoio	- Amigos, profissionais conhecidos (advogados, contadores) associados ao negócio, cônjuge.	- Amigos íntimos, cônjuge, família, grupos profissionais femininos, associações comerciais.
Tipo de negócio	- Indústria ou construção.	- Relacionado à prestação de serviços: serviço educacional, consultoria ou relações públicas.

Fonte: Hisrich e Peters (2002, p. 86).

Para Cavedon, Giordane e Craine (2006) determinados espaços ainda são reconhecidos como tipicamente masculinos. Botelho (2008) considera que as mulheres, nestes espaços masculinos, enfrentam desafios para se sobressaírem, já que suas presenças parecem estar deslocadas do contexto, na visão da sociedade. O papel social sofre a influência de algumas variáveis externas, a exemplo da cultura a qual o indivíduo pertence.

Ao longo de décadas, porque não dizer de séculos, houve uma revolução feminista no que diz respeito ao progresso alcançado pelas mulheres nos vários âmbitos da sociedade, sejam eles no campo econômico, social ou político, ou seja, com o passar

do tempo aconteceu uma ascensão política e socioeconômica no contexto feminino, de modo geral.

Em 2010, a participação feminina no total da força de trabalho alcançou, nos Estados Unidos, o patamar histórico de 50%. No Brasil, situa-se no patamar de 44% (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, 2011). As mulheres vêm ocupando posições de destaque nas mais diferentes esferas da vida social, econômica, cultural e política. Isto demonstra que as mulheres estão conseguindo se inserir aos poucos no mercado extremamente competitivo, dominado antes pelos homens.

Mas em se tratando do mundo empresarial, ainda é considerada tímida a participação feminina no mundo dos negócios. No Brasil, entre as 50 maiores empresas, as mulheres ocupavam, em 2010, apenas 13,7% do quadro executivo, um espaço historicamente inexpugnável para elas (INSTITUTO ETHOS, 2010).

Ainda no Brasil, as mulheres são mais da metade da população e já estudam mais que os homens, mas ainda têm menos chances de emprego, ganham menos do que o universo masculino trabalhando nas mesmas funções. Nos últimos anos, de acordo com dados do IBGE (2011), a distribuição de renda melhorou, mas a desigualdade entre homens e mulheres, ainda é muito significativa.

Embora ao longo das últimas décadas a participação das mulheres no mercado de trabalho tenha deixado, aos poucos, de ser percebida como secundária ou intermitente; esta inserção é ainda marcada por diferenças de gênero e raça, conclui o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) na última edição do estudo “Retratos das Desigualdades de Gênero e Raça”, produzido anualmente desde 2004. Isto é, quando se combinam desigualdades, as diferenças ficam ainda mais acentuadas. “Além de estarem menos presentes do que os homens no mercado de trabalho, as mulheres ocupam espaços diferenciados e estão sobrerrepresentadas nos trabalhos precários”, diz estudo do IPEA.

A trajetória feminina rumo ao mercado de trabalho não significou a redivisão das tarefas entre homens e mulheres, mesmo quando se tratam de atividades remuneradas.

O mais recente Censo Demográfico (2010) do País mostra que o rendimento médio mensal dos homens com Carteira Profissional assinada foi de R\$ 1.392, ao passo que o das mulheres foi cerca de 30% abaixo disso, atingindo R\$ 983. Esse quadro deixou o Brasil atrás de 79 países em um *ranking* de 146 nações elaborado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). O Índice de Desigualdade de Gênero (IDG), um dos indicadores complementares ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), colocou o país no ano passado na 80ª posição, atrás do Chile, Argentina, Peru, México, Venezuela e até dos árabes, como a Líbia, Líbano e Kuwait. Os melhores índices são da Suécia, dos Países Baixos e da Dinamarca. O cálculo do IDG considera, além do mercado de trabalho, indicadores como a saúde reprodutiva e capacitação.

A cada ano que passa no Brasil, as mulheres estão expandindo a participação na geração de novas empresas. De acordo com o GEM (2011), no Brasil, as mulheres ocupam 48,62% na fase inicial da abertura de empreendimentos, enquanto os homens representam 51,38%. Homens e mulheres brasileiros estão muito próximo quando se trata da abertura de novos empreendimentos. A Tabela 1 demonstra a evolução da participação das mulheres no total de empreendedores no Brasil, segundo o gênero no período de dez anos.

Tabela 1 – Percentual de empreendedores segundo o gênero – Brasil – 2001 a 2011

Gênero	Empreendedores Iniciais		Empreendedores Estabelecido	
	2011	2001:2011	2011	2002:2011
Masculino	51,38	52,82	56,93	59,99
Feminino	48,62	47,18	43,07	41,01

Fonte: GEM Brasil (2011).

Conforme o GEM (2011), apesar da taxa de empreendedorismo feminino no Brasil ser um pouco inferior à taxa de empreendedorismo masculino¹, o Brasil tem uma das mais altas taxas de empreendedorismo feminino entre os países participantes da pesquisa. Conforme a pesquisa, podemos perceber que, desde o início da década passada, a participação das mulheres era significativa.

Objetivando sempre fomentar o empreendedorismo no Brasil, o SEBRAE organiza o Prêmio Sebrae Mulher e Negócios (PSMN). Por meio do PSMN, o SEBRAE seleciona e premia relatos de vida de mulheres que se tornaram empreendedoras. O objetivo do prêmio é reconhecer histórias de mulheres donas de seus negócios, integrantes, presidentes de associações, empreendedoras individuais, enfim, mulheres que transformaram seus sonhos em realidade, criando negócios de sucesso, cujos relatos podem servir de exemplo para outras mulheres que sonham em abrir e serem bem sucedidas em seu próprio negócio.

O PSMN é uma parceria entre o SEBRAE, a Secretaria de Políticas para as Mulheres (SPM), a Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais do Brasil (BPW) e a Fundação Nacional da Qualidade (FNQ).

A finalidade do prêmio é evidenciar o espírito empreendedor da mulher e de utilizar, em seus cursos e palestras, os melhores relatos como ferramenta educacional e de incentivo. O prêmio possui as seguintes categorias: proprietária de micro e pequena empresa, empreendedora individual e negócios coletivos e é direcionado às mulheres empreendedoras, com mais de 18 anos e que estejam estabelecidas formalmente há, no mínimo, um ano.

Segundo o IBGE, em 2010 as mulheres representavam a maioria da população em idade ativa (53,8%) e parte significativa da população economicamente ativa (46,2%). Ou seja, as estatísticas

¹ Essa taxa é calculada dividindo-se o número de empreendedores iniciais do sexo masculino pelo total de entrevistados do sexo masculino. O mesmo raciocínio se aplica ao gênero feminino.

de gênero da Pesquisa do GEM são bastante similares à evolução recente da participação das mulheres na força de trabalho. Uma das explicações para o alto envolvimento de mulheres brasileiras no empreendedorismo pode ser a flexibilidade que um negócio próprio acaba acarretando à mulher. Muito embora o empreendedor trabalhe tanto ou até mais que um empregado de uma grande empresa, o fato da mulher empreendedora poder gerenciar seu próprio negócio acaba favorecendo a conciliação dos horários do trabalho com a educação dos filhos e o gerenciamento do lar. (GEM, 2011, p. 51).

Segundo Carr (1996), ter seu próprio negócio, assim como trabalhar meio expediente ou em casa, são estratégias de trabalho flexível adotadas por mulheres para melhor conciliar as demandas da família e do emprego remunerado. Para as mulheres, é estrategicamente interessante que elas consigam conciliar suas atribuições domésticas com a carga horária de trabalho a ser dedicada ao empreendimento.

Assim, a entrada da mulher no mundo empreendedor significa a busca de oportunidade conveniente, onde elas se sintam, de certa forma, independentes, buscando a sua realização pessoal, mas não se desligando de suas atribuições familiares, ou seja, percebemos no empreendedorismo feminino uma das possibilidades das mulheres conseguirem conciliar trabalho com a vida pessoal.

1.4 O Artesanato na Geração de Renda

O vocábulo artesanato originou-se de um neologismo francês *artisanat*, empregado pela primeira vez em 1920 no jornal *La Gazette de Metiers* (LIRA, 2000). Em português, o termo é utilizado em várias vertentes: de produtos elaborados exclusivamente à mão, de natureza folclórica ou com características de arte popular. Para Silva Filho (1987), artesanato é um fruto gerado da cultura popular, da feitura de objetos

relacionados à temática folclórica dos países com emprego de técnicas primitivas de fabricação.

De acordo com Rocha (s.d), artesanato é a forma de ocupação ou trabalho, geradora de bens materiais produzidos por meios técnicos, geralmente tradicionais, com a utilização de instrumentos rudimentares. Para Servetto (1998), artesanato é um trabalho predominantemente manual com utilização de recurso natural local e transmitido pelas gerações passadas. O conceito de artesanato adotado nesta pesquisa é o de Servetto (1998). A palavra artesanato é definida por Ferreira (1975, p. 142) como “a técnica, o tirocínio ou a arte do artesão”.

Para Dormer (1994), aprender uma técnica não é o mesmo que ser um prático habilidoso ou um mestre, visto que se tornar um *expert* num domínio do conhecimento sobre artesanato significa viver a cultura e incorporar a habilidade. Para o autor, o conhecimento sobre artesanato é mais difícil de ser adquirido em livros ou recursos audiovisuais do que face a face com os mestres artesãos.

Os mestres artesãos são indivíduos que detêm grande experiência e conhecimento dos saberes e fazeres tradicionais. Estes desenvolvem atividades que possuem grande relevância para a cultura popular e que podem ser entendidas como matriz para várias manifestações culturais. É atribuída a condição de mestre àquele(a) que possui os conhecimentos e as técnicas necessárias para a produção, preservação e repasse das artes e ofícios enraizados no cotidiano de sua comunidade, sendo reconhecido(a) no local onde vivem e por outros setores culturais. (FISCHER, 2010, p. 10).

Para Cavedon e Figueiredo (2012), o artesanato pressupõe o pleno domínio de uma técnica de produção e o contato íntimo com as matérias-primas que caracterizam o tipo especial de habilidade adquirida por meio da ação no ambiente. Como processo produtivo, o artesanato precede a Revolução Industrial. O artesão era o produtor que, detendo a propriedade das ferramentas, exercia, por

conta própria, um ofício manual especializado. Na maioria das vezes, o artesão era um servo que aprendia um ofício e posteriormente reunia-se em associações profissionais ou corporações de ofício.

O termo ofício remete à artefície, a um fazer profissional qualificado, cuja maestria pode ser entendida como um conhecimento que possuem os mestres de um ofício, “que só eles sabem fazer, que lhes pertence, porque aprenderam seus segredos, seus saberes e suas artes” (ARROYO, 2002, p. 18). Para o autor citado, os mestres possuem o conhecimento que agregam valor ao produto que eles elaboram. Desta forma, os mestres possuem atributos que são só seus e que geram valor ao seu ofício.

A maestria no processo artesanal é observada em um grupo de pessoas que conjugam, no seu fazer, técnica e sensibilidade. Por maestria entende-se o domínio de um campo de saberes e práticas relativamente definido enquanto natureza e estrutura conceitual, ou seja, um campo disciplinado pela própria estrutura do saber e com ritos de passagem que garantem a sua permanência e renovação. (FISCHER, 2007, p. 4).

Os fundamentos da habilidade que caracteriza a maestria no fazer artesanal estão na condição irreduzível do praticante engajado com o ambiente, o que pressupõe que a essa forma de transmissão de saberes origine a incorporação de certo *habitus* (BOURDIEU, 2007) por meio do envolvimento perceptual pré-reflexivo com a atividade (MERLEAU-PONTY, 2005). Entre os estudos sobre artesanato, é frequente a ideia de que o saber fazer artesanal não é um tipo de conhecimento que possa ser passado adiante por meio de fórmulas e prescrições (ADAMSON, 2010; INGOLD, 2000; SENNETT, 2008).

A partir do processo artesanal, desenvolveu-se a manufatura, que “[...] ora introduz a divisão do trabalho num processo de produção ou a aperfeiçoa, ora combina ofícios anteriormente distintos. [...] seu ponto de partida, seu resultado final é o mesmo: um mecanismo de produção cujos órgãos são

seres humanos” (MARX, 1982, p. 389). Com a Revolução Industrial, o processo de produção artesanal começou a desagregar-se e a entrar em decadência, transformando-se em pequenos focos de atividades de caráter marginal.

Conforme dados do IBGE (2007), dentre as atividades culturais e artísticas desenvolvidas no Brasil, o artesanato se destaca como uma das principais manifestações culturais, estando presente em 64,3% dos municípios brasileiros. A região Nordeste é uma área de grande tradição cultural e turística e desponta como cenário de ricas expressões do artesanato nacional (SEBRAE, 2008). No Quadro 5, encontram-se as principais tipologias do artesanato nordestino.

Quadro 5 – Tipologias para o artesanato nordestino

Tipologias	Segmentação	Produtos
1. Alimentos	- Doces - Bebidas	▪ Doces de frutas regionais típicas ▪ Bebidas de frutas regionais típicas
2. Cerâmica	- Barro - Argila - Terracota - Porcelana - Gesso	▪ Vasos, jarros, panelas e similares ▪ Imagens sacras e populares ▪ Miniaturas diversas ▪ Placas decorativas ▪ Utilitários para o lar
3. Cestarias e Trançados	- Fibra de sisal - Palha de carnaúba - Folha de bananeira - Junco - Taboa - Vime - Fibra de catolé - Fibra de ouricuri - Fibra de buriti - Folha de piaçava - Palha da costa	▪ Mobiliário ▪ Tapetes ▪ Acessórios do vestuário ▪ Sacolas diversas ▪ Artigos para copa e cozinha ▪ Painéis divisórios
4. Couro	- Bovino - Caprino	▪ Acessórios do vestuário ▪ Calçados ▪ Arreios para montarias
5. Madeira	- Ipê - Massaranduba	▪ Mobiliário ▪ Imagens sacras e populares

Quadro 5 – Tipologias para o artesanato nordestino

Tipologias	Segmentação	Produtos
		▪ Miniaturas diversas ▪ Molduras para espelho ▪ Produtos para copa e cozinha ▪ Brinquedos populares ▪ Instrumentos musicais
6. Metal	- Aço - Ferro - Bronze - Alumínio - Latão - Cobre - Níquel - Estanho - Prata	▪ Peças sacras ▪ Utilitários para o lar ▪ Artigos para copa e cozinha ▪ Instrumentos musicais
7. Pedras	- Preciosas - Semi-preciosas - Granitos - Pedra sabão - Mármore	▪ Imagens sacras e populares ▪ Utilitários para o lar ▪ Artigos para decoração
8. Reciclados	- Papel - Vidro	▪ Utilitários para o lar ▪ Brinquedos populares ▪ Sacolas ▪ Mobiliário ▪ Sacolas ▪ Mobiliário
9. Rendas e Bordados	- Labirinto - Vagonite - Frivolute - Richilieu - Rendendê - Ponto-de-cruz - Ponto-cheio - Bilro - Crochê - Irlandesa - Renascença - Filé	▪ Produtos de cama, mesa e banho ▪ Artigos para copa e cozinha ▪ Trajes típicos ▪ Bonecas
10. Tecelagem	- Fio de algodão cru	▪ Redes

Quadro 5 – Tipologias para o artesanato nordestino

Tipologias	Segmentação	Produtos
	- Linha - Linho - Lã	▪ Mantas ▪ Tapetes ▪ Almofadas ▪ Artigos para copa e cozinha
11. Tecidos	- Algodão - Retalhos diversos - Linho	▪ Vestuário popular ▪ Artigos de cama, mesa e banho ▪ Artigos de copa e cozinha

Fonte: Santos (2007).

Considerada como uma das maneiras mais espontâneas de expressão do povo brasileiro; é possível encontrar uma produção diferenciada do artesanato de acordo com a cultura da região, o local onde é desenvolvido e a disponibilidade de matéria-prima existente. O artesanato é uma marca da identidade nacional, regional e local de um determinado povo. Reis (2007) ressalta que o artesanato apresenta-se como uma atividade com grande potencial para a geração de renda, ocupação, preservação e divulgação de tradições e culturas regionais. A produção artesanal garante o sustento de famílias ao longo dos tempos, sendo uma ocupação que gera renda onde é desenvolvida.

O artesanato insere-se como um dos campos de representação da cultura popular, responsável por contribuir com a identidade cultural de um dado território. A identidade compreende a noção de bens culturais, abrangendo os símbolos, os signos, os valores de um universo plural, os bens ecológicos, as tecnologias, as artes, além dos fazeres e saberes tradicionais, inseridos na dinâmica do cotidiano territorial. É no contexto da cultura popular e da identidade cultural que se origina e se desenvolve as diferentes tipologias de artesanato implicando na inexorável relação entre o processo produtivo e produto com a cultura que lhe atribui significado e funcionalidade. (FISCHER; SOARES, 2010, p. 3).

É notório afirmar que a produção artesanal apresenta uma característica diferenciada dos demais produtos que são elaborados

em grande quantidade ou larga escala de forma industrial. Para Araujo et al. (2006), o artesanato é compreendido como um processo de trabalho que se diferencia essencialmente do industrial pelo seu caráter manual, ou seja, o objeto se faz à mão ou com o auxílio de poucas ferramentas e aparelhos simples.

A elaboração de uma peça realizada por um artesão engloba características quase únicas, mesmo que a elaboração de várias peças siga um padrão, ou seja, um modelo referenciado; o artesão possui particularidades na sua maneira de elaborar cada peça que deixa a demonstrar o seu estilo próprio de trabalho, característico de uma produção manual, ou seja, uma peça artesanal nunca chegará a ser absolutamente igual à outra.

Existe, em sua elaboração, uma diversidade de técnicas advindas da época colonial, trazidas pelos colonizadores por meio de um processo de ensino no século XVII. Na concepção de Cavedon e Figueiredo (2012, p. 6): “o artesanato corresponde à noção de um saber-fazer incorporado, fundado sobre a tradição e transmitido, sobretudo, oralmente, em processos dinâmicos que dependem da experiência pessoal e da aquisição de um conhecimento compartilhado”. O início das práticas artesanais é predominantemente europeu, sobretudo português (concorda com “o início), sejam elas oriundas das atividades de antigas corporações de ofícios ou das chamadas indústrias caseiras.

A organização corporativa das artes e ofícios foi um elemento importante das instituições transplantadas para o Brasil com as demais instâncias da ordem política e administrativa da colonização portuguesa (PORTO ALEGRE, 1994). Com a chegada da colonização portuguesa veio também uma das artes que permanece até hoje sendo exercida no Brasil: o artesanato.

É percebido, no artesanato, uma sólida herança de trabalho, que se reproduz de geração a geração, pela transmissão de um longo aprendizado. Do ponto de vista das relações internas ao trabalho artesanal, principalmente dos processos de elaboração, da técnica empregada e dos materiais, quase tudo ainda é similar ao

que era feito no passado, que remonta ao século XVIII (PORTO ALEGRE, 1994, p. 26).

Artistas e artesãos eram confundidos de modo que as pessoas acreditavam que eles pertencessem a uma mesma categoria, sendo este fato comum na sociedade medieval europeia. Ambas as classes de trabalhadores pertenciam às organizações coletivas das corporações e grêmios de ofício e eram vistos praticamente como autores e criadores anônimos (PORTO ALEGRE, 1994, p. 27).

Segundo Porto Alegre (1994), o artesão passou a significar o trabalhador manual que desempenha um trabalho com instrumentos rudimentares, por sua própria conta, sozinho ou com o auxílio da família e de alguns aprendizes. Já o artista é aquela pessoa que trabalha com as mãos, mas que não cria algo utilitário, apenas segue um impulso e produz algo distinto do habitual.

Esta arte popular permaneceu ao longo dos séculos significativamente bem viva, não se extinguindo. Novas maneiras da criação e antigos segredos do ofício se confundem e misturam-se (PORTO ALEGRE, 1994); desenvolvendo a todo momento expressão artística que dá continuidade ao dinamismo da arte do artesanato envolvendo várias culturas.

Presentemente, o artesanato pode vir a ser uma das alternativas de ocupação para pessoas desempregadas. Antigamente as pessoas migravam para o sudeste em busca de emprego, mas o desemprego e a violência cresceram muito, aliados à falta de qualificação dessas pessoas.

Um dos objetivos do fomento ao artesanato é acabar com a marginalização econômica da ocupação artesanal, integrando considerável parcela da população na economia regional através da ação comunitária, utilizando-se de incentivos técnicos e financeiros ao Artesanato para criar oportunidades de emprego e renda, adaptar a mão de obra artesanal a novas técnicas e motivar as atividades associativas. (LIRA, 2000, p. 27).

Desta forma, o artesanato pode tornar-se um relevante fator de fomento social e econômico, além de um meio de subsistência para várias pessoas. O artesanato torna-se também uma forma de equilibrar o mercado de trabalho, pois, de certa forma, funciona como um complemento essencial da economia. Segundo o SEBRAE (2008), ainda são necessárias ações com o objetivo de tornar o artesanato mais rentável e sustentável para que seus benefícios sejam duradouros e promovam a emancipação econômica e social dos artesãos.

Barros (2006) assevera que é fundamental desenvolver junto aos artesãos, as habilidades de gestão de negócios, para que possam administrar, em consonância com o mercado, o seu processo produtivo até a comercialização do produto. Corroborando isso, Freitas (2006) reforça a importância de se capacitar os artesãos, preparando-os para a abertura do mercado, ou seja, para a organização destes profissionais por meio da formação de associações ou cooperativas.

Para os autores supracitados, é necessário que os artesãos conheçam a cadeia produtiva de seu produto como também a forma de administrar a comercialização deles para que possam inserir sua produção tanto no mercado nacional como internacional. Os artesãos devem atender aos requisitos mínimos de funcionalidade e acabamento de suas peças para que possam concorrer num setor cada vez mais competitivo, reforçando, assim, sua característica empreendedora.

Dessa maneira, de acordo com SEBRAE (2008), a produção artesanal é de grande importância na geração de ocupação e renda no Brasil, com especial destaque em comunidades carentes. Contudo, para que o artesanato cumpra seu papel de geração de renda e desta maneira seja eficaz, é relevante estimular o empreendedorismo no que se refere ao artesanato de forma associada, cooperada ou coletiva.

Metodologia de pesquisa

A atividade básica da ciência é a pesquisa, que pode ser conceituada como o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico (TEIXEIRA, 2003), sendo o objetivo primordial da pesquisa a descoberta de respostas para problemas mediante o emprego de distintos procedimentos metodológicos.

De um modo geral, método em pesquisa significa a escolha de procedimentos sistemáticos para a descrição e explicação de fenômenos (RICHARDSON et al., 2011). Para o autor, esses procedimentos se aproximam dos seguidos pelo método científico que incide em delimitar um problema, fazer observações e interpretá-las com base nas relações encontradas, fundamentando-se, se possível, nas teorias existentes.

Para Richardson et al. (2011), o trabalho de pesquisa deve ser planejado e executado de acordo com normas requeridas por cada método de investigação. Desta forma, e adotando uma classificação bastante ampla, podemos dizer que há duas grandes abordagens metodológicas: a quantitativa e a qualitativa. Para o autor, esses métodos se diferenciam não só pela especificidade de cada um deles, mas, sobretudo, pela maneira de abordagem do problema. Contudo, é propício enfatizar que o método a ser utilizado pelo pesquisador deve ser apropriado ao tipo de estudo que ele for realizar.

Como dizem Richardson et al. (2011, p. 70) “o método quantitativo, caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto

nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas”. Já no método qualitativo, a pesquisa pode ser caracterizada como a busca por uma compreensão detalhada dos significados e características apresentadas pelos entrevistados sem medidas quantitativas. Para o autor mencionado, é interessante também ressaltar a mínima diferença entre método quantitativo e qualitativo; em princípio, o método qualitativo difere do quantitativo à medida que não emprega um instrumento estatístico como base do processo de análise de um problema.

Acrescentam ainda Richardson et al. (2011) que a abordagem qualitativa de um problema, além de ser uma opção do investigador, justifica-se, sobretudo, por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social. É tanto assim que existem problemas que podem ser investigados por meio da metodologia quantitativa; já outros, exigem diferentes enfoques e precisam de uma conotação qualitativa.

Para proporcionar respostas à problemática deste estudo foi utilizada a abordagem qualitativa.

A pesquisa qualitativa é uma atividade situada que localiza o observador no mundo. Consiste em um conjunto de práticas materiais e interpretativas que dão visibilidade ao mundo. Essas práticas transformam o mundo em uma série de representações, incluindo as notas de campo, as entrevistas, as conversas, as fotografias, as gravações e os lembretes. (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 17).

Embora não haja uma forte tradição qualitativa na pesquisa desenvolvida no campo da Administração de Empresas, é possível perceber, a partir da década de 1970, um crescente aumento de interesse por esse tipo de abordagem (GODOY, 1995a). A pesquisa de cunho qualitativo apresenta uma relevante contribuição no campo da investigação, quando se trata de questões pertinentes à área de Administração.

Há autores, como Minayo (2007), que acreditam mais nas potencialidades da abordagem qualitativa, uma vez que oferece uma interpretação aprofundada do fenômeno que se estuda. A relevância da pesquisa qualitativa como ressaltou a autora citada está na profundidade do que será investigado, portanto:

O método qualitativo é o que se aplica ao estudo da história, das relações, das representações, das crenças, das percepções e das opiniões, produtos das interpretações que os humanos fazem a respeito de como vivem, constroem seus artefatos e a si mesmo, sentem e pensam. [...] Caracteriza-se pela empiria e pela sistematização progressiva de conhecimento até a compreensão lógica interna do grupo ou processo em estudo. (MINAYO, 2007, p. 57).

Dessa forma, com a finalidade de responder o problema de pesquisa, este estudo utilizou a abordagem qualitativa, dada à subjetividade do fenômeno estudado, o empreendedorismo coletivo feminino em uma Associação de rendeiras inserida em um Arranjo Produtivo Local.

2.1 Estratégia de Pesquisa

É de relevância para o pesquisador identificar as tipologias utilizadas quando é utilizada a pesquisa qualitativa em uma investigação científica, sobretudo, aquelas usadas nos estudos organizacionais. Merriam (1998) classifica cinco tipos de pesquisa qualitativa: básica ou genérica, etnográfica, fenomenológica, *grounded theory* e estudo de caso. Nesta pesquisa, utilizamos o estudo de caso.

Yin (2005, p. 32) tenta reunir, em sua definição técnica do estudo de caso, os dois aspectos principais que caracterizam essa estratégia de pesquisa: seu escopo e seus aspectos metodológicos. Quanto ao escopo: um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu

contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos (YIN 2005). Quanto aos aspectos metodológicos: o autor afirma que a estratégia é geralmente usada quando as questões de interesse do estudo referem-se ao como e ao porquê; quando o pesquisador tem pouco controle sobre os acontecimentos; e quando o foco se dirige a um fenômeno contemporâneo em um contexto natural.

Dentro dessa perspectiva, esta pesquisa empregou como estratégia o estudo de caso, tendo em vista que esse “se caracteriza como um tipo de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa profundamente. Visa ao exame detalhado de um ambiente, de um simples sujeito ou de uma situação em particular” (GODOY, 1995b, p. 25). Casos podem ser constituídos por indivíduos, grupos, programas, organizações, culturas, regiões, Estados, incidentes críticos, fases na vida de uma pessoa, ou seja, qualquer evento que possa ser definido como um sistema delimitado, específico, único (PATTON, 2002).

A escolha do estudo de caso como estratégia de pesquisa foi pelo fato de ele ser o mais adequado para a resolução da problemática apresentada neste estudo. Como se tratou de um estudo empírico na Associação de rendeiras de Ilha Grande do Piauí consideramos a necessidade de uma forte proximidade com o contexto e a realidade na qual as rendeiras estão inseridas.

2.2 Critérios de Inserção dos Sujeitos

Valles (1997, p. 210) considera que “uma das decisões metodológicas inevitáveis e, por vezes, incômoda no trabalho de investigação qualitativa é a decisão sobre quem, quantos e quantas vezes entrevistar”, ou seja, como construir o *corpus* da pesquisa.

Em pesquisas qualitativas, do tipo estudo de caso, o que importa é o “aprofundamento, a abrangência e a diversidade no processo de compreensão, seja de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma política ou de uma

representação” (MINAYO, 2007, p. 197). Assim, não é necessário o critério estatístico de amostragem probabilística.

A inserção dos sujeitos na presente pesquisa se deu intencionalmente e por acessibilidade, segundo critérios de relevância focados nos objetivos do estudo. O acesso aos sujeitos foi realizado diretamente na Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana, na cidade de Ilha Grande no Piauí. De acordo com Gaskell e Bauer (2002, p. 485), este tipo de amostra é “funcionalmente equivalente à amostra representativa e ao tamanho da amostra, mas com o objetivo de maximizar a variedade de representações desconhecidas”. Neste sentido, foram escolhidas para participar da pesquisa onze rendeiras pertencentes à Associação. É importante ressaltar que não houve nenhuma dificuldade para o acesso às entrevistadas.

Para construir o *corpus* foi realizado um processo iterativo, com pessoas sendo adicionadas. A quantidade de rendeiras participantes foi determinada pelo princípio da redundância ou saturação, ou seja, quando as respostas dadas não mais contribuíram para a elucidação do problema (GLASER; STRAUSS, 1967).

As informações acumuladas por meio da saturação promoveram a fidedignidade, que ocorreu quando as opiniões dos entrevistados tornaram-se comuns, sem o acréscimo de informações novas (MATOS, 2008, p. 81-82). Assim, foram realizadas onze entrevistas gravadas por meio digital, no período de fevereiro a março de 2013 e a saturação foi percebida na décima entrevista. Os dados da décima primeira entrevista não foram utilizados na análise. Em respeito ao anonimato dos sujeitos, as falas deles serão seguidas pela palavra “Rendeira”, seguida por numeral que varia entre 1 e 10, de acordo com a ordem em que foi realizada a entrevista. O modelo do roteiro da entrevista utilizada nesta pesquisa encontra-se disponível no apêndice B.

2.3 Coleta de Dados

Denzin e Lincoln (2006) e Patton (2002) ensinam que na pesquisa qualitativa, principalmente em se tratando de estudo de caso, são três os meios tradicionais para a coleta de dados: entrevista, observação direta e análise de documentos. Na fase de coleta dos dados do presente estudo, foram utilizadas a entrevista semiestruturada, a observação direta e a análise de documentos, ou seja, foram utilizados dados primários e secundários sobre a Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana na cidade de Ilha Grande no Piauí.

A entrevista semiestruturada “visa obter do entrevistado o que ele considera os aspectos mais relevantes de determinado problema: as suas descrições de uma situação em estudo” (RICHARDSON et al., 2011, p. 208). Nesse tipo de entrevista, o sujeito é convidado a falar livremente sobre determinados assuntos e o entrevistador interfere apenas para mudar o assunto e quando é necessária uma maior profundidade no tema. Desta forma, as entrevistas tornaram-se um dos significativos instrumentos de coleta de dados para o alcance dos objetivos propostos nesta pesquisa.

A entrevista semiestruturada é caracterizada pela capacidade de gerar uma grande quantidade de dados (MANZINI, 2003), pois esse tipo de técnica traz à tona muitas informações pela liberdade que é dada ao entrevistado para contar o que ele sabe sobre determinado acontecimento ou situação (SPINK, 2003). Por meio dessa constatação, foi elaborado um roteiro com perguntas básicas e basilares para assegurar o atingimento dos objetivos da pesquisa (MANZINI, 2003).

As entrevistas foram realizadas de maneira informal em um clima de cordialidade. Todas as entrevistas foram feitas na Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana no decorrer de quatro visitas ocorridas no período compreendido entre os meses de fevereiro a março de 2013. As visitas à associação tiveram uma duração média de cinco horas com realização de aproximadamente

duas entrevistas por visita, de forma em que não houve uma rigidez de quantidade de entrevistas por visita. Todas as entrevistas foram gravadas em fitas magnéticas com a concordância das entrevistadas e foram transcritas.

A observação é de “importância capital nas ciências. É dela que depende o valor de todos os outros processos. Sem a observação, o estudo da realidade seria reduzido à simples conjectura e adivinhação” (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p. 31). A observação sistemática foi utilizada, como fonte de coleta, porque possibilita ver o que não é percebido rotineiramente, além de fatos que as pessoas não informariam voluntariamente, possibilitando ir além da percepção dos outros, desenvolvendo uma visão mais compreensiva (PATTON, 2002).

O momento oportuno para a realização da observação direta foi quando ocorreram as entrevistas semiestruturadas em campo. Com esta proximidade, foi possível visualizar aspectos que não necessariamente são verbalizados. Segundo Yin (2005, p. 115), as observações diretas podem ser realizadas “ao longo da visita de campo, incluindo aquelas ocasiões durante as quais estão sendo coletadas outras evidências, como evidências provenientes de entrevistas [...]”.

A análise documental constituiu uma valiosa fonte de dados. Os documentos podem ser considerados uma fonte natural de informações à medida que por terem origem num determinado contexto histórico, econômico e social, retratam e fornecem dados sobre esse mesmo contexto. Considerando que:

A palavra “documentos”, neste caso, deve ser entendida de uma forma ampla, incluindo os materiais escritos (como exemplo: jornais, revistas, diários, obras literárias, científicas e técnicas, cartas, memorandos, relatórios), as estatísticas (que produzem um registro ordenado e regular de vários aspectos da vida de determinada sociedade) e os elementos iconográficos (como, por exemplo, sinais, grafismos, imagens, fotografias, filmes). Tais documentos são considerados “primários” quando produzidos

por pessoas que vivenciaram diretamente o evento que esta sendo estudado, ou “secundários”, quando coletados por pessoas que não estavam presentes por ocasião da sua ocorrência. (GODOY, 1995b, p. 21-22).

Desta maneira, os documentos foram utilizados para coletar e identificar informações pertinentes para que pudéssemos compreender a história da Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana no seu contexto legal e assim identificarmos o formato organizacional das artesãs. Foram utilizados livros, banco de dados, revistas, jornais, internet, dentre outras fontes de dados.

Também foram usadas fotografias, considerados importantes dados descritivos por Bogdan e Biklen (1994), o que motiva e legitima o seu uso na análise do caso. As fotos realçam e contribuem para causar no leitor a sensação de vivência do ambiente pesquisado, denotando o realismo dos fatos estudados.

2.4 Tratamento e Análise dos Dados

Antes das análises dos dados coletados, houve a verificação, a codificação e a tabulação deles. A verificação checkou se todos os dados foram corretamente preenchidos. Já a codificação categorizou os dados que se relacionaram. A tabulação organizou os dados em tabelas e/ou gráficos para facilitar a análise das informações adquiridas.

Em pesquisas qualitativas, a análise dos dados geralmente tem início junto com a coleta, com o intuito de validar as informações obtidas (MERRIAM, 1998; PATTON, 2002). Após a obtenção dos dados por meio das entrevistas semiestruturadas esses foram transcritos, bem como foram ordenados os dados oriundos das observações e dos documentos.

Como suporte à análise dos dados foram utilizados os *softwares* ATLAS.ti na versão 5.0 e *Microsoft Office Excel 2010*. Na utilização do primeiro *software*, os dados foram codificados a partir do material textual das entrevistas semiestruturadas e

submetidos à análise de conteúdo. Este *software* auxilia grandemente o pesquisador na atribuição de significados ao texto.

A automatização de tarefas mecânicas [...] permite ganhos em velocidade. Não nos referimos à velocidade de análise, mas à possibilidade de redução do prazo de execução do projeto como um todo – reduz-se o tempo gasto em atividades que não agregam valor [...] O pesquisador fica estimulado a testar novos caminhos, a explorar novas possibilidades interpretativas, e o projeto ganha em flexibilidade. (BANDEIRA-DE-MELLO, 2006, p. 434).

A escolha do *software*, especificamente, o ATLAS/ti na versão 5.0, se deu porque ele envolve a criação e gestão de elementos básicos que servirão de apoio à construção da teoria. Além disso, a utilização de *softwares* tem colaborado consideravelmente para o desenvolvimento da pesquisa, pois eles permitem que os pesquisadores tenham mais tempo para analisar e interpretar seus dados.

Para organização dos dados demográficos das artesãs foi utilizado o *software Microsoft Office Excel 2010* por meio da digitação, classificação e codificação, também submetidas à análise de conteúdo. Para Vergara (2012), a análise de conteúdo é considerada uma técnica para o tratamento de dados que visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema.

Podemos dizer que a análise de conteúdo tem se desenvolvido desde o início do século XX. No começo, a técnica era aplicada, sobretudo, ao tratamento de materiais jornalísticos. Hoje, abraça também transcrições de entrevistas, documentos institucionais, entre outros (VERGARA, 2012, p. 7). Segundo a autora, a partir dos anos 60, a análise de conteúdo passou a contar com o auxílio de recursos de informática.

3

O caso

O *locus* deste estudo foi o município de Ilha Grande no Piauí, local onde está situada a Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana. É notório que o artesanato é foco de destaque na cidade que é conhecida de forma regional, nacional e internacionalmente pelas peças de renda elaboradas pelas artesãs. Desta forma, neste tópico do trabalho será exposto um pouco sobre a arte das rendeiras e um breve histórico sobre a cidade de Ilha Grande, bem como a associação onde, nos dias atuais, está centralizada esta atividade artesanal na cidade supracitada.

3.1 A Arte das Rendas de Bilro

Indústria caseira familiar no Brasil do século XIX, a renda de bilros que, na atualidade, é mais facilmente encontrada em comunidades do Nordeste do país e em Florianópolis, no estado de Santa Catarina, é feita pelo trançado de fios de algodão enrolados em pequenas peças de madeira, denominados bilros, sobre uma almofada – daí ser também conhecida como renda de almofada, a que se fixa um molde, geralmente de papelão, chamado pique (FERREIRA; LIMA, 2011, p. 13).

Outrora, as rendeiras de ofício elaboravam panos domésticos e eclesiásticos à rendeira atual, voltada para peças de moda, de forma que a renda de bilros continua a fascinar os mais sensíveis pela complexidade da técnica e seus intrincados desenhos, como

também pelo som dos bilros ao se chocarem uns contra os outros na atividade de render.

Conforme princípios vigentes em segmentos específicos da sociedade brasileira, podendo-se aí se situarem comunidades rendeiras de determinadas localidades, como Morros da Mariana, a socialização da mulher para o trabalho e para a vida se faz no seio familiar (FERREIRA; LIMA, 2011, p. 14). Conforme os autores, é pelas regras ditadas pelo comportamento das gerações mais velhas que se dá a formação das gerações mais novas: as meninas ajudam suas mães nas tarefas da casa, nesse campo específico, dividem seu tempo entre o estudo, o lazer e a brincadeira de fazer renda, reservando-se aos integrantes do gênero masculino as atividades pesadas, como a pesca, a catação de caranguejo e a agricultura.

Quem não conhece esta música e dança no Nordeste com que os cangaceiros saudavam as mulheres nordestinas? (LIRA, 2000):

Olé muié rendeira,
Olé muiê rendá,
Tu me ensina a fazer renda
Que eu te ensino a namorar.

A arte da renda de bilros tem início na escolha do desenho, que é transferido para um papelão crivado de furos, em que entrarão alfinetes que marcam “os caminhos” a serem seguidos pelas linhas. Depois de crivado, o pique é fixado pelas extremidades com espinhos de mandacaru sobre uma almofada de tecido (FERREIRA; LIMA, 2011, p. 19). O mesmo desenho pode ser repetido em outras peças. Para tanto, basta copiá-lo em papel manteiga ou reproduzi-lo em fotocópia. A quantidade de bilros é determinada pela largura da renda (FIGURA 4).

Figura 4 – Elaboração da renda de bilro



Fonte: Elaborada pela autora (2013).

A base do bilro tem forma arredondada e deve ter o tamanho ideal para caber na mão, é feita geralmente de madeira cilíndrica ou de tucum, semente resistente e macia encontrada na floresta amazônica e nas matas de transição para a caatinga. O cabo do bilro é feito de galho de sabiá, madeira muito apropriada para o suporte do bilro dada a consistência, a resistência a bichos e o peso, próprios para o trabalho com linha.

A renda de bilro é executada sobre uma almofada cilíndrica, geralmente cheia com palha de bananeira ou capim, na qual é pregado um cartão “ou molde” perfurado com o desenho da renda a ser obtido, e fixado à almofada por alfinetes ou espinhos de mandacaru ou xique-xique (LIRA, 2000, p. 53). O material das almofadas é fabricado pelas próprias artesãs na associação das rendeiras dos Morros da Mariana, as almofadas são cheias com palhas de arroz, material também usado para o preenchimento das almofadas, e o tucum, material dos bilros, também é colhido na cidade de Ilha Grande no Piauí (FIGURA 5).

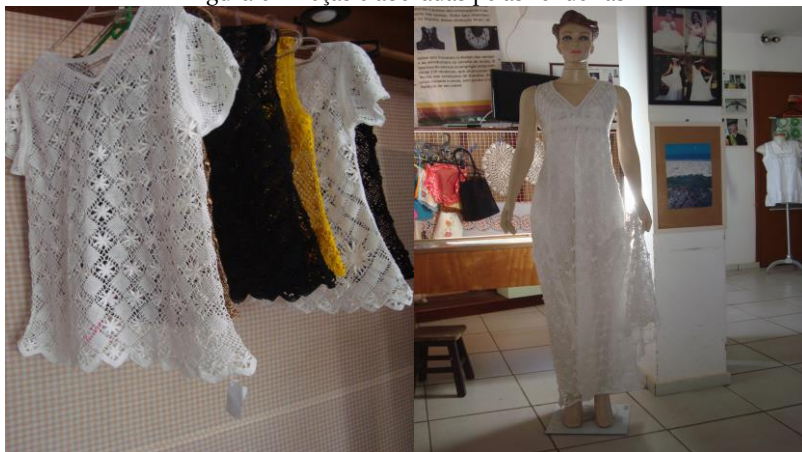
Figura 5 – Rendeiras trabalhando nas almofadas de palha de arroz



Fonte: Elaborada pela autora (2013).

Sendo assim, os materiais para elaboração da renda são: bilros, almofadas, linhas, alfinetes, papelões, agulhas, tecidos, tesoura. Também são utilizados, em alguns casos, espinhos de mandacaru, para fixação do pique na almofada. Com o material acima para elaboração da renda, as artesãs produzem: blusas, vestidos, saias, bolsas, palas, aplicações, bicos, rendas a metro, panos de bandeja, centros e toalhas de mesa, jogo americano, guardanapos, casacos, saídas de banho, florzinha para cabelo, brincos, tiaras, gargantilhas, peças para quadros, dentre outros como podem ser vistos (FIGURA 6).

Figura 6 – Peças elaboradas pelas rendeiras



Fonte: Elaborada pela autora (2013).

3.2 A Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana

O estado do Piauí é o terceiro maior estado nordestino, possui uma área de 251.577,738 km², uma população de 3.118.360 habitantes e é formado por 224 municípios (IBGE, 2010). Sua capital é Teresina, que é também sua cidade mais populosa. Parte da história do estado pode ser contada pelos importantes artefatos pré-históricos que datam de até 50.000 anos, guardados no Parque Nacional da Serra da Capivara, na Serra das Confusões e em Sete Cidades. Os sítios arqueológicos do Piauí são muito conhecidos por serem os mais antigos do Brasil e da América e por conservarem o maior número de pinturas primitivas em rocha do mundo (PORTAL DO PIAUÍ, 2013).

Cerca de 70% da renda dos piauienses concentra-se no setor terciário, que gira em torno de comércio e serviços. Ainda que minoritários, os setores primário e secundário da economia são responsáveis por uma parte significativa da mão de obra regional. As principais atividades estão representadas pela pecuária, agricultura, extrativismo vegetal e mineral. Tradicional e de grande importância histórica, a pecuária foi a primeira atividade

econômica a ser desenvolvida no Piauí e, por isso, grande parte do folclore e dos costumes regionais foram influenciados pela atividade pastoril (PORTAL DO PIAUÍ, 2013).

Distante, cerca de 330 km² da capital, Teresina, o município de Ilha Grande possui 8.914 habitantes e está localizado na microrregião do litoral piauiense, numa área de 134 km² (IBGE, 2010), tendo como limites, ao norte, o oceano Atlântico, ao sul, o município de Parnaíba, a leste, o rio Parnaíba e o Oceano Atlântico, e a oeste, o Estado do Maranhão, separado pelo rio Parnaíba.

Os habitantes originais da cidade foram os Tremembés em meados do século XIII ao XVII. Em 1540, houve a chegada dos jesuítas com a colonização portuguesa. Por meio da expansão pecuária criou-se a Vila de São João da Parnaíba. Era considerada uma área isolada até que, em 1972, teve início um povoado de pescadores denominado Morros da Mariana. Em 1994, aconteceu a emancipação do município que passou a ter a denominação de Ilha Grande (VOZ DE ILHA GRANDE, 2013).

No litoral norte brasileiro, a deposição de sedimentos marinhos na foz do rio Parnaíba ao longo de milhares de anos gerou um arquipélago de cerca de 70 ilhas, entremeadas por braços menores do rio, furos, igarapés e lagoas perenes, que formam a rede hidrográfica do delta divisor dos estados do Maranhão e Piauí. Algumas ilhas maiores se tornaram mais conhecidas pelo fato de nelas terem se desenvolvido os povoados mais populosos do delta. São elas: Ilha do Caju, Ilha das Canárias, Ilha do Poldro, Ilha das Batatas e Ilha Grande (FERREIRA; LIMA, 2011, p. 25).

Na cidade de Ilha Grande, encontra-se o Porto dos Tatus, principal porto de transporte para os moradores e turistas que percorrem o delta e porta de entrada da produção oriunda da extração de caranguejo, siri e camarão de água doce, formando a subsistência que movimenta a economia na cidade. O clima é tropical semiárido, quente e chuvoso, com períodos secos que chegam a durar até seis meses. A vegetação predominante é de mata de transição entre a caatinga e a floresta amazônica. A

influência fluvial e marinha formou manguezais nas partes alagadas de beira de rio e extensas várzeas de alagações sazonais, onde estão presentes palmeiras como babaçu, carnaúba, tucum e buriti (FERREIRA; LIMA, 2011, p. 25).

Os moradores de Ilha Grande seguem a tradição da fé católica, o que podemos notar em suas rezas, hábitos e cânticos de louvor, entoados também pelas rendeiras enquanto trabalham nos bilros, em dias mais inspirados. Nossa Senhora da Conceição é a padroeira da cidade, que abriga a Igreja Matriz e um santuário de devoção na praça central (FERREIRA; LIMA, 2011, p. 26).

Por estar localizada na rua que dá acesso ao Porto dos Tatus, a Casa das Rendeiras é ponto certo das caravanas a caminho do Delta levadas por agências de turismo de Parnaíba (FIGURA 7). A presença da renda de bilro em Ilha Grande do Piauí vem junto com os primeiros moradores. Em tempos antigos, na maneira de dizer das próprias rendeiras, por todas as ruas de terra dali havia mulheres sentadas com suas almofadas embaixo de árvores e nas portas das casas. Os compradores que procuravam as delicadas rendas necessitavam andar de casa em casa, e as rendeiras, muitas vezes, não conseguiam dar a atenção necessária ao visitante devido às tarefas domésticas.

Figura 7 – Casa das rendeiras em Ilha Grande



Fonte: Elaborada pela autora (2013).

No início da década de 1990, a então primeira dama do Estado do Piauí, apreciadora das artes de renda de bilros, seguindo o movimento de apoio ao artesanato que se desenvolvia em todos os governos estaduais, incentivou as rendeiras a se reunirem em uma associação, para concentrar a produção em um só local e estimular as encomendas coletivas, beneficiando compradores e trabalhadoras.

Desta forma, nasceu no ano de 1992, a Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana com apoio técnico do SEBRAE para sua legalização. A construção da primeira sede da associação aconteceu em 1993 com apoio do governo estadual. Desde então, a atividade passou a se firmar na economia das famílias das rendeiras. Por ter recebido o nome de Morros da Mariana enquanto povoado, as artesãs são conhecidas como rendeiras dos Morros da Mariana, cuja associação recebe esta denominação social em sua documentação.

Análise dos dados

Esta pesquisa fundamentou-se no pressuposto de que, ao analisar o trabalho das rendeiras de Ilha Grande no Piauí, seria possível encontrar manifestações do empreendedorismo coletivo feminino para a contribuição da geração de renda para elas. Nesta fase do trabalho, buscamos conhecer o formato organizacional e os dados demográficos das rendeiras, identificar o artesanato como gerador de renda e identificar as características do comportamento empreendedor das artesãs de Ilha Grande.

4.1 Um Ambiente Rendido em Ilha Grande

A casa das rendeiras como é muito conhecida na região norte do Piauí, nos acolheu em algumas tardes para compartilharmos de um ambiente acolhedor muito feminino, alegre e descontraído. São várias mulheres que passam longas horas com suas almofadas e bilros a desenvolver verdadeiras obras de arte. A cidade é culturalmente conhecida por estas artesãs, que desenvolvem esta atividade realizada há muitos anos e passada de geração a geração. Abaixo a identificação dos dados demográficos das artesãs entrevistadas.

Quadro 6 – Dados demográficos das artesãs

Codificação	Escolaridade	Idade	Estado Civil	Quant. de Filhos
Rendeira 1	Ensino fundamental incompleto	60 anos	Casada	02
Rendeira 2	Ensino fundamental incompleto	40 anos	Casada	02
Rendeira 3	Ensino médio	21 anos	Solteira	-----
Rendeira 4	Ensino fundamental incompleto	11 anos	Solteira	-----
Rendeira 5	Ensino médio	37 anos	Casada	03
Rendeira 6	Ensino médio	26 anos	Solteira	-----
Rendeira 7	Ensino fundamental incompleto	44 anos	Divorciada	03
Rendeira 8	Ensino fundamental incompleto	56 anos	Viúva	06
Rendeira 9	Ensino Superior	24 anos	Casada	-----
Rendeira 10	Ensino médio	27 anos	Casada	01

Fonte: Pesquisa direta (2013).

Os dados demográficos foram obtidos nas entrevistas com as rendeiras. Visualizamos que, como a atividade artesanal é algo que está presente na cultura de um povo, uma localidade ou comunidade, podemos inferir que os dados demográficos (QUADRO 6) demonstram que há uma variedade em todos os critérios conhecidos sobre cada artesã, sendo assim, independe de idade, escolaridade, estado civil ou quantidade de filhos o exercício da atividade artesanal da renda.

O artesanato insere-se como um dos campos de representação da cultura popular, responsável por contribuir com a identidade cultural de um dado território. A identidade compreende a noção de bens culturais, abrangendo os símbolos, os signos, os valores de um universo plural, os bens ecológicos, as tecnologias, as artes, além dos fazeres e saberes tradicionais, inseridos na dinâmica do cotidiano territorial. É no contexto da cultura popular e da identidade cultural que se origina e se desenvolve as diferentes tipologias de artesanato implicando na inexorável

relação entre o processo produtivo e produto com a cultura que lhe atribui significado e funcionalidade. (FISCHER; SOARES, 2010, p. 3).

Inicialmente, as rendeiras de Ilha Grande realizavam o trabalho da renda em suas próprias residências, mas ao longo dos anos foram planejando reunirem-se em um só local para proporcionar uma organização coletiva que pudesse gerar uma melhoria na forma de comercializar suas peças. Assim, em 1992 por incentivo da então primeira dama do estado do Piauí elas começaram a reunir-se para abrir uma associação.

As rendeiras começaram efetivamente juntas um trabalho em 1992, mas foi só em 1996, conforme análise documental apreciada, que elas formalizaram a associação das Rendeiras dos Morros da Mariana que apresenta em seu Cadastro Nacional de Pessoas Jurídica (CNPJ) no campo atividade econômica principal – atividades de associações de defesa de direitos sociais e como atividade econômica secundária – atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte.

A partir de oito de maio de 1996, elas passaram legalmente a pertencer a uma associação, tendo como fins e objetivos no seu estatuto – congregar a classe das rendeiras, em torno dos seus objetivos comuns, promovendo-se social e economicamente. Para Alencar (1997), o associativismo refere-se à atividade humana desenvolvida em um grupo social, que é constituído por uma coletividade de indivíduos ligados entre si por uma rede ou sistemas de relações sociais.

A Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana é composta por cento e vinte artesãs mulheres que, de forma livre, fizeram sua adesão à associação. Para administrar a associação, são eleitas representantes dentre as associadas que compõem uma mesa diretora e um conselho fiscal. Na Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana há a seguinte composição administrativa: uma presidente, uma vice-presidente, a primeira e segunda

secretária, a primeira e segunda tesoureira, uma diretora social e um conselho fiscal.

Na adesão voluntária e livre – as associações são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a utilizar seus serviços e dispostas a aceitar as responsabilidades de sócio. Na gestão democrática pelos sócios as associações são organizações democráticas, controladas por seus sócios, que participam ativamente no estabelecimento de suas políticas e na tomada de decisões. Homens e mulheres, eleitos como representantes, são responsáveis para com os sócios. (SEBRAE, 2009, p. 9).

A pesquisa documental mostrou que a Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana está formalmente situada em uma área de abrangência de um Arranjo Produtivo Local. Conforme o quadro 1, o estado do Piauí possui seis tipologias de APLs e especificamente o Arranjo Produtivo local da Região Norte engloba as cidades de Buriti dos Lopes, Ilha Grande, Luis Correia e Parnaíba. Sendo assim, a Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana, localizada na cidade de Ilha Grande, conforme a figura 3 está inserida no Arranjo Produtivo Local da Região Norte.

Os Arranjos Produtivos Locais (APL's) são aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais com foco em um conjunto específico de atividades econômicas que apresentam vínculos mesmo que incipientes. Geralmente envolvem a participação e a interação de empresas que podem ser desde produtoras de bens e serviços finais até fornecedoras de insumos e equipamentos, prestadoras de consultoria e serviços, comercializadoras, clientes, entre outros e suas variadas. (LASTRES; CASSIOLATO, 2003, p. 3).

Para realizar as articulações e ações governamentais com vistas ao apoio integrado aos APLs do estado do Piauí, o governo por meio da SETEDETUR criou por meio da portaria nº 001/2007 de 05 de março de 2007 da referida secretaria, o Grupo Gestor Estadual de Apoio aos APLs; dentre outras atribuições deste Grupo

Gestor estão: a identificação de segmentos potenciais produtivos que possam vir a ser um APL no estado do Piauí, bem como a elaboração de Planos de Desenvolvimento para cada APL e acompanhamento de seu desenvolvimento.

Foi identificado, neste estudo, que as mulheres da Associação dos Morros da Mariana são organizadas de forma associativa e pertencem a um Arranjo Produtivo Local. Segundo Sachs (2003), o empreendedorismo compartilhado também é muito comum nos APLs, uma vez que esse tipo de empreendedorismo não se contrapõe ao empreendedorismo individual.

4.2 O Artesanato como Gerador de Renda

Na cidade de Ilha Grande, a renda de bilros é considerada uma forte indústria caseira, pois, mesmo existindo a associação das rendadeiras, este trabalho ainda é exercido (de forma geral) nas casas das mulheres da cidade, mantendo a forte cultura de décadas passadas e sendo para as artesãs uma fonte de renda no auxílio doméstico e pessoal.

Como uma tradição cultural, a renda de bilros na cidade de Ilha Grande sempre esteve ligada à estrutura familiar pela ação da mulher, complementando *a priori* o trabalho masculino da pesca artesanal. Com a elaboração e comercialização das peças rendadas as mulheres contribuem significativamente na renda familiar de casa, para algumas delas é fonte principal de sustento. Fazer renda de bilros é uma atividade manual de muita sensibilidade.

Fazer renda é atividade que exige sensibilidade, raciocínio lógico, alta destreza com as mãos, concentração, asseio e paciência. Atividade com retorno financeiro importante para o núcleo familiar, esta tradição cultural, como se costuma dizer, está atrelada à condição feminina, assertiva justificada pela delicadeza necessária ao fabrico das peças, como também pelo fato de manter a mulher resguardada em casa, concepção que talvez

possamos atribuir à herança do contexto familiar dominante no Brasil patriarcal. (FERREIRA; LIMA, 2011, p. 14).

As rendas incluem-se como ofícios que apontaram no Brasil com os portugueses. É no nordeste brasileiro que mais comumente as mulheres rendeiras podem ser vistas, seja no interior de suas casas, nas sombras de alpendres ou de árvores como cajueiros ou coqueiros. Com relação às rendeiras dos Morros da Mariana, hoje elas estão mais concentradas na associação em que elaboram suas encomendas e expõem suas peças para serem apreciadas e vendidas.

Tradicionalmente, a venda é feita diretamente na associação, local constantemente visitado por turistas que visitam a região do Delta do Parnaíba ou também são encomendadas pelos clientes que entram em contato por telefone, e-mail, rede social ou acesso direto na associação. Os preços das peças ou da encomenda são definidos pela complexidade do trabalho elaborado, até hoje quanto maior o número de bilros na execução de uma renda, mais caro se torna o produto.

Tudo que eu faço é vendido aqui na associação, o valor é estabelecido por peça, por exemplo se for uma gargantilha é de R\$ 15,00, se for um pano de bandeja aí já é R\$ 30,00, varia por peça o preço, observo o material que eu vou usar na peça, o tempo e o tipo de peça. (Rendeira 3).

Cada artesã possui o seu kit de trabalho para confeccionar suas peças, algumas delas possuem um kit de trabalho na associação e outro em casa. Na Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana, tudo o que é produzido por cada artesã é vendido e o valor é entregue diretamente à artesã produtora. Todas as rendeiras associadas devem pagar uma mensalidade para a associação.

Se elas fizerem dez peças o dinheiro todo é delas, a gente só paga uma mensalidade aqui pra associação e cada qual tem o seu kit de

trabalho, sua almofada, suas linhas, seus bilros, seus alfinetes e daí elas tem o dinheiro delas, quem produz mais ganha mais, é o interesse de cada uma, porque é para o próprio ramo do trabalho. (Rendeira 1).

As vendas das peças rendadas proporcionam a cada artesã uma fonte de renda que gera para elas grande satisfação pessoal e ajuda considerável no orçamento doméstico. Muitas delas não trabalham em outro lugar, e o trabalho de rendeira é a única fonte de dinheiro. Reis (2007) ressalta que o artesanato apresenta-se como uma atividade com grande potencial para a geração de renda, ocupação, preservação e divulgação de tradições e culturas regionais.

A gente tira um trocadinho até bom. A venda da renda me ajuda, ajuda e muito nas despesas de casa, na despesa de casa não espero só pelo meu marido. (Rendeira 10).

O que vou fazendo aqui na associação é pra me manter que eu moro em uma casa separada da minha mãe, minha mãe mora na frente e eu moro no fundo da casa dela. Se não fosse este meu serviço aqui eu não sei o que seria de mim, mas às vezes a gente sobrevive, quem tem coragem de trabalhar não passa necessidade, não passa nada, porque procura outro meio de vida para sobreviver, mas eu gosto do meu serviço e é isso aqui que sei fazer de melhor. (Rendeira 7).

Como exposto no relato da rendeira 7, a maioria das mulheres na cidade de Ilha Grande tem o seu sustento familiar, ou parte dele, advindo da elaboração do trabalho artesanal que fazem. A rentabilidade gerada pelas peças vendidas proporciona para elas uma fonte de renda. Foi observado na associação que todas elas sempre estão com algum trabalho ou encomenda para elaborar e desta forma haverá sempre algum retorno financeiro para elas.

A gente tira um trocadinho até bom. A venda da renda me ajuda, ajuda e muito nas despesas de casa, na despesa de casa não espero só pelo meu marido. Eu gosto demais de renda, quando eu

saio da associação eu ainda faço renda em casa de tanto que eu gosto de fazer renda. (Rendeira 10).

Ademais, no processo da comercialização das peças, como foi observado, as rendeiras constantemente recebem encomendas para fazer. A elaboração efetiva de cada peça dependerá do tipo encomendado pelo cliente, o tempo destinado à produção demora relativamente se forem peças de grande porte, e também por ser um trabalho tipicamente artesanal demandará delas mais envolvimento pessoal do que se fosse algo industrial; por isso, nas visitas realizadas, elas sempre estavam em intensa produtividade.

4.3 As Artesãs Empreendedoras

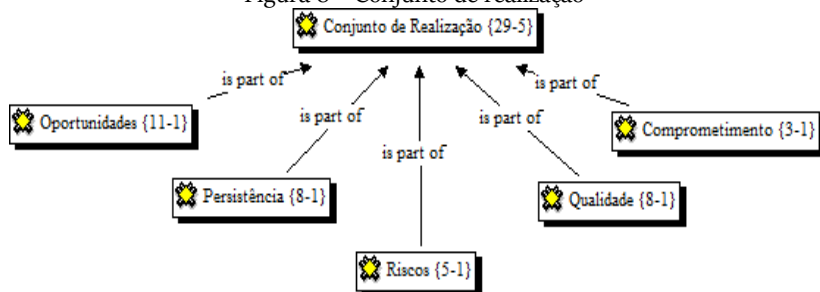
Realizamos o levantamento das características empreendedoras da Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana, levando em consideração os três conjuntos de comportamentos empreendedores propostos por David McClelland como mostra o Quadro 2.

Para uma melhor análise das características empreendedoras fizemos uma divisão sobre cada conjunto de forma individual e ao final de forma única. As referidas características foram codificadas com o auxílio do *software* Atlas/ti 5.0. Na Tabela 2 e Figura 8, a seguir, podemos observar o comportamento empreendedor no conjunto de realização.

Tabela 2 – Frequência do conjunto de realização

Conjunto de Realização	Frequência	Percentual (%)
Oportunidades	11	31
Persistência	8	23
Riscos	5	14
Qualidade	8	23
Comprometimento	3	9
Total	35	100

Fonte: Pesquisa direta (2013).

Figura 8 – Conjunto de realização¹

Fonte: Pesquisa direta (2013).

Nos referindo às oportunidades inicialmente, podemos destacar o grande empenho das artesãs em iniciarem um negócio, visto a cultura da renda já prevalecer desde o início da então cidade de Ilha Grande e no qual as mulheres já desenvolviam a atividade de rendeira em suas casas, embaixo de árvores e atualmente em uma associação.

Como era no princípio antes de conseguirmos a casa para ser a associação, era muito ruim, era muito chato, se trabalhava até debaixo de árvore. (Rendeira 1).

Foi iniciada em 1992, nós começamos com um grupo de rendeiras, porque, sempre nossa comunidade teve rendeiras de muitos anos que é uma coisa que vem passando de mãe pra filha e tudo mais e aí a gente como eu disse sempre a gente teve pessoas que vinham comprar nosso trabalho e chegavam aqui e ficavam indo de casa em casa e era muito difícil né a gente encontrar as rendas do jeito que as pessoas queriam e em 1992 apareceu uma pessoa que era a dona Carlota, esposa do Freitas Neto e ela gostava muito de comprar nossas coisas e elas fizeram um projeto pra fazer uma casa de artesãs, fizeram uma aqui e outra em Parnaíba e a gente formou um grupo na época que a

¹ No conjunto de realização é apresentado o seguinte resultado {29-5}, no qual o número 29 está relacionado a todas as manifestações das entrevistadas quando expressam em alguma resposta a palavra realização e o número 5 refere-se aos cinco subgrupos do conjunto de realização. Não necessariamente na análise do software Atlas/ti a somatória dos subgrupos terá o mesmo resultado geral no conjunto de realização.

gente ia ganhar uma casa para trabalhar e ficava mais fácil para as pessoas quando chegassem encontrar as peças de renda. (Rendeira 1).

A primeira oportunidade, como ressaltou a Rendeira 1, foi de propriamente unir todas as artesãs da cidade em um local que pudesse ser a identidade física delas. Depois para algumas mulheres, a oportunidade se deu em fazer parte da associação e iniciar o negócio de renda, pois nem todas as mulheres entraram para a associação desde a sua fundação, pois a Associação possui mulheres de idades variadas.

Eu comecei aqui em 2002 quando vim para a associação e até hoje estou aqui, eu já fazia renda em casa, mas foi o tempo que eu casei, tive minhas filhas e aí tive que trabalhar em casa, a oportunidade de entrar no negócio das rendas, de vim pra associação era porque eu trabalhava ao lado da associação e eu tinha muita vontade de trabalhar, mas aí não podia por causa das filhas pequenas, mas quando foi no tempo certo eu vim e comecei trabalhar aqui na associação. (Rendeira 2).

Eu entrei na associação porque minha avó era associada, ela fazia renda aí eu me interessei pelo trabalho e vim pra cá para a associação, eu estou na associação desde 2011. Minha avó me ensinou renda eu tinha 7 anos, eu achava bonito ela fazendo e aí eu ficava mexendo na almofada dela, e aí ela colocou uma almofada pra mim e desde aí pronto, eu estudava durante o dia mas à noite eu fazia renda. A oportunidade de entrar no negócio de renda e aprender começou com minha avó. (Rendeira 3).

No tocante à persistência, as artesãs possuem enorme desejo em manter de forma associada o trabalho das rendas. Para que o negócio se mantenha consistente e com mais visibilidade para comercializar suas peças elas nunca renunciaram em continuar com este ofício.

Agente achou meio ruim no início a ideia de sair de casa porque ninguém tinha costume, e a casa das rendeiras era muito pequena não tinha banco, a gente começou todo mundo trazia

sua cadeira de casa, a casa era muito pequena só tinha uma porta de entrada e uma janela, era uma coisa muito pequena, mas a gente conseguiu ficar assim mesmo, quando chovia enchia de água, aquele negócio todo né, mas não desistimos. (Rendeira 1).

Da mesma maneira em relação a correr riscos, mesmo com dificuldades elas foram perseverantes e enfrentaram as dificuldades que surgiram no decorrer do trabalho com a renda. Cantillon (2003) utilizou o termo empreendedor para designar o empresário que corre riscos em função de sua atividade, seja o produtor, o atravessador ou o comerciante.

Já houve uma pessoa que encomendou, veio buscar e não pagou, era na semana santa e o dinheiro era pra comprar a cesta básica para a semana santa e estou até hoje sem receber, mas nunca desisti por causa deste episódio. (Rendeira 8).

Já no que diz respeito à qualidade do trabalho, elas possuem um foco direcionado para a sua clientela, o cuidado com a renda desde a elaboração do trabalho até a preocupação com o gosto do cliente as envolve em sempre quererem agradar o máximo que podem para o cliente retornar e para isso elas se empenham constantemente na arte do rendar.

Tento fazer muito bem o trabalho porque quanto melhor sair, mais vai sair elogiado e mais o cliente vai vim e mais dinheiro a gente vai ganhar. (Rendeira 9).

Nós sempre fazemos o que os clientes pedem com o máximo de primor, a gente sempre procura agradar o cliente né, porque o cliente é o nosso tudo, se não, não tem vendas, então a gente tem que fazer tudo que o cliente pede para agradar e para ele poder voltar. (Rendeira 1).

Com relação ao comprometimento, as artesãs valorizam o trabalho que fazem e são bastante empenhadas em entregar uma peça encomendada ou um trabalho de maior porte, pois a responsabilidade com que elas lidam com este trabalho faz com

sejam mais conhecidas e absorvam mais clientela. No íterim da realização das entrevistas, foi perceptível esta observação na própria associação, pois elas estão empenhadas ao máximo para entregar uma grande encomenda.

Agora mesmo a gente tá fazendo um trabalho para um arquiteto de Teresina são cinquenta e tantas peças que ele vai decorar o casamento da filha dele todo com as peças de renda e está todo mundo empenhado neste trabalho, todo mundo comprometido pra entregar a encomenda, o casamento vai ser em agosto e a gente tem que entregar em julho todo o trabalho e a gente tá trabalhando mesmo duro, mas vai dar certo se Deus quiser. (Rendeira 1).

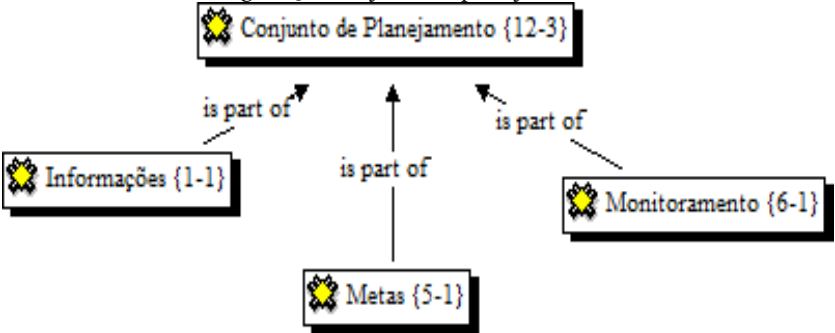
No comportamento empreendedor que ressalta o conjunto de planejamento foram verificadas as características conforme (TABELA 3; FIGURA 9).

Tabela 3 – Frequência do conjunto de planejamento

Conjunto de Planejamento	Frequência	Percentual (%)
Informações	1	8
Metas	5	42
Monitoramento	6	50
Total	12	100

Fonte: Pesquisa direta (2013).

Figura 9 – Conjunto de planejamento



Fonte: Pesquisa direta (2013)

Referindo-nos às informações que fazem parte do conjunto de planejamento foi constatado que as artesãs buscam, de forma muito tímida, absorver alguma informação com outras pessoas para realizarem seu trabalho. Identificamos que elas mantêm contato com o estilista paulista Walter Rodrigues que as conheceu no ano de 2000 e realizou um trabalho com elas que gerou uma excelente visibilidade de negócios para a associação. Este trabalho realizado em parceria com o estilista Walter Rodrigues foi a participação delas no evento de moda denominado São Paulo *Fashion Week* no ano de 2001.

Não existe muito a busca de modelos de renda fora, geralmente não pedimos informações com outras pessoas sobre como fazer nosso trabalho no meu caso eu aprendi a desenhar tanta coisa, com a convivência com o Walter, as viagens e as pessoas que nós trabalhamos. As pessoas encaminham os moldes, os rabiscos, aí eu desenho, mando para o cliente ver e ele aprova do jeito que ele quer, não buscamos informações de clientes fora da associação, eles é que vem a nossa procura. (Rendeira 9).

De forma geral, elas não buscam informações dos seus clientes, fornecedores ou concorrentes. Ao contrário do que fazem muitas empresas, as rendadeiras são procuradas na própria associação, por telefone, e-mail ou rede social. Na situação atual, elas são buscadas ao invés de buscarem clientes.

As metas de trabalho das rendadeiras são estabelecidas, na sua grande maioria, pelas encomendas que recebem dos seus clientes. Quando elas possuem um montante de peças para elaborar dentro de um determinado período de tempo há metas a serem cumpridas para que o trabalho tenha êxito, assim, a presidente da associação recebe as encomendas e organiza com as associadas a divisão do trabalho encomendado. De forma individual algumas delas também estabelecem suas metas de trabalho.

O cliente diz o prazo que quer, o trabalho é analisado, aceitamos fazer e eu divido o trabalho pra todo mundo, olhe você vai fazer tantas peças com a entrega em tal dia aí todo mundo faz o seu trabalho cada qual com o seu material. (Rendeira 1).

Estabeleço metas por dia porque se não a gente não consegue fazer todo o trabalho, tem que ter um horário certo pra fazer e também levo encomendas para casa, pra eu andar mais rápido, agilizar, eu faço uma parte lá e outra aqui pra dar conta, eu gosto de quando eu pego uma coisa eu tenho minha palavra, se eu disse que vou fazer pode dar o que der, mas eu tenho que terminar. (Rendeira 5).

E no monitoramento, assim como o retorno sobre o trabalho que as rendeiras fazem, é realizado pela presidente da associação que atua como uma supervisora de produção para as artesãs. A presidente supervisiona as mulheres rendeiras sobre a elaboração do trabalho, ela verifica continuamente o desempenho das artesãs, quando o trabalho apresenta um resultado satisfatório a presidente elogia, mas quando não está conforme o solicitado pelo cliente a presidente requer das mulheres mais dedicação com as peças rendadas.

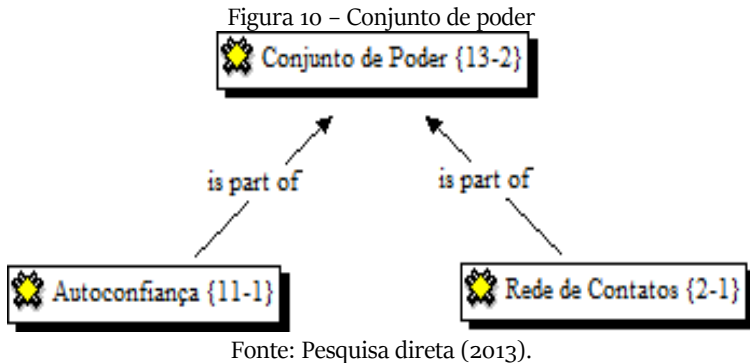
Dona Socorro confere meu trabalho e quando está feinho ela diz vambora caprichar mais um pouquinho, tá faltando alguma coisa e aí a gente melhora mais. (Rendeira 10).

No conjunto de poder, foram analisadas as características expostas na (TABELA 4; FIGURA 10).

Tabela 4 – Frequência do conjunto de poder

Conjunto de Poder	Frequência	Percentual (%)
Autoconfiança	11	85
Rede de contatos	2	15
Total	13	100

Fonte: Pesquisa direta (2013).



No tocante à autoconfiança, as rendeiras acreditam no que fazem e se mostram confiantes no trabalho que desenvolvem. Quanto à rede de contatos, no que se refere à negociação das peças de renda ou de encomendas, estas são feitas pela presidente da associação que sempre compartilha com as artesãs os detalhes e o preço das peças. A associação pode ser contatada por telefone, na própria associação, por e-mail ou rede social.

Eu gosto e muito do meu trabalho e tenho extrema confiança no que faço, e é sempre assim, eu estou formada e o pessoal diz, você é formada e faz renda e eu sempre digo eu posso ter o trabalho que eu tiver, mas nunca vou deixar de fazer renda, eu adoro fazer renda. (Rendeira 9).

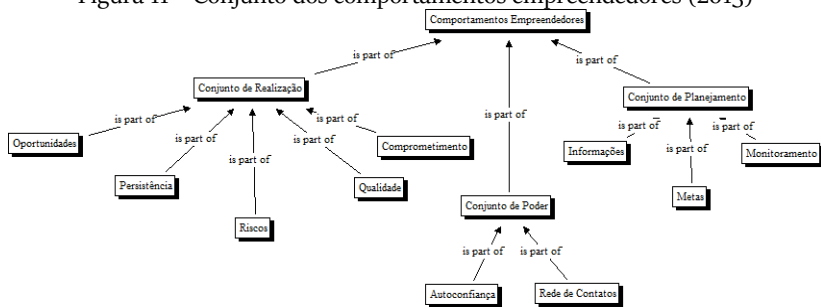
Não há uma rede de contatos que seja disseminada pelas artesãs, elas são procuradas ao invés de procurarem clientes. As relações comerciais são advindas da procura pelo trabalho delas, não há grande divulgação por parte delas em relação ao meio externo à associação.

Eu recebo as encomendas, eu vejo quanto vai ser tudo direitinho, negocio, combino alguma coisa com elas, é claro, preço, essas coisas, aí a gente faz o trabalho. (Rendeira 1).

Eu adoro meu serviço, tenho muita confiança no meu trabalho, só não tenho paciência de ensinar. (Rendeira 7).

As características do comportamento empreendedor propostas por David McClelland podem ser identificadas na análise das artesãs de forma única (FIGURA 11). A Teoria de McClelland (1972) é fundamentada na motivação psicológica e resultou em um dos poucos instrumentos de coleta de dados que mensuram as características comportamentais dos empreendedores. De acordo com o autor, o sucesso empresarial não está relacionado apenas ao desenvolvimento de habilidades específicas, tais como finanças, marketing, produção, incentivos fiscais e créditos, mas também às habilidades atitudinais empreendedoras, por meio do aprimoramento de tais características.

Figura 11 – Conjunto dos comportamentos empreendedores (2013)



Fonte: Pesquisa direta (2013).

Em suma, com base nos dados aqui apresentados, ficou demonstrado que as artesãs apresentam as características de comportamento empreendedor, como mostra a Figura 11. A primeira possui o conjunto de realização que se relaciona com as oportunidades, persistência, riscos, qualidade e comprometimento. A segunda traz o conjunto de poder que está relacionado à autoconfiança e a rede de contatos e a terceira demonstra o conjunto de planejamento que está diretamente relacionado com as informações, metas e monitoramento.

Conclusão

É necessário ressaltar que todo o material pertinente ao referencial teórico construído no decorrer deste trabalho foi fundamental para a realização deste estudo, bem como a metodologia utilizada. O referencial teórico e a estratégia de pesquisa nos viabilizou o embasamento para uma análise coerente e interpretação adequada dos dados coletados realizados nesta pesquisa. Levando em conta os objetivos: geral e específicos propostos neste estudo, faremos neste tópico as possíveis conclusões desta pesquisa.

O referencial teórico exposto neste estudo trouxe discussões a respeito do empreendedorismo no seu âmbito geral, coletivo e feminino, APLs, associativismo e artesanato. O empreendedorismo, foco do estudo, foi delimitado enfatizando o empreendedorismo feminino e posteriormente o coletivo, pois a pesquisa tratou de uma associação de composição eminentemente feminina, no qual englobamos também o trabalho artesanal elaborado com rendas. E, posteriormente, identificamos a manifestação do empreendedorismo coletivo inserido em um Arranjo Produtivo Local. O “empreendedor” em empreendedorismo é mais provável que seja plural, ao invés de singular (GARTNER et al., 1994).

Assim sendo, para compreender o problema de pesquisa, foi utilizada a abordagem qualitativa com a triangulação simultânea e o estudo de caso como estratégia de pesquisa. Para obtermos os dados, as entrevistas semiestruturadas foram os principais instrumentos de coleta utilizados. Os dados foram tratados por meio da análise de conteúdo realizadas com ajuda dos *softwares*

Microsoft Office Excel 2010 e o *Atlas/ti* 5.0, cujo fim foi contribuir para atingir os objetivos propostos nesta pesquisa.

Desta maneira, este estudo procurou investigar como o empreendedorismo coletivo feminino contribui para a geração de renda, analisando o trabalho das rendeiras de Ilha Grande no Piauí. Também, neste escopo, foram necessários: conhecer a forma de criação organizacional bem como os dados demográficos das artesãs empreendedoras; identificar o artesanato como gerador de renda e identificar as características do comportamento coletivo empreendedor das rendeiras de Ilha Grande no Piauí.

Com relação ao primeiro objetivo específico foi identificado de maneira clara como se deu o processo de criação organizacional das rendeiras por meio dos documentos analisados e das pesquisas feitas, assim como os dados demográficos das entrevistadas que foram levantados nas entrevistas concedidas pelas artesãs. O formato organizacional encontrado pode corroborar o que expomos no referencial teórico sobre Associação, Arranjo Produtivo Local.

De acordo com Fung (2003), Patman (1992), Putnam (1996a) e Warren (2001) as associações são analisadas pelos impactos positivos no sentido da promoção de indivíduos “mais cidadãos”, aumentando seu senso de eficácia política e desenvolvendo virtudes cívicas, servindo como escolas de cidadania.

No segundo objetivo específico, foi evidenciado pelas entrevistas que as artesãs utilizam-se do trabalho artesanal, produzido por elas para auferirem uma rentabilidade, ou seja, um sustento que se não for para a sobrevivência, elas utilizam o que ganham no trabalho das rendas como um suporte financeiro familiar, sendo que a existência da Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana é uma forma de consolidar de forma coletiva a viabilidade destas mulheres na geração de renda para elas que, de forma direta, tenham respaldo na economia da cidade.

Já em relação ao terceiro objetivo, verificamos haver uma identidade significativa nas características do comportamento empreendedor encontradas nas artesãs. Como o foco do estudo foi o empreendedorismo coletivo feminino, pudemos identificar o perfil comportamental empreendedor identificado nas mulheres rendeiras de forma interligada nos três conjuntos do comportamento empreendedor interligados nos resultados obtidos.

Neste sentido, constatamos que o empreendedorismo feminino das artesãs contribui de forma evidente para a geração de renda, visto que, em decorrência do perfil apresentado como empreendedoras é que pudemos denotar que todas estas características são utilizadas por elas para implementar uma atividade artesanal. A identificação deste perfil empreendedor possibilitou a organização destas mulheres rendeiras em uma associação, local onde desenvolvem, de forma coletiva, uma atividade empreendedora que gera renda para elas.

Recomendamos para estudos futuros, o aprofundamento de questões não tão ressaltadas neste trabalho, como o empreendedorismo coletivo nos APLs, sendo explorados de forma mais abrangente. Recomendamos, também, que a pesquisa seja replicada em outras realidades a fim de que sejam identificadas características empreendedoras em outras artesãs para que se determine a fidedignidade e confiabilidade deste modelo e pesquisa, assim como para se confirmar ou não as teorias em que se fundamentam.

Podemos ressaltar como limitação deste estudo a dificuldade no referencial teórico sobre artesanato, a quantidade de pesquisas neste campo está mais voltada para a própria elaboração das peças de artesanato de forma geral, não havendo uma contribuição significativa de autores sobre o embasamento teórico com relação ao artesanato.

Referências

- ADAMSON, G. Introduction. In: ADAMSON, G (Org.). **The craft reader**. Oxford: Berg, 2010.
- ALDRICH, H. **Organizations evolving**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1999.
- ALENCAR, E. Formas de intervenção e associações comunitárias: apresentação de três casos. In: EnANPAD, 19., 1995, João Pessoa **Anais...** João Pessoa: ANPAD, 1995. 1 CD-ROM.
- AMARAL FILHO, J. do. É negócio ser pequeno, mas em grupo. In: EnANPAD, 34., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.
- AMORIM, M.; MOREIRA, M.; IPIRANGA, A. A comunidade de prática da rede nós: colaborando e compartilhando conhecimentos em arranjos produtivos locais. **O & S**, v. 15 n. 4. jan./mar. 2008.
- ARAÚJO, A. et. al. **Artesanato, cidadania e Desenvolvimento Local**: as experiências de Divinópolis e do Salão do Encontro em Betim – MG. In: Colóquio Internacional sobre Poder Local, 10., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: CIAGS, NEPOL., 1, 2006. 1 CD-ROM.
- ARROYO, M. **Ofício de mestre**: Imagens e auto-imagens. Petrópolis: Vozes, 2000.
- BANDEIRA-DE-MELLO, R. Softwares em pesquisa qualitativa. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (Orgs.). **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais** – Paradigmas, Estratégias e Métodos. São Paulo: Saraiva, 2006.
- BARROS, L. **Design e Artesanato**: as trocas Possíveis. 2006. 132 p. Dissertação (Mestrado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

BOGDAN, R.; BIKLEN, S. **Investigação qualitativa em educação**. Porto Codex, Portugal: Porto Editora, 1994.

BOTELHO, L. **Ascensão profissional de executivas em empresas baseadas no conhecimento**. 2008. 161 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Florianópolis, 2008.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BRASIL. **Novo Código Civil**: Exposição de motivos e texto sancionado. Senado Federal. Secretaria Especial de Editoração e Publicações. Subsecretaria de Edições Técnicas. Brasília, 2009.

BURRESS, M.; COOK, M. A primer on collective entrepreneurship: a preliminary taxonomy. **Working paper AEWB 2009-1**: University of Missouri, Department of Agricultural Economics, 2009.

CAIAZZA, A.; PUTNAM, R. “Women’s status and social capital in the United States”. **Journal of Women, Politics, and Policy**, v. 27, n. 1-2, p. 69-84, 2005.

CANTILLON, R. **Essai sur La nature du commerce en general**. Montreal: In editions Weltanschauung, 2003.

CARR, D. Two Paths to Self-employment? Women’s and Men’s Self-employment in the United States, 1980. **Work and Occupations**, v. 23, n. 1, p. 26-53, 1996.

CASSOL, N.; SILVEIRA, A.; HOELTGEBAUM, M. A produção científica na área de empreendedorismo feminino: análise dos estudos indexados na base de dados do Institute for Scientific Information (ISI). In: SILVEIRA, A.; DOMINGUES, M. **Ensino na área de administração e avaliação em instituições de ensino superior**. Blumenau: Nova Letra, 2006.

CASSOL, N.; SILVEIRA, A.; HOELTGEBAUM, M. Empreendedorismo feminino: análise da produção científica da base de dados do Institute for scientific information (ISI), 1997-2006. In: EnANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

CASTRO, L. de. **Arranjo Produtivo Local**: série empreendimentos coletivos. Brasília: SEBRAE, 2009.

CAVEDON, N.; FIGUEIREDO, M. de. Os efeitos da patrimonialização sobre as formas de fazer, criar, viver, organizar e consumir o artesanato tradicional. In: EnANPAD, 36., 2012, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2012. 1 CD-ROM.

CAVEDON, N.; GIORDANE, C.; CRAIDE, A. Mulheres trabalhando e administrando espaços de identidade masculina. **Revista de praticas administrativas/ UNICORPORE Educação e Comunicação Corporativas**, Maringá, v. 2, n. 4, jan./fev. 2006.

CERVO, A.; BERVIAN, P.; SILVA, R. da. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CIMADON, J.; RUPPENTHAL, J.; MANFRÓI, A. A Aplicação da Teoria Visionária de Filion no Desenvolvimento de MPES. criadas por necessidade. In: XXVII Encontro nacional de engenharia de produção. A energia que move a produção: um diálogo sobre integração, projeto e sustentabilidade, 2007. Foz do Iguaçu. **Anais...** Paraíba: Encontro nacional de engenharia de produção, 2007.

CONNELL, D. Collective Entrepreneurship: In: **Search of Meaning**, 1999.

COOK, M.; PLUNKETT, B. Collective Entrepreneurship: An Emerging Phenomenon in Producer-Owned Organizations. **Journal of Agricultural and Applied Economics**, v. 38, n. 2, p. 421-428, 2006.

DENZIN, N.; LINCOLN, Y. A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: DENZIN, N.; LINCOLN, Y. (Cols.). **O planejamento da pesquisa qualitativa – Teorias e abordagens**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores, 1999.

_____. **Empreendedorismo, uma forma de ser**: saiba o que são empreendedores individuais e empreendedores coletivos. Brasília: Aed, 2003.

DORMER, P. **The art of the maker**. Londres: Thames and Hudson, 1994.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

ESTADO DO PIAUI. Disponível em:
<http://www.sppert.com.br/Artigos/Brasil/Piau%ç3%ad/Estado_do_Piau%ç3%ad/>. Acesso em: 20 abr. 2013.

FARRELL, L. **Entrepreneurship**. São Paulo: Atlas, 1993.

FELIN, T.; ZENGER, T. **Imagination and theorizing as a source of entrepreneurial learning**. Working Paper, 2007.

FERREIRA, A. **Mini Aurélio**: O dicionário da língua portuguesa. 6. ed. rev. e atual. 5. reimpressão. Curitiba: Positivo, 2005.

FERREIRA, T.; LIMA, R. **Morros da Mariana**: um espaço rendado. Rio de Janeiro: IPHAN; CNFCP, 2011.

FILION, L. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas-ERA**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set. 1991.

_____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.

_____. **O empreendedorismo como tema de estudos superiores. Empreendedorismo**: ciência, técnica e arte. Brasília: CNI. IEL Nacional, 2000.

FILION, L.; DOLABELA, F. (e Cols.). **Boa idéia! E agora**: plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

FISCHER, T. **Maestria em Artes e Ofícios Populares**: mapeamento dos mestres-artesãos e seus saberes populares no território do sisal/BA. Salvador: FAPESB, 2007.

- _____. Apresentação. In: FISHER, T.; SOARES, R. **Catálogo dos mestres em artes e ofícios populares** – Território do sisal/BA. Salvador: UFBA; CIAGS, 2010.
- FISCHER, T.; SOARES, R. Aqui aprendeu da mãe que aprendeu da mãe: memórias e significados do artesanato no território do Sisal/Bahia. In: EnANPAD, 34., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.
- FREITAS, A. **Design e artesanato**: uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto. 2006. 140 f. Dissertação (Mestrado em Gestão pela Qualidade e Desenvolvimento de Produtos) – Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2006.
- FUNG, A. “Associations and democracy: between theories, hopes, and realities”. **Annual Review of Sociology**, v. 29, p. 515-539, 2003.
- GASKELL, G.; BAUER, M. Para uma Prestação de Contas Públicas: além da Amostra, da Fidedignidade e da Validade. In: BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som** – Um manual prático. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.
- GIL, A. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- GLASER, B.; STRAUSS, A. **The Discovery of Grounded Theory**: Strategies for Qualitative Research. New York: Aldine, 1967.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2006**: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2007.
- _____. **Relatório de Pesquisa 2007**: Empreendedorismo no Brasil. Curitiba: IBQP, 2008.
- _____. **Empreendedorismo no Brasil**: 2011. Curitiba: IBQP, 2011.
- GODOY, A. Pesquisa qualitativa – Tipos Fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, maio/jun. 1995a.

_____. A pesquisa qualitativa e sua utilização em administração de empresas, **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 4, p. 65-71, jul./ago. 1995b.

GURISATTI, P. O nordeste italiano: nascimento de um novo modelo de organização industrial. In: URANI, A.; COCCO, G.; GALVÃO, A. (Org.). **Empresários e Empregos nos Novos Territórios Produtivos: o caso da Terceira Itália**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HISRICH, R.; PETERS, M. **Empreendedorismo**. 5. ed. São Paulo: Artmed, 2004.

INGOLD, T. **Perceptions of environment: essays on livelihood, dwelling and skill**. Londres e Nova Iorque: Routledge, 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Perfil dos municípios brasileiros – Cultura**. Rio de Janeiro: SEBRAE/RJ, 2007. Disponível em: <<http://tinyurl.com/2ubtt6r>>. Acesso em: 27 set. 2012.

_____. **Mercado e força de Trabalho**, 2011. Disponível em: <<http://seriesestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?vcodigo=PE344&t=mulherestaxa-de-desocupacao-por-cor-ou-raca>>. Acesso em: 15 jun. 2011.

_____. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/link.php?uf=pi>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

INSTITUTO ETHOS. 2010. **Perfil social, racial e de gênero das 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas**. São Paulo, 2010.

JOHANNISSON, B. **Entrepreneurship as a Collective Phenomenon**. Paper presented at the RENT XII Conference. Lyon, France, p. 26-27, Nov.1998.

JONSSON, I. **West-nordic countries in crisis: neo-structuralism, collective entrepreneurship, and microsocieties facing global systems of innovation**. Copenhagen: New Social Science Monographs, 1995.

LASTRES, H.; CASSIOLATO, J. **Glossário de arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais**. SEBRAE, 2003. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/redesist>>. Acesso em: 15 out. 2011.

LIRA, M. **Artesanato uma alternativa para criar empregos**. Fortaleza, 2000.

- MACHADO, H. **Identidade de mulheres empreendedoras**. Maringá: Eduem, 2009.
- MACHADO, H. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: EnANPAD, 23., 1999, Foz do Iguaçu-PR. **Anais...** Foz do Iguaçu-PR: ANPAD, 1999. 1 CD-ROM.
- MACHADO, H.; JANEIRO, V.; MARTINS, A. Empreendedoras: estilo gerencial e desempenho das empresas. In: EnANPAD, 27., 2003, Atibaia-SP. **Anais...** Atibaia-SP: ANPAD, 2003. 1 CD-ROM.
- MANZINI, E. Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semi-estruturada. In: MARQUEZINE, M.; ALMEIDA, M.; OMOTE, S. (Orgs.). **Quais sobre pesquisa em Educação**. Londrina: Eduel, 2003, p. 11-25.
- MCCLELLAND, D. **The Achieving society**. New York: VanNostrand, 1961.
- _____. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.
- MARTINEZ, J. Uma visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 91-105, abr./jun. 2004.
- MARX, K. **O Capital** (Crítica da Economia Política), Livro 1: O processo de Produção do Capital. São Paulo: DIFEL, 1982.
- MATOS, F. **O tecido empreendedor e o capital social costurando o desenvolvimento local: um estudo em um aglomerado de confecção no agreste pernambucano**. 2008. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós Graduação em Administração (PROPAD), Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2008.
- MELO NETO, F.; FROES, C. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- MENEZES, R.; BERTUCCI, J. O. Mulher de negócios: uma análise da representação social com base no discurso de Empresárias associadas à Business Professional Women. In: AnPAD, 33., 2009. São Paulo. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, p. 1-16, 2009. 1 CD-ROM.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

MERRIAM, S. B. **Qualitative research and case study applications in education**. San Francisco: Jossey-Bass, 1998.

MINAYO, M. **O Desafio do Conhecimento** – Pesquisa Qualitativa em Saúde. 10. ed. São Paulo: Hucitec, 2007.

MOORE, D.; BUTTNER, E. **Women Entrepreneurs**. London: Sage Publications, 1997.

MOORE, D.; BUTTNER, E. Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. **Journal of Small Business Management**, p. 34-47, jan. 1997.

MOURDOUKOUTAS, P. **Collective entrepreneurship in a globalizing economy**. Westport, CT: Quorum Books, 1999.

MUNHOZ, G. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras? In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO, 1., 2000, Maringá. **Anais...** Maringá: EGEPE, 2000, p. 164-176.

NABUCO, J. **Abolitionism** – The brazilian anti-slavery struggle. Press: University of Illinois, 1976.

NUNES, J. **O empreendedorismo feminino e o estilo de liderança no Conselho da Mulher empreendedora da associação comercial de Minas Gerais**. 2006. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Estudos Administrativos (FEAD), Belo Horizonte, 2006.

OLIVEIRA, J. de. (Org.). **Pequenas empresas, arranjos produtivos locais e sustentabilidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

O NOSSO Município. Disponível em:
<<http://vozdeilhagrande.blogspot.com.br/p/ilha-grande-pi.html>>.
Acesso em: 23 mar. 2013.

PATEMAN, C. **Participação e teoria democrática**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

- PATTON, M. **Qualitative research and evaluation methods**. 3. ed. Thousand Oaks: Sage, 2002.
- PORTAL DO PIAUÍ. **Estado do Piauí**. Disponível em: <http://www.sppert.com.br/Artigos/Brasil/Piau%c3%ad/Estado_do_Piau%c3%ad/>. Acesso em: 1º mar. 2013.
- PORTO ALEGRE, S. **Mãos de mestre**: itinerários da arte e da tradição. São Paulo: Maltese, 1994.
- PREMIO Mulher de Negócios. **SEBRAE**. Disponível em: <<http://www.redemulherempreendedora.com.br/noticias/geral/premio-mulher-de-negocio-sebrae>>. Acesso em: 12 fev. 2013.
- PUTNAM, R. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1996a.
- PUTNAM, R. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2002.
- PYKE, F.; BECATTINI, G.; SENGENDERGER, W. **Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy**. Geneva: International Institute for Labour Studies, 1990.
- REIS, A. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**: o caleidoscópio da cultura. São Paulo: Manole, 2007.
- RICHARDSON, R. Jarry et al. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. 13. reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.
- ROBERTS, E.; MALONE, D. Policies and Structures for Spinning off New Companies from Research and Development Organizations. **R&D Management**, v. 26, p. 17-48, 1996.
- ROCHA, J. **Arte/Artesanato de Alagoas**. Maceió: SEC, s.d.
- RUEF, M.; ALDRICH, H.; CARTER, N. The structure of founding teams: homophily, strong ties, and isolation among U.S. entrepreneurs. **American Sociological Review**, v. 68, n. 2, p. 195-222, 2003.

SACCHET, T. “Capital social, gênero e representação política no Brasil”. **Opinião Pública**, v. 15, n. 2, p. 306-332, nov. 2009.

SANTOS, R. **Desenvolvimento local sustentável**: caracterização do APL de artesanato de linha do município Tobias Barreto-SE. 2007. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Federal de Sergipe (UFS), Sergipe, 2007.

SAY, J. Traité d' économie politique: ou simple exposition de la maniere don't se forment, se distribuent ou se consomment les richesses. In: TREMBLAY, J. **Quebec**, 2002.

SCHMIDT, C.; DREHER, M. Cultura Empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 1-14, jan./mar. 2008.

SCHMITZ, H.; NADVI, K. Clustering and industrialization: introduction. **World Development**, v. 27, n. 9, p. 1503-1114, 1999.

SCHOONHOVEN, C.; ROMANELLI, E. **The entrepreneurship dynamic**: origins of entrepreneurship and the evolution of industries. Stanford: Stanford University Press, 2001.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SENNETT, R. **O artífice**. São Paulo: Record, 2008.

SERVETTO, M. **La Artesania em la zona Andina Argentina**: propuestas para el desarrollo. Córdoba: Servicio de publicaciones de la Universidad de Córdoba, 1998.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Artesanato**: um negócio genuinamente brasileiro. v. 1, n. 1, mar. 2008, 52 p. Disponível em: <<http://tinyurl.com/48thqhf>>. Acesso em: 30 set. 2012.

_____. **Associação**: série empreendimentos coletivos, 2009.

SHANE, S. **General Theory of Entrepreneurship**: the individual-opportunity nexus. Northampton: Edward Elgar, 2003.

- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.
- SILVA FILHO, F. **Perfil e Problemática do Artesanato do Litoral Piauiense**. Teresina: Fundação Delta do Parnaíba/Banco Do Nordeste, 1987.
- SMITH, A. **A riqueza das nações**: investigação sobre a sua natureza e suas causas. São Paulo: Nova Cultura, 1985.
- SPINK, P. Pesquisa de campo em psicologia social: uma perspectiva p s- construcionista. **Psicologia & Sociedade**, v. 15, n. 2, p. 18-42, jul./dez. 2003.
- TARDIEU, L. **Knowledge and the Maintenance of Entrepreneurial Capability**: Center for Economic Analysis. France: Université d'Aix-Marseille, 2003.
- TEIXEIRA, E. A análise de dados na pesquisa científica – Importância e desafios em estudos organizacionais. **Desenvolvimento em Questão**, Ijuí, ano 1, n. 2, p. 177-201, jul./ago. 2003.
- TEIXEIRA, F. Diagnóstico competitivo, estratégias e planos de trabalhos em arranjos produtivos locais (APL's). In: EnANPAD, 2008. **Anias...** ANPAD, 2008. 1 CD-ROM.
- TOCQUEVILLE, A. de. **A democracia na América**. 4. ed. Belo Horizonte: Itatiaia, 1998.
- TOPLIN, R. **The abolition of slavery in Brazil**. New York: Atheneun, 1971.
- TROMPENAARS, F.; HAMPDEN-TURNER, C. **21 Leaders for the 21st Century**: How Innovation Leaders Manage in the Digital Age. New York: McGraw-Hill, 2002.
- VALE, G.; SERAFIM, A.; TEODÓSIO, A. Gênero, Imersão e Empreendedorismo: Sexo Frágil, Laços Fortes? **RAC**, Curitiba, v. 15, n. 4, art. 4, p. 631-649, jul./ago. 2011.

VALLES, M. **Técnicas cualitativas de investigación social:** reflexión metodológica y práctica profesional. Madri: Síntesis, 1997.

VERGARA, S. **Métodos de pesquisa em administração.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

VOZ DE ILHA GRANDE. **Ilha Grande:** o nosso município. Disponível em: <<http://vozdeilhagrande.blogspot.com.br/p/ilha-grande-pi.html>>. Acesso em: 14 fev. 2013.

WARREN, M. **Democracy and association.** Princeton: Princeton University, 2001.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo.** São Paulo: Cia. Das Letras, 2004.

WEST, G. Collective cognition: when entrepreneurial teams, not individuals, make decisions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 31, n. 1, p. 77-102, 2007.

YIN, R. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.