



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

**KEVILLY YASMIN SANTOS DA CRUZ**

**PERSPECTIVAS DO EMPREENDEDORISMO CULTURAL:  
UM ESTUDO NA ASSOCIAÇÃO DE ARTESÃS DA BARRA DOS COQUEIROS/SE**

**SÃO CRISTÓVÃO  
2025**

**KEVILLY YASMIN SANTOS DA CRUZ**

**PERSPECTIVAS DO EMPREENDEDORISMO CULTURAL:  
UM ESTUDO NA ASSOCIAÇÃO DE ARTESÃS DA BARRA DOS COQUEIROS/SE**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração, regulamentadas pela Resolução nº 70/2023/CONEPE.

**Orientador(a): Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Gracyanne Freire de Araujo.**

**SÃO CRISTÓVÃO, SE  
2025**

**KEVILLY YASMIN SANTOS DA CRUZ**

**PERSPECTIVAS DO EMPREENDEDORISMO CULTURAL:  
UM ESTUDO NA ASSOCIAÇÃO DE ARTESÃS DA BARRA DOS COQUEIROS/SE**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração, em cumprimento às Normas regulamentadas pela Resolução nº 70/2023/CONEPE.

**Trabalho defendido e aprovado em 02 de abril de 2025.**

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Gracyanne Freire de Araujo (Orientadora)**  
**Universidade Federal de Sergipe (UFS)**

---

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Karen Batista Santos (Membro interno)**  
**Universidade Federal de Sergipe (UFS)**

---

**Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup> Ludmilla Meyer Montenegro (Membro interno)**  
**Universidade Federal de Sergipe (UFS)**

*Dedico este trabalho à memória da minha avó, Maria Odete Santos, uma mulher apaixonada por crochê, que partiu sem ter a chance de ver minha conquista, mas que sempre estará presente em meus pensamentos.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por sempre me proteger, guiar e dar forças para enfrentar os desafios e conquistar meus sonhos.

Aos meus pais, Givaldo Vieira e Maria Edileuza Santos, meus maiores exemplos de persistência, determinação, responsabilidade e disciplina. Com sua dedicação e seus valores, ensinaram-me a nunca desistir dos meus sonhos e a enfrentar os desafios com coragem. Sou imensamente grata por nunca desistirem de mim, por sempre me incentivarem e acreditarem no meu potencial.

Ao meu tio, Claudemir Santos (*in memoriam*), e à minha avó, Maria Odete Santos (*in memoriam*), duas das pessoas mais importantes da minha vida, que partiram sem me ver conquistar este sonho. Obrigada por todo o carinho, amor e cuidado que sempre tiveram comigo. Levo vocês no coração para sempre.

Ao meu irmão, Nicolas, por ser a alegria em minha vida e meu companheiro, sempre ao meu lado nos bons e maus momentos. Seu apoio e sua presença fazem toda a diferença na minha vida.

À minha orientadora, Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Gracyanne Freire de Araujo, pelo apoio e por estar sempre disponível para me guiar, ouvir e incentivar. Sua dedicação profissional é um exemplo de comprometimento e excelência e foi essencial para a realização deste trabalho.

Às professoras Dr<sup>a</sup>. Karen Batista Santos e Dr<sup>a</sup>. Ludmilla Meyer Montenegro, por aceitarem participar da banca examinadora.

Aos colegas de graduação, pela amizade e apoio durante o curso, em especial a Adeilton, Brenda, Delis, Everton, Jamison e Rita. Sem vocês, o caminho na faculdade não teria sido o mesmo. Agradeço por cada momento compartilhado, tanto os difíceis quanto os felizes. Obrigada pela alegria que trouxeram à minha jornada.

Aos professores do Departamento de Administração da UFS pelos conhecimentos compartilhados ao longo deste percurso acadêmico e pela contribuição fundamental para minha formação.

Finalizo com um agradecimento especial às artesãs que participaram da entrevista e que, com o seu trabalho, transformam a arte em um instrumento de preservação, impulsionando a economia e disseminando a cultura do município. O trabalho de vocês é reflexo de dedicação, talento e criatividade, sendo fundamental para a valorização da história e identidade cultural.

## RESUMO

Ao longo dos anos, o setor cultural passou por diversas transformações, ganhando relevância no cenário econômico e sendo reconhecido como uma importante oportunidade de negócios. Nesse contexto, o empreendedorismo cultural vem ganhando destaque nas pesquisas acadêmicas, embora ainda seja pouco aprofundado. Diante disso, este trabalho tem como objetivo compreender como as artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros desenvolvem suas atividades na perspectiva do empreendedorismo cultural. Para isso, a pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, utilizando o estudo de caso único como método principal. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com oito artesãs da associação. A análise dos dados seguiu a técnica de análise de conteúdo, permitindo uma interpretação aprofundada das informações obtidas. Os resultados indicaram que as artesãs desenvolvem suas atividades focadas na produção artesanal tradicional e na comercialização por meio de feiras e eventos locais e nacionais, além do uso de plataformas digitais. No entanto, elas enfrentam alguns desafios, como a instabilidade financeira, o pouco apoio de políticas públicas e a concorrência desleal com os atravessadores. Quanto às perspectivas futuras apontadas pelas artesãs para empreender no meio cultural, destacam-se o fortalecimento da prática do artesanato por meio de maior apoio de políticas públicas e privadas, além da promoção de mais feiras e eventos culturais no município. Dessa forma, este trabalho contribuiu para a compreensão do cenário do empreendedorismo cultural com as artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros e para a valorização da cultura como um elemento essencial para o desenvolvimento econômico e social.

**Palavra-Chave:** Empreendedorismo. Empreendedorismo Cultural. Artesanato. Artesãs.

## **ABSTRACT**

Over the years, the cultural sector has undergone several transformations, gaining relevance in the economic scenario and being recognized as an important business opportunity. In this context, cultural entrepreneurship has been gaining prominence in academic research, although it is still not widely studied. In view of this, this study aims to understand how the artisans of the association in the municipality of Barra dos Coqueiros develop their activities from the perspective of cultural entrepreneurship. To this end, the research adopted a qualitative approach, using the single case study as the main method. Data collection was carried out through semi-structured interviews with eight artisans of the association. Data analysis followed the content analysis technique, allowing an in-depth interpretation of the information obtained. The results indicated that the artisans develop their activities focused on traditional craft production and marketing through local and national fairs and events, in addition to the use of digital platforms. However, they face some challenges, such as financial instability, little support from public policies, and unfair competition with middlemen. Regarding the future perspectives pointed out by the artisans for undertaking in the cultural field, the strengthening of the practice of crafts through greater support from public and private policies, in addition to the promotion of more fairs and cultural events in the municipality, stand out. In this way, this work contributed to the understanding of the scenario of cultural entrepreneurship with the artisans of the association of the municipality of Barra dos Coqueiros and to the appreciation of culture as an essential element for economic and social development.

**Keywords:** Entrepreneurship. Cultural Entrepreneurship. Crafts. Artisans.

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

|             |                                                                   |
|-------------|-------------------------------------------------------------------|
| SEBRAE..... | Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas                     |
| IBGE.....   | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística                   |
| CNN.....    | Cable News Network                                                |
| PIB.....    | Produto Interno Bruto                                             |
| UNESCO..... | United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. |



## LISTA DE QUADROS

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Quadro 1</b> – Categorias analíticas e elementos de análise ..... | 28 |
| <b>Quadro 2</b> – Protocolo de estudo de caso .....                  | 30 |

## SUMÁRIO

|                                                                                                      |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO .....</b>                                                                            | <b>11</b> |
| <b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>                                                                  | <b>15</b> |
| 2.1 A CULTURA E SUA RELEVÂNCIA ECONÔMICA .....                                                       | 15        |
| 2.2 EMPREENDEDORISMO CULTURAL: A CONEXÃO ENTRE CRIAÇÃO SIMBÓLICA,<br>CULTURA E EMPREENDEDORISMO..... | 17        |
| 2.2.1 Empreendedorismo cultural: o artesanato como fonte de renda.....                               | 20        |
| 2.2.2 Empreendedor Cultural.....                                                                     | 23        |
| <b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>                                                           | <b>26</b> |
| 3.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA .....                                                                     | 26        |
| 3.2 MÉTODO DE ESTUDO .....                                                                           | 27        |
| 3.3 UNIDADE DE ANÁLISE E CRITÉRIOS PARA A ESCOLHA DO CASO.....                                       | 27        |
| 3.4 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS.....                                                                  | 28        |
| 3.5 ESTRATÉGIA DE ANÁLISE .....                                                                      | 29        |
| 3.6 PROTOCOLO DE ESTUDO DE CASO .....                                                                | 30        |
| <b>4 A ASSOCIAÇÃO DE ARTESÃS DO MUNICÍPIO DA BARRA DOS COQUEIROS .....</b>                           | <b>31</b> |
| <b>5 ANÁLISE DOS DADOS.....</b>                                                                      | <b>33</b> |
| 5.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DAS ARTESÃS .....                                                          | 33        |
| 5.2 EMPREENDEDORISMO CULTURAL E ARTESANATO.....                                                      | 35        |
| 5.2.1 Empreendedorismo cultural: A visão das artesãs.....                                            | 35        |
| 5.2.2 Atividades desempenhadas pelas artesãs.....                                                    | 36        |
| 5.2.3 Motivação para a atividade artesanal.....                                                      | 38        |
| 5.2.4 Perfil empreendedor das artesãs.....                                                           | 40        |
| 5.3 DIFICULDADES E AS PERSPECTIVAS PARA EMPREENDER NA CULTURA .....                                  | 42        |
| 5.3.1 Desafios enfrentados pelas artesãs .....                                                       | 42        |
| 5.3.2 Perspectivas Futuras .....                                                                     | 44        |
| <b>6 CONCLUSÃO.....</b>                                                                              | <b>47</b> |
| 6.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....                                                                       | 48        |
| <b>APÊNDICE A. ROTEIRO DE ENTREVISTA .....</b>                                                       | <b>57</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

As pesquisas sobre o empreendedorismo cultural estão em desenvolvimento, sendo assim, ainda é um tema complexo e pouco aprofundado, principalmente na busca pela integração dessas duas abordagens: a cultura e o empreendedorismo (Davel, Cora, 2016; Kogut, Gimenez, 2022). Apesar disso, as indústrias culturais são uma das atividades com maior potencial de crescimento social e econômico, contribuindo para um compromisso com a inclusão cultural e profissional na vida das comunidades, a partir da criação de empregos (UNESCO, 2024).

No âmbito econômico, o setor da cultura tem se destacado de forma significativa no país. De acordo com dados divulgados pelo Observatório Itaú Cultural, no ano de 2020, a economia da cultura, juntamente com as indústrias criativas do país, mobilizou um total de R\$ 230,14 bilhões, o que representou 3,11% do Produto Interno Bruto (PIB). Assim, percebe-se que a cultura está se evidenciando como uma possibilidade valiosa para a criação de negócios no Brasil, com aproximadamente 387 mil empresas registradas no setor cultural em 2021 (IBGE, 2023).

Além disso, de acordo com o autor Benhamou (2007), a cultura também é um setor que cria oportunidades de trabalho. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2022, o setor cultural reuniu 5,4 milhões de trabalhadores, correspondendo a 5,6% dos ocupados no Brasil. As empresas também estão ganhando destaque entre as de alto crescimento no país, representando cerca de 6,9% das empresas registradas no Cadastro Central de Empresas (IBGE, 2023). A receita líquida dessas empresas foi de R\$ 740,8 bilhões, correspondendo a 5,8% da receita líquida total do país (IBGE, 2023). Esses dados reforçam o crescimento das atividades econômicas no segmento cultural e a sua contribuição para o desenvolvimento econômico, evidenciando novas possibilidades de empreendedorismo nesse setor.

O setor de artesanato é um exemplo de atividade cultural e econômica com grande importância simbólica para a valorização e o desenvolvimento social e local de uma região (Moraes; Lacerda, 2021). Segundo a Agência Sebrae de Notícias (2022), o setor de artesanato movimenta cerca de R\$ 50 bilhões por ano, representando aproximadamente 3% do Produto Interno Bruto (PIB). Ele reúne cerca de 8,5 milhões de artesãos, sendo a maioria constituída de mulheres que vivem

diretamente da produção. Em Sergipe, de acordo com os dados do Governo Estadual, existem mais de 5 mil profissionais artesãos ativos. Convém destacar que o setor de artesanato está em ritmo crescente, consolidando-se como setor econômico importante, inclusive gerando emprego e renda, e também servindo como um ambiente para a empreender (Lemos, 2011; Lima, 2020).

No entanto, embora o segmento artesanal seja uma força notável no campo cultural do país, ainda enfrenta desafios. Apesar da profissão de artesão ser reconhecida e regulamentada por lei, sua participação nas estatísticas do setor é pouco expressiva, evidenciando a necessidade de dados mais precisos que revelem sua real presença no mercado de consumo (Ministério da Cultura, 2017). Outra situação é a dificuldade na produção e comercialização, resultante da escassez de estímulo público para atender à cadeia nacional. Isso significa que há pouco investimento governamental e, quando existente, raramente alcança os pequenos produtores culturais (Ministério da Cultura, 2017).

Um dos principais agentes envolvidos na disseminação do artesanato no país são as associações de artesanato, uma vez que a produção coletiva é uma das principais tendências do setor (Ministério da Cultura, 2017). Essas associações representam uma oportunidade de desenvolvimento tanto social quanto econômico, fortalecendo o grupo e ampliando os esforços individuais por meio do trabalho coletivo (Bier *et al.*, 2021).

Um exemplo significativo é a Associação de Artesãos do município da Barra dos Coqueiros (AABC), fundada em março de 2008. A instituição surgiu a partir de um projeto do Banco do Brasil denominado Desenvolvimento Regional Sustentável (DRS), que tem como objetivo promover a democratização do acesso ao crédito e a inclusão social produtiva, gerando trabalho e renda. Atualmente conta com 20 artesãos que expõem e comercializam os seus produtos no espaço da associação como renda de filé, crochê e tricô e, assim, garantem sua fonte de renda.

Diante de tudo que foi exposto, a presente pesquisa visa refletir sobre a seguinte problemática: **Como as artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros desenvolvem suas atividades na perspectiva do empreendedorismo cultural?**

Para ajudar a responder a problemática, este estudo teve como objetivo geral **compreender como as artesãs da associação do município da Barra dos**

**Coqueiros desenvolvem suas atividades na perspectiva do empreendedorismo cultural.** Para alcançar o objetivo geral foi necessário:

- a. Identificar o perfil socioeconômico das artesãs da associação;
- b. Descrever as atividades desenvolvidas pelas artesãs da associação;
- c. Apontar as dificuldades enfrentadas pelas artesãs e as perspectivas para empreender culturalmente por meio da associação.

O trabalho tem como justificativa contribuir para a compreensão do empreendedorismo cultural, uma vez que ainda há uma carência de estudos sobre o tema, devido à pouca profundidade dada à integração entre cultura e empreendedorismo na academia (Davel; Cora, 2016). Ademais, a pesquisa busca compreender o perfil dos empreendedores culturais, um tema que também conta com poucos estudos acadêmicos (Limeira, 2008).

Uma segunda justificativa é a crescente relevância da cultura no contexto atual. Desde a recriação do Ministério da Cultura em 2023, o governo está realizando ações que impulsionam as indústrias culturais, fomentando novos negócios, renda e emprego (Governo Federal, 2024). Além disso, até 2027, estados e municípios receberão R\$ 15 bilhões para investimentos no setor cultural, considerada a maior iniciativa voltada para essa área no país (Governo Federal, 2024). Diante desse cenário, o setor cultural tem conquistado cada vez mais relevância e se mostrado essencial. Portanto, é compreensível entender sobre o empreendedorismo nesse contexto, principalmente voltado para a área do artesanato.

Considerando que a pesquisadora reside no município da Barra dos Coqueiros, foi possível observar que os trabalhos dos artesãos locais são pouco divulgados e que há uma carência na valorização e disseminação de sua história na cidade. A partir disso, surgiu o interesse em compreender os desafios enfrentados por esses artesãos em sua jornada empreendedora no cenário cultural do município. Assim, esta pesquisa busca não apenas auxiliar a associação a entender melhor seu próprio negócio, mas também permitir que a sociedade reconheça a importância do trabalho artesanal local, tanto do ponto de vista econômico quanto histórico.

Por fim, este trabalho está estruturado da seguinte maneira: o primeiro capítulo apresenta a introdução, contendo o problema de pesquisa, o objetivo geral e os específicos e a justificativa. No capítulo seguinte será apresentada a fundamentação teórica, com foco nos conceitos de cultura e empreendedorismo cultural, bem como o perfil do empreendedor cultural. Em seguida, será detalhada a metodologia utilizada

na pesquisa; depois constará a parte sobre a análise dos dados coletados; e na última parte, na conclusão, será discutido o que foi abordado no trabalho.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, são exploradas as seguintes abordagens teóricas: cultura e empreendedorismo cultural, com foco no artesanato e nas características do perfil do empreendedor cultural.

### 2.1 A CULTURA E SUA RELEVÂNCIA ECONÔMICA

O conceito de cultura não tem uma única definição aceita por todos. Dessa forma, diferentes pesquisadores e áreas do conhecimento entendem e utilizam o termo de maneiras distintas (Francisco; Zimbico, 2022). No presente trabalho, adota-se uma perspectiva construtivista de cultura. Nessa abordagem, entende-se que a cultura não surge apenas como resposta aos acontecimentos, mas atua de forma ativa na constituição da realidade social. Ela é um processo que produz significados, molda sujeitos sociais e influencia diretamente a forma como o mundo é compreendido e estruturado (Hall, 2016).

Nas ciências sociais, a cultura é compreendida como um conceito centrado nas construções sociais, nas ideias e nas práticas que definem a vida em sociedade (Cuché, 1999). De acordo com Laraia (2001), a noção moderna de cultura foi inicialmente sistematizada por Edward Tylor, que a definiu como um conjunto interligado de elementos que compõem a vida social, como conhecimentos, crenças, arte e costumes de uma sociedade.

Na visão de Geertz (1989), a cultura não é apenas um conjunto de práticas de comportamento, ela deve ser compreendida como um sistema de significados que os seres humanos criam e que influenciam suas ações. Dessa forma, os símbolos desempenham um papel central em sua interpretação. Para Bauman (2012), a cultura é um campo em que o conhecimento e o desenvolvimento humano estão conectados. Assim, é por meio dela que as pessoas exploram, entendem e moldam o mundo, enquanto buscam crescer e alcançar suas aspirações mais elevadas.

A cultura é um conjunto que inclui aspectos espirituais, materiais, intelectuais e emocionais de uma sociedade, abrangendo desde as expressões artísticas até os modos de vida, sistemas de valores e crenças. Ela é o que confere identidade a um grupo social, influenciando e sendo influenciada por todos os aspectos da vida humana (UNESCO, 2009).

Atualmente, a cultura é amplamente reconhecida como um meio de desenvolvimento, proporcionando significado à existência humana. Além de seu valor simbólico, ela pode gerar receitas por meio do turismo e do artesanato, por exemplo, e contribuir para o desenvolvimento sustentável de uma região. Essas transformações na criação, produção, distribuição e consumo cultural demonstram que o setor cultural cresceu em termos absolutos, muitas vezes superando áreas tradicionais da economia (UNESCO, 2009).

Ademais, a cultura é vista como algo que deve ser difundido e compartilhado entre as pessoas, o que promove o desenvolvimento e melhora os espaços públicos (Stonkutė *et al.*, 2021). Nesse contexto, a arte e as expressões culturais desempenham uma forma significativa para estabelecer conexões e transformar as manifestações culturais em atrações turísticas ou produtos de valor econômico. Isso pode impulsionar a geração de receita para comunidades, como ocorre com a venda de produtos artesanais (Stonkutė *et al.*, 2021).

Para Alexandrino (2022), a cultura expressa a diversidade de um povo, contribuindo com o desenvolvimento social e econômico de uma região disseminando os valores e costumes locais. Nesse sentido, ela é um instrumento essencial para o crescimento sustentável, pois permite que uma localidade se desenvolva sem comprometer sua identidade ou seu ambiente. Além disso, ao ser valorizada, a cultura pode se tornar um fator estratégico para a geração de renda e fortalecimento da economia local, tornando-a mais resistente a crises financeiras globais (Lima *et al.*, 2024).

Com a crescente valorização da cultura, os produtos e bens culturais passaram a ser distribuídos em maior escala, alcançando diversas regiões e públicos, tornando-se um setor de alcance global, tanto quanto a fabricação de produtos industriais (Yúdice, 2004). Vale destacar que o setor cultural pode contribuir para a solução de problemas sociais, uma vez que gera empregos e desempenha um papel estratégico na economia. Também exerce influência na promoção da igualdade de gênero, na inserção qualificada de jovens no mercado de trabalho e no incentivo à inovação tecnológica (Limeira, 2008; Yúdice, 2004; Bassit, 2017).

Observa-se, portanto, que o papel da cultura sofreu algumas modificações, devido à globalização e aos avanços tecnológicos, e passou a ser um campo mais amplo, transitando dos campos clássicos, como a música, para outros campos, como o da economia (Lins, 2017; Yúdice, 2004). Um fator determinante para essa mudança



foi o reconhecimento, por parte de instituições financeiras como o Banco Mundial e a União Europeia, do potencial econômico da cultura como um setor promissor de investimentos (Yúdice, 2004).

Nesse cenário, surgiu a economia da cultura, que começou a ganhar reconhecimento institucional a partir dos anos 1970 (Benhamou, 2007; Pozzer, 2023). Esse campo se destaca por aplicar conceitos econômicos e metodologias tradicionais da economia para entender como os processos ligados a ela funcionam e geram valor (Pozzer, 2023). Assim, a economia da cultura assegura que o campo da cultura tenha um papel nas negociações internacionais e, assim, promover o envolvimento do setor corporativo nas questões culturais, atuando como parceiro em projetos do setor (Reis, 2007).

Diante disso, a cultura passou a ser vista como um campo capaz de influenciar o empreendedorismo, isso porque a cultura pode utilizar os valores e crenças de uma sociedade para criar oportunidades de negócios (Basaglia, 2013). Por outro lado, o empreendedorismo também pode moldar a cultura ao proporcionar inovações nos valores e crenças das comunidades. Com isso, cultura e empreendedorismo mantêm uma relação de interdependência, influenciando-se mutuamente (Basaglia, 2013).

## 2.2 EMPREENDEDORISMO CULTURAL: A CONEXÃO ENTRE CRIAÇÃO SIMBÓLICA, CULTURA E EMPREENDEDORISMO

O conceito de empreendedorismo evoluiu ao longo do tempo em alinhamento às transformações que ocorreram na sociedade. As mudanças sociais e econômicas influenciaram essa noção, que deixou de estar restrita apenas às transações comerciais e passou a abranger a inovação e a criação de novos negócios (Carmo *et al.*, 2021).

Para Dornelas (2008), o empreendedorismo depende de indivíduos que têm a capacidade de identificar oportunidades e tomar decisões estratégicas para aproveitá-las. Também pode ser compreendido como a arte de transformar ideias em ação por meio da motivação e criatividade. Esse processo envolve o trabalho em grupo, a disposição para assumir riscos calculados e ser proativo ao lidar com desafios e oportunidades, além da capacidade de criar algo novo ou diferente (Baggio; Baggio, 2014).

Dentro dessa perspectiva, o empreendedorismo engloba diversas modalidades, sendo uma delas o empreendedorismo cultural, definido como uma atividade com uma forte conexão cultural (Ratten, 2023). O conceito de empreendedorismo cultural surgiu pela primeira vez com o sociólogo Paul Dimaggio em 1982, ao destacar a criação de formas artísticas e culturais consideradas mais sofisticadas e intelectuais, geralmente valorizadas e apoiadas por grupos específicos ou instituições com recursos financeiros e influência (Dimaggio, 1982 *apud* Ratten; Ferreira 2017).

A partir do final do século XIX, à industrialização da cultura transformou o consumo cultural. Como resultado, os produtos e bens culturais passaram a ser distribuídos em maior escala, alcançando diversas regiões e pessoas e, assim, surgindo uma nova indústria: a indústria cultural (Yúdice, 2004; Jiménez, 2019). Entretanto, a curiosidade acadêmica e a do mercado sobre o empreendedorismo cultural aumentaram após as indústrias culturais e criativas ganharem destaque nos setores econômicos e assim serem reconhecidas pelos políticos no início dos anos 2000 (Kostadinova *et al.*, 2020).

As indústrias culturais são definidas como “aquelas que produzem e distribuem bens e serviços culturais” (UNESCO, 2005). Esse setor abrange diversas áreas das artes criativas, tais como música, dança, literatura, artes visuais, artesanato, vídeo, multimídias e artes performáticas (Souza *et al.*, 2020). Com o avanço dessas indústrias, o interesse pela pesquisa empresarial também cresceu, tornando o empreendedorismo cultural uma área do conhecimento promissora (Stonkutė *et al.*, 2021).

Esse tipo de empreendedorismo busca transformar a realidade social de comunidades carentes, utilizando a cultura como uma ferramenta de inclusão e desenvolvimento. Para isso, inclui iniciativas que promovem o acesso à cultura, valorizam as tradições locais e criam oportunidades econômicas para os moradores desses bairros (Campos; Davel, 2017).

Nesse sentido, o empreendedorismo cultural não ocorre isoladamente, mas é influenciado por um conjunto de fatores que se desenvolvem dentro de um contexto social e impactam a sociedade. Assim, ao analisar o conceito de empreendedorismo, é essencial considerar aspectos sociais, econômicos, culturais e políticos (Souza, 2015).

O empreendedorismo cultural também se concentra na preservação e promoção de tradições, heranças e costumes locais. Ele busca manter vivas as práticas culturais ao integrá-las a produtos e serviços empresariais, transformando-as em oportunidades de negócios (Ratten, 2023).

Segundo definido por Banks *et al.* (2000, p. 453), o empreendedorismo cultural está “diretamente relacionado com a produção de bens e serviços culturais, produtos cujo principal valor é simbólico, derivado da sua função como portadores de significados em imagens, símbolos, sinais e sons”. Dessa forma, os produtos culturais destacam-se não apenas por sua utilidade prática, mas também pela capacidade de transmitir emoções e histórias por meio das suas criações.

Os autores Davel e Cora (2016) apresentam três conceitos sobre o empreendedorismo cultural, fundamentando suas ideias na cultura. O primeiro apresenta a cultura como um discurso simbólico. Nessa perspectiva, os elementos culturais são utilizados como uma ferramenta para construir um discurso persuasivo, com a missão convencer ou até mesmo influenciar os parceiros de negócios. Desse modo, no empreendedorismo cultural, as histórias têm um papel fundamental, ajudando a criar um sentimento de conexão, atraindo apoio e impulsionando o desenvolvimento dos empreendimentos.

O outro conceito considera a cultura como criação simbólica. Nesse contexto, ela não é algo estática ou separada, mas se complementa ao processo de empreendedorismo. Essa interação confere à prática empreendedora um caráter único, em que a criação não é apenas econômica, mas também simbólica e cultural. Toda criação está ligada à cultura, pois é a cultura que fornece as bases e referências, portanto, a produção artística é influenciada pelos valores, símbolos e tradições de um determinado contexto cultural (Davel; Cora, 2016).

O empreendedorismo cultural também pode estar relacionado ao consumo cultural ou simbólico. Nesse sentido, deve ser compreendido a partir da relação entre produção e consumo de bens simbólicos, que não são consumidos apenas por sua utilidade prática, mas pelo significado que carregam e pelas experiências que proporcionam (Davel; Cora, 2016).

Ademais, o empreendedorismo cultural também pode ser entendido como uma ação social, pois causa um impacto positivo na sociedade, proporcionando benefícios coletivos, como a preservação da identidade cultural local. Do mesmo modo, contribui para emancipação, isso porque os empreendedores focados nas atividades culturais

podem descobrir novos talentos e potencialidades, o que o leva à emancipação pessoal e profissional (Souza, 2015).

Deste modo, o empreendedorismo cultural é uma atividade que estabelece negócios e leva ao mercado produtos e serviços culturais e criativos que abrangem um valor cultural, mas também têm o potencial de gerar receitas financeiras (Dobrevá; Ivanov, 2020). Além disso, o empreendedorismo cultural desempenha um papel fundamental no desenvolvimento regional, destacando-se pelo reconhecimento das artes e pelo desenvolvimento econômico de uma região, desempenhando um papel essencial na economia e na sociedade ao preservar tradições e costumes locais e contribuindo para a estabilidade econômica regional (Ratten; Ferreira, 2017).

Por fim, os empreendimentos culturais vêm se expandindo como uma excelente ferramenta dentro do contexto social e econômico, especialmente no Brasil (Limeira, 2008). Assim, os negócios culturais podem ajudar a região a equilibrar o seu capital social e econômico, promovendo a geração de renda e a valorização local em um nível periférico, contribuindo no sustento das pessoas da região em que está inserido (Lima *et al.*, 2024).

### **2.2.1 Empreendedorismo cultural: o artesanato como fonte de renda**

Dentro do empreendedorismo cultural, o artesanato representa uma área com grande potencial de geração de renda e preservação do patrimônio cultural (Valiati *et al.*, 2017). De acordo com o Portal do Artesanato Brasileiro (2021), o artesanato é: “toda produção resultante da transformação de matérias-primas em estado natural ou manufaturada, por meio do emprego de técnicas de produção artesanal, que expresse criatividade, identidade cultural, habilidade e qualidade”.

O artesanato é uma prática que ocupa uma posição fundamental na história, perpetuando saberes e costumes por meio de objetos produzidos manualmente (Barbosa *et al.*, 2023). No Brasil, a origem do artesanato está ligada às práticas das comunidades indígenas que, após a colonização portuguesa, passaram a interagir com outras culturas, resultando em um conjunto diversificado de habilidades artesanais, posteriormente enriquecidas com elementos da cultura africana e de diversas regiões do país. No século XX, o movimento de preservação cultural e a valorização do artesanato brasileiro ganharam força, impulsionando a produção de

peças únicas e autênticas, que evidenciaram a criatividade das artes nacionais (Barbosa *et al.*, 2023).

Com grande diversidade e originalidade, o artesanato brasileiro possui potencial de expansão no mercado internacional. As peças artesanais preservam tradições que se transformam ao longo do tempo, ainda assim, mantêm a sua originalidade, resultado da fusão de diversas heranças culturais. Apoiar esse setor contribui para a redução das desigualdades regionais e a preservação dos valores culturais locais (Santos; Souza, 2016).

O artesanato se contrapõe à lógica da produção em massa, que prioriza a padronização e a redução de custos. Ao contrário da indústria, valoriza a personalização, a criatividade e a singularidade, características que representam ao mesmo tempo um diferencial e um desafio para o setor (Cezar; Fantinel, 2018).

Com a promulgação da Lei nº 13.180/2015, o artesanato foi reconhecido oficialmente como profissão. A legislação define o artesão como "toda pessoa física que desempenha suas atividades profissionais de forma individual, associada ou cooperativada". Assim, o artesão é considerado um agente de desenvolvimento econômico e social, cujas atividades beneficiam não apenas sua família, mas também sua comunidade, promovendo crescimento econômico e preservação cultural (Lavor, 2024). Para o reconhecimento formal da profissão, é necessário possuir uma carteirinha de identificação que comprova a técnica artesanal utilizada.

A Portaria nº 1.007/2018 estabelece que a produção artesanal requer conhecimentos específicos e habilidades técnicas, permitindo a criação de produtos que refletem valores culturais. Essas técnicas permitem que o artesanato seja uma alternativa de sustento para pessoas que não conseguem emprego formal, pois proporciona renda e oportunidades de trabalho (Lemos, 2011). Assim, o trabalho artesanal alia tradição, autonomia e flexibilidade, permitindo que os artesãos trabalhem de forma independente e preservem práticas culturais e familiares (Lavor, 2024).

No campo feminino, o trabalho artesanal tem se mostrado uma alternativa importante de geração de renda, principalmente entre mulheres de classes sociais mais vulneráveis, que enfrentam dificuldades de inserção no mercado formal de trabalho (Soares Junior; Carvalho, 2021). Apesar do avanço nas oportunidades de emprego, muitas mulheres ainda optam por essa atividade por possibilitar flexibilidade de horários e conciliação com tarefas domésticas. Além disso, o artesanato favorece

a autonomia financeira, o que é essencial em contextos onde elas são as principais responsáveis pela manutenção da família (Soares Junior; Carvalho, 2021).

Nesse setor, a cooperação é um exemplo claro de como os artesãos conseguem fortalecer a sua rede de vendas e aumentar a visibilidade de seus produtos. Embora cada profissional seja responsável por comercializar suas próprias peças, existe uma colaboração mútua que é essencial para o sucesso coletivo, as feiras locais e associações são exemplos de espaços que proporcionam um ambiente no qual os produtos artesanais ganham visibilidade (Santos *et al.*, 2010).

As associações são consideradas um dos modelos de organização da produção artesanal. Conforme a Portaria nº 1.007, de 11 de junho de 2018, as associações são conceituadas como “uma instituição de direito privado, sem fins lucrativos, constituída com o objetivo de defender e zelar pelos interesses de seus associados”. Essa atuação coletiva permite que seus membros disputem no ambiente econômico em busca de objetivos individuais, mas ao mesmo tempo resgatem o engajamento político e participativo (Bier *et al.*, 2021).

O impacto do artesanato no fortalecimento da identidade local é significativo, pois sua produção artesanal está diretamente ligada à cultura regional (Santos *et al.*, 2010). A produção artesanal no Brasil não é diferente, ela é usada como uma estratégia para promover o desenvolvimento em várias áreas: humano, cultural, social e econômico. É uma forma de preservar e transmitir conhecimentos e técnicas ancestrais, garantindo que essas tradições não sejam esquecidas (Santos *et al.*, 2024).

Para diversas famílias, especialmente nas periferias e áreas rurais, o artesanato representa mais do que uma atividade cultural, é um instrumento de sobrevivência. Ele viabiliza o acesso a recursos para necessidades básicas como alimentação, saúde e educação, sendo, portanto, um meio de fortalecimento socioeconômico (Lemos, 2011).

No entanto, para que possa prosperar como uma atividade econômica, os artesãos devem incorporar práticas do meio empresarial e também adotar uma mentalidade empreendedora. Isso permitirá que eles não apenas mantenham a relevância cultural do artesanato, mas também assegurem seu sucesso econômico a longo prazo (Lavor, 2024).

### 2.2.2 Empreendedor Cultural

O empreendedor cultural é visto como um agente central dentro do contexto do empreendedorismo cultural, visto que ele busca organizar os recursos necessários para a criação dos projetos culturais, principalmente os recursos financeiros (Limeira, 2008). Além disso, tem o papel fundamental na manutenção de redes sociais, articulando contatos que favorecem a colaboração entre os envolvidos nos negócios culturais. Esse profissional também está envolvido no desenvolvimento das iniciativas culturais, desde a concepção da ideia, a organização e gestão dos recursos visando a boa utilização e até a sustentação dos empreendimentos culturais (Limeira, 2008).

Independente da área em que atua, o empreendedor deve possuir algumas características, como as que são apresentadas por Dornelas (2008), como enfrentar riscos calculados, resiliência e a persistência são essenciais para continuar o seu negócio, capacidade de criar soluções novas e eficientes para os problemas, além de enxergar oportunidades onde outras pessoas veem dificuldades.

Para Limeira (2008), o empreendedor cultural é um indivíduo observador, que identifica oportunidades e necessidades voltadas para o mercado cultural, de lazer ou de entretenimento, como, por exemplo, aproveitar a ausência de espaços voltados para a cultura em uma determinada região. Assim, quando identificada a oportunidade, o empreendedor cultural cria e desenvolve o seu negócio com foco no lucro e na sustentabilidade atendendo a demanda encontrada (Limeira, 2008).

Segundo Michetti e Burgos (2016), o empreendedor cultural é uma pessoa física ou um grupo que pode atuar de forma informal ou ser registrado como entidade legal, empresa ou até associação. Eles atuam em atividades relacionadas à cultura, contribuindo para a produção e disseminação cultural. Seu trabalho é influenciado por fatores sociais, educacionais e de mercado, que impactam diretamente a mobilização de recursos e o sucesso do empreendimento.

Vale destacar que o sucesso do empreendedor cultural não depende apenas de fatores econômicos, mas também de fatores externos e internos, como o acesso a investimentos para iniciar seu negócio e até mesmo as suas habilidades e qualidades na gestão do seu empreendimento. Portanto, o empreendedor deve levar em consideração o ambiente em que está inserido (Reis; Zille, 2020).

Convém salientar que, dentro do panorama cultural, existem diversos papéis importantes, como criadores, gestores e produtores culturais. No entanto, o

empreendedor cultural se diferencia desses perfis por quatro aspectos principais. O primeiro é que o empreendedor é o criador do negócio, o segundo aspecto é que por ser o proprietário ele assume riscos necessários, além disso, é o responsável pela busca de recursos econômico-financeiros e também para formular os planos estratégicos para desenvolvimento do negócio (Limeira, 2008).

Nesse cenário Michetti e Burgos (2016) discutem quatro tipologias de empreendedor cultural no Brasil, com características e abordagens distintas. Um dos perfis apresentados é o empreendedor cultural por necessidade, refere-se aos indivíduos ou grupos que vivem em condições instáveis, com menor acesso a oportunidades e infraestruturas. Esse é o caso das regiões periféricas das áreas metropolitanas. Também inclui localidades próximas às grandes capitais culturais, que muitas vezes não recebem a mesma atenção que os grandes centros. Com isso, esse empreendedor sofre com a falta de oportunidades econômicas, enfrentando dificuldades para manter o seu empreendimento e por consequência, tendem a trocar os seus projetos por oportunidades melhores, priorizando empregos mais seguros e estáveis e assim garantindo uma segurança financeira melhor (Michetti e Burgos, 2016).

Para Klamer (2011), bons empreendedores culturais são aqueles que são capazes de identificar e aproveitar as oportunidades que surgem no meio cultural, utilizando a sua criatividade para desenvolver os seus produtos como também para organizar as suas finanças, tendo a arte como sua principal paixão. Klamer (2011) ainda destaca que os empreendedores culturais são convincentes, pois influenciam as pessoas ao seu redor a se envolverem com a arte. Assim, conseguem mobilizar recursos financeiros, como a doações, além de demonstrarem coragem, fé e esperança.

A habilidade de contar histórias é um dos pilares centrais no empreendedorismo cultural. As narrativas que os empreendedores contam sobre sua arte, práticas e comunidades carregam não só elementos culturais e simbólicos, mas também uma forte carga emocional. Isso cria uma conexão com o público, porque as pessoas tendem a se identificar com narrativas que refletem suas próprias experiências, histórias ou valores (Davel; Cora, 2016).

No entanto, os empreendedores culturais enfrentam alguns desafios. Gimenez (2018) destaca que o empreendedor da área cultural não atua sozinho, ou seja, para que seus negócios tenham sucesso, eles precisam se conectar com outras pessoas



da economia, como patrocinadores, investidores, órgãos governamentais, empresas privadas e até outros empreendedores. Um dos principais desafios de quem empreende no setor cultural é encontrar um meio-termo entre o mercado e a criatividade, pois, enquanto o mercado demanda produtos comercializáveis e competitivos, a criatividade está associada à expressão de ideias, emoções e significados (Gimenez, 2018).

Dessa forma, o empreendedor atuante na área cultura não age apenas individualmente, mas sim no coletivo, considerando o contexto em que está inserido. Ele promove valores sociais, culturais e públicos que beneficiam toda a sociedade, especialmente os mais vulneráveis (Souza, 2015). Têm a capacidade de transformar recursos locais em produtos que geram valor econômico e, ao fazer isso, eles fortalecem a identidade cultural da região e dão visibilidade à cultura local (Lima et al, 2024).

Portanto, os empreendedores culturais focam nas mudanças e são agentes de criação e inovação cultural. Eles encontram oportunidades de maneira inteligente, assumem riscos pessoais, financeiros e psicológicos, e enfrentam incertezas, além de buscarem todos os recursos necessários para as suas empresas culturais (Toghraee; Monjezi, 2017). Estão em constante atualização e adaptação, renovando-se e acompanhando as mudanças culturais, tecnológicas e sociais para se manterem relevantes e bem-sucedidos em qualquer área do setor cultural (Santos *et al.*, 2020).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente capítulo trata dos procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento desta pesquisa. Esta pesquisa buscou compreender como as artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros/SE desenvolvem suas atividades na perspectiva do empreendedorismo cultural. Diante disso, foi adotada a abordagem qualitativa, com objetivo exploratório, o método de pesquisa adotado foi o estudo de caso, e a técnica de coleta de dados foi a entrevista semiestruturada, mediante a análise de conteúdo.

#### 3.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA

Tendo em vista que o objetivo geral do trabalho é compreender como as artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros desenvolvem suas atividades na perspectiva do empreendedorismo cultural, e considerando a natureza do problema, realizou-se uma pesquisa qualitativa.

Conforme Martins e Theóphilo (2007), a abordagem qualitativa consiste em relatar os elementos de um fato, fenômeno ou situação, com foco na compreensão dos motivos e dos contextos por trás do que está sendo analisado, permitindo a reflexão e análise dos dados coletados. Na visão de Gerhardt e Silveira (2009), a pesquisa qualitativa busca um detalhamento mais profundo sobre um grupo social ou uma organização, visando compreender e esclarecer as relações sociais.

Com base nos objetivos do estudo, esta pesquisa foi categorizada como exploratória. Para Moresi (2003), a pesquisa exploratória é utilizada quando há pouco conhecimento sobre o tema a ser estudado. Ela serve como uma etapa inicial para compreender melhor o campo de estudo e identificar questões ou aspectos que precisam ser mais investigados. Marconi e Lakatos (2017) afirmam que a pesquisa exploratória não se limita a reforçar o conhecimento já existente, mas tem como papel central abrir caminhos para novas descobertas e reflexões, especialmente em temas pouco estudados.

Considerando isso, e levando em conta que o tema do empreendedorismo cultural ainda é pouco aprofundado na literatura (Davel; Cora, 2016), essa abordagem foi escolhida para esta pesquisa.

### 3.2 MÉTODO DE ESTUDO

O método de pesquisa escolhido foi o estudo de caso. Conforme Yin (2001), essa técnica examina fenômenos inseridos em contextos reais, principalmente quando os limites entre o fenômeno e o ambiente não estão claramente definidos. Neste trabalho, adotou-se o estudo de caso com a intenção de preservar o objeto de pesquisa em sua totalidade. Essa estratégia metodológica é apropriada para situações em que o fenômeno analisado não pode ser separado do contexto em que ocorre, o que é fundamental nesta pesquisa, já que o empreendedorismo cultural das artesãs está diretamente relacionado às suas atividades (Yin, 2001).

Diante disso, considerando que o foco é compreender as práticas empreendedoras culturais desenvolvidas pelas artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros, o estudo de caso revela-se como a abordagem metodológica mais adequada. Optou-se, especificamente, pelo estudo de caso único, o qual, segundo Yin (2001), é justificável quando o caso é revelador, ou seja, quando o pesquisador tem acesso a um fenômeno pouco explorado pela literatura acadêmica.

Dessa forma, a pesquisa oferece contribuições originais ao proporcionar acesso a informações inéditas sobre as artesãs da referida associação, suas atividades, as dificuldades enfrentadas e suas perspectivas futuras, permitindo uma análise aprofundada de um contexto que ainda não havia sido amplamente documentado.

### 3.3 UNIDADE DE ANÁLISE E CRITÉRIOS PARA A ESCOLHA DO CASO

Conforme Yin (2001), a unidade de análise é o elemento central de um estudo e está diretamente ligada às questões iniciais da pesquisa. Neste estudo, a unidade de análise são as artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros. O objetivo é compreender como elas desenvolvem suas atividades sob a perspectiva do empreendedorismo cultural. A escolha da associação justifica-se por sua representatividade cultural e pela forma como as artesãs enfrentam desafios, identificam oportunidades no mercado artesanal e atuam na preservação e promoção da cultura local.

### 3.4 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados desta pesquisa foi realizada por meio de uma entrevista semiestruturada, elaborada de forma a atender aos objetivos definidos para o estudo. Para Michel (2015), a entrevista é uma conversa entre duas pessoas, na qual o entrevistador faz perguntas ao entrevistado sobre um determinado tema, com natureza profissional e reconhecida como um instrumento essencial na pesquisa no meio social.

De acordo com Boni e Quaresma (2005), as entrevistas semiestruturadas combinam perguntas abertas e fechadas, permitindo que o entrevistado discorra sobre o tema proposto. Ao conduzir esse tipo de entrevista, o pesquisador segue um conjunto de questões previamente definidas que servem como guia para a conversa. No entanto, mesmo com um roteiro estabelecido, há liberdade para adaptar as perguntas conforme o desenrolar da entrevista (Boni; Quaresma, 2005).

Para a elaboração do roteiro da entrevista, foram estabelecidas, com base na fundamentação teórica, com a finalidade de responder os objetivos específicos desta pesquisa, três categorias analíticas e treze elementos de análise, conforme apresentado no Quadro 1.

**Quadro 1 – Categorias analíticas e elementos de análise**

(continua)

| Objetivos específicos                                              | Categoria Analítica                    | Elementos de Análise                                                                                                                                           | Questões do Instrumento de Pesquisa |
|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Identificar o perfil socioeconômico das artesãs da associação.     | Perfil socioeconômico das artesãs      | Estado Civil;<br>Gênero;<br>Faixa Etária;<br>Naturalidade;<br>Nível de escolaridade;<br>Número de filhos;<br>Renda.                                            | 1 a 7                               |
| Descrever as atividades desenvolvidas pelas artesãs da associação. | Empreendedorismo cultural e artesanato | Conceito de empreendedorismo cultural;<br>Atividades desempenhadas pelas artesãs;<br>Motivação para a atividade artesanal;<br>Perfil empreendedor das artesãs. | 8 a 12                              |

(conclusão)

| Objetivos específicos                                                                                  | Categoria Analítica                                       | Elementos de Análise                                     | Questões do Instrumento de Pesquisa |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Apontar as dificuldades enfrentadas e as perspectivas futuras enfrentadas pelas artesãs da associação. | Dificuldades e as perspectivas para empreender na cultura | Desafios enfrentado pelas artesãs; Perspectivas futuras. | 13 a 17                             |

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

3.5 ESTRATÉGIA DE ANÁLISE

A análise de conteúdo é uma abordagem de pesquisa que tem como objetivo a descrição objetiva e sistemática do conteúdo expresso na comunicação (Bardin, 1977). Segundo Martins e Theóphilo (2007), essa técnica é geralmente usada após a realização de entrevistas e, por meio dela, busca-se alcançar conclusões confiáveis mediante o discurso dos entrevistados.

No contexto desta pesquisa, a análise de conteúdo foi utilizada para compreender como as artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros desenvolvem suas atividades na perspectiva do empreendedorismo cultural. A análise de conteúdo pode ser uma ferramenta essencial para entender as características de personalidade dos indivíduos (Michel, 2015).

Dessa forma, a análise dos dados seguiu as etapas sugeridas por Bardin (1979). A primeira fase foi a pré-análise que consistiu na transcrição das entrevistas que foram gravadas e realizadas com as artesãs, após a transcrição, iniciou-se a leitura do material, que teve como objetivo analisar e fornecer uma visão geral das falas das artesãs. A segunda fase da exploração do material envolveu a codificação e categorização do material transcrito. E por último, o tratamento dos resultados onde realizou-se uma interpretação reflexiva dos dados coletados estabelecendo relações entre os resultados e as teorias existentes.

### 3.6 PROTOCOLO DE ESTUDO DE CASO

De acordo com Yin (2001), o protocolo de estudo de caso é um instrumento que auxilia na organização e na orientação dos procedimentos da pesquisa, garantindo que ela seja conduzida de forma organizada, rigorosa e confiável.

**Quadro 2 – Protocolo de estudo de caso**

|                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Problema de pesquisa</b>                            | Como as artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros desenvolvem suas atividades na perspectiva do empreendedorismo cultural?                                                                                                                                                                         |
| <b>Unidade de análise</b>                              | Artesãs                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Limite de tempo</b>                                 | 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Validade dos dados</b>                              | Entrevista semiestruturada                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Objetivos específicos</b>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar o perfil socioeconômico das artesãs da associação;</li> <li>- Descrever as atividades desenvolvidas pelas artesãs da associação;</li> <li>- Apontar as dificuldades enfrentadas e as perspectivas futuras enfrentadas pelas artesãs da associação.</li> </ul> |
| <b>Procedimento de campo do protocolo (PREPARAÇÃO)</b> | Elaboração do roteiro de entrevista.<br>Contato com as entrevistadas.                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Procedimento de campo do protocolo (AÇÃO)</b>       | Agendamento das entrevistas.<br>Realização das entrevistas.<br>Transcrição das entrevistas.                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Relatório do estudo de caso</b>                     | Estruturação dos dados coletados<br>Comparação dos dados com a fundamentação teórica                                                                                                                                                                                                                               |

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Yin (2025)

No próximo capítulo, será abordado a associação de artesãs do município da Barra dos Coqueiros. Serão apresentados seu histórico, processo de formação, estrutura organizacional e a forma como se dá a atuação de seus membros, com base nas entrevistas realizadas com as artesãs participantes.

#### **4 A ASSOCIAÇÃO DE ARTESÃS DO MUNICÍPIO DA BARRA DOS COQUEIROS**

Esta seção foi elaborada a partir das entrevistas realizadas com as artesãs, que compartilharam um pouco da história, origem e organização da associação.

A associação de artesãos do município da Barra dos Coqueiros em março de 2008 e atualmente conta com 20 artesãos, sendo 18 mulheres e 2 homens. A associação foi criada a partir de um projeto desenvolvido pelo Banco do Brasil denominado Desenvolvimento Regional Sustentável (DRS) focado principalmente no incentivo ao associativismo e cooperativismo que buscava fortalecer as economias locais por meio das práticas sociais, culturais e ambientais de cada região, ou seja, promover os pontos fortes para gerar crescimento sustentável da localidade.

A estrutura organizacional da associação é composta por diversos cargos e funções essenciais ao seu funcionamento. A diretora, como líder principal, é responsável pela busca de oportunidades e pela representação da associação em diferentes contextos. Há também uma secretária, quatro membros do conselho, incluindo duas suplentes, e uma tesoureira, que gerencia as finanças. As artesãs organizam plantões, revezando-se em dias específicos da semana para atender ao público e vender os produtos no espaço.

As reuniões da associação são momentos essenciais para alinhamento de ideias e planejamento. Durante esses encontros, os membros discutem prioridades, definem metas e organizam as atividades, garantindo que todos estejam engajados e comprometidos com as ações da associação. Essas reuniões são fundamentais para fortalecer a comunicação entre os integrantes e contribuir para o bom funcionamento da entidade.

A associação proporciona aos membros a oportunidade de fortalecer suas atividades e ampliar a visibilidade de seus trabalhos. Funciona como um espaço para exposição e comercialização de produtos, além de viabilizar a participação em eventos e feiras culturais. Entre os produtos oferecidos, destacam-se bonecas de pano, pesos de porta, roupas de crochê e muitas outras artes feitas sob encomenda.

Vale ressaltar que a manutenção da associação depende das contribuições dos artesãos, que pagam uma pequena mensalidade mensalmente. Esse valor simbólico é utilizado para cobrir as despesas e garantir que a associação se mantenha organizada e em pleno funcionamento. E, com isso, a associação consegue desempenhar um papel importante na preservação e no resgate das tradições

culturais locais, proporcionando um ambiente colaborativo para os artesãos, gerando renda e desenvolvimento pessoal.

Portanto, ao longo dos anos, a associação tem contribuído para o fortalecimento da economia local e se consolidado como um ponto de referência, sendo a única associação de artesanato do município na promoção da cultura artesanal.

A seguir, serão apresentadas as análises dos dados coletados ao longo da pesquisa. Esta etapa contempla a interpretação das informações obtidas por meio das entrevistas com as artesãs, buscando compreender as dinâmicas, desafios e potencialidades da associação no contexto do empreendedorismo cultural e do artesanato local.



## 5 ANÁLISE DOS DADOS

Em conformidade com os critérios da entrevista semiestruturada, foram entrevistadas 8 artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros. Deve ser ressaltado que a associação é composta por 20 artesãos, sendo 18 mulheres e 2 homens. No entanto, apenas as artesãs participaram da entrevista, pois foram as que se mostraram disponíveis no momento, sem que houvesse uma exclusão intencional dos demais membros.

As entrevistas foram realizadas entre 22/02/2025 e 07/03/2025, com duração variando entre 20 e 60 minutos. Para assegurar a fidelidade das informações, as entrevistas foram gravadas em áudio e posteriormente transcritas para análise, permitindo a identificação de padrões e temas relevantes. Essa abordagem possibilitou uma compreensão aprofundada do empreendedorismo cultural sob a perspectiva das artesãs. Para preservar a identidade das participantes, elas foram identificadas como A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7 e A8.

Este capítulo está dividido em três subitens, os quais foram selecionados de acordo com as categorias analíticas. No primeiro subitem, foi apresentado o perfil socioeconômico das artesãs entrevistadas, no segundo subitem foram relatados conceito de empreendedorismo cultural, as atividades desempenhadas pelas artesãs e a motivação para a atividade artesanal, o terceiro subitem encontram-se os desafios enfrentados pelas artesãs, as perspectivas futuras e o perfil empreendedor das artesãs.

### 5.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DAS ARTESÃS

Neste tópico, foi analisado o perfil socioeconômico das artesãs entrevistadas, abordando aspectos como naturalidade, idade, estado civil, quantidade de filhos, escolaridade, renda e participação no sustento do domicílio. Esses dados fornecem um cenário das condições socioeconômicas das artesãs, contribuindo para a compreensão do contexto em que elas desenvolvem suas atividades.

Em relação à naturalidade, há diversidade entre as integrantes da associação, com algumas tendo mudado de estado por questões familiares. A1 e A8 são naturais da Paraíba, A2 e A3 da Bahia, A4 de Brasília, A5 e A6 de Sergipe, e A7 de São Paulo.

Apesar dessa variedade regional, todas residem atualmente no município da Barra dos Coqueiros.

As idades das artesãs variam entre 47 e 58 anos. Quanto ao estado civil a maioria é divorciada ou solteira (A2, A3, A4, A6, A7 e A8), enquanto apenas uma é casada (A5) e outra está em união estável (A1). Sobre a escolaridade, a maior parte concluiu o ensino médio (A1, A2, A3, A4 e A7), uma possui ensino fundamental incompleto (A6) e duas têm pós-graduação (A5 e A8).

Sobre o rendimento médio mensal, algumas artesãs relatam que sua renda é variável (A1, A2, A3, A6 e A7) dependendo das vendas que são realizadas. Três delas (A1, A2 e A3) afirmaram não ter um valor fixo, pois há meses em que não vendem nada. As outras apesar de também relatarem variedade informaram seus rendimentos médios, a A5 que é concursada e tem o artesanato como *hobby* informou que no artesanato ganha R\$ 1.000,00, a A6 informou que se a venda for boa o máximo que ganha no mês é R\$ 380,00, no entanto quando o mês é ruim R\$ 100,00, a A7 informou que recebe entre R\$ 300,00 a R\$ 500,00. Já a A4, informou que participa de editais da Lei Aldir Blanc e da Lei Paulo Gustavo e tem suas atividades divididas entre oficinas e o artesanato, ela relatou que na área artesanal não sofre com variações nas suas vendas e ganha em torno de R\$2.000,00. A entrevistada A8 revelou que recebe em média um salário mínimo, que é de R\$ 1.518,00 (CNN, 2025). Ressalta-se que apenas uma das entrevistas menciona o artesanato como hobby (A5), enquanto as outras tem ele como profissão e principal fonte de renda.

Sobre a contribuição financeira para o sustento familiar, duas artesãs contam com apoio do cônjuge (A1 e A5), e uma recebe auxílio da mãe e da irmã (A7). As demais são as principais provedoras do lar. No que diz respeito à estrutura familiar, quatro das entrevistadas têm filhos que ainda estão em idade escolar (A2; A3; A5 e A8).

Este resultado corrobora o que Soares Junior e Carvalho (2021) relatam. Para as mulheres, o trabalho artesanal é uma fonte de renda, sendo muitas vezes a única opção de sustento. Além disso, permitem que elas exerçam autonomia econômica, visto que, frequentemente são as principais responsáveis pelo sustento da sua família.

Destacam-se também os dados do IBGE (2024), com base no Censo de 2022, que indicam que 49,1% das mulheres no Brasil eram responsáveis por comandar seus lares, totalizando cerca de 36 milhões. Em Sergipe, o estado se destacou, pois o

número de mulheres responsáveis pelas unidades domésticas ultrapassou os 50%, atingindo 53,1%.

## 5.2 EMPREENDEDORISMO CULTURAL E ARTESANATO

Este tópico analisou o empreendedorismo cultural no contexto do artesanato, com base nas entrevistas realizadas com as artesãs.

### 5.2.1 Empreendedorismo cultural: A visão das artesãs

Neste tópico, foi abordado o conhecimento sobre o conceito de empreendedorismo cultural, a partir das experiências das artesãs. Os relatos sobre esse conhecimento foram obtidos por meio da análise dos depoimentos coletados durante as entrevistas semiestruturadas.

Quando questionadas sobre o conceito de empreendedorismo cultural, duas das entrevistadas, a A6 e a A7, não souberam responder o que seria e a A3 mencionou apenas o empreendedorismo, sem estabelecer uma conexão direta com a cultura. Apesar disso, as outras entrevistadas conseguiram responder ao questionamento e alguns temas foram repetitivos em suas falas, como identidade local, valorização da cultura e investimento na cultura. Assim, a maioria das entrevistadas destacou a importância de preservar e promover a cultura local, valorizando as suas tradições.

Dizer que você vai fazer as coisas da sua própria cidade, é a cultura da sua cidade e da sua terra (A1).

O empreendedorismo cultural é a divulgação e apoio. Você se dedica a divulgar seu trabalho dentro da sua cidade e fazendo eventos panfletagens você correr atrás levando seu artesanato e com o apoio da cidade (A2).

O que eu entendo é você trabalhar com a cultura local (A4).

Quer dizer, empreender, né? Na cultura, valorizar a cultura, acho que é mais ou menos isso, investir na cultura (A5).

Seria isso essas pessoas que vivem fazendo o empreendedorismo em forma de arte, que empreendem com a arte e cultura e resistência na cidade (A8).

Esses achados coincidem com a definição de empreendedorismo cultural conceituados por alguns autores. Ratten (2023) destaca que o empreendedorismo cultural se concentra na preservação e promoção de tradições, heranças e costumes locais. Da mesma forma, Lima *et al.* (2024) reforçam a relação entre o empreendedorismo cultural e a valorização da identidade local.

Os relatos também corroboram as ideias de Davel e Cora (2016), que defendem a cultura como uma criação simbólica, não se restringindo apenas ao aspecto econômico, mas abrangendo também o simbólico e o cultural. Segundo os autores, toda produção está intrinsecamente ligada à cultura, pois esta fornece as bases e referências para a criação artística, influenciando-a por meio de valores, símbolos e tradições do contexto cultural em que está inserida.

Portanto, de acordo com as artesãs, o empreendedorismo cultural é descrito como a exploração de oportunidades locais voltadas para o setor cultural e a transformação delas em oportunidades de negócio e, assim, valorizando a cultura e o desenvolvimento da região. Dessa forma, a maioria entende o conceito e desenvolve suas atividades dentro desse contexto, contribuindo para a difusão e o fortalecimento da cultura local.

### **5.2.2 Atividades desempenhadas pelas artesãs**

A partir das entrevistas realizadas com as artesãs, foi possível identificar diversas atividades que fazem parte do cotidiano das artesãs, com experiências que variam de 4 a 22 anos na área. As técnicas mais utilizadas pelas artesãs são: o tricô, macramê, biscuit, crochê, fuxico, ponto cruz, rendendê e a renda de filé, o que revela a diversidade de habilidades que existem no setor. Além disso, elas produzem uma ampla variedade de produtos, tais como: bolsas, acessórios, vestuário e até itens para o lar, incluindo peças para cozinha e decoração. O tempo de produção varia de poucos dias a semanas, tudo depende da quantidade e do tamanho das peças. Vale destacar que algumas delas não se limitam a apenas uma técnica artesanal, o que demonstra versatilidade, como no caso da A2, A3 e A5.

Minha especialidade é o biscuit, o crochê faço a pouco tempo (A2).

Minha técnica de artesanato é a renda de filé, biscuit, trabalho com fuxico e gosto de fazer boneca de pano (A3).

No meu trabalho eu faço ponto cruz, rendendê e faço crochê (A5).

Por serem pequenas empreendedoras, a rotina de trabalho envolve a produção artesanal diária com base em encomendas dos clientes ou quando são convidadas para eventos e feiras, e por meio disso. Nesses casos, elas se organizam para finalizar as peças dentro do prazo de exposição ou entrega. O trabalho delas não segue um horário específico e muitas vezes trabalham à noite, ou assim que acordam, conciliando a vida profissional com a de dona de casa. Esse cenário reforça o que Soares Junior e Carvalho (2021) afirmam sobre o setor de artesanato oferecer flexibilidade, permitindo que as artesãs equilibrem a dupla jornada entre a produção artesanal e as responsabilidades domésticas.

Elas dividem seu tempo entre a aquisição de seus materiais e a participação em feiras locais e eventos para comercialização e exposição dos seus trabalhos. Também se reúnem para comercializar os produtos dentro da própria associação, que funciona diariamente, com um sistema de revezamento, em que cada artesã fica responsável por um dia específico da semana. Ademais, elas participam das reuniões da associação como parte de suas atividades.

Salienta-se que a entrevistada A8, entre as suas atividades artesanais, também atua como *social media* do *instagram* da associação, e faz parte da diretoria, como secretária. Já a entrevistada A4 se destaca por sua organização por intermédio de um cronograma, pois ela se divide entre a produção de suas peças e a realização de oficinais, isso permite que ela consiga equilibrar a criação das peças com a participação em eventos e oficinas. Como as oficinas não são constantes, ela consegue ajustá-las na agenda sem comprometer sua produção.

Destaca-se que as feiras são um ponto de fortalecimento da comunidade de artesãos. Elas oferecem visibilidade, permitindo que o artesão seja encontrado por potenciais compradores, parceiros ou até mesmo patrocinadores, sem isso as artesãs enfrentariam dificuldades na divulgação de suas atividades. Segundo as artesãs, essas feiras locais, estaduais e até nacionais, bem como os eventos promovidos por universidades e institutos federais, são as poucas oportunidades que existem dentro do setor para venderem seus produtos. As parcerias com estabelecimentos como *resorts* e restaurantes, e as redes sociais, no entanto, em menor escala, contribuem para a divulgação dos seus trabalhos.

As oportunidades são as feiras e se associar as associações, porque tem as oportunidades tudo, entendeu, ajuda a abrir os caminhos (A1).

Tem as feiras que a gente participa e os eventos que vão surgindo como o do IFS e da universidade (A2).

O que ratifica o que os autores Santos *et al.* (2024) relatam sobre as feiras desempenharem um papel essencial para o artesanato, pois divulgam a cultura e proporcionam oportunidades de venda para os participantes. Dessa forma, ajudam os artesãos a alcançar um público maior, preservar suas tradições e aumentar sua renda.

A associação também é vista como uma ótima possibilidade de explorar novas oportunidades, visto que é por meio dela que as artesãs podem se envolver em feiras de artesanatos e eventos para divulgar suas criações. Não por acaso, a principal razão para a participação das artesãs na associação foi a necessidade de um espaço adequado para expor e vender seus trabalhos, já que enfrentavam dificuldades para encontrar um local apropriado no município. Sendo assim, dentro da associação, elas também podem levar suas peças para exposição, conforme relatam algumas entrevistadas:

Então abre caminhos, conhece outras pessoas, outros ângulos, a facilidade de você conseguir e conhecer outras coisas, você ter novas visões né, conhecer outros campos para expandir (A1).

Eu tinha vontade de ir, tinha muito trabalho feito, mas não tinha onde ir, né? Não tinha nenhum local onde ir (A6).

Pra expor meu trabalho. Como eu lhe falei, independentemente de eu estar vendendo ou não, sempre estive produzindo. E tinha um monte de peças, né? Aí eu sabia que tinha essa associação, aí eu me interessei (A5).

Isso reforça o que os autores Bier *et al.* (2021) mencionam ao afirmar que as associações desempenham um papel relevante na melhoria tanto social quanto econômica, proporcionando o fortalecimento do grupo e potencializando os esforços individuais por meio do trabalho coletivo.

### 5.2.3 Motivação para a atividade artesanal

As técnicas feitas pelas artesãs foram influenciadas e passadas pela família ou amigos próximos de dentro comunidade, começando a produzir desde da infância, o que corrobora o que a autora Lemos (2011) apresenta, ao afirmar que as atividades

artesanais são passadas e desenvolvidas por núcleos familiares e transmitidas de geração em geração.

Eu andava muito com as mulheres, as pessoas idosas, né? Onde elas iam eu ia também. Aí elas faziam ponto cruz, redendê, e eu tava no pé. Mas desde os 9 anos que eu sou assim (A6).

Eu sempre gostei do artesanato desde de criança, a minha família tem artesãos e eu sempre amei o artesanato (A3).

Além do amor e paixão pela arte, uma outra motivação para a escolha do artesanato está relacionada à necessidade de conciliar o trabalho com o cuidado dos filhos, permitindo às artesãs flexibilidade de horários. Essa atividade oferece a possibilidade de gerar uma fonte de renda facilitando o equilíbrio entre as responsabilidades familiares e profissionais.

Eu sempre gostei do artesanato desde de criança. A minha família tem artesãos, e eu sempre amei o artesanato. E também para ter uma segunda fonte de renda. Como eu tinha meus filhos pequenos, eu não tinha como trabalhar fora, então eu queria fazer algo que pudesse ter o dinheiro e cuidasse dos meus filhos ao mesmo (A2).

Então, foi porque eu não podia trabalhar em comércio nenhum. Eu tinha que trabalhar para mim mesma, principalmente por causa dos meus filhos (A3).

Uma das entrevistadas, a A4, escolheu o artesanato pela liberdade e independência profissional. A decisão de trabalhar em casa e ser sua própria chefe foi uma forma de autonomia. Com isso, trabalhar no artesanato se tornou uma fonte de renda, permitindo que ela pudesse conciliar o trabalho com a vida pessoal. Esse cenário está alinhado com o que afirmam Soares Junior e Carvalho (2021), ao destacarem que essa atividade proporciona às mulheres a flexibilidade necessária para conciliar trabalho e rotina doméstica.

Dessa forma, com o artesanato, as artesãs conseguem ter uma renda e cuidar dos seus afazeres domésticos, trabalhando no tempo delas e para elas. Lemos (2011), relata que o setor do artesanato gera emprego e renda, servindo como um ambiente para a empreender, principalmente para quem não consegue empregos formais. Esse aspecto é reforçado pelas próprias artesãs, que relatam conseguir sustentar-se e arcar com suas despesas por meio dessa atividade. Lavor (2024) e Lemos (2011) apontam que o artesanato oferece autonomia e flexibilidade, permitindo que os profissionais atuem de forma independente, mantendo a cultura viva e sustentando as suas famílias.

Essa realidade demonstra o dinamismo do empreendedorismo cultural, que tem a capacidade de transformar a realidade social das comunidades. Ao valorizar a cultura local, esse tipo de empreendedorismo cria novas oportunidades econômicas, funcionando como uma ferramenta de inclusão e desenvolvimento, como afirmam Campos e Davel (2017). Dessa forma, os negócios culturais não só equilibram o capital social e econômico das regiões, mas também promovem a geração de renda e a valorização local, impactando as comunidades e contribuindo para o sustento das pessoas nelas residentes, como destacam Lima *et al.* (2024).

#### 5.2.4 Perfil empreendedor das artesãs

A análise dos dados coletados por meio de entrevistas revela um perfil de empreendedoras que buscam inovar e criar em suas produções culturais, Toghraee e Monjezi (2017) destacam essa característica, apontando que os empreendedores culturais atuam como agentes de criação e inovação, além de identificarem oportunidades de forma estratégica. As artesãs utilizam a estratégia do diálogo com os clientes para vender e convencê-los a comprarem as suas artes.

Pra começar, quem entra nesse negócio não pode ser tímido. Você tem que ter o conhecimento e saber vender, porque se você não sabe vender, você pode fazer uma arte maravilhosa, mas se você não sabe vender, se não levanta da cadeira, não conversa com uma pessoa, não vende (A5).

Eu não deixo desvalorizar minha venda. E muitas das vezes eu sei conversar. Eu converso com o cliente (A4).

Essa característica é ratificada por Davel e Cora (2016) dentro do empreendedorismo cultural, ao afirmarem que o empreendedor cultural utiliza da conversa para engajar o seu público. Klamer (2011) também destaca que o empreendedor cultural influencia para a arte o seu público por meio do diálogo e, com isso, consegue mobilizar recursos financeiros.

As artesãs apresentam um perfil empreendedor resiliente e tradicional, com forte ligação com as raízes culturais e aprendizado contínuo. Elas se atualizam e estudam técnicas por meio de oficinas e cursos voltados não só para a área de artesanato, mas para outras áreas também.

Você tem que inovar. Isso é igual achar que não sei fazer nada, você é artesanal. O artesão tem que estudar. Você tem que estudar. Vai estudar. Eu assisto vídeo direto, eu estudo (A4).



Até hoje participo de cursos e *workshop* do crochê (A2).

Além disso, assumem riscos como a incerteza financeira, a falta de apoio público, a desvalorização do trabalho e os altos custos dos materiais. Mesmo diante desses empecilhos, as artesãs não desistem de suas profissões. Os resultados vão ao encontro do que Toghraee e Monjezi (2017) afirmam, ao destacarem que os empreendedores culturais assumem riscos pessoais, financeiros e psicológicos, enfrentando constantes incertezas.

As artesãs também demonstram criatividade ao utilizarem objetos que seriam descartados, principalmente aqueles que iriam para o lixo e os transformam em peças criativas para, então, vendê-las, aproveitando as oportunidades ao seu redor. Isso sustenta a ideia de Klamer (2011), que afirma que bons empreendedores culturais aproveitam as oportunidades e a criatividade para desenvolver e lançar novos produtos.

Persistência e muita busca de oportunidades também fazem parte do perfil empreendedor das artesãs. Elas relatam que para empreender na cultura exige muita insistência, pois há muitas barreiras ao longo do caminho. O perfil das artesãs corrobora o que Dornellas (2008) apresenta, quando diz que os empreendedores assumem riscos e são determinados para atingir seus objetivos, mesmo diante de inúmeros obstáculos.

Uma das artesãs, a A4, destaca-se na associação ao oferecer oficinas voltadas para vítimas de violência domésticas, para mulheres com fibromialgia, além de capacitações para outros artesãos. Tal iniciativa reforça o que Souza (2015) relata que o empreendedor cultural não pensa apenas nele, mas também no coletivo, na comunidade, especialmente nos mais vulneráveis.

Vale ressaltar que o perfil das artesãs se encaixa no perfil de empreendedor cultural por necessidade, conforme apresentado por Michetti e Burgos (2016), pois, infelizmente elas não têm acesso a muitas oportunidades e nem infraestruturas estáveis.

### 5.3 DIFICULDADES E AS PERSPECTIVAS PARA EMPREENDER NA CULTURA

Neste tópico apresentam-se os desafios enfrentados e perspectivas futuras para empreender no campo da cultura.

#### 5.3.1 Desafios enfrentados pelas artesãs

Diversos são os desafios relatados pelas artesãs. Elas enfrentam obstáculos diários para se manterem no meio cultural. Um dos pontos mencionados é a questão dos atravessadores, conceituados por elas como pessoas que compram produtos industrializados para revender como se fossem seus. Além desses, as grandes indústrias também são consideradas atravessadores. Esse problema impacta nos trabalhos das artesãs, isso porque influencia no valor de suas peças, como relatado pelas artesãs A1 e A2:

O que acontece também é os atravessadores, né? Às vezes, vendem uma peça muito inferior, e o seu trabalho é mais caro. Aí a pessoa compra uma coisa de fábrica e quer comparar. Isso é bem complicado, porque uma coisa é você fazer, e outra coisa é você comprar de fora. Não é a mesma linha, não é o mesmo material, o pessoal não entende e acha que é caro (A1).

Tem os atravessadores né? Nós fazemos e vendemos o que produzimos, então a nossa dedicação é maior. Existe a concorrência desleal nesse sentido, pois eles, às vezes não têm uma boa qualidade por conta da quantidade que produzem e não tem acabamento nas peças e vendem a qualquer preço (A2).

Isso leva à desvalorização do trabalho, um desafio bastante relatado pelas artesãs, pois os clientes não entendem o valor de suas peças e pedem descontos excessivos, sem considerar o tempo, a dedicação e a unicidade dos trabalhos artesanais.

O cliente ele vai para a loja e compra pelo preço que está, e não há pechincha. Com a gente é diferente, não tem aquela valorização, eles não querem pagar o que realmente vale a peça (A2).

É uma pena, porque muita gente não dá valor ao nosso trabalho daqui, né? Porque o pessoal daqui não dá valor de jeito nenhum (A6).

Além disso, a artesã A1 relata que o pequeno empreendedor enfrenta mais pressão para garantir a qualidade do trabalho, pois lida com cliente de forma direta e

isso torna o processo mais criterioso para o empreendedor, em comparação com outros tipos de negócios, como lojas e fábricas.

Na literatura, Cezar e Fantinel (2018) relatam a dificuldade dos artesãos em lidar com a padronização e massificação dos produtos, pois não conseguem competir com a produção em larga escala das indústrias, que oferecem preços mais baixos e produtos padronizados e os clientes não levam em consideração a singularidade e o valor cultural dos itens artesanais e acham o preço caro demais.

Outro desafio é a instabilidade financeira. Conforme relatado pela maioria das artesãs, como a A1, A2, A3, A6 e A7, as vendas sofrem uma oscilação constante, variando de acordo com fatores como a demanda do mercado, o fluxo de turistas, a divulgação dos produtos e as oportunidades de feiras e eventos.

Precisa de ajuda financeira para podermos sobreviver, porque, assim quem trabalha aleatório, uma hora tem outra hora não tem (A1).

A gente, às vezes, vende bem, às vezes não vende, às vezes a gente entra no vermelho, então fica meio complicado (A2).

O pouco apoio municipal também é repetitivo nas falas das artesãs A2, A3 e A8. Segundo elas, é necessário o incentivo governamental para divulgar o trabalho e fortalecer a presença dos artesãos. Isso sugere a necessidade de maior visibilidade, incentivo e reconhecimento para fortalecer o setor. Gimenez (2018) reforça essa ideia ao afirmar que os empreendedores culturais precisam do apoio de outras pessoas para obter sucesso em seus empreendimentos.

Falta do apoio da prefeitura com a gente para dar mais dignidade para a gente trabalhar, porque eles têm esse poder porque é aqui que a gente recebe os turistas, às vezes vem ônibus da Bahia fazer passeios e a gente não tem as ferramentas ótimas para trabalhar (A3).

Outra questão relatada, principalmente pelas artesãs A3 e A6, é a falta de dinheiro para comprar material para produzir suas peças. Acontece que, infelizmente, muitas vezes elas têm que se dividir entre comprar mantimentos para suas casas ou investir em mais materiais para a produção. É ressaltado que os preços dos materiais aumentaram o valor, dificultando o custo das peças.

É, na realidade...pra nós artesãs, é difícil, porque tanto pra gente conseguir vender uma peça, pra gente comprar material, pra fazer mais outras peças, e

o material hoje em dia tá muito caro. Antigamente não era tão caro, mas hoje em dia tá muito caro o material (A6).

As entrevistadas A3 e A6 reconhecem a internet como um forte canal de vendas, mas ainda enfrentam dificuldades para vender online. Ambas dependem da ajuda de terceiros para gerenciar suas redes.

Porque, assim, tem coisas que a gente não sabe mandar no *instagram*, né. Eu quase não uso nem Instagram nem Facebook (A6).

Outro obstáculo é a criatividade. Para quem trabalha com artesanato, especialmente nos dias de hoje, é importante inovar para se destacar, pois muitas pessoas acabam seguindo as mesmas técnicas e estilos. Portanto, o artesão sempre tem que estar em constante criatividade para não perder oportunidades no mercado.

Você tem que ser criativo, hoje principalmente, viu, porque não tem muita arte diferente, né? Você vai para uma feirinha, você tem 20 expositores, 18 pós-crochês. E é um campo muito amplo, cheio de pessoas na mesma técnica, né? (A4).

Gimenez (2018) destaca essa dificuldade enfrentada pelos empreendedores culturais ao tentarem conciliar a criatividade com as exigências de um mercado competitivo.

### 5.3.2 Perspectivas Futuras

O que mais é mencionado pelas artesãs é a esperança de obter mais apoio e visibilidade para o trabalho que desenvolvem, tanto por meio de políticas públicas quanto do setor privado. Elas destacam a necessidade de maiores investimentos e reconhecimento da cultura local, já que o artesanato na visão delas é um atrativo turístico no município. De acordo com elas, vários turistas param na associação para comprar lembrancinhas. Diante disso, elas ressaltam a importância de que as pessoas reconheçam a relevância e o potencial do setor para a cultura local.

Que realmente de forças, que a prefeitura dê forças para o artesanato e apoio, porque aqui na associação de artesãos é o único ponto que existe de artesanato em Barra dos coqueiros. Era para ter um apoio gigantesco, era para ter um apoio da cultura, apoio do turismo aqui com os artesãos, para nos ajudar (A1).

Uma das entrevistadas, a A6, aponta a importância de ter pontos de artesanato na Barra dos Coqueiros, especialmente em praças e locais turísticos, como a praça da Igreja Santa Luzia. Com isso, os artesãos podem vender suas peças, atraindo turistas e moradores locais, aumentando a visibilidade do artesanato barra-coqueirense. Além disso, destacam a necessidade de políticas públicas que incentivem a arte, como a criação de centros municipais de artesanato gratuitos, semelhantes aos existentes em Aracaju, já que na Barra essa estrutura ainda não existe.

Para uma das artesãs, seria importante que existissem mais oficinas dentro da associação para ensinar técnicas diferentes entre os próprios membros e para o público externo. No entanto, para isso precisam de patrocínios e apoio. Portanto, há o desejo de trabalhar também no social, promovendo bazares, visitando as comunidades e desenvolvendo dias de oficina.

A associação pudesse ter mais espaço para as pessoas da associação aprenderem a fazer o trabalho de outra pessoa. Quer dizer, uma oficina, eu dou uma oficina de ponto cruz ou rendendê, aí outra já vai dar crochê, né? Outra já vai dar de boneca (A6).

A associação também pode empreender e, com isso, resgataria justamente a ancestralidade da comunidade de artesãs, mantendo as tradições por meio de oficinas que podem perpetuar a produção artesanal, agregando familiares e amigos, que aprenderão a arte e a preservarão para perpetuá-la. Esse papel das associações é reforçado por Bier et al. (2021), ao destacarem a sua atuação, tanto no aspecto social quanto no econômico, fortalece a cultura por meio do trabalho coletivo.

Outro ponto importante ressaltado por uma das entrevistadas, a A6, é a modernização do artesanato. Ela cita a renda irlandesa como exemplo, destacando que essa técnica passou por uma redefinição e hoje é utilizada no mundo da moda. Esse aspecto é reforçado por Santos et al. (2020), que afirmam ser essencial que o empreendedorismo cultural ofereça produtos e serviços inovadores para se manter competitivo.

A utilização de materiais recicláveis também é esperada pela A6. Apesar de muitas já utilizarem, é aguardado que isso se torne mais utilizado no meio artesanal, principalmente devido às questões ambientais e à mudança do perfil dos clientes, que cada vez mais valorizam produtos sustentáveis. Cezar e Fantinel (2018) enfatizam o

papel do artesanato como uma prática sustentável, contribuindo para o meio ambiente ao reutilizar materiais recicláveis.

Além disso, há um desejo de que no futuro mais artesãos locais se juntem à associação para criar um movimento mais representativo. Com isso, a comunidade tenha um despertar maior para a grandiosidade que a Barra dos Coqueiros está se tornando, em crescimento econômico. E assim, ter um espaço cultural não só para o artesanato, mas também para trazer a música, grupos de capoeira, samba de coco e outras artes e que esse um ambiente cultural seja conhecido em todo país.

## 6 CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo compreender como as artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros desenvolvem suas atividades na perspectiva do empreendedorismo cultural. Foram entrevistadas artesãs por meio do acesso à associação. Para isso, foi necessário conhecer o perfil socioeconômico das artesãs da associação; as atividades desenvolvidas e quais as dificuldades enfrentadas e as perspectivas futuras esperadas.

As suas atividades começam primariamente na criação das peças, seja por encomenda de clientes ou para participação em feiras e eventos. Esse processo envolve desde do *designer* até a confecção final. Após isso, as artesãs vendem suas peças por meio das feiras, internet, eventos e até mesmo na associação. Em seguida, com o dinheiro da venda, elas repõem os seus materiais. O tempo de produção varia de dois dias a várias semanas, dependendo da complexidade da peça. As técnicas mais utilizadas são o tricô, macramê, biscuit, crochê, fuxico, ponto cruz, rendendê, a renda de filé. Por meio dessas técnicas, elas confeccionam roupas, acessórios, bolsas e outros itens.

Portanto, a atuação dentro do artesanato envolve não apenas a produção de peças, mas também a busca por materiais, a comercialização dos produtos e a participação em feiras e eventos, muitas vezes viabilizados pela própria associação que tem um papel fundamental no suporte aos artesãos, proporcionando espaços de venda, trocas de experiências e visibilidade.

Ainda nesta pesquisa, foi possível identificar a motivação das artesãs para empreenderem no setor de artesanato. Percebeu-se que muitas artesãs buscaram essa alternativa pois viram nesse negócio uma forma de conciliar o trabalho com a vida pessoal e, assim, obter crescimento profissional, trabalhando para si mesmo. Para elas, o artesanato vai além de uma atividade econômica, sendo também uma forma de expressão cultural e uma oportunidade de negócio viável, principalmente para quem não consegue trabalhos formais.

Os desafios enfrentados pelas artesãs são diversos. Dentre eles, destacam-se a instabilidade financeira, uma vez que as vendas oscilam ao longo do tempo, a falta de valorização do artesanato local e a concorrência com produtos industrializados. Além disso, a escassez de apoio municipal e de políticas públicas voltadas ao fortalecimento do artesanato, o que leva a perspectivas futuras esperadas pelas

artesãs como maiores investimentos de políticas públicas, já que o artesanato é visto pelas artesãs como atrativo turístico e fonte de renda satisfatória. Segundo elas, vários turistas param na associação para comprar lembrancinhas. Também é almejada a criação de um centro cultural para expor não só o artesanato, mas também tudo que faça parte da cultura do município.

A partir dos resultados obtidos, algumas sugestões podem ser propostas, como a ampliação de incentivos governamentais, por meio de editais e programas de capacitação para as artesãs, a realização de mais feiras e eventos locais e distribuídos em diversos pontos no município, a promoção nas redes sociais dos trabalhos das artesãs e desenvolver programas de turismo que incluam oficinas de artesanato e demonstrações da produção artesanal.

## 6.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho permitiu compreender como as artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros desenvolvem suas atividades na perspectiva do empreendedorismo cultural, mas não apenas isso, com esta pesquisa conseguimos compreender a importância do artesanato no empreendedorismo cultural como meio de fonte de renda, expressão cultural e fortalecimento da identidade local.

Portanto, esta pesquisa contribui para a compreensão da importância da cultura na economia, evidenciando que o setor cultural, especialmente o artesanato, não é apenas uma atividade cultural, mas também um potencial de crescimento econômico, gerando oportunidades de empregos.

Do ponto de vista acadêmico, a pesquisa possibilitou a identificação de características específicas do empreendedor cultural, como a capacidade de inovar e a resiliência frente aos desafios existentes dentro de um contexto cultural. Além disso, a pesquisa contribuiu para o campo do empreendedorismo cultural, ajudando a entender as características empreendedoras no setor cultural, ressaltando a cultura como fator importante na valorização local e na vida econômica daqueles que escolhem empreender nesse setor.

Dessa forma, este trabalho contribuiu para a compreensão do cenário do empreendedorismo cultural com as artesãs da associação do município da Barra dos Coqueiros, bem como para a valorização da cultura como um elemento essencial para o desenvolvimento econômico e social. Por fim, este estudo também contribuiu para



o fortalecimento do empreendedorismo cultural e para uma compreensão mais ampla de suas dinâmicas, desafios e potencialidades.

Para pesquisas futuras sugere-se analisar sobre o impacto da associação na vida dos artesãos ao longo do tempo em uma pesquisa longitudinal; investigar o trabalho de políticas públicas com os artesãos do município, a fim de identificar como as ações públicas podem apoiar o desenvolvimento e a valorização do artesanato local. Além disso, sugere-se também analisar como o turismo pode ser uma ferramenta para promover a comercialização do trabalho artesanal no município. Por fim, é relevante investigar sobre o comportamento do consumidor no setor de artesanato, o que pode contribuir para a formulação de estratégias de vendas para os artesãos da associação.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA GOV. **Cultura: Brasil olha para economia criativa como eixo de desenvolvimento.** Brasília, 2024. Disponível em: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202407/brasil-politicas-economia-criativa-estrategia-desenvolvimento>. Acesso em: 8 dez. 2024.

AGÊNCIA GOV. **Estados e municípios vão receber R\$ 15 bilhões para investir em cultura até 2027.** Brasília, 2024. Disponível em: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202404/estados-e-municipios-vao-receber-r-15-bilhoes-para-investimentos-em-aco-es-de-cultura-ate-2027>. Acesso em: 8 dez. 2024.

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Artesanato vive movimento de crescimento de demanda e do número de profissionais cadastrados.** Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/cultura-emprededora/artesanato-vive-movimento-de-crescimento-de-demanda-e-do-numero-de-profissionais-cadastrados/>. Acesso em: 14 dez. 2024.

ALEXANDRINO, Willian. **Inovação e empreendedorismo cultural.** São Paulo: Editora Senac, 2022.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura.** 1. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

BANCO DO BRASIL. **Desenvolvimento Regional Sustentável do Banco do Brasil completa oito anos com muitas histórias de sucesso.** 2025. Disponível em: <https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/imprensa/n/30751/Desenvolvimento%20Regional%20Sustent%C3%A1vel%20do%20Banco%20do%20Brasil%20completa%20oito%20anos%20com%20muitas%20hist%C3%B3rias%20de%20sucesso#/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

BANKS, M. *et al.* **Risk and trust in the cultural industries.** *Geoforum*, The Netherlands v. 31, n. 4, p. 453-464, nov. 2000.

BARBOSA, Denise Farias; ARAÚJO, Joédima da Silva. **beFree – Artesanato: uma plataforma virtual voltada para a consolidação do empreendedorismo social através da tecnologia.** 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Informática para Negócios) – Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto, São José do Rio Preto, 2023.

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1979.

BARROS, Gabriel Leal de. **Salário mínimo enfrenta problema de sustentabilidade, diz economista ao CNN Money.** *CNN Brasil*, 03 jan. 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/salario->

minimo-enfrenta-problema-de-sustentabilidade-diz-economista-ao-cnn-money/. Acesso em: 14 mar. 2025

BASAGLIA, M. M. **Oportunidade empreendedora e cultura compreendendo a identificação e exploração de oportunidades empreendedoras em dois contextos culturais**. Orientadora: Juliana Alves de Andrade. 2021. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós Graduação em Administração (PPA), Universidade Estadual de Maringá (UEM), Maringá, 2013.

BAUMAN, Zygmunt. **Ensaio sobre o conceito de cultura**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

BIER, Clerilei Aparecida *et al.* Criação da associação de artesãos e da feira de artesanato arte floripa: um exemplo de implementação de ações de co-produção de bens e serviços públicos por meio da mobilização das forças da sociedade civil em ordem ao fomento do artesanato e geração de renda e emancipação social. Cidadania em Ação: **Revista de Extensão e Cultura**, Florianópolis, v. 1, n. 1, 2021.

BONI, V.; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Revista Em Tese**, v. 2, n. 1, p. 68-80, jan/jul. 2005.

BRASIL. Lei nº 13.180/2015, de 22 de outubro de 2015. Dispõe sobre a profissão de artesão. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 23 out. 2015. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2015-2018/2015/lei/l13180.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2015/lei/l13180.htm)

BRASIL. Agência Gov. **MinC destaca protagonismo dos artesãos para a cultura brasileira**. Disponível em: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202403/minc-destaca-protagonismo-dos-artesaos-para-a-cultura-brasileira>. Acesso em: 30 nov. 2024.

BRASIL. Ministério da Cultura. Secretaria da Economia da Cultura. **Plano Setorial do Artesanato – 2016-2025**. [Brasília]: Ministério da Cultura, 2017.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. **Portal do Artesanato Brasileiro**. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/artesanato>.

BRASIL. Portaria nº 1.007, de 11 de junho de 2018. Aprova a regulamentação do Programa Nacional de Artesanato. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 1º ago. 2018. Disponível em: [https://www.in.gov.br/materia/-/asset\\_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/34932949/do1-2018-08-01-portaria-n-1-007-sei-de-11-de-junho-de-2018-34932930](https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/34932949/do1-2018-08-01-portaria-n-1-007-sei-de-11-de-junho-de-2018-34932930).

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Margareth Menezes**: “A cultura está recebendo o maior investimento da história”. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2024/11/margareth-menezes-201ca-cultura-esta-recebendo-o-maior-investimento-da-historia201d>. Acesso em: 10 dez. 2024.

CAMPOS, I. M., & DAVEL, E. Identidade, arte e gestão em prol do empreendedorismo cultural: sarau empreendedor como tecnologia social. **RACE - Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, v. 16, n. 2, p. 783-808, maio./ago. 2017.

CARMO, Luana Jéssica Oliveira *et al.* O empreendedorismo como uma ideologia neoliberal. **Cadernos Ebape**. Br, v. 19, n. 1, p. 18-31, 2021.

CEZAR, L. C.; FANTINEL, L. D. Entre um Bom Papo e um Café se Vende o Artesanato: representações sociais em um centro de comercialização da economia solidária. **Brazilian Business Review**, Vitória, v. 15, n. 5, 475-493, set./out. 2018.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: Edusc, 1999.

DAVEL, E.; CORA, M. A. J. Empreendedorismo cultural: cultura como discurso, criação e consumo simbólico. **Políticas Culturais em Revista**, [s.l.], v. 9, n. 1, p. 363–397, 2016.

DiMaggio, P.J. 'Cultural entrepreneurship in nineteenth century Boston', **Media, Culture and Society**, Vol. 4, n. 1, p.33–50, 1982.

DOBREVA, Nevena; IVANOV, Stanislav Hristov. Cultural entrepreneurship: a review of the literature. **Tourism & Management Studies**, v. 16, n. 4, p. 23-34, 2020.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

FRANCISCO, M. A.; ZIMBICO, O. J. Homem, cultura e sociedade. **Brazilian Journal of Development**, v. 8, n. 3, p. 15769-15782, 2022.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Plageder, 2009.

GIMENEZ, F. A. P. Empreendedor cultural: uma identidade rejeitada?. **Políticas Culturais em Revista**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 369–392, 2019.

GOVERNO DE SERGIPE. **Governo do Estado anuncia protagonismo do artesanato sergipano na CASACOR Sergipe 2024**. Disponível em: [https://www.se.gov.br/noticias/governo/governo\\_do\\_estado\\_anuncia\\_protagonismo\\_do\\_artesanato\\_sergipano\\_na\\_casacor\\_sergipe\\_2024](https://www.se.gov.br/noticias/governo/governo_do_estado_anuncia_protagonismo_do_artesanato_sergipano_na_casacor_sergipe_2024). Acesso em: 15 de jan. 2025

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio Apicuri, 2016

IBGE. **Informativo: características do meio ambiente urbano - 2020**. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2020. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102053\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102053_informativo.pdf). Acesso em: dez. 2024.

IBGE. **Censo 2022**: em 12 anos, proporção de mulheres responsáveis por domicílios avança e se equipara à de homens. Agência IBGE de Notícias, 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41663-censo-2022-em-12-anos-proporcao-de-mulheres-responsaveis-por-domicilios-avanca-e-se-equipara-a-de-homens>. Acesso em: 25 mar. 2025.

ITAÚ CULTURAL. **PIB da economia da cultura e das indústrias criativas**: a perspectiva das unidades federativas. 2023. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/publicacoes/boletins/pib-da-economia-da-cultura-e-das-industrias-criativas-a-perspectiva-das-unidades-federativas#:~:text=Em%20abril%2C%20o%20Ita%C3%BA%20Cultural,2%2C63%25%5B2%5D>. Acesso em: 14 nov. 2024.

JIMENEZ, Rita. **Economia da cultura e economia criativa**. São Paulo: Editora Senac, 2018

KLAMER, A. Cultural entrepreneurship. **Review of Austrian Economics**, Norwell, v. 24, n. 2, p. 141-156, jun. 2011.

KOGUT, L. E.; GIMENEZ, F. A. P. “NÃO SOU GESTOR”: UMA ANÁLISE SOBRE O EMPREENDEDORISMO CULTURAL NAS PRODUTORES CINEMÁTICAS BRASILEIRAS. **REVISTA LIVRE DE CINEMA, uma leitura digital sem medida**, v. 1, pág. 133-159, 2022.

KOSTADINOVA, Elena; DIMITROVA, Neda; GENOVA, Tzvetalina. **Empreendedorismo, Gestão e Liderança nas ICCs**. Disponível em: [\[PDF\] fenice-project.eu](#)

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um Conceito Antropológico. 11. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

LAVOR, F. C. D. PROTAGONISMO JUVENIL E ARTESANATO: revitalizando a arte com empreendedorismo e ferramentas administrativas na Associação dos Produtores de Artesanato de Pereiro/CE. **Revista Ceará Científico**, v. 2, n. 3, p. 53-61, 2023.

LEMOS, Maria Edny Silva. **O artesanato como alternativa de trabalho e renda**: avaliação do Programa Estadual de Desenvolvimento do Artesanato no Município de Aquiraz-Ce. 2011. 112f. Dissertação (Mestrado em Avaliação de Políticas Públicas) – Universidade Federal do Ceará, Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Programa de Pós-graduação Profissional em Avaliação de Políticas Públicas, Fortaleza-CE, 2011.

LIMA, Martha Lohane Silva. **O artesanato como forma de manifestação cultural e sua contribuição socioeconômica**: um estudo sobre o mercado do artesanato de Penedo – AL. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) - Unidade Educacional Santana do Ipanema, Campus do Sertão, Universidade Federal de Alagoas, Santana do Ipanema, 2020.

LIMA, Thaïes Abreu da Costa; GAMA, Herlander Afonso Costa Alegre da; BERNARDO, Ronaldo. Contribuições do empreendedorismo cultural para o desenvolvimento regional. **Interações (Campo Grande)**, v. 25, n. 2, p. e2523911, 2024.

LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. Empreendedor cultural: perfil e formação profissional. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 4., 2008, Salvador. **Tópico Temático**. Salvador: UFBA, 2008. p. 1-15.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2017

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos**. 3 ed. São Paulo: 2015.

MICHETTI, Miqueli; BURGOS, Fernando. Fazedores de cultura ou empreendedores culturais? Precariedade e desigualdade nas ações públicas de estímulo à cultura. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, n. 2, 2016.

MORAIS, Andreia Cíntia Rodrigues Tavernard; LACERDA, Carlos César de Oliveira. Economia criativa, cultura e artesanato: um estudo na feirinha artesanal da Praia de Iracema em Fortaleza-CE. **Diálogo com a Economia Criativa**, v. 6, n. 17, p. 77-97, 2021.

MORESI, Eduardo et al. **Metodologia da pesquisa**. Brasília: Universidade Católica de Brasília, v. 108, n. 24, p. 5, 2003.

POZZER, Márcio Rogério Olivato. ECONOMIA DA CULTURA: CONCEITOS, MODELOS ANALÍTICOS E REFLEXÕES SOBRE O BRASIL. **Novos Olhares Sociais**, v. 6, n. 1, p. 128-155, 2023.

RATTEN, Vanessa. Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. **Global Business and Organizational Excellence**, v. 42, n. 5, p. 79-90, 2023.

RATTEN, Vanessa; FERREIRA, João J. Future research directions for cultural entrepreneurship and regional development. **International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management**, v. 21, n. 3, p. 163-169, 2017.

REIS, Janaína Martins; ZILLE, Luciano Pereira. Empreendedorismo cultural e economia criativa: a companhia de teatro “Grupo Galpão”. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 2, p. 97-122, 2020

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. Editora Manole Ltda, 2007.

SANTOS, Ana Maria Pereira; DE SOUZA, Romênia Oliveira. ESTUDO DE CASO SOBRE OS ASPECTOS ECONÔMICOS DO ARTESANATO DA ASSOCIAÇÃO DOS ARTESÃOS DA FEIRA DE ARTESANATO-FEART, EM JUAZEIRO DO NORTE-CE. **Ciência e Sustentabilidade**, v. 2, n. 1, p. 124-148, 2016.

SANTOS, Eyder Siqueira *et al.* EMPREENDEDORISMO CULTURAL: desafios e oportunidades para gestores culturais em Imperatriz, Maranhão, Brasil. **Revista Eletrônica Científica Ensino Interdisciplinar**, [S. l.], v. 6, n. 19, 2020.

SANTOS, Junior Soares *et al.* Os desafios da gestão no artesanato e suas contribuições para o desenvolvimento local e regional. **Gestão & Regionalidade**, v. 40, n. Especial, p. e20249380-e20249380, 2024.

SANTOS, Thiago de Sousa; *et al.* O Artesanato como elemento impulsionador no desenvolvimento local. **Anais do VII SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**. Resende, 2010

SEBRAE. **Negócios, cultura e criatividade**: Guia para empreender na economia criativa. 2015. Disponível em: [https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Guia\\_Empreender\\_Economia\\_Criativa.pdf](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Guia_Empreender_Economia_Criativa.pdf). Acesso em: 30 nov. 2024.

SEBRAE. **Artesanato vive movimento de crescimento de demanda e do número de profissionais cadastrados**. Agência Sebrae, 2024. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/artesanato-vive-movimento-de-crescimento-de-demanda-e-do-numero-de-profissionais-cadastrados/#:~:text=O%20pa%C3%ADs%20tem%20hoje%20cerca,R%24%2050%20bilh%C3%B5es%20por%20ano>. Acesso em: 30 nov. 2024.

SOARES JUNIOR, G.; CARVALHO, A. A. O artesanato doméstico no cotidiano da mulher. **Research, Society and Development**, v. 10, n.4, e 45710414277, 2021.

SOUSA, J. L.; DE PAIVA JÚNIOR, Fernando Gomes; XAVIER FILHO, Jose Lindenberg Julião. A emergência do empreendedorismo educativo-cultural: o Programa de Formação do Jovem Artesão. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 7, n. 1, p. 45-52, 2015.

SOUSA, M. F.; SILVA, A. M.; COLVARA, L. F. Cidades Criativas da Unesco no Brasil: uma pesquisa exploratória sobre o comportamento do poder público na implementação de estratégias e estratégias voltadas à economia da cultura durante a pandemia provocada pela COVID-19. **Revista Ciências Humanas**, v. 13, n. 2, 2020.

STONKUTÉ, Eglė *et al.* Handbook “Cultural Entrepreneurship”. **Education**, v. 3, n. 3, p. 13.

TOGHRAEE, M. T.; MONJEZI, M. (2017). Introduction to Cultural Entrepreneurship: Cultural Entrepreneurship in Developing Countries. **International Review of Management and Marketing**, v. 7, n. 4, pp. 67-73.

UNESCO. **Convenção sobre a proteção e a promoção da diversidade das expressões culturais**, 2005. Disponível em: [http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Convencao\\_protecao\\_promocao\\_diversidade\\_das\\_expressoes\\_culturais\\_2005.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Convencao_protecao_promocao_diversidade_das_expressoes_culturais_2005.pdf)  
Acesso em: 20 jan. 2025.

UNESCO. **G20 e a cultura**. Disponível em: <https://www.unesco.org/pt/g20/culture#:~:text=A%20UNESCO%20apoiar%C3%A1%20o%20grupo,patrim%C3%B4nio%20cultural%20e%20da%20mem%C3%B3ria>.  
Acesso em: 20 jan. 2025.

UNESCO. **THE 2009 UNESCO FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS (FCS)**. 2009. Disponível em: [https://ui.unesco.org/sites/default/files/documentos//unesco-fr-para-cul-estado-2009-pt\\_0.pdf](https://ui.unesco.org/sites/default/files/documentos//unesco-fr-para-cul-estado-2009-pt_0.pdf).

VALIATI, Leandro; FIALHO, Ana Leticia do Nascimento. **Atlas econômico da cultura brasileira**: metodologia II. 2017.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Trad. Marie-Anne Kremer. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.



## **APÊNDICE A. ROTEIRO DE ENTREVISTA**

### **I. PERFIL SOCIOECONÔMICO**

Naturalidade?

Idade?

Estado civil?

Quantidade de filhos, e que frequentam a escola ou creche?

Grau de escolaridade?

Rendimento médio mensal?

Você é o único provedor em sua casa?

### **II. EMPREENDEDORISMO CULTURAL E ARTESANATO**

Há quanto tempo você é artesã?

Trabalha somente com o artesanato? Se não, qual a outra atividade?

Quais são as atividades que você desempenha no dia a dia?

Quais foram os motivos para você começar a empreender no artesanato?

O que você entende sobre empreendedorismo cultural?

Quais são os principais desafios de empreender no campo do artesanato?

Quais oportunidades você vê para quem deseja empreender na cultura?

Como você vê o papel da associação no desenvolvimento da sociedade?

Quais as perspectivas futuras para a associação?

Há algo que gostaria de acrescentar?