



University of  
Texas Libraries



e-revist@s



Centro Unversitário Santo Agostinho

# revistafsa

[www4.fsnet.com.br/revista](http://www4.fsnet.com.br/revista)

Rev. FSA, Teresina, v. 19, n. 12, art. 9, p. 190-206, dez. 2022

ISSN Impresso: 1806-6356 ISSN Eletrônico: 2317-2983

<http://dx.doi.org/10.12819/2022.19.12.9>

DOAJ DIRECTORY OF  
OPEN ACCESS  
JOURNALS

WZB  
Wissenschaftszentrum Berlin  
für Sozialforschung



Zeitschriftendatenbank



MIAR



## **Empreender no Quilombo: Artesanato como Alternativa de Renda de Famílias Quilombolas no Piauí**

## **Entrepreneurship in Quilombo: Crafts as an Income Alternative for Quilombola Families in Piauí**

### **Almir Gabriel da Silva Fonseca**

Bacharelado em Administração pela Universidade Federal do Piauí (UFPI)

E-mail: [almirsilvagabriel@gmail.com](mailto:almirsilvagabriel@gmail.com)

### **Alice Melo Silva**

Bacharelada em Administração pela Universidade Federal do Piauí (UFPI)

E-mail: [alicemellosil@outlook.com](mailto:alicemellosil@outlook.com)

### **Ana Larissa Gomes Machado**

Doutora em Enfermagem pela Universidade Federal do Ceará (UFC)

E-mail: [analarissa2001@ufpi.edu.br](mailto:analarissa2001@ufpi.edu.br)

### **José Edemir da Silva Anjo**

Doutorado em Administração pela Universidade Federal de Lavras (UFLA)

Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Espírito Santo

E-mail: [anjo.joseedemir@gmail.com](mailto:anjo.joseedemir@gmail.com)

---

#### **Endereço: Almir Gabriel da Silva Fonseca**

Universidade Federal do Piauí, R. Cícero Duarte, 905 - Junco, Picos - PI, 64607-670, Brasil.

#### **Endereço: Alice Melo Silva**

Universidade Federal do Piauí, R. Cícero Duarte, 905 - Junco, Picos - PI, 64607-670, Brasil.

#### **Endereço: Ana Larissa Gomes Machado**

Universidade Federal do Piauí, R. Cícero Duarte, 905 - Junco, Picos - PI, 64607-670, Brasil.

#### **Endereço: José Edemir da Silva Anjo**

Universidade Federal de Lavras, Aqueanta Sol, Lavras - MG, 37200, Brasil.

**Editor-Chefe: Dr. Tonny Kerley de Alencar Rodrigues**

**Artigo recebido em 21/09/2022. Última versão recebida em 05/10/2022. Aprovado em 06/10/2022.**

**Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review pelo Editor-Chefe; e b) Double Blind Review (avaliação cega por dois avaliadores da área).**

**Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação**



## RESUMO

O artigo traz a temática do empreendedorismo social ligado à fabricação de peças artesanais produzidas em uma comunidade quilombola localizada no interior piauiense. Sendo observadas as condições em que os quilombolas produzem, comercializam e distribuem seus ganhos oriundos do artesanato, objetiva-se, assim, discorrer acerca dos benefícios da atividade econômica para a referida comunidade quilombola. Ao analisar a relação entre artesanato e empreendedorismo social, esta pesquisa tem natureza qualitativa exploratória, com coleta de entrevistas e registros fotográficos. Os dados produzidos foram analisados por meio da Análise de Conteúdo. Os resultados apontam a atividade empreendedora de produção e comercialização das peças artesanais de barro como uma alternativa financeira para melhoria dos aspectos econômicos das famílias do quilombo que integram essas atividades produtivas. O empreendedorismo social apresenta-se como um veículo propulsor para o desenvolvimento e mudança da realidade social desta referida comunidade.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Social. Artesanato. Quilombo. Desenvolvimento Local.

## ABSTRACT

The article brings the theme of social entrepreneurship linked to the manufacture of handicrafts produced in a quilombola community located in the interior of Piauí. Observing the conditions in which the quilombolas produce, market and distribute their earnings from handicrafts, the objective is, therefore, to discuss the benefits of economic activity for the aforementioned quilombola community. By analyzing the relationship between crafts and social entrepreneurship, this research has an exploratory qualitative nature, with the collection of interviews and photographic records. The data produced were analyzed using Content Analysis. The results indicate the entrepreneurial activity of production and commercialization of artisanal clay pieces as a financial alternative to improve the economic aspects of the quilombo families that integrate these productive activities. Social entrepreneurship presents itself as a propelling vehicle for the development and change of the social reality of this community.

**Keywords:** Social Entrepreneurship. Craftsmanship. Quilombo. Local Development.

## 1 INTRODUÇÃO

O conceito geral e, de certa forma, um pouco mercadológico de empreendedorismo é a capacidade que um indivíduo tem de identificar problemas e/ou oportunidades e, a partir disso, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade (SEBRAE, 2019). Dessa forma, é possível impactar o cotidiano e a vida de pessoas, levando em consideração a gestão de mudanças, criação de novos modelos de negócios ou desenvolvimento de projetos. Assim, o conceito de empreendedorismo pode ser associado a vários outros construtos tais quais a inovação, oportunidade, risco, incerteza e ação (LEYDEN; LINK, 2015).

Por outro lado, é dada à educação o mérito provedor da sustentação de competências de qualquer cidadão que gera, ou possa vir a gerar, contribuições comunitárias mediante o fortalecimento de uma sociedade ou comunidade empreendedora. De acordo com a Comissão Europeia (2006), a educação para o empreendedorismo seria definida como o processo dinâmico e social pelo qual os indivíduos identificam oportunidades para inovar e empreender, transformando suas ideias em atividades concretas nos mais diversos contextos, sendo eles social, cultural ou econômico.

Portanto, considera-se a educação para o empreendedorismo como uma ferramenta capaz de transferir conhecimentos úteis para a criação e gestão de atividades produtivas, cujo objetivo primordial seria despertar nas pessoas o interesse necessário para o desenvolvimento de atividades empreendedoras (PUNI; ANLESINYA; KORSORKU, 2018).

Neste artigo, traz-se a temática do empreendedorismo – outrora fomentado mediante o cunho basilar proporcionado através da educação – ligado à fabricação de peças artesanais produzidas em uma comunidade quilombola localizada no interior piauiense.

Os remanescentes dessa referida comunidade, prezam pela defesa e cultivo da memória de uma identidade negra e rural, que carrega em sua história as marcas de lutas e resistência, objetivando a conquista de direitos sociais com base na tríade classe, raça e gênero, ao mesmo tempo em que preservam suas tradições como forma de reafirmação identitária (SOUZA, 2013), a exemplo da continuidade dada à produção artesanal de objetos de barro, tais como o pote, que dá nome à comunidade.

A problemática do estudo assenta-se na seguinte questão: Quais as condições em que os quilombolas produzem, comercializam e distribuem seus ganhos oriundos do artesanato? Objetiva-se, assim, discorrer acerca dos benefícios da atividade econômica para a referida comunidade quilombola.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo social

Levando em consideração a lógica atual de competitividade constatada no mercado, temos que os aspectos relacionados ao desenvolvimento financeiro dos novos negócios e empreendimentos implementados no século XXI ultrapassaram as questões particularmente econômicas e passaram a vislumbrar também uma perspectiva baseada no campo social, considerado um elemento importante para o bem-estar de determinadas coletividades e ambientes onde essas estão inseridas (GENÚ; GÓMEZ; MUZZIO, 2018).

Para tanto, partindo deste raciocínio, apresenta-se o empreendedorismo social, que constitui um subcampo do empreendedorismo e possui conceito amplo, com bases fincadas na inovação e valor social. Dessa forma, o mesmo pode ser definido como sendo uma atividade inovadora, que promove a criação de valor para a sociedade e que pode ser desenvolvida nos mais diversos setores, tais como as organizações sem fins lucrativos, setores empresariais ou governamentais (BEZERRA-DE-SOUSA; TEIXEIRA, 2019).

Para Machado et al. (2019), os denominados empreendimentos sociais, em sua grande maioria, podem ser considerados como resultantes da exclusão social do mercado de trabalho e consequente desemprego agravado desde o início do novo século e que, embora se organizem obedecendo às lógicas capitalistas e empresariais, perpetuam-se com os objetivos e finalidades sociais, formalizando-se e sendo reconhecidas, muitas vezes, como cooperativas, associações e organizações do terceiro setor.

Compactuando com essa perspectiva, Genú, Gómez e Muzzio (2018) explicam que o empreendedor tido como “social” é caracterizado como fomentador de melhorias sociais bem como ambientais, levando em consideração o uso de estratégias de inovação pautadas no campo social. Ainda, esses aspectos característicos dos empreendedores sociais acabam por tornarem-se essenciais para a promoção das mudanças e transformações que visam tais melhorias.

Bezerra-de-Sousa e Teixeira (2019) destacam que o conceito de empreendedorismo social também está envolto nos pressupostos da combinação do valor social para com o valor econômico; dessa forma, é possível que esse tipo de empreendedorismo permita o desenvolvimento de novos modelos inovadores capazes de propor soluções e de resolver determinados impasses sociais. Nessa perspectiva, temos ainda que esses determinados problemas sociais devem ser vistos como fontes de oportunidades e não como barreiras ou

dificuldades, ao passo em que se pretende encontrar soluções de forma objetiva e causadoras de grandes impactos que venham a ser benéficos para a sociedade (MACHADO et al., 2019).

Nesse sentido, Machado et al. (2019) enfatizam também que o empreendedorismo social pode constituir um importante meio de incentivo à inclusão social das populações carentes, deficientes e desassistidas pelo Estado, no mercado de trabalho. Assim, esses negócios não constituem apenas a replicação de empreendimentos já existentes, mas a criação de novos, colocados de modo a tratar determinado problema social, a partir de uma estrutura organizada e mantendo o foco na mobilização dos devidos recursos necessários, capazes de viabilizar a solução desse problema (BEZERRA-DE-SOUSA; TEIXEIRA, 2019).

Como exposto, é notório o fato de que são várias as definições que podem ser associadas ao conceito de empreendedorismo social, onde essa seria uma vantagem de tal conceito que corrobora para o abandono da ideia de que a promoção de benefícios sociais só pode ser gerada por organizações sem fins lucrativos e, de tal modo, que negócios sociais não são passivos da obtenção do sucesso financeiro (GARCIA *et al.*, 2021). Certamente, o empreendimento social é resultado do processo inovador de criação, implementação e sustentabilidade, cujo objetivo principal não é a maximização do lucro, mas a melhoria do ambiente social, podendo atuar nas mais diversas áreas, tais como arte, cultura e outras.

## 2.2 Artesanato e Desenvolvimento Local

O artesanato é uma atividade tradicional de forte valor cultural que é realizada por grupos de pessoas que possuem saberes e conhecimentos para criação de objetos criativos. Dessa forma, vale ressaltar também a relação entre os aspectos identitários de um povo ou comunidade e o artesanato, pois, segundo Soares e Fischer (2010), a atividade artesanal pode constituir um resgate e manutenção da cultura, promovendo a unicidade dos envolvidos e propiciando a valorização da localidade.

De acordo com Vieira (2014), esse conceito volta-se também para a ideia de que toda produção artesanal é resultante do processamento de matérias-primas valendo-se da criatividade do artesão, das suas habilidades e sobretudo do valor cultural, podendo esse processo ser efetuado majoritariamente de forma manual por indivíduos que possuem domínio integral de uma ou mais técnicas.

A partir de uma perspectiva econômica, a atividade de artesanato configura-se como um dos setores da Economia Criativa (UNCTAD, 2010). Segundo o relatório da UNCTAD (2010, 140):

Definir e classificar artesanato é uma tarefa complexa. O artesanato tem características distintas e seus produtos podem ser utilitários, estéticos, artísticos, criativos, relacionados à cultura, decorativos, práticos, tradicionais, e de valor simbólico do ponto de vista religioso e social.

Assim, vale destacar o trabalho dos órgãos de fomento, tais como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que favorecem a integração e familiarização dos atores diversos, como os próprios artesãos, com a ação empreendedora, mediante também a educação para o empreendedorismo (MELLO; FROEHLICH, 2015). Tal reconhecimento faz com que o artesanato contribua para o desenvolvimento local de comunidades tradicionais (GALLAS *et al.*, 2019), sendo associado também ao turismo cultural (ver CAVALCANTE; VASCONCELOS, 2022; MACHADO; SILVA; FERNANDES, 2020).

De igual forma, Keller (2015) ressalta que as organizações, tais como cooperativas e associações de profissionais artesãos constituem uma série de benefícios e vantagens que acabam incentivando a competitividade à atividade, permitindo assim uma maior escoação desses produtos artesanais para o mercado. No entanto, essa perspectiva de atividade econômica por influência de instituições como o SEBRAE provoca uma ruptura na visão tradicional do artesanato que, antes visto como uma atividade informal de grupos sociais de baixa renda, passa a ter mais fortemente a característica de formalidade no processo criativo (MARQUESAN; FIGUEIREDO, 2014).

Marquesan e Figueiredo (2014) apontam que essa nova perspectiva descaracteriza o artesanato como uma cultura artesanal tradicional, em que o artesão se torna um empreendedor. Nesse sentido, Machado, Silva e Fernandes (2020) defendem que pesquisas nessa temática reconheçam como os artesãos se organizam e resistem às práticas empreendedoras do *mainstream*.

Como exemplo de artesanato de resistência temos o estudo de Jesus (2017), que conduziu uma pesquisa sobre artesanato indígena do Estado do Rio de Janeiro. O referido autor constata que a visibilidade da produção cultural do artesanato como economia criativa oferece melhorias nas condições políticas e socioeconômicas, mas também de resistência à marginalização dos artesãos, da população indígena frente à falta de políticas públicas; o que Sousa *et al.*, (2022) apresentam ainda como desafio à necessidade de formação de uma agenda específica de políticas públicas no Brasil para o setor de artesanato e grupos de artesãos.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Ao analisar a relação entre artesanato e empreendedorismo social, esta pesquisa tem natureza qualitativa exploratória. A pesquisa é de cunho qualitativo aplicada às ciências sociais aplicadas, uma vez que, segundo Turato (2005), na metodologia qualitativa, emprega-se a concepção trazida das Ciências Humanas, segundo as quais não se busca estudar o fenômeno em si, mas entender seu significado individual ou coletivo para a vida das pessoas. Cabe destacar que medidas éticas foram aplicadas para realização da pesquisa, a qual obteve aprovação pelo comitê de ética de uma instituição de ensino superior brasileira.

A pesquisa de campo foi realizada em uma comunidade quilombola, localizada no interior do Piauí, mais especificamente na região do Vale do Canindé, aos pés da Transamazônica BR-316, entre os meses de março e maio de 2021. Essa referida comunidade é mantida através de artesanatos locais produzidos com o barro, possuindo em média cerca de 40 famílias associadas ao projeto quilombola, que tem como seu principal objetivo o reconhecimento dos direitos básicos dos povos remanescentes de origem africana. Mantendo vivas as culturas e tradições que entrelaçam as gerações de suas famílias, o quilombo preserva práticas culturais e religiosas, como dança, capoeira, artesanato, rituais religiosos, entre outros.

Para construção de dados desta pesquisa, entrevistas semiestruturadas foram realizadas a fim de alcançar a compreensão de mundo dos sujeitos entrevistados e inseridos no objeto desta pesquisa (GODOI; MATTOS, 2010). Foram incluídos nesta pesquisa os adultos com idade igual ou superior a 18 anos e que foram localizados no período da coleta de dados, de acordo com os endereços fornecidos pelo líder da comunidade quilombola. A coleta foi realizada com 16 participantes, mediante entrevistas semiestruturadas com residentes adultos da comunidade, aptos a participarem do estudo, mediante assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Os questionamentos realizados durante as entrevistas possibilitaram o reconhecimento dos aspectos econômicos da comunidade em geral bem como da rotina do processo produtivo de produtos artesanais de barro, com o intuito de evidenciar a dinâmica e impactos das estratégias produtivas, com destaque para as etapas de maior relevância ao longo do processo de produção. E, por fim, as formas de comercialização, arrecadação e divisão dos rendimentos obtidos em conjunto.

Para além das entrevistas, registros fotográficos foram realizados ao longo do período em campo. O uso de fotografias na construção de dados na pesquisa qualitativa não é recente,

mas é colocado de forma banalizada (ANJO, 2020). Muzzio (2022) destaca a fotografia como um meio de produzir evidências e trazer um maior rigor nas pesquisas.

Após a transcrição de entrevistas e registros fotográficos, os dados produzidos foram analisados por meio da Análise de Conteúdo (AC). A AC se baseia no processo de interpretação dos dados a partir da descrição e categorização de forma lógico-dedutiva. Tal técnica de categorização de dados colabora para entendimento além do dito, sendo observado a construção das falas, sentidos e intencionalidade dos sujeitos para entendimento do mundo social (COLBARI, 2014). Foram criadas três categorias, *a posteriori*, de acordo com o objetivo proposto neste trabalho, a saber: Artesanato de resistência; De Artesão a artesanato e Desenvolvimento local. O tópico a seguir, resultados e discussão, descreve os dados e apresenta as análises a partir de cada categoria temática.

## 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 Artesanato de resistência

É notório que no cenário atual brasileiro identifica-se um campo propício para o ato de empreender, visto que as condições econômicas e situação desfavorável de empregabilidade para as populações, principalmente nas localidades periféricas, interioranas e comunidades formadas por grupos étnicos de minoria social, constituem fatores determinantes para a decisão de abrir um empreendimento próprio como alternativa ocupacional e financeira.

Para tanto, neste tópico abordaremos a atividade artesanal como sendo um ato de resistência dos empreendedores da referida comunidade quilombola que, como em outras situações, muitas vezes sem experiência de mercado ou preparação/planejamento prévio, se aventuram no empreendedorismo em busca de estabilidade financeira (DORNELAS, 2016). Apresentando também falas e fotos do processo de aprendizagem e do processo artesanal de produção que, para Vieira (2014), deve valer-se das habilidades e criatividade dos artesãos, bem como a relação da comunidade com o barro – matéria-prima do artesanato produzido na localidade.

Assim, pode-se depreender diversos motivos que despertam o interesse dos indivíduos para o ato de empreender; desta forma, podemos incluir a esta discussão os conceitos do empreendedorismo por necessidade e o empreendedorismo por oportunidade (DORNELAS, 2016). Respectivamente, o primeiro consiste numa decisão pouco planejada cuja necessidade pessoal é o principal motivador para o empreendimento, que é aberto sem planejamento prévio e sem perspectiva mercadológica. O segundo, diz respeito ao resultado do processo de

identificação de uma oportunidade de negócio, o planejamento prévio e estudo do mercado no qual se pretende estabelecer o novo negócio.

Em específico, podemos considerar que o ato de empreender da comunidade quilombola aqui em estudo, através do artesanato, caracteriza-se como um empreendedorismo por necessidade que, com o passar dos anos, tornou-se uma oportunidade de negócio diferenciada que, para Soares e Fischer (2010), a comercialização desse artesanato, com características específicas e bases fincadas na cultura e tradição quilombola do trabalho com o barro, constitui uma valorização monetária do produto local.

Com o andamento das entrevistas realizadas com residentes da comunidade quilombola, tornou-se facilmente perceptível reconhecer a relação intrínseca dos artesões com o barro utilizado como matéria-prima para produção das variadas peças destinadas à comercialização, como especifica o Indivíduo 2:

[...] O barro é nossa salvação aqui, porque não tem emprego para nós e o povo tira dinheiro daqui, das coisas que produzem.

Essa fala transmite o sentimento de dependência em relação à referida matéria-prima que é indispensável para a continuidade da atividade produtiva das peças artesanais que são comercializadas na comunidade, composta por uma população desfavorecida quanto às oportunidades de emprego carentes na região e que enxergam no artesanato a alternativa ocupacional e financeira.

Especificamente, destacamos a fala seguinte, do Indivíduo 9, que irá explicar com riqueza de detalhes como se dá o processo de produção artesanal constatado na comunidade quilombola, o qual faz-se necessário conhecermos, expor e analisar as nuances desse referido processo:

O barro é retirado ali perto de onde eu moro, não sei nem quantos quilômetros, por nome chamado barreiro onde pegam a argila. *Ai traz* a argila, *ai bota* ali do lado, põe de molho para amolecer e para modelar, põe esterco de boi, de jumento. *Ai depois vai e amassa, ai* quando estiver bem macio faz o rolo, coloca ali, *ai* quando *estiver feito* os rolos coloca no chão e vai abrindo para modelar a panela, todo tipo de copo, travessa, jarro, todo tipo de peça. Quando o tempo está frio igual hoje, tem que deixar um *bocado de dia* para secar. Põe ali ou dentro dos quartos para não rachar. Coloca na sombra mesmo. *Ai* depois nas panelas a gente passa uma mucunã para no final ficar bem lisinha. Depois coloca ela para secar, quando estiver bem seca, *ai vai* para o forno.

É perceptível que se trata de um processo demorado, composto por várias etapas que vão desde o recolhimento da argila no barreiro local, até a secagem das respectivas peças no

forno à lenha. O indivíduo 7 apresenta de forma mais resumida esse mesmo processo produtivo:

[...] Tudo envolve pegar o barro, modelar por muito tempo usando as ferramentas certas, já tem que saber como é também, precisa ter muita prática. Ainda precisa assar, passar a cera depois que seca e espera uns dias.

Tal como condicionado na questão problema deste estudo, mediante os resultados expostos, pode-se perceber as características centrais envolvidas no processo produtivo da comunidade quilombola que, ao organizar-se em grupos, se ajudam mutuamente desde a busca da matéria prima no chamado “barreiro”, local de onde é retirada a argila, até o preparo, a modelagem das peças específicas, a sua secagem e o ato de assar em forno à lenha.

#### 4.2 De artesãos a empreendedores

Finalizado o processo produtivo, têm-se assim como resultado os produtos artesanais que são postos para comercialização na loja comunitária do quilombo, como ilustrado na imagem 1. Após a venda, os ganhos são divididos entre as pessoas que produziram determinado lote de produtos, sendo descontado do montante uma taxa referente às despesas mensais, tais como de energia elétrica da loja comunitária bem como do local onde funciona a Associação dos Moradores do Quilombo dos Potes onde a produção é realizada.

**Imagem 1: Produtos artesanais expostos na loja comunitária da comunidade quilombola.**



**Fonte:** Acervo dos autores.

Assim, serão apresentados neste tópico os aspectos envolvidos no próprio processo de comercialização dos produtos artesanais, que corroboram com o mencionado anteriormente. Estes fatos podem ser comprovados mediante as falas apresentadas a seguir, que explicam o destino das peças produzidas mediante o processo de comercialização e consequente repartição dos respectivos ganhos. O Indivíduo 9, em sua fala, apresenta o início do processo de comercialização:

[...] Depois coloca para vender na lojinha ali. Anos atrás, eu mesma não, mas minhas tias, minha avó quando era viva, iam para Inhuma, Ipiranga, Picos, nas feiras mesmo. *Aí* anos atrás a gente ia para feira, a feira em Teresina. Levava, *aí* nós colocávamos lá na praça Pedro II, tinha lá o ponto de venda também lá na praça Pedro II mandava também para lá.

É importante destacar o fato de que, em tempos passados, como expõe o Indivíduo 9, os próprios residentes da comunidade saíam da localidade para comercializar seus produtos em outras cidades vizinhas da região e da capital piauiense, participando de feiras e exposições ao ar livre. Na atualidade, esses produtos são comercializados apenas na loja da comunidade, que fica aos pés da rodovia BR-316, como expõe o Indivíduo 15:

[...] O pessoal que mais compra *é* os que passam na estrada, param, compram, fazem encomenda.

A seguir, são relatadas as características dadas ao processo de vendas e repartição dos respectivos ganhos. O Indivíduo 14 expõe o caráter conjunto da produção e comercialização bem como o caráter individualista da arrecadação dos ganhos:

Eles trabalham juntos, cada um tem suas peças *aí* botam nas estantes. Cada estante tem um dono, a peça que vende o dono recebe o dinheiro, e quem vendeu recebe uma comissão. E tem uma taxa que eles tiram para associação. Qualquer um pode vender *aí* eles sempre tiram essa tachinha para associação, para pagar a luz daqui, da lojinha.

A partir dessa fala, podemos perceber o senso de obrigação para com as despesas que devem ser compartilhadas entre os artesãos da comunidade, que devem destinar parte dos seus ganhos para custear as despesas da associação comunitária e da própria loja. Nas falas a seguir, os indivíduos 2 e 12, respectivamente, explicam de maneira sucinta como se dá a divisão dos ganhos entre os artesãos, ajudantes e vendedores. Segundo eles,

A divisão que tem é que a pessoa que faz as peças, recebe e paga as que *ajudou*, paga o que foi buscar o barro, dividem a gasolina. Quando acabar o grupo divide as coisas que gastou, a lenha da queima e tudo [...]

[...] Aqui cada pessoa faz sua quantidade de peças. *Ai* se for uma encomenda grande, divide o tanto de  $x$  para cada um. Quando receber o dinheiro é total de  $x$  para cada.

Desse modo, os moradores do Quilombo dos Potes, dadas as suas condições regionais, de carência de acesso à educação de qualidade e alternativas de renda, viram no ato de empreender uma alternativa para o alcance de melhores condições (BEZERRA-DE-SOUSA; TEIXEIRA, 2019), compactuando, assim, com o pensamento que reforça a ideia de que qualquer indivíduo pode alçar as competências necessárias para ser empreendedor, enfatizando ainda que o fato de ser criativo, idealista e determinado (VIEIRA, 2014) constituem características que são tidas como essenciais para um empreendedor bem-sucedido.

Para tanto, vale também enfatizar o pensamento de Keller (2015), ao afirmar que esse tipo de economia social é aquela baseada na cooperatividade em vez da competitividade, que promove uma eficiência sistêmica sobressalente à eficiência apenas individual.

### 4.3 Artesanato e desenvolvimento local

Genú, Gómez e Muzzio (2018) destacam que o empreendedorismo constitui um caminho sustentável para o desenvolvimento social e econômico de qualquer localidade. Sendo também atribuído ao empreendedorismo os aspectos que caracterizam a melhor arma contra o desemprego. Portanto, nesta sessão, apresentam-se os aspectos correspondentes ao senso de comunidade, cooperatividade e associação das famílias residentes no território quilombola, que efetivamente integram as atividades produtivas, colaborando para o desenvolvimento local dessa comunidade tradicional, mediante o artesanato (GALLAS *et al.*, 2019).

Para tanto, trazemos também a esta discussão o senso de comunidade e cooperativismo entre os artesãos, que trabalham e se ajudam mutuamente em busca de promover melhores condições para as suas famílias. Através do artesanato que é empreendido, tornam possível esse efetivo desenvolvimento para a comunidade, como explica o Indivíduo 4 ao falar sobre a atividade artesanal. Ele explica,

[...] Tem o artesanato, tem as famílias aqui que fazem o artesanato, que levam o nome da Comunidade dos Potes, é porque desde que *fundou* aqui que tem a tradição de fazer os produtos de barro, os produtos da argila, a terra aqui é boa. A argila é uma das melhores da região e até de outras.

Percebe-se, através do exposto, que o Indivíduo 4 enaltece o trabalho realizado na comunidade, a comunidade em si e a própria matéria-prima utilizada para a produção das peças artesanais ao destacar que a argila é a melhor da região, o que constitui um diferencial para as peças comercializadas. O indivíduo 13 apresenta outros tipos de peças produzidas:

[...] A comunidade produz panela, pote, jarro de planta, pote grande. Eles vendem aqui mesmo na loja.

É importante enfatizar o senso de comunidade e coletividade presente nas falas dos entrevistados. O Indivíduo 13 expressa que “a comunidade produz”, o coletivo, pondo à parte o individualismo outrora mencionado no processo de divisão dos ganhos. Portanto, torna-se importante a manutenção e preservação desse senso de coletividade, colocado em prática mediante as atividades e reuniões propostas pela associação comunitária, ilustrada na imagem 2.

**Imagem 2: Associação comunitária da comunidade quilombola.**



**Fonte:** Acervo dos autores.

Esse espaço, além de abrigar a associação comunitária com a realização de reuniões e eventos, é o local onde são realizadas as produções das diversas peças artesanais, servindo também como depósito para as peças produzidas. O espaço também é destinado a abrigar os encontros e práticas religiosas tradicionais da localidade.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, na sociedade brasileira, significativa parcela da população, frente ao alto índice de desemprego constatado no país, tem visto no empreendedorismo a solução para o alcance de estabilidade financeira. Nas localidades periféricas e comunidades, tais como as dos povos quilombolas, esse cenário torna-se ainda mais agravante quando nos referimos aos índices de empregabilidade e conseqüente busca pela estabilidade financeira.

Diante disso, e já nos referindo ao objetivo central deste estudo, é notório o caráter benéfico dado à comunidade quilombola dos Potes, que vê na sua atividade empreendedora de produção e comercialização das peças artesanais de barro uma alternativa financeira para melhoria dos aspectos econômicos das famílias do quilombo que integram essas atividades produtivas, sendo o empreendedorismo um veículo propulsor para o desenvolvimento e mudança da realidade social dessa referida comunidade.

Mediante o exposto, vale ressaltar a importância das ações de incentivo e orientações para o empreendedorismo em comunidades tais como esta pesquisa, seja através do poder público ou da iniciativa privada, que possibilitem a criação e continuidade da atividade empreendedora de maneira efetivamente organizada, e capaz de gerar maiores impactos.

Ademais, como contribuição teórica, este estudo identifica as comunidades quilombolas do Brasil como localidades detentoras de potencial elevado para o desenvolvimento, por intermédio do fomento de atividades produtivas com foco no ato de empreender.

Por fim, tendo em vista que o método utilizado nesta pesquisa está fundamentado como de natureza qualitativa, vale considerar as respectivas limitações deste estudo que impedem a generalização de seus resultados. Uma vez que a amostra da pesquisa foi relativamente pequena, dada a quantidade de residentes adultos da comunidade, o que dificultou a obtenção de maiores detalhes quanto aos processos de produção e comercialização dos produtos artesanais, sugere-se, portanto, o desenvolvimento de estudos futuros que contemplem de forma mais ampla esses aspectos.

## REFERÊNCIAS

- ANJO, J. E. S. Por Trás das Câmeras: Registro Fotográfico dos Bastidores de uma Produção Cinematográfica. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 9, n. 3, p. 161-177, 2020.
- BEZERRA-DE-SOUSA, I. G.; TEIXEIRA, R. M. Relações Conceituais entre Empreendedorismo Social e Inovação Social. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 13, n. 4, p. 81-99, 2019.
- CAVALCANTE, M. M.; VASCONCELOS, D. A. L. Saberes e fazeres populares: o artesanato nas regiões turísticas de Alagoas. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 22, n. 1, p. 1-12, 2022.
- COMISSÃO EUROPEIA. **Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comitê Econômico e Social Europeu e ao Comitê das Regiões, Aplicar o Programa Comunitário de Lisboa: promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem**, Bruxelas. 46. 2006.
- COLBARI, A. A Análise de conteúdo e pesquisa empírica qualitativa. In: SOUZA, E. M. (Org.) **Metodologias e analíticas qualitativas em pesquisa organizacional: uma abordagem teórico-conceitual**. Vitória: EDUFES, 2014.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. – 6. ed. – São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.
- GALLAS, J. C.; PIMENTA, A. A.; GONÇALO, C. R.; RODRIGUES, R. B. Economia Criativa e Inovação Social: Uma Análise a Partir de uma Comunidade de Artesãos Cearenses. **Desenvolvimento em Questão**, v. 17, n. 49, p. 176-190, 2019.
- GARCIA, A. S.; RIBEIRO, O. C. R.; ANDRADE, D. M.; SILVA, J. P. N. Produção Científica sobre Empreendedorismo Social e Construção de uma Agenda para Pesquisas Futuras: Um Estudo Bibliométrico na Base Web of Science (1994-2018). **Administração Pública e Gestão Social**, v. 13, n. 1, p. 1-23, 2021.
- GENÚ, J. M.; GÓMEZ, C. R. P.; MUZZIO, H. A Criatividade no Empreendedorismo Social: Motivação, Experiência e Habilidade, Juntas para o Bem Comum. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 7, n. 3, p. 83-106, 2018.
- GODOI, C. K.; MATTOS, P. L. Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (org). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- JESUS, D. S. V. Economia criativa e resistência: o artesanato indígena no Estado do Rio de Janeiro. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 53, n. 2, p. 349-362, 2017.
- KELLER, P. F. O artesão e a economia do artesanato na sociedade contemporânea. **Revista de ciências sociais-política & trabalho**, v. 2, n. 41, 2015.

LEYDEN, D. P.; LINK, A. N. **Public sector entrepreneurship**: U. S. technology and innovation policy. New York: Oxford University Press, 2015.

MACHADO, F. C. L.; SILVA, A. R. L.; FERNANDES, T. A. The Ordinary, Cultures, and Management: The Organizing Processes within the Handicraft Sector in Piúma (ES), Brazil. **Organizações & Sociedade**, v. 27, n. 95, p. 644-673, 2020.

MACHADO, R. E.; RAFAEL, D. H.; CABRAL, S. M.; FIGUEIRÓ, P. S. O Empreendedorismo Social como Oportunidade de Inclusão Social: O Caso de uma Cooperativa de Reciclagem. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v. 8, n. 1, p. 1-18, 2019.

MARQUESAN, F. F. S.; FIGUEIREDO, M. D. De artesão a empreendedor: a ressignificação do trabalho artesanal como estratégia para a reprodução de relações desiguais de poder. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 15, n. 6, p. 76-97, 2014.

MELLO, C. I.; FROEHLICH, J. M. Identidade territorial e artesanato com porongo na região central do RS –a noção de circuito espacial produtivo e suas possibilidades no âmbito do turismo. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 11, n. 2, 2015.

MUZZIO, H. Uso da Fotografia na Pesquisa Organizacional: Legitimidade e Potencialidades. **Revista de Administração Contemporânea**, p. e220012, 19 maio 2022.

PUNI, A.; ANLESINYA, A.; KORSORKU, P. D. A. Entrepreneurial education, self-efficacy and intentions in Sub-Saharan Africa. **African Journal of Economic and Management Studies**, v. 9, n.4, p. 492-511, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/AJEMS-09-2017-0211>>. Acesso em 20 de maio de 2022.

SEBRAE. **Mas afinal, o que é empreendedorismo**. 2019. Disponível em: <<https://blog.sebraesc.com.br/o-que-e-empreendedorismo/>>. Acesso em 20 de maio de 2022.

SILVA, M. de F; MOURA, L. R; JUNQUEIRA, L. A. P. As interfaces entre empreendedorismo social, negócios sociais e redes sociais no campo social. **Revista de Ciências da Administração**, v. 17, n. 42, p. 121-130, 2015.

SOARES, R.; FISCHER, T. Aqui aprendeu da mãe que aprendeu da mãe: memórias e significados do artesanato no território Sisal/BA. EnANPAD, 34, 2010. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

SOUSA, J. R. F.; SÁ, M.; LORÊTO, M. S. S.; SOUZA, D. C. Construção de agenda e desafios locais à valorização e ao desenvolvimento coletivo do negócio de artesanato no Alto do Moura-PE. **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, v. 27, n. 88, p. 1-17, 2022

SOUZA, M. A. O. **“Negras nós somo, só não temo o pé no torno”**: a identidade negra e de gênero em Conceição das Crioulas, Contendas / Tamboril e Santana (Salgueiro-PE). Tese (doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco, CFCH. Programa de Pós-Graduação em História. Recife, 2013.

TURATO, E. R. Métodos qualitativos e quantitativos na área da saúde: definições, diferenças e seus objetos de pesquisa. **Rev. Saúde Pública**, v. 39, n. 3, p. 507-14., 2005.

UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa 2010 – Economia Criativa: Uma Opção de Desenvolvimento Viável.** São Paulo, 2010.

VIEIRA, G. S. O. Artesanato: identidade e trabalho. **Tese** (doutorado) – Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Ciências Sociais (FCS). Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Goiânia, 2014.

**Como Referenciar este Artigo, conforme ABNT:**

FONSECA, A. G. S; SILVA, A. M; MACHADO, A. L; ANJO, J. E. S. Empreender no Quilombo: Artesanato como Alternativa de Renda de Famílias Quilombolas no Piauí. **Rev. FSA**, Teresina, v. 19, n. 12, art. 9, p. 190-206, dez. 2022.

<b>Contribuição dos Autores</b>	<b>A. G. S. Fonseca</b>	<b>A. M. Silva</b>	<b>A. L. Machado</b>	<b>J. E. S. Anjo</b>
1) concepção e planejamento.	X			
2) análise e interpretação dos dados.	X	X		
3) elaboração do rascunho ou na revisão crítica do conteúdo.	X	X	X	X
4) participação na aprovação da versão final do manuscrito.	X	X	X	X