

---

---

## GENEALOGIA E ESPECIFICIDADES ACERCA DE UM TIPO DE EMPREENDEDOR POPULAR: O ARTESÃO BRASILEIRO

---

---

Bezamat de Souza Neto (COPPE/UFRJ)

### RESUMO

O presente trabalho busca sintetizar uma constatação empírica baseada nas experiências do dia-a-dia em trabalhos junto a uma parcela de pequenos produtores e prestadores de serviços localizados notadamente em periferias e favelas de cidades e no campo desse imenso Brasil pleno de diversidades. Nossos esforços de pesquisa têm se dedicado a decifrar, decodificar e interpretar esse tipo de “microempresário-de-si-próprio”. Ao definir e interpretar esse “empreendedor popular” buscaremos contribuir também para a discussão sobre uma certa tipologia de empreendedor brasileiro. A literatura especializada, notadamente estrangeira, aborda com frequência e profundidade o tema utilizando a terminologia “artesão” como um entre os vários tipos de empreendedor. Tentaremos então contribuir com especificidades que contextualizem o artesão brasileiro que difere sócio-histórica e culturalmente do clássico artesão do hemisfério norte. Caminharemos no sentido de que nenhuma tipologia é suficientemente completa a ponto de cobrir todos os tipos de empreendedores. Cada caso pode ser considerado único. Entretanto, elas provêm uma base para a compreensão dos pontos de apoio, bem como dos valores e do pensamento dos empreendedores, e as linhas para a compreensão da consistência comportamental geral desses atores.

### Introdução

Em inglês se utiliza o vocábulo francês “entrepreneur” para denominar os novos empresários e as pessoas que se estabelecem por conta própria, aos empreendedores. O uso mais antigo do termo *entrepreneur* se registra na história militar francesa, no século XVII. Fazia referência a pessoas que se comprometiam em conduzir expedições militares. Atribui-se a um irlandês do século XVIII chamado Richard Cantillon (1697 – 1734), o primeiro uso do termo *entrepreneur* no contexto empresarial, para referir-se a alguém que compra bens e serviços a certos preços com vistas de vendê-los a preços incertos no futuro. Em outras palavras, correndo um risco não assegurado. Uma década depois, Jean Baptiste Say (1768 – 1832), em 1803, descreveu a função do *entrepreneur* em termos mais amplos ao fazer a distinção entre empreendedores e capitalistas e entre os lucros de cada um. E ao fazê-lo, Say associou os empreendedores à inovação além de vê-los como os agentes da mudança e também considerava o desenvolvimento econômico como resultado da criação de novos

empreendimentos. Ele próprio era um empreendedor e foi o primeiro a definir as fronteiras do que é ser um empreendedor na concepção moderna do termo. Say foi o primeiro a lançar os alicerces desse campo de estudo e pode-se considerá-lo o “pai” do empreendedorismo (Schumpeter, 1997; Fillion, 1999a).

Entretanto e de forma sucinta, as principais concepções sobre o empreendedor foram desenvolvidas pelo economista Joseph Schumpeter (1883-1950), considerado na literatura como quem melhor analisa o empreendedor e sua inserção na economia capitalista. Para Fillion (1999a), foi Schumpeter quem realmente lançou o campo do empreendedorismo, associando-o claramente à inovação:

*A essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios (...) sempre tem a ver com criar uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações (Schumpeter apud Fillion, 1999a: 7).*

Para Schumpeter (1997), a trajetória econômica do capitalismo é descrita como um “fluxo circular” cuja tendência é o equilíbrio. Sendo assim, o desenvolvimento econômico só ocorre no momento em que há uma *mudança espontânea e descontínua nos canais do fluxo, perturbação do equilíbrio que altera e desloca para sempre o estado de equilíbrio previamente existente* (Schumpeter, 1997: 72). O equilíbrio estacionário deve dar lugar ao desequilíbrio dinâmico provocado pelo empreendedor.

A contribuição dos empreendedores para o desenvolvimento da economia capitalista, segundo a teoria *schumpeteriana*, envolve a capacidade de promoção do que se denominou “destruição criativa”, um processo capaz de introduzir o novo e gerar riquezas para um país. Alguns espaços passíveis de inovação, considerados por Schumpeter, foram: o produto, a produção, a comercialização/distribuição, o mercado, os componentes/suprimentos e o espaço da gestão organizacional.

O primeiro refere-se à descoberta de um novo bem ou uma nova qualidade para um produto. Em relação à produção, fala-se, nesse caso, da introdução de um novo método capaz de revolucionar o processo produtivo; em relação à distribuição, de algo capaz de promover uma maior aproximação dos consumidores em relação aos produtos. Quanto ao mercado, o empreendedor deverá ser capaz de descobrir um novo nicho, bem como uma nova fonte de componente de fabricação de um produto ou serviço. E, em relação à gestão, cabe ao indivíduo empreendedor encontrar uma nova forma de organização do negócio, capaz de assegurar sua manutenção e crescimento.

Portanto, o empreendedor tem a função de realizar *novas* combinações nos canais de produção, tendo como resultado a constituição de um “novo” empreendimento. Para Schumpeter é essencialmente a capacidade de implementação das novas possibilidades de combinação que destaca o empreendedor enquanto uma categoria especial, que assegura o desenvolvimento econômico. Este difere do crescimento econômico, pautado no aumento populacional e/ou de riqueza sem que haja mudanças qualitativas no processo de produção.

Como não é fácil introduzir elementos de racionalidade dentro do complexo comportamento dos empreendedores e como também muitos pesquisadores e estudiosos, principalmente do ramo da economia, se recusam em aceitar modelos não-quantificáveis, isso acabou por levar o universo do empreendedorismo a voltar-se para os comportamentalistas -

psicólogos e psicanalistas, sociólogos e outros especialistas do comportamento humano -, na busca de um conhecimento mais aprofundado do comportamento do empreendedor. Um dos primeiros autores desse grupo a mostrar interesse pelos empreendedores foi Max Weber. Em sua clássica obra “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo” ele identificou o sistema e valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento empreendedor. Para Weber, o principal fator motivador para quem se estabelecia por conta própria era a crença religiosa ou o trabalho ético protestante que estabelecia normas de conduta que punham freio à extravagância, ao consumo ostensivo e à indolência. O resultado era uma maior produtividade, uma diminuição das despesas e aumento da economia, todos fatores vitais para o crescimento econômico. Ele via os empreendedores como inovadores, pessoas independentes cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal (Filion, 1999: 8). Em suma, e o mais importante, Max Weber, conectando à ética da alta produtividade, a poupança e a desmotivação do consumo dispendioso com o sucesso econômico pôde articular uma forte defesa do impacto da cultura no crescimento das atividades empresariais. E, como fundador da “sociologia compreensiva“, que procura a interpretação das ações individuais a partir do sentido dado pelo agente, influenciou por exemplo toda uma geração de pensadores, aqui em *terra brasilis*, de mais alta importância e dedicados a interpretar o Brasil na sua especificidade cultural e a buscar razões para o nosso “atraso” (Holanda, 1988; Souza, 1999: pp.17-54; Vianna, 1999: pp. 173-194).

Entretanto, o autor que realmente deu início à contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo foi, sem dúvida, David C. McClelland. Em seu livro “The Achieving Society” ele se propunha a estabelecer uma relação entre o progresso econômico e a existência de uma cultura da “necessidade generalizada de realização” que ele definiu como *o desejo de fazer algo por fazê-lo, mais que com fins de poder, amor, reconhecimento ou se desejar, lucro* (McClelland, 1961: 67). Aprofundando a questão ele criou bases e orientações para sessões de treinamento para motivar o êxito e a realização em executivos. E nesse sentido, ele foi o pioneiro na capacitação para comportamentos mais empreendedores de adultos.

Embora muitas vezes a maioria dos conceitos, estudos e pesquisas efetuadas sobre empreendedores refiram-se a área de negócios, é importante frisar que isso deve ser vislumbrado em todos os ramos de atividade humana como as artes, o esporte, a política, a música, dentre outras. E, ressalta-se também, que apesar dessa concepção não ser unânime, na literatura especializada há uma concordância geral entre os teóricos do assunto, quanto a um ponto: a capacidade de assumir riscos constitui a principal característica do empreendedor e este possui uma posição de centralidade no desenvolvimento das economias nacionais. O empreendedor reage à mudança, vista como inevitável e sadia, de forma a transformá-la em oportunidade. A principal tarefa da prática empreendedora na sociedade e, especialmente, na economia é a de fazer coisas diferentes, buscando a inovação em diversas esferas sociais.

Ao abordarmos o tema empreendedorismo não podemos nos furtar de apresentar as características pessoais dos empreendedores. Quer seja baseados em estudos já feitos ou mesmo de forma empírica, pois nos ajudam a entender um pouco melhor as particularidades desses “atores” socioculturais e econômicos. E como sugestão para futuras reflexões, cremos que: ter consciência das virtudes e dos defeitos próprios, ter auto-conhecimento; aceitar e aprender com seus erros e com os erros dos outros; manter a auto-estima, mesmo em situações de fracasso; ter capacidade de ver idéias onde os outros não vêem; ter capacidade de articular e materializar estratégias; ter capacidade de combinar recursos e insumos com vistas a um objetivo definido; assim como as competências associadas com a criação de redes,

buscar de informação e planejamento empresarial são, aos nossos olhos, as mais importantes. Todas estas competências podem ser adquiridas. Seja através da experiência do dia-a-dia profissional em empreendimentos vários, ou, através da capacitação.

Tal ação, na perspectiva de Fillion (1991, 1993), deverá estar sustentada no que ele chama de “visão”, sendo esta entendida como *uma projeção, uma imagem projetada no futuro, do lugar que o empreendedor deseja que seu produto venha a ocupar no mercado. É também, uma imagem do tipo da empresa necessária para alcançar esse objetivo*. Portanto, o empreendedor é alguém que concebe, desenvolve e realiza visões (Fillion, 1993: 52).

## **O Papel e a Importância Atribuídos aos Empreendedores**

Na contemporaneidade, aos Empreendedores tem sido atribuído um papel e uma importância de certa relevância pois eles incrementam a dinâmica da função empresarial (e não necessariamente as relações capitalistas), seja em pequenos, médios ou grandes negócios/empreendimentos ou através do auto-emprego, proporcionando um crescimento e um desenvolvimento econômico nunca antes visto.

Como exemplo da importância atribuída aos empreendedores, percebe-se hoje no Brasil algumas movimentações no sentido de inserir o artesão (e outros grupos populares) no mercado como variável estratégica de desenvolvimento social e econômico. Tais movimentações partem de setores tanto governamentais como não-governamentais e o cerne metodológico de tais ações, em sua maioria, é o treinamento e a capacitação do artesão para comportamentos mais empreendedores.

Podemos até chamar tudo isso de “*novidade*” pois até bem pouco tempo, aqui no Brasil, empreendedor era sinônimo de empresário e empresário jamais seria algo comparável a um artesão. Portanto artesão e empreendedor eram pares diametralmente opostos. Hoje é *in* falar de artesão empreendedor, aliás mais *in* ainda é trabalhar a vertente empreendedora do artesão. E é isso que hoje algumas das várias instituições que trabalham com o setor artesanal brasileiro têm feito (e muitas delas vivem disso, e muito bem).

Mas de onde elas trazem o referencial para essa “educação empreendedora”, quais as “características pessoais empreendedoras” com que elas trabalham por exemplo? De forma sucinta também, em sua grande maioria, podemos afirmar, vem da literatura especializada estrangeira filiada à *linha comportamentalista* de David McClelland (a motivação e a necessidade de realização, e a propensão ao risco como decorrência) que como já dito, foi o precursor e o ideólogo das sessões de treinamento e capacitação para comportamentos mais empreendedores. Tem também o Método CEFÉ (*Competência Econômica através da Formação de Empreendedores*), “pacote-pedagógico-fechado”, referenciado também naquela literatura clássica - especialmente em McClelland - e coordenado mundialmente pela GTZ (*Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit*), a Sociedade para Cooperação Técnica, do Ministério de Cooperação Técnica da Alemanha e que atua hoje em mais de cem países, com sucesso, como ferramenta de intervenção na realidade social de populações marginalizadas ou carentes do básico, e não só para o público artesanal. Trata-se de um conjunto de instrumentos de treinamento para as áreas comportamental e gerencial. E que envolve para tanto a possibilidade de habilitar indivíduos com vistas a desenvolver posturas empreendedoras usando: desenvolvimento próprio através de auto-análise; desenvolvimento de capacidades

através de técnicas de negócio, conhecimento geral e administrativo; e o desenvolvimento do meio em que vivem, estruturando instituições e organizações. O Método CEFE, enquanto metodologia de aprendizagem, se baseia em três pilares: 1º- *Aprendizagem pela Ação / Jogos de Empresa*, sistemas de simulação de realidades, capazes de introduzir conceitos e posturas na busca de comportamentos mais eficazes; 2º- *Andragogia*, educação de adultos utilizando a experiência de cada indivíduo; e 3º- *A Teoria do Empreendedor*, a necessidade de realização (vide McClelland), a valorização e o resgate das características empreendedoras buscando melhor desempenho. (Manual CEFE, 1991)

Agora, o que se percebe também é que as instituições que trabalham o artesanato brasileiro na vertente empreendedora, em sua maioria, confundem, na formulação de seus projetos e ações, nas “sessões de treinamento” (com relação a conteúdos e formas), o artesanato com o auto-empregado ou com aquele desempregado, candidato a operador de pequenos negócios, via (re) cursos do FAT e *quejandos*, por exemplo. Seus técnicos e instrutores, com raras exceções, formados com base naqueles referenciais clássicos da literatura estrangeira e sem se preocupar com possíveis adaptações teóricas para a *terra brasilis*, não percebem tais diferenças. Artesão é Artesão. E artesanato brasileiro são *outras histórias!*

### **Sobre Tipologias e o Tipo Artesão**

Pode-se perceber através da literatura uma busca por distinguir o empreendedor entre os seus semelhantes. Não é a posse do capital e nem mesmo a simples gestão de uma organização que irá defini-lo. Variáveis como “inovação”, “risco” e “decisão” tendem a permear a ação do empreendedor, que também é reconhecido pelo resultado alcançado. Ter a posse dos melhores meios para alcançar os fins desejados e a consecução dos objetivos propostos tendem a delinear a imagem do empreendedor no seu sentido mais estrito.

Essa perspectiva impulsiona vários autores no sentido de conhecer, ressaltar e analisar as características comportamentais e as razões que levam o empreendedor a empreender.

Pesquisas realizadas nas últimas décadas buscam conhecer e/ou confirmar algumas características apresentadas pela literatura clássica, bem como criar tipologias de empreendedores. Elas são especialmente úteis e estimulantes quando usadas como parte de estudos de caso na área de empreendedorismo e possibilitam que as análises dos elementos de consistência sejam levadas bem mais adiante. Isso é extremamente valioso em um campo com tão grande variedade de casos.

Tais estudos e pesquisas, via de regra, privilegiam variáveis de análise, como: influências antecedentes (meio familiar, meio social, educação e experiência anterior), o tipo de organização “incubadora” (de onde veio o empreendedor) e percepção quanto à influência de fatores ambientais gerais para o sucesso do empreendimento, expectativas sobre o próprio trabalho, origens étnicas e sociais do empresário, crença religiosa, dentre outras. E no que tange aos traços psicológicos, tais estudos consideram os seguintes fatores: necessidade de realização, *locus* de controle, propensão ao risco, tolerância à ambiguidade, etc.

A partir das pesquisas acima citadas, em sua maioria elaboradas fora da ambiência sociocultural brasileira, algumas chamam a nossa atenção e nos convidam à reflexão pois, tais pesquisas, no nosso entendimento, além de aperfeiçoar o conhecimento de um aspecto da

realidade estudada, aperfeiçoam também o nosso modo de pensar e de operar. E nos estimulam ao sugerir uma tipologia de empreendedor: “o artesão”.

*Smith (1967) primeiramente identificou dois tipos de empreendedores: o artesão e o oportunista ou empreendedor de negócios. (...) Mais tarde, Smith & Miner (1983) consideraram os efeitos de cada tipo de empreendedor em cada tipo de negócio resultante. Lorrain & Dussault (1988a) analisaram o comportamento gerencial de cada tipo e descobriram que o empreendedor oportunista é o mais balanceado. (...) Laufer (1974), sugeriu quatro tipos de empreendedores: o gerente ou inovador, o empreendedor-proprietário orientado para o crescimento, o empreendedor que recusa crescimento mas busca eficiência, e o empreendedor artesão. (...) Gasse (1978), em sua grade de avaliação de ideologia em negócios e gerenciamento, desenvolveu dois tipos de ideologia empreendedora: a ideologia do empreendedor artesão e a ideologia do empreendedor de negócios. (...) Vesper (1980) identificou pelo menos onze tipos de empreendedores: os auto-empregados trabalhando sozinhos, os formadores de equipe, os inovadores independentes, os multiplicadores dos modelos existentes, os exploradores de economia de escala, os acumuladores de capital, os compradores, os artistas que compram e vendem, os formadores de conglomerados, os especuladores e os manipuladores de valores aparentes (Filion, 1999a: 13).*

Quando se percebe o lugar ocupado pela terminologia “artesão” dentro da cultura empreendedora diante das várias tipologias de empreendedor (como vimos acima), vê-se o respeito para com o Setor Artesanal e, mais que isso, nota-se também o caráter cognitivo dado ao Artesão. Mas, advertimos: quando N. R. Smith (1967) inaugura a pesquisa e o levantamento de tipos de empreendedores com os clássicos “artesão” – aquele que não mede esforços para construir seu *locus* empresarial ao entorno de seu ofício – e o “oportunista” – como o próprio nome nos diz, aquele que não perde uma oportunidade de *negócio* –, percebiam o quão distante está essa conceituação da realidade brasileira. Embora haja uma certa hegemonia em nosso meio acadêmico que lida com o tema empreendedorismo à partir das duas terminologias acima, precisamos, enquanto meio acadêmico brasileiro, trazê-las para o nosso contexto pois o nosso artesão brasileiro difere, e muito, sócio-histórica e culturalmente do clássico artesão do hemisfério norte, quem certamente inspirou Smith em seus estudos. E quanto ao oportunista, por favor aqui em *terra brasilis* não ouse chamar alguém com esse termo, soa mal. É quase até comparado ao malfadado *nome-de-mãe*.

## **SOBRE O ARTESÃO E O ARTESANATO BRASILEIROS: ORIGENS E ESPECIFICIDADES**

Quando Pedro Álvares Cabral deixou Portugal para descobrir o Brasil, num misto de acaso, aventura e ousadia, a Idade Média já conhecia seu ocaso, e a emergência do Capitalismo incidia de modo desarticulador sobre a tradicional organização corporativa dos ofícios. Em terras do hemisfério norte um novo “Império do Fazer” já se pronunciava no horizonte.

*Terra brasilis*, povoada por “primitivos infantis”, era um “paraíso virginal”, uma folha de papel em branco aguardando ser escrita pelos civilizadores. Os colonizadores trazem consigo os missionários Jesuítas – *Soldados de Cristo e da Contra Reforma* – que ensinarão ofícios primeiro aos meninos índios das aldeias do litoral e depois aos negros, mulatos,

cafuzos, mamelucos e mestiços em geral. A evangelização compulsória dos habitantes de *Vera Cruz* é o selo do processo civilizatório colonial.

Os missionários Jesuítas foram os responsáveis pelo primeiro projeto sistemático de formação de mão de obra por aqui, ainda que os colonizadores apoiando-se na escravidão, para a geração de riquezas na colônia tenham marcado a organização da cultura colonial com todo o arsenal de preconceitos *senhoriais* quanto aos ofícios mecânicos e a possibilidade de uma *vida mais activa*, dificultando que aqui aportasse por transplante ou por herança, uma tradição artesanal mais fecunda (Leite, 1953; Souza Neto, 1995; 2000; 2001).

Os caminhos do artesanato no Brasil foram dificultados por um contexto de depreciação do trabalho manual num regime de escravidão, num ambiente de constante instabilidade administrativa, hipertrofia da lavoura latifundiária e da monocultura, preponderância da indústria caseira que, somados a uma certa *rotatividade* nos trabalhos, não marcou por aqui, portanto, a prática comum (em cenários mais estáveis) de um mesmo indivíduo dedicar-se a vida inteira a um só ofício.

O pior é que ficou formatado em nossa cultura um conceito de que tais ofícios eram coisas de *gentalha*. Aqui, por exemplo, no tempo da Colônia e do Império nenhum homem livre queria exercer uma atividade que era “coisa de escravo”. Com isso, a aprendizagem de ofícios acabou sendo imposta a quem não tinha meios de resistir: os órfãos, os abandonados, os miseráveis. O que, por sua vez, reforçou aquele desvalor. Desvalor esse que ainda percebemos hoje de formas várias, e que, ao explicitar ou diagnosticar tal condição estaremos já criando meios e modos para debater nossas diferenças que, portanto, precisam de *remédios outros* e que, certamente, os “ventos do norte” não curam (ou curam, quando devidamente adaptados, quando *deglutidos e regurgitados*).

Sérgio Buarque de Holanda, tido com toda justiça como um dos maiores pensadores brasileiros, é um caso típico daquele seguidor de Max Weber e sua “sociologia compreensiva” devidamente adaptada à *terra brasilis*. No seu “Raízes do Brasil” nossa tradição cultural é contraposta à herança nórdica protestante. Holanda introduz um eixo temático que a partir de então irá se tornar dominante no pensamento social local: a mentalidade vigente mostra-se avessa ao associativismo racional típico dos países protestantes, especialmente dos calvinistas (Holanda, 1988: 11). Nossa tradição cultural seria “individualista-amoral”, incapaz de superar o imediatismo emocional que caracteriza as relações sociais dos grupos primários como a família.

*Uma vez que as instituições modernas mais importantes, como o Estado e o Mercado, teriam como pressupostos a superação do horizonte da solidariedade familiar, aí estaria a causa de nosso descompasso político e econômico. A falta de vínculo associativo horizontal, que possibilite as constelações de interesses de longo prazo, passa a ser percebida como a causa fundamental do nosso atraso social a partir de então* (Souza, 1999: 33).

Aprofundando, Werneck Vianna (1999) aponta a herança do “patrimonialismo ibérico” cujas estruturas teriam sido reforçadas ainda mais, com o transplante, no começo do século XIX, do Estado português para o solo brasileiro.

*Desse legado, continuamente reiterado ao longo do tempo, adviria a marca de uma certa forma de Estado duramente autônomo em relação à sociedade civil, que, ao*

*abafar o mundo dos interesses privados e inibir a livre iniciativa* (grifo nosso), *teria comprometido a história das instituições com concepções organicistas da vida social, e levado à afirmação da racionalidade burocrática em detrimento da racional-legal* (Vianna, 1999: 175).

Não é nossa intenção nos alongarmos em considerações de ordem sociológicas e culturais de filiação *weberiana* mas tais fatos associados a outros já citados anteriormente, marcará profundamente não só o segmento artesanal brasileiro, como toda e qualquer iniciativa de sobrevivência calcada em trabalho que dependa da habilidade manual como forma de auto-emprego. Formas de sobrevivência típicas de camadas mais populares. Hoje, trabalho manual “é coisa de peão” e, artesanato, invariavelmente, é tratado como manifestação folclórica, forma de ocupação para presidiários, idosos em geral e menores infratores ou coisa de *hippies*. Como decorrência, ou como causa, a instalação de uma enorme e histórica barreira preconceituosa da sociedade em geral e da Universidade em particular, para com tais setores produtivos que passam a ser denominados *não-representativos* ou *informais* e que, por serem assim concebidos, perdem seu caráter cognitivo e deixam de se constituir no que são: verdadeiros vetores de desenvolvimento sociocultural e econômico para comunidades menos favorecidas e, seu fomento, uma variável estratégica para um plano de desenvolvimento local, integrado e sustentável.

Mas o que percebemos como traço marcante no artesão brasileiro é uma certa *baixa* auto-estima cuja conseqüência é a enorme dificuldade que eles têm de enxergar seu ofício como um negócio, como um empreendimento. Além do que, a possibilidade de se associarem a outros artesãos, a clássica organização corporativa dos ofícios, e hoje, uma aliança estratégica frente às mazelas do mercado globalizado, também é dificultosa e problemática. A constatação desse fato fica muito clara através da imagem dos donos de lojas de produtos artesanais que estão ricos (alguns até muito ricos) e quanto aos artesãos produtores ... Fica também muito claro que aqueles trabalhos e aquelas pesquisas citados anteriormente, falam de um outro indivíduo, de um outro *artesão*. Elas não estão com os pés em *terra brasilis*.

## **SOBRE O ARTESÃO BRASILEIRO EMPREENDEDOR: POSSIBILIDADES E CONCLUSÕES**

As possibilidades para o setor artesanal brasileiro são muitas. Só o fato de, respeitosamente, colocar o artesão dentro da arena cognitiva e tratá-lo como um empresário em potencial já constitui uma grande inovação e até uma *destruição criativa*. Mas para inseri-lo, como dissemos, na arena cognitiva teremos primeiro de estudá-lo, pesquisá-lo, observá-lo, interpretá-lo e contextualizá-lo, além de levantar dados que subsidiem ações no sentido de efetivamente capacitá-lo para que se torne um empresário de fato.

Segundo dados do IBGE obtidos junto ao Programa do Artesanato Brasileiro-PAB do Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e do Comércio Exterior, 8,5 milhões de brasileiros vivem hoje do artesanato (87% mulheres) e movimentam por ano algo em torno de R\$ 10 bilhões. Por outro lado, um recente estudo da Organização Mundial de Turismo, também obtido junto ao PAB, indica que enquanto a indústria automobilística nacional precisa de R\$ 170 mil para gerar um emprego, com apenas R\$ 50 se garante matéria-prima e trabalho para um artesão. Não precisamos acrescentar mais nada, esse é o cenário das possibilidades.

Num sentido *schumpeteriano*, o setor artesanal brasileiro é um rico espaço de inovação, pleno de possibilidades, e como tal requer outras ações. Quanto ao produto, uma *revitalizada*, uma adequação do *desing*, um redescobrir de um elemento histórico-cultural como *souvenir*, uma embalagem original, enfim, a criatividade a serviço de soluções originais, evidenciarão inovações e possibilidades. À produção, fala-se, como antes, da possibilidade da introdução de novos métodos/equipamentos/tecnologias capazes de revolucionar o processo produtivo, sem macular as características inerentes ao processo artesanal. Em relação à distribuição e ao mercado, redes de comercialização de produtos artesanais de caráter regionalizado, alianças estratégicas de fato, que possibilitem uma maior aproximação dos produtos aos consumidores, *out* atravessadores, bem como a aproximação também de novas fontes de componentes ou matéria-prima. E, em relação à gestão, a busca de formas de organização do negócio de caráter coletivo e comunitário, organizações autogestionadas por coletivos devidamente capacitados comunitária, artística, gerencial e empreendedoristicamente.

O caso brasileiro no que toca a capacitação gerencial não é diferente daqueles que vivenciam o modo de produção artesanal em toda a história do mundo: *Soberano enquanto produtor, alienado como proprietário e comerciante, o artesão ...* (Gorz, 1982: 32). Agora associe a essa já *clássica* alienação além da ação deletéria do *atravessador*, doses maciças de preconceito para com as atividades manuais, muito preconceito. Some também todos os elementos históricos e culturais citados anteriormente e veremos o quanto é difícil para um artesão brasileiro ter a visão de seu futuro empreendimento e daí conceber, desenvolver e realizar a tal “visão”. Diferentemente, por exemplo, daquele desempregado candidato à abertura de um pequeno negócio, que de uma forma ou de outra já tem uma “visão” ou uma idéia de seu futuro empreendimento e aí, um curso de capacitação gerencial (um *plano de negócios* ou um de *criação e desenvolvimento de negócios*) será o suficiente para até um possível sucesso. Com o artesão tal não se dá, e erram aqueles que insistem nessa direção. O artesão é em si o próprio empreendimento. Necessita tanto de noções de gerenciamento quanto de empreendedorismo, mas, de outra forma e até com outros conteúdos. **Não podemos praticar a conversão compulsiva dos artesãos ao mercado como os Jesuítas converteram os índios no passado.** Temos de ter no mínimo uma relação dialogal. Respeitar o outro.

Torna-se portanto fundamental e urgente que inspirados nos inúmeros trabalhos da literatura especializada, nas obras de Max Weber, David McClelland, Joseph Schumpeter, Louis Jacques Filion e muitos, muitos outros, olhemos para os trabalhos de, por exemplo, Gilberto Freyre, Sérgio Buarque de Holanda, Darcy Ribeiro, e vários outros pesquisadores e cronistas, alguns anônimos, que teimam em olhar para os próprios pés nus aqui em *terra brasilis*. E a partir desse substrato, partirmos para pesquisas de campo que levante tipologias e casos, e daí, construirmos uma certa “teoria empreendedora brasileira”. Pois não significa para nós que esse artesão e aquele típico produtor/prestador de serviços das camadas mais populares, não tenha qualidades. O fato é que essas qualidades, as quais foram tão importantes na criação de uma *grande nação nos trópicos*, como por exemplo a **plasticidade**, a **capacidade de acomodação** e o **compromisso com o gentio e com o meio físico** (Holanda, 1988), serem as mesmas vistas, agora, como obstáculo à criação de uma *grande nação moderna*. Esse é o ponto. Precisamos, urgentemente, praticar a boa *antropofagia* e partirmos para a *schumpeteriana* “destruição criativa”. Inovar.

E para complementar o acima exposto trazemos o testemunho do professor Carlos Lessa em “Auto-estima e Desenvolvimento Social” que inicia, e nos inspira, um recorte sobre esse nosso empreendedor popular, gestor de perplexidades produtivas:

*Majoritariamente, o popular brasileiro não é proletário. Não é um assalariado com contrato regular e definido de trabalho; é autônomo, artesão, assalariado sem carteira etc. O homem popular brasileiro tem que “se virar”. Pode ser operário em dado momento, ser artesão no seguinte, mais adiante trabalhar por conta própria ou ser “microempresário-de-si-próprio”. Pode trabalhar no lícito ou no ilícito. Para sobreviver, “se vira”, e nessa “viração” ele cria sem parar, a partir de qualquer possibilidade. O nosso popular é, sempre que possível, inovador, e por isso pratica a “antropofagia”. Mas ao mesmo tempo é também conservador: não pode se dar ao luxo de abrir mão de nada. Assimila, recombina criativamente tudo o que acessou ou que conhece. Sobreviveu aos bandeirantes paulistas, sobreviveu aos senhores escravagistas, sobreviveu à Primeira República, sobreviveu aos economistas e também sobreviverá à “fernandécada”. (...)*

*Este homem que descrevo, este personagem, é um criador de dificuldades analíticas para as ciências sociais. Aparentemente, é tudo e é nada. E torna irresistível a nossa tendência a classificá-lo como semiquilquer-coisa. Ele cria e reinventa na ponta do desenvolvimento tecnológico (Lessa, 2000: 61/62).*

Concluindo, a formação de empreendedores populares será um processo de aprendizado com requisitos educacionais mais diferenciados ainda, para nós acadêmicos e principalmente para os técnicos e facilitadores envolvidos, se quisermos vislumbrar a hipótese estratégica do fomento às atividades artesanais, nosso caso, nesse *brasil-sertões-gerais*. É nela que por princípio a questão da auto-estima deverá ser trabalhada através da exposição de casos de sucesso, para que se quebrem barreiras preconceituosas já ditas e daí se crie um clima passível de se construir e conceber uma “visão” de um empreendimento que ajude o ofício a se transformar num negócio.

Este então o foco de nosso presente trabalho: a modesta contribuição com elementos e especificidades que subsidiem a contextualização do artesão brasileiro. Essa tem sido nossa busca constante, nossa travessia. Para uns, um tanto quanto *quixotesca*. Para outros, relevante e exequível.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

BARTHOLO Jr, Roberto S., **Os labirintos do silêncio**. Cosmovisão e tecnologia na modernidade, Ed. Marco Zero/COPPE-UFRJ, São Paulo, 1986.

FILION, Louis Jacques, O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas - RAE**, v. 33, nº 3, pp. 63/71, jul./set. 1991.

\_\_\_\_\_, Visão e relações: Elementos para um metamodelo empreendedor, **Revista de Administração de Empresas - RAE**, v. 33, nº 6, pp. 50/61, nov./dez. 1993.

\_\_\_\_\_, Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios, **Revista de Administração**, São Paulo, V. 34, nº 2, pp. 05/28, abril/junho 1999.

\_\_\_\_\_  
Empreendedorismo e gerenciamento: Processos distintos, porém complementares, **RAE Light**, v. 7, n.º 3, pp. 02/07, jul./set. 2000.

GORZ, André, **Adeus ao proletariado**, Editora Forense-Universitária, Rio de Janeiro, 1982.

HOLANDA, Sérgio Buarque de, **Raízes do Brasil**, Livraria José Olympio Editora, Rio e Janeiro, 1988.

LEITE, Serafim, **Artes e ofícios dos jesuítas no Brasil**, Editora Brasileira, Lisboa, 1953.

LESSA, Carlos, **Auto-estima e desenvolvimento social**, Editora Garamond, Rio de Janeiro, 2000

MANUAL DO MODELO CEFE, GTZ / LUSO CONSULT / CENTRO CAPE, Belo Horizonte, 1991.

McCLELLAND, David C., **The achieving society**, Princeton, N.J., Van Nostrand, 1961.

SCHUMPETER, Joseph, **Teoria do desenvolvimento econômico**. Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico, Editora Nova Cultural, Série Os Economistas, São Paulo, 1997.

SOUZA, Jessé, A ética protestante e a ideologia do atraso brasileiro, in SOUZA, Jessé, organizador, **O malandro e o protestante – A tese weberiana e a singularidade cultural brasileira**, Editora UNB, Brasília, 1999.

SOUZA NETO, Bezamat de, **Buscando conhecer essa modernidade através da história do artesanato: O caso da produção de carro de bois**, Tese de Mestrado, COPPE/UFRJ, 1995.

\_\_\_\_\_  
Contribuição e elementos para um metamodelo empreendedor: O caso do artesão brasileiro, **Anais do II Encontro Nacional de Empreendedorismo**, ENE/UFSC e CNPq, Florianópolis, Outubro/2000.

\_\_\_\_\_  
**Contribuições e elementos para uma educação empreendedora popular: O caso do artesão brasileiro (ou “O artesão e a Terceira Margem do Rio”)**, projeto de Tese de Doutorado em Engenharia de Produção, COPPE/UFRJ, submetido à Banca Examinadora em 23/03/01.

WEBER, Max, **A ética protestante e o espírito do capitalismo**, Livraria Pioneira Editora, São Paulo, 1989.

VIANNA, Luiz Werneck, Weber e a interpretação do Brasil, in SOUZA, Jessé (org.), **O malandro e o protestante – A tese weberiana e a singularidade cultural brasileira**, Editora UNB, Brasília, 1999.