

Artesanato, gestão e políticas culturais no município de Estância/SE

Tema: Políticas públicas: enfoques organizacionais

Márcia Nascimento Ribeiro - Graduada do curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Sergipe - marcia.0806@hotmail.com

Flávia Lopes Pacheco - Professora do Departamento de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Sergipe, Mestre em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco – flavialpacheco@yahoo.com.br

RESUMO

Não existe um modelo de gestão específico para organizações culturais ainda. Atualmente, essas instituições adotam o modelo de gestão das organizações sociais, que existem para desenvolver, com a participação do Estado, ações que ele (o Estado) não conseguiu realizar. Para isso, as organizações culturais, assim como as sociais, mantêm relações de parcerias com entidades públicas e privadas e possuem uma estrutura mais flexível. No caso de organizações que utilizam a cultura para promover o desenvolvimento local, tem-se uma ideia e um objetivo e, entre um e outro, uma entidade que precisa ser gerida de maneira eficaz para se manter. É quando devem entrar em cena os profissionais das mais diversas áreas de gestão, a fim de dar suporte técnico para uma organização que trabalha com criatividade. O município de Estância dista 56 km da capital do estado, Aracaju, e possui cerca de 64 mil habitantes, sendo conhecido pelas casas de sobrados azulejados, pelas festas juninas e do barco de fogo. É em torno de toda essa riqueza cultural e histórica que resolvemos compreender a gestão praticada pelos diversos artesãos que trabalham no município. Para esta pesquisa, foram entrevistados cinco, dos vinte e um artesãos, que fabricam produtos distintos, bem como um representante da Secretaria de Cultura do município, a fim de confrontar os dados obtidos nas entrevistas. De forma geral, é possível perceber que há uma falta de diálogo (interesse) político com os artesãos do município de Estância que, ao sofrerem pressões para se empresarizar, não recebem apoio da Prefeitura para manter a sua arte e, em consequência, perpetuar a cultura local.

Palavras-Chave: Cultura; Organizações Culturais; Políticas Culturais.

Introdução

Entendemos como cultura, aquilo a que o homem atribui algum sentido, representado através das mais diversas formas de expressão. É por meio da cultura que os homens podem demonstrar a identidade social e cultural de uma comunidade, representando a maneira pela qual ela se apresenta e é compreendida pelas outras comunidades.

[...] a cultura deve ser considerada como o conjunto dos traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social e que abrange, além das artes e das letras, os modos de vida, as maneiras de viver juntos, os sistemas de valores, as tradições e as crenças. (UNESCO, 2002, p.01)

A partir do século XX, a cultura passa a representar a maneira pela qual a sociedade vive, comunica-se e se transforma. Esta forma de cultura, citada pela UNESCO, contribui para o crescimento pessoal, aquisição de habilidades e afirmação de imagens de uma nação. Desde que se tenha em mente, o conceito de cultura com papel definido no fortalecimento da coesão social, na geração de renda e no aumento do capital social e humano das nações (UNESCO, 2010). Por isso, a inclusão crescente na agenda contemporânea, da relação existente entre cultura e desenvolvimento, fazendo com que seja repensada a posição do Estado em relação ao assunto.

Houve uma grande evolução no cenário político brasileiro em relação às políticas governamentais voltadas à cultura. No passado, a maioria delas limitava-se às leis de incentivo fiscal, que favoreciam apenas o patrocínio por parte da iniciativa privada para grandes organizações culturais, e que traziam como conceito de cultura apenas o que era produzido em um grau elitizado, desprezando o que se originava em camadas pobres da sociedade, que era visto como cultura popular ou simplesmente folclore. Como enfatiza Calabre (2007, p. 9):

Durante muito tempo a ação do Estado ficou restrita a preservação daquilo que comporia o conjunto dos símbolos formadores da nacionalidade, tais como o patrimônio edificado e as obras artísticas ligadas à cultura erudita (composições, escritos, pinturas, esculturas, etc.). O papel de guardião da memória nacional englobava atribuições de manutenção de um conjunto restrito de manifestações artísticas. As manifestações populares deveriam ser registradas e resgatadas dentro do que poderia ser classificado como o folclore nacional.

A partir de 2004, no primeiro governo de Lula, a gestão do Ministério da Cultura (MinC) foi entregue a Gilberto Gil e, a partir daí, teve início um processo de mudanças significativas no Minc, que revolucionaram a forma de fazer políticas culturais. Eram políticas voltadas para as iniciativas culturais de grupos e comunidades, ampliando o acesso aos meios de produção, circulação e fruição de bens e serviços culturais. Mas, para utilizar os recursos financeiros obtidos através de parcerias com o governo, era preciso estruturar-se formalmente, como uma empresa comercial faz, para conseguir seus fornecedores.

Dessa forma, apesar de uma significativa mudança nas políticas culturais do Governo Federal Brasileiro, ainda é possível identificar que, para receberem os subsídios governamentais, e manter-se no “mercado” cultural, os gestores culturais deveriam atender a lógica legitimada na sociedade capitalista de que o formato empresa é o ideal para gerir seus pequenos empreendimentos culturais. Isso pode ser percebido no texto de Carvalho e Vieira (2003, p. 28):

Um ambiente técnico ou “racional” é o que permite às organizações serem eficientes, produzir bens ou serviços aceitos pelo mercado e, assim, lograr os seus objetivos. Num

ambiente institucional, por sua vez, a ação racional está representada nos procedimentos capazes de proporcionar legitimidade no presente e no futuro organizacional.

Não existe um modelo de gestão específico para organizações culturais ainda. Atualmente, essas instituições adotam o modelo de gestão das organizações sociais, que existem para desenvolver, com a participação do Estado, ações que ele (o Estado) não conseguiu realizar. Para isso, as organizações culturais, assim como as sociais, mantêm relações de parcerias com entidades públicas e privadas e possuem uma estrutura mais flexível.

No caso de organizações que utilizam a cultura para promover o desenvolvimento local, tem-se uma ideia e um objetivo e, entre um e outro, uma entidade que precisa ser gerida de maneira eficaz para se manter. É quando devem entrar em cena os profissionais das mais diversas áreas de gestão, a fim de dar suporte técnico para uma organização que trabalha com criatividade.

Alguns preferem gerir por conta própria seu espaço cultural, mas o mercado exige adaptações, e para que as entidades se adequem às regras impostas, devem recorrer ao profissional com o perfil adequado às suas necessidades.

As organizações são influenciadas por pressões normativas do Estado e de outros organismos reguladores, buscando adaptar suas estruturas e procedimentos, isto é, serem isomórficas, às expectativas do contexto (SIMÕES E VIEIRA, 2005). A adoção de práticas institucionalizadas denota a necessidade da busca por legitimidade das organizações na sociedade, o que acaba tornando as práticas organizacionais mais homogêneas.

Assim, a sociedade passou a entender a cultura como uma atividade que precisa de sustentabilidade e lucro, apesar de ainda ser pequeno o espaço que essa atividade ganhou no mercado, o seu crescimento traz a necessidade do uso de ferramentas das organizações empresariais, a fim de tornar viável um negócio na área da cultura.

Toda essa pressão, no que diz respeito às organizações culturais, levou-nos a imaginar como pequenas entidades, como aquelas voltadas para o artesanato, reagem e se organizam. Assim, o objetivo desta pesquisa foi analisar de que forma se estruturam os artesãos que atuam no município de Estância, no estado de Sergipe, e sua relação com a Prefeitura.

Gestão de Organizações do Terceiro Setor

As organizações do terceiro setor são organizações que não pertencem nem ao Estado, nem ao mercado. São formadas por interesses puramente coletivos, o objetivo é beneficiar a todos de maneira igualitária “[...] são organizações que envolvem pessoas comprometidas com o bem coletivo, em que a iniciativa individual não privilegia interesses individuais mas o coletivo” (CAVALCANTI, 2006,p.198).

Diversos focos de atuação são adotados pelas ONGs, dentre eles podemos citar: Educação; saúde; cultura; comunidade; apoio à criança e ao adolescente; voluntariado; meio ambiente; apoio aos portadores de deficiências; parcerias com o governo; entre outras categorias de atuação.

Para os fins desta pesquisa, adotaremos o conceito de Organização Sem Fins Lucrativos dado por Tachizawa (2007, p.17): “Organizações não governamentais são entidades de natureza privada (não públicas) sem fins lucrativos, que juridicamente são associações ou fundações.” Elas estão organizadas com as ferramentas de uma empresa comercial, mas ao contrário delas não buscam o lucro. Seu objetivo é manter seus recursos de maneira a continuar exercendo suas atividades.

Essas organizações sem fins lucrativos e não governamentais constituem o que se denomina Terceiro Setor. Nem Estado, nem mercado. São organizações públicas privadas, porque estão voltadas não a distribuição de lucros para acionistas ou diretores, mas à

realização de interesses públicos. Entretanto, estão desvinculadas do aparato estatal. (CAVALCANTI, 2006, p.198)

Tais entidades passam a ter um papel de proporcionar à população, serviços aos quais ela tem direito, mas que não estão sendo oferecidos pelo Estado. Embora, normalmente, seja ele o responsável pela maior parte dos recursos financeiros que mantêm essas organizações.

Segundo Oliveira (2003), através delas a sociedade tem encontrado uma alternativa de se investir e obter resultados. Elas são a alternativa que as comunidades encontraram para solucionar problemas sociais, com a participação dos atores envolvidos, Estado, comunidade e sociedade civil, através da realização de parcerias que viabilizam a manutenção de suas atividades.

O nível de envolvimento dos parceiros da ONG influenciará na sua configuração. No Quadro 1 abaixo, é possível entender quais as características apresentadas de acordo com as parcerias que são feitas para o funcionamento e a sustentabilidade da organização não governamental.

Quadro 1: Tipos de Parcerias Firmadas por ONGs TIPO DE PARCERIA	CARACTERÍSTICAS
GOVERNO/EMPRESA	A empresa privada fornece recursos para o governo desenvolver os seus projetos sociais, na forma de patrocínio, doações ou financiamento de campanhas sociais.
EMPRESA/ONG	A empresa contrata os servidores de uma organização não governamental para desenvolver os seus projetos sociais.
EMPRESA/ONG/SOCIEDADE CIVIL	A empresa desenvolve os seus projetos sociais com o apoio de uma ou mais ONGs e demais entidades da sociedade civil.
EMPRESA/SOCIEDADE CIVIL	A empresa desenvolve seus projetos com uma participação da sociedade civil.

Fonte: CAVALCANTE, 2006.

O Quadro acima demonstra como as ONGs recebem dos parceiros o apoio para oferecer seus serviços. No caso da parceria governo/empresa a iniciativa privada oferece recursos financeiros para o Estado desenvolver projetos sociais através de ONGs. Enquanto na parceria empresa/ONG acontece a contratação dos serviços da ONG pela empresa de forma direta. A parceria pode envolver: a sociedade civil, a ONG e uma empresa, neste caso o projeto social é desenvolvido pela empresa e recebe apoios de ONGs e entidades da sociedade civil. Quando a parceria empresa/sociedade civil acontece a própria empresa desenvolve seu projeto social com ajuda da sociedade civil.

O papel das ONGs é oferecer o serviço social pretendido pelos agentes com quem firma suas relações de parceria. Por ser uma organização de fins não lucrativos, é preciso aperfeiçoar os processos de gestão para garantir que seus serviços sejam oferecidos eficazmente, e para que seus objetivos sociais sejam alcançados.

A principal diferença de uma organização do terceiro setor para uma organização comercial são os seus objetivos. Enquanto uma busca obtenção de lucro pela sua produção, a outra “[...] tem como finalidade a construção de estratégias centradas na busca de melhorias para a comunidade como um todo” (OLIVEIRA, 2003, p.02), o que acaba influenciando também a maneira com que os gestores irão trabalhar e incentivar os membros de sua equipe. Nesta organização, os recursos não são utilizados para a obtenção de lucro, mas, para a provisão de melhores serviços de acordo com os recursos disponíveis. Estes recursos são conseguidos através de captação privada, orçamentos públicos e de doações.

A cultura, da mesma forma que as ONGs, é vista como ferramenta para amenizar problemas sociais e econômicos. Assim, ligações entre cultura e cidadania, cultura e

desenvolvimento são temas constantes nas discussões acadêmicas. Para Moreira (2000), a ação cultural contribui para a superação das desigualdades sociais, para o fomento, criação e manutenção dos espaços públicos ou privados, na forma do desenvolvimento econômico e na geração de renda.

Gestão de Organizações Culturais

A sociedade passou a entender a cultura como uma atividade que precisa de sustentabilidade e lucro, apesar de ainda ser pequeno o espaço que essa atividade ganhou no mercado, o seu crescimento traz a necessidade do uso de ferramentas das organizações empresariais, a fim de tornar viável um negócio na área da cultura.

“A aplicação de ferramentas da gestão empresarial no setor cultural promoverá uma organização maior, sem, contudo, provocar a perda do foco do nosso negócio e da criatividade tão inerente ao setor”. (RUBIM, 2005, p. 102).

Estas ferramentas farão com que estas organizações gerenciem seus recursos, de acordo com seus objetivos. As mudanças causadas pela sua aplicação, afetarão a estrutura administrativa e não o produto ou serviço ofertado.

A gestão das organizações culturais consiste basicamente em parcerias, gestão de pessoas e estratégias financeiras. Aplicar a gestão de qualidade e outras técnicas empresariais ajudará a estudar e a pensar nas ações mais adequadas para organização. É possível realizar um trabalho que faça a integração dos diversos processos da atividade cultural, pesquisa do planejamento, da comunicação, da captação e da produção. Rubim (2005, p.104,105) apresenta alguns passos para o desenvolvimento dessa gestão:

- A pesquisa para a criação de um diagnóstico, que possa direcionar as ações necessárias para o desenvolvimento das atividades.
- O planejamento que deve ser flexível e participado por toda a equipe da organização.
- Comunicação para atingir o público-alvo, uma vez que, as mídias mais tradicionais custam alto, é necessário encontrar canais alternativos de comunicação.
- Captação é a busca de parceiros e patrocinadores. Buscar empresas que compartilhem das ideias envolvidas nas ações culturais da organização para conseguir apoio financeiro ou troca de favores.
- Produção é a execução continuada do planejamento com ações que incentivem outras ações permanentes, que possam levar a organização a atingir suas metas de acordo com as demandas identificadas na pesquisa.

Esses passos foram pensados levando-se em consideração as variáveis pertinentes ao ambiente das organizações culturais e sua estrutura administrativa. De acordo com Mintzberg (2008), a estrutura de uma organização é definida pela forma como é feita a divisão do trabalho em diferentes tarefas e de como é coordenada a realização entre as tarefas, bem como os fatores situacionais. A combinação adequada destes fatores é que tornam a estrutura de uma organização eficiente para seu funcionamento e desenvolvimento.

Políticas Culturais

Políticas Culturais são propostas de ações pensadas para o desenvolvimento da cultura, em seus diversos setores, em aspectos de legais e práticos. Segundo Félix e Fernandes (2008, p.1) “Políticas Culturais são formulações e/ou propostas desenvolvidas pela administração pública, organizações não governamentais e empresas privadas, com o objetivo de promover intervenções na sociedade através da cultura”.

Partindo-se deste conceito, entendemos que as políticas culturais devem ser ações que envolvam um trabalho em conjunto, para garantir que haja uma articulação de acordo com a visão de todos os atores que formam o mercado cultural. “Instrumentos, recursos, objetivos, metas, atores e ações integram o escopo das políticas culturais” (CULTURA VIVA, 2011p.25).

[...] a cultura deve ser considerada como o conjunto dos traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social e que abrange, além das artes e das letras, os modos de vida, as maneiras de viver juntos, os sistemas de valores, as tradições e as crenças (UNESCO, 2002, p.01)

Cultura aqui deve ser entendida como aquilo que homem atribui sentido e pelo qual ele se sente representado das mais diversas formas de expressão. Que expressam a identidade social e cultural de uma comunidade, a maneira pela qual se apresentam se fazem ser compreendidos por outros.

Botelho (2001) conceitua cultura em duas dimensões distintas, a antropológica e a sociológica, a antropológica, na qual a cultura é produzida através da interação social de indivíduos, que elaboram assim seu modo de pensar e sentir, construindo valores e identidades que estabelecem sua rotina. Na dimensão sociológica, a cultura está relacionada a um conjunto diversificado de demandas profissionais, institucionais, políticas e econômicas, dependente de instituições e sistemas organizados socialmente.

“No século XX, cultura passaria a ser tratada como sistema ou sistemas de significação, mediante o qual, ou os quais, uma dada ordem social é comunicada, vivida, reproduzida, transformada e estudada”. (UNESCO, 2003, pág.44).

Esta forma de cultura contribui para o crescimento pessoal, aquisição de habilidades e afirmação de imagens de uma nação. Desde que se tenha em mente, o conceito de cultura reconhecida com papel definido no fortalecimento da coesão social, na geração de renda e no aumento do capital social e humano das nações (UNESCO, 2010). Por isso, a inclusão crescente na agenda contemporânea, da relação existente entre cultura e desenvolvimento, fazendo com que seja repensada a posição do Estado em relação ao assunto.

Houve uma grande evolução no cenário político brasileiro em relação às políticas governamentais voltadas à cultura. Embora a maioria delas se limitasse às leis de incentivo fiscal, que favoreciam apenas o patrocínio por parte da iniciativa privada para grandes organizações culturais, e, que traziam como conceito de cultura apenas o que era produzido em um grau elitizado desprezando o que se originava em camadas pobres da sociedade, que era visto como cultura popular ou simplesmente folclore. Como enfatiza Calabre (2007, p. 9):

Durante muito tempo a ação do Estado ficou restrita a preservação daquilo que comporia o conjunto dos símbolos formadores da nacionalidade, tais como o patrimônio edificado e as obras artísticas ligadas à cultura erudita (composições, escritos, pinturas, esculturas, etc.). O papel de guardião da memória nacional englobava atribuições de manutenção de um conjunto restrito de manifestações artísticas. As manifestações populares deveriam ser registradas e resgatadas dentro do que poderia ser classificado como folclore nacional.

Metodologia

A metodologia diz respeito ao modo como as técnicas de pesquisa foram aplicadas ao trabalho, de acordo com os objetivos e objetos a serem pesquisados. Nas palavras de Marconi e Lakatos (2003, p. 83), é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo conhecimentos válidos e verdadeiros.

A pesquisa é desenvolvida mediante o concurso dos conhecimentos disponíveis e a utilização cuidadosa de métodos e técnicas de investigação científica. Na realidade, a pesquisa desenvolve-se ao longo de um processo que envolve inúmeras fases, desde a adequada formulação do problema até a satisfatória apresentação dos resultados (GIL, 2010, p. 01).

A pesquisa é de natureza aplicada, cujo objetivo é gerar conhecimentos para aplicação prática dirigida à solução de problemas específicos. Quanto a sua abordagem é classificada como qualitativa, que segundo Vieira e Zouain(2006), tem sua lógica e coerência de argumentação baseadas em várias técnicas usadas de maneira qualitativa, dentre elas: entrevistas formais e informais, técnicas de observação de campo, análise histórica e etnografia.

Quanto a sua finalidade, a pesquisa é caracterizada como exploratória e descritiva ao mesmo tempo. Segundo Gil (2010) a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Nesta pesquisa, pretendeu-se investigar os aspectos relacionados à gestão de organizações culturais de uma perspectiva do secretariado executivo, para descobrir qual a contribuição do secretariado para as necessidades da gestão deste tipo de organização. Ainda de acordo com Gil, as pesquisas descritivas têm como objetivo a descrição de características de determinada população, ou ainda para identificar relações entre variáveis. Através da descrição das características do profissional de secretariado e da gestão de organizações culturais, investigou-se a relação entre estas variáveis.

A pesquisa deve ser considerada com pesquisa de campo que é caracterizada pela busca de respostas no local em que estão os elementos que podem fornecê-las, pois a investigação se deu pela aplicação de questionário semiestruturado no local de trabalho dos artesãos, sem agendamento prévio, e de uma entrevista realizada na Secretaria Municipal de Cultura, para obtenção de elementos necessários ao desenvolvimento da pesquisa.

Primeiramente foi feita a uma pesquisa documental na Secretaria Municipal de Cultura, que disponibilizou uma lista de com artesãos que possuem cadastro no órgão, contendo informações de contato com nome, telefone, endereço em que poderiam ser encontrados e o tipo de artesanato que cada um produzia num total de 21 artistas: este foi o universo da pesquisa. Depois, foram selecionados os artesãos que trabalhavam com produtos que não fossem de gênero alimentício, por entender que eles não correspondem ao tipo de arte que esta pesquisa pretende investigar, levando em consideração que a estrutura organizacional deste tipo de empresa não corresponde ao tipo de gestão que é objeto de estudo deste trabalho. Os sujeitos foram escolhidos pelos critérios de acessibilidade, que diz respeito à facilidade de acesso ao sujeito; eles poderiam ser encontrados no local de trabalho, que algumas vezes é o mesmo em que o produto é comercializado, e pela tipologia, ou seja, pelo tipo de produto confeccionado por eles: dois artesãos do bordado, dois escultores, dois artistas plásticos, num total de 6 sujeitos.

Feita a seleção dos sujeitos iniciou-se a pesquisa de campo. Um novo contato foi feito com Secretaria de Cultura, para realização de entrevista com a funcionária responsável pelas políticas públicas da secretaria, que tinha contato direto com os artesãos que foram cadastrados, com o objetivo de esclarecer como era a relação do poder público municipal com eles. Na impossibilidade de fazer a entrevista pessoalmente, por questões de agenda da funcionária, foram enviadas as perguntas através de e-mail, e a mesma se prontificou em responder assim que fosse possível.

Com base nos objetivos deste trabalho, foi elaborado em questionário semiestruturado, que foi aplicado pela própria pesquisadora, diretamente aos artesãos em visita ao seu local de trabalho, sem agendamento prévio.

Os dados foram tratados através da análise de conteúdo das entrevistas. Técnica em que o pesquisador constrói suas conclusões através da análise do discurso e da disposição dos termos pelo entrevistado. Para Bardin (2011, p.15), “trata-se de um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a “discursos” (conteúdos e continentes) extremamente diversificados”.

Análise dos dados

O município de Estância dista 56 km da capital do estado, Aracaju, e possui cerca de 64 mil habitantes, sendo conhecido pelas casas de sobrados azulejados, pelas festas juninas e do barco de fogo. A cidade surgiu no início do século XVII, quando ainda subordinada à Vila de Santa Luzia (Atual Santa Luzia do Itanhy), e tornou-se o mais antigo núcleo de Sergipe. Em 04 de maio de 1848, Estância foi elevada à categoria de cidade.

No estado de Sergipe, o município de Estância é conhecido pelas suas praias e, principalmente, pela sua tradição nos festejos juninos. E é nesse período do ano, principalmente, que a

cidade fica lotada de turistas. Então, é em torno de toda essa riqueza cultural e histórica que resolvemos compreender a gestão praticada pelos diversos artesãos que trabalham no município.

O município, além disso, é o maior da região, o que faz com que o seu comércio seja o destaque da região, já que suas lojas e distrito industrial, é que dá suporte aos municípios vizinhos. Podemos destacar no artesanato de Estância, a fabricação de licores caseiros, principalmente durante os períodos de festa; a comida típica e o bordado.

No final de 2013, estavam cadastrados na Secretaria de Cultura de Estância, vinte e um artesãos, que confeccionam bonecas de pano, licores, comidas típicas, bordados, entre outros. Para esta pesquisa, foram entrevistados cinco artesãos, que fabricam produtos distintos, bem como um representante da Secretaria de Cultura do município, a fim de confrontar os dados obtidos nas entrevistas.

Antes de delimitar os artesãos a serem entrevistados, buscamos, junto à Secretaria de Cultura do Município, saber sobre a existência de alguma associação dos artesãos estancianos e sua relação da secretaria com a Secretaria. No entanto, foi identificado que não há uma associação, mas, segundo a funcionária entrevistada, a relação com os artesãos e os demais grupos culturais é aberta, e a Secretaria tenta desenvolver o “auto-gerenciamiento” destes grupos, através de capacitação, formação e assessoramento.

Para a Secretaria de Cultura, não há dificuldades de relacionamento ou comunicação com os artesãos do município, o que há é um não conhecimento, por parte dos agentes culturais, do seu papel de promotor de si mesmo, devido à falta de ações de gestões anteriores voltadas para o protagonismo dos grupos culturais, fazendo com que esses grupos não obtenham uma promoção com recursos próprios.

Além disso, a Secretaria informou que não há um apoio financeiro direto aos agentes culturais, mas, embora reconheça não ser ainda o ideal, esta oferece auxílio aos artesãos através da realização de projetos que contemplam: o intercâmbio cultural, visitas, espaços destinados a comercialização e a realização de feiras.

A Secretaria reconhece o artesão como importantes veículos de formação e representação da cultura da cidade. Na visão deles, não existe um artesão mais ou menos importante que o outro, pois, afirma: “todos são detentores de um saber que é importante e que deve ser valorizado” (Secretária de Cultura de Estância, em entrevista), e que a Secretaria se empenha para conseguir maiores orçamentos a fim de atender as necessidades deste setor de acordo com a realidade nacional.

Ao entrevistar os artesãos selecionados, foi feito o levantamento dos tipos de artesanatos que são comercializados pelos mesmos e vão desde bordados, souvenirs, tecelagem em camisas, principalmente, com temas alusivos à cultura ou com paisagens da cidade, à escultura, principalmente sacra, em argila e em madeira, e pintura em tela.

Ao descrever o funcionamento do seu ateliê, todos declararam possuir ateliê no local em que comercializam seus produtos, não possuem ajudantes na produção e não contam com tecnologia avançada, geralmente utilizam instrumentos simples, no caso dos bordados, por exemplo, apenas linha, agulha e a peça a ser bordada, já para esculpir uma peça em madeira, o artesão revelou utilizar uma simples lixa, martelo e chave de fenda. Esta configuração é classificada como um modelo simples de organização, segundo a classificação dada por Mintzberg (2008), pelos fatores situacionais de: ser uma organização pequena, com sistema técnico não sofisticado e ambiente simples.

Ao serem questionados acerca da forma de comercialização, todos os entrevistados informaram que comercializam seus produtos de forma direta, vendendo-o diretamente ao consumidor, não havendo assim intermediários ou um trabalho coletivo, por meio de cooperativas ou associações. O que corrobora a informação anteriormente passada pela Secretaria de Cultura sobre a não existência de uma entidade que auxilie na gestão, venda e articulação dos artesãos do município. Apenas um dos entrevistados informou ser apenas o vendedor do artesanato, que é produzido pelo seu cônjuge, os demais eram os próprios artesãos que vendiam seus produtos.

Quando questionados acerca do tempo trabalham neste ofício. Em média eles estão entre 15 e 25 anos no mercado. Nota-se neste momento que são organizações familiares, que quando não estão no comando apenas do artista responsável pelos artigos comercializados, contam com a colaboração de outro membro da família.

Os artesãos que trabalham com bordados não comercializam em outros locais, apenas em sua própria residência/ateliê, e afirmam ainda que recebem razoáveis encomendas para presentes e

lembranças de nascimento ou festas, o que os mantém ocupados o suficiente, não havendo tempo ou disponibilidade para comercializar seus produtos, desde que não haja uma encomenda prévia. Os demais participam de feiras do ramo e expõem em galerias dentro e fora do estado de Sergipe. Aqui é possível perceber uma distinção entre o trabalho dos artistas plásticos, que possuem um valor de mercado consideravelmente superior aos demais artesanatos pesquisados.

Quanto ao público que geralmente compra seus produtos, os pesquisados disseram serem principalmente os turistas que consomem seus produtos. Apenas um, dos seis entrevistados, respondeu possuir um material gráfico elaborado pelo próprio artista, que traz algumas das obras produzidas e que não está disponível em meios digitais, como: sites, blogs etc. Fato incoerente com o público turístico que todos afirmam serem os maiores compradores de sua mercadoria, mas eles afirmam que o trabalho deles é divulgado por amigos, por clientes e apreciadores de sua arte.

Aos serem questionados se seria a venda do artesanato a principal fonte de renda do entrevistado. No caso do escultor e do pintor a resposta foi positiva. Eles revelam que se dedicam exclusivamente a este ofício e costumam arrecadar entre três e cinco mil reais mensais com a venda de seus produtos. Já os artesãos que trabalham com souvenirs e bordados, disseram que suas vendas são insuficientes para se manterem. Por isso, alguns exercem profissões afins, outros são aposentados.

Costumam arrecadar entre duzentos e 500 reais por mês com as vendas, apesar de, na alta temporada, eles conseguirem aumentar o lucro, o valor não chega a atingir a margem de mil reais. Foi pedido que o entrevistado dissesse como era feito o controle administrativo da empresa. Todos declararam não possuir o controle administrativo das atividades realizadas, e que é o próprio comerciante o responsável administrativo pelo negócio.

Questionados sobre que tipo de profissional contatariam para a ajudar a administrar sua organização, não souberam dizer que tipo de profissional contratariam entre as opções: administrador, contador, secretário. Mais uma vez, as características de empresa familiar, administrada por um empreendedor que não possui formação técnica para gerir empresas.

A respeito das dificuldades encontradas na gestão da sua organização, todos declararam que não têm dificuldades de gestão, mas que precisavam de assessoria para buscar recursos e melhores condições de trabalho. Apesar de afirmarem anteriormente que há profissionais capacitados para melhorar sua organização, eles declaram que não possuem dificuldades para administrar sua empresa. Talvez esta visão esteja relacionada com o fato de que esses artesãos não possuem uma visão sobre gestão organizacional, na medida em que não possuem a formação técnica que os capacite para isso.

Além de não receberem cursos disponibilizados pelo Estado com este intuito.

Indagados sobre a existência de um parceiro, apenas um entrevistado respondeu possuir parceria com SEBRAE que presta consultoria organizacional ao comércio. Apesar de afirmarem não possuir parcerias nem incentivos do poder público, dois dos negócios pesquisados receberam, da prefeitura de Estância, a disponibilização do espaço que é utilizado para o seu comércio, mas que conforme relato dos mesmos será demolido devido a reforma da praça em que está localizado o imóvel e não há, por parte da prefeitura, manifestação a respeito da disponibilidade de um novo local para os artesãos. Os demais não possuem parceiros.

Sobre a existência de uma associação que os representassem, os entrevistados afirmam não haver nenhuma entidade de classe dos artesãos, mas que no passado já houve uma associação que durou pouco, e encerrou suas atividades por falta de alguém que assumisse os cargos de direção da associação. Esta associação poderia ser o parceiro que eles afirmam não possuir na questão anterior, pois segundo Tachizawa (2007), através de uma associação é possível estabelecer parcerias e alianças entre diversos segmentos sociais promovendo a captação de recursos no mercado, representando coletivamente os interesses dos associados.

Conclusões

De acordo com o que foi apresentado, é possível perceber que o município de Estância, apesar de possuir uma rica história e cultura, evidenciadas, principalmente pela sua tradição junina, não possui um grupo de artesãos estruturados, que trabalhem de forma coletiva ou mesmo em parceria com a Secretaria de Cultura.

A gestão das organizações pesquisadas, se é possível denomina-las como organizações, é feita de forma muito simples, até porque a grande parte dos artesãos entrevistados não recebe um retorno

financeiro que os estimule a aumentar a sua produção. Os entrevistados, em sua grande maioria, não possuem qualquer conhecimento a respeito de gestão e, ao mesmo tempo, não parecem se interessar por tal informação.

Torna-se clara a falta de atenção da Secretaria de Cultura no que diz respeito a exercer ações que dê a esses artesãos, a possibilidade de se mostrarem mais à comunidade, já que parece haver um interesse, por parte desses, em expandir seus negócios. No entanto, ao reconhecer o erro de gestões anteriores e, ao mesmo tempo, não apresentar soluções capazes de gerar um protagonismo por parte dos artesãos locais, a Secretaria de Cultura se omite no seu papel de manter e auxiliar os agentes culturais na região.

Fica nítido que, diferente dos caminhos traçados pelo Governo Federal, a Prefeitura de Estância, através da sua Secretaria de Cultura, Esporte e Lazer, segue um caminho de não buscar um contato maior com os pequenos agentes culturais e de não percebê-los como sujeitos importantes na difusão, manutenção e preservação da cultura estanciana.

Uma preocupação inicial das pesquisadoras era encontrar organizações que, para se adaptar aos padrões burocráticos estabelecidos pela Prefeitura, ao oferecer subsídios aos artesãos, acabavam por deixar de lado o que possuíam de substantivo, de familiar, para começar a se tornarem modelos mais próximos ao da empresa privada.

No entanto, tal hipótese foi refutada, juntamente com a percepção de que a Prefeitura, omissa e alheia a esse tipo de agentes culturais e sua importância, não tem participado mais ativamente de suas atividades, buscado contato com esses artesãos e, ao mesmo tempo, culpa a falta de conhecimento dos mesmos e gestões passadas pelo não desenvolvimento do setor na localidade.

Bibliografia

DRUCKER, Peter Ferdinand. A profissão de administrador. Tradução: Nivaldo Montingelli Júnior. São Paulo: Pioneira, 1998. **O melhor de Peter Drucker: a administração.** São Paulo: Nobel, 2001.

SIMÕES, Janaina Machado; VIEIRA, Marcelo Milano Falcão. **Reflexões Acerca da Relação Entre Cultura, Estado e Mercado no Brasil.** São Paulo: Revista Administração em Diálogo, Edição nº 07, 2005.

CAVALCANTE, Marly (org.). **Gestão Social, estratégias e parcerias redescobrimo a essência da administração brasileira de comunidades para o terceiro setor.** São Paulo: Saraiva, 2006.

UNESCO. **Declaração universal sobre a diversidade cultural:** Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>

DRUCKER, Peter Ferdinand. **O melhor de Pater Drucker: a administração.** São Paulo: Nobel, 2001.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HERRERA, Felipe. **América Latina: experiências e desafios.** Rio de Janeiro: FGV, 1977.

KWASNICKA, Eunice Lacava. **Introdução à administração.** 6. ed. São Paulo: Atlas 2006.

LAKATOS, Eva Maria. **Sociologia geral.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1982.

MARCONI, Maria Andrade, LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 2003.

MINTZBERG, Henry. **Criando organizações eficazes: estrutura em cinco configurações**. Tradução: Ailton Bomfim Brandão, 2. ed.. São Paulo: Atlas, 2008.

NETO, Manoel Marcondes Machado; FERREIRA, Luzia Angelete. **Economia da Cultura: contribuições para a construção do campo e histórico da gestão das organizações culturais no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda, 2011.

OLIVEIRA, Rodrigo Nunes de. **A gestão nas organizações do Terceiro Setor: que formas de gestão? Relatório de Iniciação Científica – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo**, 2003.

RUBIM, Linda organizadora. **Organização e Produção da Cultura**. Salvador: EDUFBA/FACOM, 2005.

SILVA, Frederico A. Barbosa da. **Economia e política cultural: acesso, emprego e financiamento**. Brasília: MinC/IPEA, 2007.

SIMÕES, Janaina Machado; FALCÃO, Marcelo Milano Vieira Falcão. **Reflexões Acerca da Relação Entre Cultura, Estado e Mercado no Brasil**. São Paulo: Revista Administração em Diálogo, Edição nº 07, 2005.

SOBRAL, Felipe. **Administração: teoria e prática no contexto brasileiro**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

RUBIM, Linda organizadora. **Organização e Produção da Cultura**. Salvador: EDUFBA/FACOM/ CULT, 2005.

TEIXEIRA COELHO, José. **Dicionário Crítico de Políticas Culturais**. São Paulo: Iluminuras, 2004.

TEIXEIRA COELHO, José. **O que é indústria Cultural?** São Paulo: Brasiliense, 2007.

TACHIZAWA, Takeshy. **Organizações não Governamentais e terceiro setor: criação de ONGs e estratégias de atuação**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

TURINO, Célio. **Ponto de cultura: o Brasil de baixo para cima**. 2.ed. São Paulo: Anita Garibaldi, 2010.

YING, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.