

Cultura e desenvolvimento: a participação da mulher no artesanato em Igrejinha (RS)

Culture and development: the participation of women in handicrafts in Igrejinha (RS)

Sandra Andréa da Costa¹ , Mary Sandra Guerra Ashton¹ 

RESUMO

Igrejinha é uma cidade localizada no Rio Grande do Sul e colonizada por alemães que mantêm as tradições e influências culturais dos imigrantes nos seus hábitos e costumes cotidianos. De maneira especial, na Oktoberfest, no Kerbfest e no Igrejinha Mix, festejos que atraem milhares de turistas nacionais e internacionais, as manifestações culturais germânicas são ressaltadas por meio da oferta de produtos e serviços originados nos saberes e fazeres tradicionais e característicos dos colonizadores, como é o caso do artesanato desenvolvido em sua maioria por mulheres. O objetivo deste estudo foi analisar as ações empreendedoras das mulheres de Igrejinha no campo do artesanato e a geração de desenvolvimento socioeconômico para as artesãs. Para tanto, utilizou-se o método exploratório descritivo, numa pesquisa de estudo aplicado. O total de participantes foi de 23 mulheres artesãs entrevistadas de forma direta (presencial), entre os dias 11 de março e 26 de maio de 2021. O roteiro foi estruturado em duas partes: perfil das entrevistadas e questões específicas — divididas entre 13 questões objetivas de múltipla escolha e quatro questões dissertativas. Os dados coletados receberam tratamento qualitativo com análise de conteúdo conforme Bardin (2008). Entre os resultados mais significativos, identificou-se que as ações empreendedoras das artesãs são geradoras de desenvolvimento social, ressaltando o empoderamento feminino nesse campo de atuação, porém, em relação ao desenvolvimento econômico das artesãs, compreendeu-se a necessidade de ações coletivas específicas e de políticas públicas municipais.

Palavras-chave: Artesanato. Turismo. Cultura alemã. Empreendedorismo feminino. Igrejinha/RS.

ABSTRACT

Igrejinha is a city located in Rio Grande do Sul, colonized by Germans and that maintains the traditions and cultural influences of immigrants in their daily habits and customs. In particular, at Oktoberfest, Kerbfest, and Igrejinha Mix, festivities that attract thousands of national and international tourists, German cultural manifestations are highlighted through the offer of products and services originated in traditional and characteristic knowledge and practices of the colonizers, such as the handicraft developed mostly by women. The objective of this study was to analyze the entrepreneurial actions of the women of Igrejinha in the field of crafts and the generation of socioeconomic development for the artisans. For that, the descriptive exploratory method was used, in an applied study research. The total number of participants was 23 artisan women interviewed in person, between March 11 and May 26, 2021. The script was structured in two parts: profile of the interviewees and specific questions — divided into thirteen multiple-choice objective questions and four essay questions. The collected data received qualitative treatment with content analysis according to Bardin (2008). Among the most significant results, it was identified that the entrepreneurial actions of the artisans generate social development, highlighting the female empowerment in this field of action. However, in relation to the economic development of the artisans, the need for specific collective actions and municipal public policies was understood.

Keywords: Handicrafts. Tourism. German culture. Female Entrepreneurship. Igrejinha/RS.

¹Universidade Feevale – Novo Hamburgo (RS), Brasil. E-mails: sandradacosta232@gmail.com, marysga@feevale.br
Recebido em: 23/11/2021. Aceito em: 12/04/2022

INTRODUÇÃO

Este estudo traz uma pesquisa sobre a cultura e o desenvolvimento no campo do artesanato enquanto atividade empreendedora desempenhada pelas mulheres no município de Igrejinha, Rio Grande do Sul. Vê-se que a cultura germânica está presente na vida da população de Igrejinha por meio da preservação das tradições alemãs nas atividades sociais e econômicas observadas na cidade. Entre elas, o artesanato como atividade empreendedora feminina é um tema atual, bem como a sua interface com a cultura e o turismo na geração de desenvolvimento socioeconômico das mulheres envolvidas nessa atividade.

Desse modo, vale ressaltar a importância do turismo como matriz econômica por sua geração de emprego, renda e desenvolvimento econômico dos municípios destinos. Isso se dá pela produção e pelo consumo turístico, ou seja, pela comercialização dos atrativos turísticos. Entre eles, o consumo do artesanato destaca-se em Igrejinha.

Igrejinha está localizada na região metropolitana de Porto Alegre e na microrregião de Gramado-Canela, mais precisamente no Vale do Paranhama. Sua população, de acordo com o Censo 2019 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018), é de 36.899 habitantes, e sua economia baseia-se na produção industrial, principalmente de calçados e confecções em couro e bebidas (*apud* PREFEITURA DE IGREJINHA, 2020). O produto interno bruto (PIB) *per capita* é de R\$ 9.798,73, conforme dados do IBGE (2018).

O município foi colonizado por alemães no século XIX e mantém vivas a cultura e as tradições germânicas, por meio das expressões culturais que são representadas nos eventos municipais e nos festejos locais como a Oktoberfest, entre outras. Esses espaços são terreno fértil de comercialização para as artesãs.

De acordo com Casavogue (2020), as mulheres que empreendem no artesanato representam 77% do total de artesãos no Brasil. Portanto, justifica-se a relevância dessa temática em pesquisa científica, pois gera subsídios importantes para potencializar as ações empreendedoras das mulheres artesãs (NATIVIDADE, 2009). Do ponto de vista econômico, a participação da mulher no empreendedorismo mostra-se relevante, conforme informações do Casavogue (2020): 26 milhões de mulheres praticam a atividade. Além disso, as mulheres estão à frente na abertura de empresas no ofício, principalmente de pequeno porte, e estas contribuem para o desenvolvimento da economia local e para a geração de novos empregos (FRANCO, 2014).

Vale ressaltar que a mulher vem se destacando no que tange ao comportamento e perfil empreendedor também como forma de inclusão, de participação e até de sobrevivência, por conta da sua dupla jornada, pois seus saberes e fazeres, além de aumentar a renda familiar, também colaboram para o aumento da autoestima, a conquista da sua liberdade, a realização pessoal e profissional, refletindo no empoderamento feminino (NATIVIDADE, 2009). Mediante a atuação empreendedora feminina, observa-se a geração dos seus próprios empregos, bem como de empregos para seus familiares, contribuindo assim para o desenvolvimento socioeconômico do município.

Nesse contexto, a problemática principal deste estudo foi: de que modo as ações empreendedoras das mulheres de Igrejinha no campo do artesanato contribuem para a geração de desenvolvimento socioeconômico para as artesãs? Assim, foi ressaltado o protagonismo das mulheres empreendedoras no campo do artesanato em Igrejinha, e impôs-se como objetivo geral analisar as ações empreendedoras das mulheres nessa atividade e a geração de desenvolvimento socioeconômico para as artesãs. Para tanto, foi utilizado o método exploratório descritivo, numa pesquisa de estudo aplicado. Participaram da pesquisa 23 mulheres artesãs, que forneceram informações, obtidas por meio de aplicação de roteiro semiestruturado de entrevista, de forma direta (presencial), entre os dias 11 de março e 26 de maio de 2021.

O texto está estruturado em partes. Inicialmente, há a metodologia, seguida da contextualização dos termos-chave, tais como artesanato e empreendedorismo feminino. Depois se tem a caracterização de Igrejinha, Oktoberfest, Kerbfest e Igrejinha Mix, seguida do estudo sobre o artesanato local desenvolvido por mulheres e o empreendedorismo. Na sequência são apresentados a pesquisa de campo, os resultados e a análise dos dados, finalizando-se com as conclusões.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste estudo se utilizou a pesquisa exploratória descritiva com estudo aplicado. Conforme Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa exploratória tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto em investigação, o que possibilita a sua definição e o seu delineamento, facilitando a compressão da temática sob diversos ângulos e aspectos e proporcionando maior aprofundamento. No que diz respeito à abordagem qualitativa da pesquisa, considera-se uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo subjetivo indissociável que não pode ser traduzido em números (PRODANOV; FREITAS, 2013). Não se trata de dados estatísticos, e sim de interpretação de fatos, histórias, acontecimentos, tendo o ambiente natural direto para coleta de dados e o pesquisador como instrumento-chave (ZANELLA, 2011).

Foram realizados levantamento bibliográfico para a compreensão dos termos-chave, análise documental em *sites* oficiais para as informações sobre Igrejinha e os eventos Oktoberfest, Kerbfest e Igrejinha Mix e pesquisa de campo com aplicação de entrevistas. O processo de coleta de dados teve início pelo mapeamento das possíveis mulheres envolvidas com o campo do artesanato em Igrejinha. Dessa forma, fez-se contato com instituições e pessoas envolvidas com as artesãs no município, com a finalidade de identificar o público-alvo deste estudo, entre elas a diretora artístico-cultural da Associação de Amigos da Oktoberfest de Igrejinha (Amifest), a coordenadora da Secretaria de Administração e Desenvolvimento (Emater) do município e a coordenadora do Programa Gaúcho de Artesanato, entidade vinculada à Fundação Gaúcha do Trabalho e Ação Social. Assim, chegou-se ao número de 189 artesãos cadastrados no município, entre homens e mulheres, entretanto nem todos com sua carteira de artesão vigente, conforme informações do Programa Gaúcho de Artesanato.

Desse modo, a amostra desta pesquisa foi composta de 23 mulheres artesãs, e houve a aplicação de roteiro semiestruturado de entrevista, de maneira direta (presencial), entre os dias 11 de março e 26 de maio de 2021. O roteiro foi estruturado em duas partes: perfil das entrevistadas; e questões específicas, divididas entre 13 questões objetivas de múltipla escolha e quatro questões dissertativas. Foram salientadas e transcritas algumas respostas das participantes na forma de relatos, por causa da sua relevância para este estudo.

As questões específicas versavam sobre como surgiu o interesse pelo artesanato, com quem aprendeu a arte, quais materiais utiliza, que tipo de objetos produz, se tem relação com a cultura, quando e como começou a empreender nesse campo, quais são os pontos de comercialização, se há incentivo do poder público, além de questões a respeito de renda e desenvolvimento social e econômico, entre outras, apresentadas nas discussões e resultados.

Os gestores das entidades contatadas forneceram nome e contato (telefone e/ou e-mail) das 23 artesãs. Assim, procedeu-se ao agendamento das entrevistas conforme a disponibilidade das entrevistadas. No que tange ao local das entrevistas, tudo ocorreu de acordo com a vontade das participantes (no local de trabalho, na casa da participante ou nas entidades consultadas).

Os dados coletados receberam tratamento qualitativo com análise de conteúdo de acordo com Bardin (2008), por meio de triangulação de dados que possibilitaram as conclusões e os resultados da pesquisa.

O ARTESANATO EM ÂMBITO CONCEITUAL

De acordo com a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2019), o artesanato faz parte do setor de expressões culturais no mapa das indústrias criativas e, juntamente com patrimônio e artes, música e artes cênicas, constitui o setor da cultura. A cultura é agente potencial de transformação da realidade, em que a desigualdade social acontece em todas as cidades do Brasil (IPEA, 2018), e sua importância também é enfatizada sob a ótica feminina, por meio da Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (*apud* IPEA, 2018), pois se entende o seu potencial para a melhoria da condição da mulher e de seu papel na sociedade. Assim, torna-se relevante para este estudo compreender os conceitos que envolvem a atividade do artesanato como uma das representações culturais de uma sociedade.

O artesanato ultrapassa a barreira de simples objetos produzidos com as mãos e reúne valores culturais, fazendo parte do repertório individual ou coletivo das pessoas (OLIVEIRA, 2018). Conforme Oliveira (2018), trata-se do patrimônio cultural de um povo formado pelos saberes e fazeres que traduzem a história e a sua memória coletiva. Dessa forma, é fruto de conhecimentos que passaram por gerações e representam a cultura de determinado povo. Os saberes e fazeres são referências intangíveis que abarcam os costumes e as crenças das pessoas, como é o caso do artesanato, que tem sua natureza como um bem cultural imaterial, por caracterizar-se pelas práticas do conhecimento do indivíduo (OLIVEIRA, 2018).

Para Keller (2015), o trabalho do artesão vai além do uso das mãos, e não se reduz ao simples trabalho manual. O artesão assume as capacidades de projetar e de criar objetos por meio de elementos da cultura, envolvendo um processo produtivo e criativo.

Entre o tempo sem tempo do museu e o tempo acelerado da técnica, o artesanato é a palpitação do tempo humano. É um objeto útil, mas também belo; um objeto que dura, mas que acaba e se resigna a acabar; um objeto parecido, mas não idêntico. O artesanato nos ensina a morrer e, assim, nos ensina a viver (PAZ, 1991, p. 57).

Conforme a Base Conceitual do Artesanato Brasileiro (BCAB) (PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO, 2012), o artesanato é uma atividade desenvolvida de forma manual, unindo técnicas e habilidades e transformando matérias-primas e objetos que traduzem valores culturais. Compreende toda a produção resultante da transformação das matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (possui valor simbólico e identidade cultural), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios.

O Programa do Artesanato Brasileiro integra a programação do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços e tem o objetivo de promover o desenvolvimento integrado do setor artesanal e a valorização do artesão, elevando o seu nível cultural, profissional, social e econômico. O programa traz a classificação da produção artesanal, a partir de sua origem, conforme especificado abaixo (BRASIL, 2020)

- Artesanato tradicional: é o conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de determinado grupo, representativo de suas tradições, porém incorporado na sua vida cotidiana;
- Arte popular: caracteriza-se pelo trabalho individual do artista popular, artesão autodidata, reconhecido pelo valor histórico e/ou artístico e/ou cultural, trabalhado em harmonia com um tema, uma realidade e uma matéria, expressando aspectos identitários da comunidade ou do imaginário do artista;
- Artesanato indígena: é resultado do trabalho produzido por membros de etnias indígenas, no qual se identificam o valor de uso, a relação social e a cultural da comunidade;
- Artesanato quilombola: consiste no resultado do trabalho produzido coletivamente por membros remanescentes dos quilombos, de acordo com a divisão do trabalho quilombola, no qual se identificam o valor de uso e a relação social e cultural da comunidade;
- Artesanato de referência cultural: produção artesanal decorrente do resgate ou da releitura de elementos culturais tradicionais nacionais ou estrangeiros assimilados, podendo dar-se por meio da utilização da iconografia (símbolos e imagens);
- Artesanato contemporâneo-conceitual: produção artesanal, predominantemente urbana, resultante da inovação de materiais e processos e da incorporação de elementos criativos.

A BCAB (PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO, 2012, p. 14) traz um conceito que contém as características do trabalho manual, que por sua vez diferenciam este do artesanato, pois o trabalho manual segue moldes e padrões predefinidos difundidos por matrizes comercializadas e publicações dedicadas exclusivamente a ele, conforme segue:

- Apresenta uma produção assistemática e não prescinde de um processo criativo e efetivo;
- Utiliza matérias e técnicas de domínio público;
- Produtos são baseados em cópia, sem valor cultural que identifique sua região de origem ou o artesão que o produziu;
- Normalmente utiliza matéria-prima industrializada ou semi-industrializada.

O artesanato tem importante participação no cenário econômico nacional, estando presente em 67% dos municípios do país, movimentando em torno de 50 bilhões de reais ao ano e empregando 10 milhões de pessoas, conforme dados do SEBRAE (2019). O estado do Rio Grande do Sul possui cerca de 90 mil artesãos entre ativos e inativos, responsáveis por 2,5% do PIB na economia, como aponta a coordenadora do Colegiado Setorial do Artesanato RS e presidente da Federação das Entidades de Artesãos do Estado do Rio Grande do Sul Rejane Beatriz Verardo (*apud* REINHOLZ, 2020), além de fomentar o turismo, gerar trabalho e renda e difundir a cultura local.

O artesanato brasileiro que pode ser encontrado em todo o território nacional é produzido em sua grande maioria coletivamente em grupos de família e vizinhos, por exemplo, e não pode ser reproduzido em série (BORGES, 2011). Concebendo a realidade de um grupo familiar que desenvolve determinada atividade artesanal, torna-se compreensível o conceito do artesanato como um saber fazer passado de geração em geração. Consoante Oliveira (2018), entende-se o artesanato como patrimônio cultural de um povo que traduz a história e a sua memória coletiva.

Em meio à produção industrializada, é pela pluralidade de significados que o artesanato se mantém vivo e encontra seu espaço atualmente mostrando a importância de sua existência. Bourdieu (1996) destaca que o trabalho artesanal enquanto trabalho humano integra arte e técnica, materialidade e imaterialidade e possui dupla dimensão: cultural e econômica.

Nesse contexto, o artesanato é trabalho manual, portanto peças únicas, e possui vínculos culturais com os elementos locais, com os meios familiar e social e com o cotidiano vivenciado pelo artesão que o cria. A cultura agrega valor ao artesanato e, desse modo, confere identidade a ele.

O EMPREENDEDORISMO FEMININO

São diversas as circunstâncias pertinentes à inserção feminina no espaço de trabalho, bem como o seu desenvolvimento e trajetória nesse mercado. Assim, vale ressaltar que esta pesquisa é focada no empreendedorismo como forma de inserção

e alternativa de trabalho para as mulheres e leva em conta as motivações e razões que as levam a empreender no campo do artesanato, sendo as mais significativas as proposições de Machado *et al.* (2003). Para os autores, existem duas tipologias com relação às motivações para o empreendedorismo feminino. A primeira é a circunstancial, quando as mulheres se tornam empreendedoras por acaso, por algum *hobby* que já praticavam ou por questões de perda do cônjuge e da ajuda financeira vinda dele, iniciando assim um negócio. A segunda determina-se pela vontade pessoal de abrir uma empresa para crescer, o que pode estar associado a alguns fatores, como por exemplo a dificuldade que as mulheres enfrentam em ascender nas suas profissões/carreiras, a necessidade de autonomia profissional e a frustração que sofreram no trabalho (MACHADO *et al.*, 2003).

Conforme Anderson e Woodcock (1996), existem alguns fatores que evidenciam a motivação da mulher em empreender. Em primeiro lugar, por necessidade de sobrevivência; em segundo, por insatisfação com a liderança masculina; terceiro, pela descoberta de um nicho de mercado a ser explorado; em quarto, pela satisfação em tomar as próprias decisões; e em último lugar, pela associação entre percepção de desafio, prazer e contentamento — fator que, segundo os autores, se torna o principal. A combinação desses três últimos fatores revela a forte ligação da mulher empreendedora com sentimentos de bem-estar, felicidade e vitória. Nesse sentido, Jonathan (2005; 2011) afirma que as mulheres buscam autorrealização no empreendedorismo, e as experiências como empreendedoras geram satisfação, liberdade para desenvolver novas ideias com autonomia, conforme o Quadro 1.

Quadro 1. Motivações para o empreendedorismo feminino.

Autores	Motivações
Anderson e Woodcock (1996)	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade; - Sobrevivência; - Descoberta de um nicho de mercado; - Desafio e satisfação
Machado <i>et al.</i> (2003)	<ul style="list-style-type: none"> - Circunstancial/acaso: 1. Algo que gostam de fazer, <i>hobby</i>; 2. Perda de suporte financeiro; - Voluntária: 1. Desenvolvimento/Crescimento; 2. Autonomia
Jonathan (2005; 2011)	<ul style="list-style-type: none"> - Autorrealização; - Liberdade para desenvolver ideias

Em relação às motivações, vale salientar a compreensão do empoderamento feminino como aspecto impulsionador ao empreendedorismo.

Com o objetivo de colaborar com o empoderamento das mulheres para que possam atuar nas atividades econômicas, a Entidade das Nações Unidas para a

Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres (ONU Mulheres) desenvolveu a cartilha Princípios de Empoderamento das Mulheres:

Empoderar as mulheres para que participem integralmente de todos os setores da economia e em todos os níveis de atividade econômica é essencial para: Construir economias fortes; • Estabelecer sociedades mais estáveis e justas; • Atingir os objetivos de desenvolvimento, sustentabilidade e direitos humanos internacionalmente reconhecidos; • Melhorar a qualidade de vida para as mulheres, homens, famílias e comunidades; e Impulsionar as operações e as metas dos negócios (ONU MULHERES, 2016, p. 4).

As mulheres empoderadas tornam-se seguras e confiantes para participar mais ativamente na sociedade, seja nas atividades econômicas, seja proporcionando equilíbrio na sociedade, mostrando que sua participação mais ativa promove maior senso de justiça e igualdade. Apoio e incentivo às mulheres podem ajudar a criar e desenvolver atividades geradoras de renda e emprego sustentável, aumentar poupanças e investimentos familiares, melhorar o bem-estar social e econômico, levando em consideração a necessidade de eliminar todas as formas de discriminação e contribuir para um desenvolvimento humano sustentável (SAMUEL, 2014).

Nesse contexto, compreende-se a força da mulher empreendedora, entretanto muitos são os desafios enfrentados por ela para gerir os seus negócios. Machado, Barros e Palhano (2003) entendem como dificuldades encontradas pelas empreendedoras no exercício de suas atividades a questão de conciliar trabalho e família, a falta de tempo, a falta de acesso à informação e a dificuldade para obter financiamento. Assim, segundo os autores, as empreendedoras buscam ajuda da família e dos amigos e, especialmente, do companheiro.

Gomes (2004) vê que uma das principais motivações para a mulher ter o seu próprio negócio é a flexibilidade de horários, pois considera conciliar as demandas trabalho, família e filhos. Mesmo assim, muitos são os fatores que interferem no desenvolvimento e no desempenho dos negócios de mulheres. Strobino e Teixeira (2014) tratam o conflito trabalho-família pensando em três dimensões: o tempo dedicado ao trabalho é muitas vezes maior do que o tempo que dedicava anteriormente à empresa em que trabalhava; a tensão ocasionada pelos problemas gerados na dedicação ao negócio; e o comportamento resultante da carga elevada de trabalho e responsabilidade com a família. Conforme os autores, são os conflitos mais comumente encontrados em pequenas empresas, em que o limite entre trabalho, vida pessoal e família não estão bem definidos.

Para Jonathan e Silva (2007) e Singh e Belwal (2008), os problemas enfrentados vão desde dificuldades financeiras, falta de capacitação empreendedora e gerencial, restrições de mercado e distribuição, limitação de oportunidades e de participação em redes, baixo apoio governamental e institucional, ausência de *know-how* e de mecanismos de integração até dificuldades para equilibrar as demandas profissionais, pessoais e familiares. Também se apresentam dificuldades decorrentes da falta de experiência como empreendedor, medo do risco

financeiro e da dívida, falta de modelos e baixo nível de assistência (MCGOWAN *et al.*, 2012).

No campo dos conflitos enfrentados pelas mulheres empreendedoras, McGowan *et al.* (2012) trazem a visão de que, para muitas mulheres, o prazer experimentado no gerenciamento de sua própria empresa, resultante da maior liberdade e flexibilidade, é temperado por descontentamento, em função das demandas de tempo entre a necessidade de equilibrar as exigências do negócio e os interesses dos filhos e outros dependentes.

Além disso, a mulher empreendedora também enfrenta barreiras nas instituições financeiras quando necessita de aporte financeiro, tendo em vista que normalmente elas são dependentes de outros, como maridos ou outras figuras masculinas, carecendo do aval deles para viabilizar o financiamento (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014), conforme sintetizado no Quadro 2.

Quadro 2. Desafios e dificuldades das mulheres empreenderem.

Autores	Desafios e dificuldades
Machado, Barros e Palhano (2003)	- Conciliar o tempo entre trabalho e família; - Acesso à informação; - Acesso a financiamentos.
Jonathan e Silva (2007)	- Falta de capacitação empresarial; - Limitação de oportunidades para mulheres; - Carência de políticas públicas e apoio governamental; - Dificuldade de participação em redes.
Singh e Belwal (2008)	- Capacidade gerencial e financeira; - Restrições de mercado e distribuição; - Equilíbrio entre as demandas familiares e profissionais.
Gomes (2004)	- Tempo: filhos e negócios.
McGowan <i>et al.</i> (2012)	- Falta de experiência como empreendedoras; - Medo de assumir risco financeiro e dívidas; - Falta de modelos; - Baixo nível de assistência.
Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014)	- Dependência para financiamentos; - Barreiras para mulheres.
Strobino e Teixeira (2014)	- Dedicção de tempo maior ao trabalho.

Jonathan (2011) ressalta que a mulher tem capacidade para a multiplicidade de papéis, podendo administrar a casa, cuidar da família e ter atividades fora do lar. As empreendedoras inovam o tempo todo, criando arranjos alternativos para os conflitos que as desafiam. Segundo Shelton (2006), as mulheres que vivem esse conflito preferiram, em vez de eliminar ou acumular algum papel,

optar pela divisão, permitindo que haja otimização de sua função tanto no trabalho quanto na família.

IGREJINHA E A TRADIÇÃO GERMÂNICA

O município de Igrejinha está localizado na região metropolitana de Porto Alegre e na microrregião de Gramado-Canela, mais precisamente no Vale do Paranhana. O principal acesso à cidade é pela rodovia ERS 115, embora também seja possível acessá-la pela ERS 020. Sua população, de acordo com a estimativa do censo 2019 do IBGE (2018), é de 36.899 habitantes, para a área de 136.816 km². Igrejinha tem sua economia baseada na produção industrial, principalmente de calçados e confecções em couro e bebidas, preenchendo mais de 50% da economia. Comércio e serviços somam 48%, e o restante diz respeito a atividades agrícolas (PREFEITURA DE IGREJINHA, 2020).

O município teve sua colonização iniciada em 1824, com a chegada de imigrantes alemães. No ano de 1847, Tristão Monteiro desbravou os caminhos desde o Vale do Rio dos Sinos para instalar a recém-fundada Fazenda do Mundo Novo (PORTAL DA CIDADE, 2020). Depois, ainda no mesmo ano, fundou-se o núcleo da Casa de Pedra. O povoado, a princípio denominado de Santa Maria do Mundo Novo, virou ponto de referência em razão da forte influência em toda a região da Igreja, cujos ensinamentos cristãos davam o apoio necessário aos recém-chegados imigrantes (PORTAL DA CIDADE, 2020).

A cultura alemã mantém-se preservada no município por meio das iniciativas empreendedoras das indústrias do setor coureiro calçadista e da Oktoberfest, tradicional festa que ocorre desde 1988 no município, no mês de outubro. Uma forma de homenagear os antepassados e ressaltar valores culturais dos imigrantes alemães que colonizaram a região, a festa recebe milhares de turistas todos os anos e é considerada um dos maiores eventos populares do Rio Grande do Sul, tendo conquistado o seu espaço no cenário turístico-cultural, além de ser reconhecida como patrimônio cultural do estado. Trata-se de um importante momento de comemoração, união e diversão, com comidas típicas, danças, folclore, cerveja (OKTOBERFEST, 2020b). Também é possível compreender a festa mediante a geração de oportunidades sociais e econômicas para a comunidade local, sendo o artesanato uma das atividades com grande representatividade no evento.

O artesanato de Igrejinha é representado pela Associação dos Artesãos e Artistas Plásticos de Igrejinha (AAAPI), que conta com oito integrantes mulheres e está vinculada à Fundação Cultural de Igrejinha, conforme informação da presidente da associação, Marlene Arent (2019). A instituição comercializa seus produtos na loja do artesanato, localizada na Praça Dona Luiza, e também em eventos como o Igrejinha Mix, multifeira que ocorre anualmente no mês de junho, em comemoração ao aniversário do município, e também na Oktoberfest. Na loja especificamente, comercializam-se em torno em 20 a 30 peças ao mês, podendo esse número aumentar em datas especiais, como Dia das Mães, Páscoa e Natal (ARENT, 2019). A Oktoberfest é um evento muito esperado pelas artesãs para a comercialização dos produtos, pois

é um momento de venda significativo, sobretudo dos produtos relacionados à festa propriamente dita (ARENT, 2019).

As expressões culturais representadas pelo artesanato, em conjunto com a gastronomia e o folclore, contribuem para a comunidade local gerando possibilidades de empreendedorismo que são potencializadas com a Oktoberfest, evento que tem papel social fundamental no município, levando-se em consideração o engajamento da população que atua como voluntária durante a festa. São três mil voluntários, cerca de 10% da população do município, que se dedicam nos dois fins de semana de festa com o objetivo de promover a cultura germânica e muita alegria (OKTOBERFEST, 2020b). Por intermédio da Amifest, são distribuídos os recursos da festa às entidades locais e da região, contribuindo com mais saúde, educação e segurança (OKTOBERFEST, 2020b). O Quadro 3 apresenta os principais eventos do município.

Quadro 3. Principais eventos do município de Igrejinha.

Evento	Data	Local	Descrição
Oktoberfest	Dois últimos fins de semana de outubro	Parque de Eventos Almiro Grings	Festa de outubro que tem como objetivo homenagear os antepassados resgatando valores culturais dos imigrantes alemães que colonizaram a região.
Igrejinha Mix	No mês de junho. Dura três dias (sexta, sábado e domingo)	Parque de Eventos Almiro Grings	Evento em comemoração ao aniversário do município, conta com uma multifeira de empreendedores locais.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados obtidos com as respostas das 23 artesãs que participaram desta pesquisa traduzem suas vivências e experiências com a atividade profissional do artesanato. Todas elas, sem exceção, demonstraram nutrir sentimentos como paixão, amor e carinho pela atividade, além da questão econômica.

Os nomes das participantes foram omitidos e aqui demonstrados como EA1, EA2, EA3 etc. Durante as entrevistas, foi possível observar que os produtos desenvolvidos pelas artesãs possuem finalidade vinculada à classificação de funcionalidade do artesanato definida pela BCAB (PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO, 2012). Os produtos ora são adornos ou acessórios e adereços, como por exemplo brincos produzidos com a técnica do crochê por EA10, ora decorativos, como as grinaldas produzidas em MDF e tecido por EA7, ora utilitários, como os sapatinhos de tricô para bebês produzidos por EA3, ora lúdicos, como por exemplo os brinquedos em MDF de EA12.

Os produtos desenvolvidos pelas artesãs entrevistadas resultam da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por meio do domínio de

técnicas, porém distanciam-se de valor com identidade cultural e do patrimônio cultural de um povo, conforme cita Oliveira (2018). O município de Igrejinha foi colonizado por descendentes alemães e, dessa forma, carrega em sua história e tradição traços dessa cultura, no entanto os produtos desenvolvidos pelas entrevistadas não estão alinhados com a representação dessa cultura.

Logo, é possível compreender que a atividade desenvolvida pelas entrevistadas se assemelha significativamente ao trabalho manual, definido pela BCAB (PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO, 2012) haja vista as seguintes características: seguem moldes e padrões predefinidos difundidos por matrizes comercializadas e publicações dedicadas exclusivamente a trabalhos manuais; apresentam produção assistemática e não prescindem de um processo criativo e efetivo; utilizam matérias e técnicas de domínio público; são baseados em cópia, sem valor cultural que identifique sua região de origem ou o artesão que os produziu; e normalmente usam matéria-prima industrializada ou semi-industrializada.

Com relação à aprendizagem da atividade, 48% das artesãs desenvolvem seus produtos por terem aprendido sua confecção com a família. Ou seja, seus produtos carregam a bagagem da tradição passada de geração em geração, conforme dizem EA5, EA8, EA9 e EA13: *"Por incentivo da mãe, aos 12 anos fiz meu primeiro curso de artesanato e nunca mais parei"* (EA5); *"Despertei o interesse pelo ofício através da minha mãe. Desde criança, pequena pegavas agulha escondida para fazer tricô e crochê. Comprava revistas, muitas revistas, fui aprendendo, nunca fiz cursos específicos"* (EA8); *"Meu interesse pelo artesanato, pelo feito à mão, vem de família. Sempre presenciei minhas tias bordando, costurando, tricotando. Não tínhamos o hábito de comprar coisas prontas. O que era necessário se fazia em casa"* (EA9); *"Minha vontade e interesse vieram em ver minha vó, bisavó e mãe fazendo crochê e tricô, ponto cruz. Trabalhava em fábrica de calçado e fazia para mim crochê, e os familiares, amigos, colegas de trabalho gostaram e as encomendas começaram"* (EA13).

Quando questionadas sobre a comercialização dos produtos, todas as entrevistadas afirmaram que produzem e vendem seus produtos durante todo o ano. Em datas especiais e comemorativas, como Natal, Páscoa, Dia das Mães e Oktoberfest, as vendas aumentam. As feiras, eventos e festas do município também colaboram significativamente no incremento das vendas, contribuindo para a potencialização econômica da atividade, conforme mencionaram as entrevistadas quando citaram a Oktoberfest e o Igrejinha Mix como os eventos de maior força potencial econômica para atividade.

A Oktoberfest e a Igrejinha Mix são os maiores e mais expressivos eventos do município, pois mobilizam o poder público e a comunidade e recebem uma grande quantidade de visitantes. Nesse contexto, é possível destacar que as opções *muito e nunca* receberam pontuação muito próximas, significando que o percentual das entrevistadas que usufruem os eventos com propósito econômico ainda tem potencial para melhorar muito.

Com relação a empreendedorismo, essa ideia não foi necessariamente uma decisão planejada nem estruturada, tendo em vista que a grande maioria das

mulheres entrevistadas relatou que desenvolvia a atividade sem o objetivo da venda; produzia as peças para uso pessoal, para a família ou para presentear amigos e parentes em datas comemorativas. Por isso, as pessoas começaram a conhecer os produtos e, então, iniciou-se a venda propriamente dita. Essa resposta alinha-se ao que dizem Machado *et al.* (2003) quando compreendem que há duas tipologias acerca das motivações para o empreender feminino, sendo uma delas a circunstancial, ou seja, quando as mulheres se tornam empreendedoras por acaso, por meio de algum *hobby* que já praticavam.

Sobre as oportunidades e os benefícios de empreender no artesanato, destacam-se as respostas de que a atividade proporciona bem-estar, satisfação, autoestima, realização pessoal, alinhando-se ao conceito de Anderson e Woodcock (1996), que compreendem como fator motivacional do empreendedorismo feminino a forte ligação da mulher empreendedora com sentimentos de bem-estar e felicidade. Jonathan (2011) também afirma que as mulheres buscam autorrealização no empreendedorismo.

Durante as entrevistas, foram muito fortes e perceptíveis os sentimentos de realização, felicidade e bem-estar que as participantes demonstravam durante as conversas, de poder desenvolver uma atividade pela qual nutrem tanto amor. Assim, EA3, EA9, EA10 e EA14 manifestaram seus sentimentos em relação à prática da atividade: *"Uma sensação de bem-estar, como um remédio pra ficar bem e não entrar em depressão"* (EA3); *"É como uma realização pessoal, reconhecimento por parte das pessoas que comprar meus produtos"* (EA9); *"Benefício de saúde mental. Satisfação de as pessoas procurarem pelo meu trabalho"* (EA10); *"Ocupar a mente, sentimento de bem-estar"* (EA14).

A atividade artesanal tem baixa contribuição no desenvolvimento econômico das praticantes, tendo em vista que nenhuma relatou que consegue seu sustento próprio. Durante as entrevistas e tendo a possibilidade de conhecer os produtos desenvolvidos, ficou visível que estes não se encaixavam na classificação de artesanato de referência cultural, conforme classificação da BCAB (PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO, 2012), não possuindo riqueza de significados, carga cultural, valor único nem, conseqüentemente valor agregado, requisitos importantes para o produto artesanal ter participação significativa no desenvolvimento econômico de uma região, conforme Keller (2015).

A mulher empreendedora enfrenta muitos desafios e dificuldades para empreender. Nesse sentido, a pesquisa procurou compreender as barreiras encontradas pelas participantes em empreender na atividade do artesanato. A dificuldade em comprar matéria-prima no município foi o item que mais recebeu pontuação, juntamente com as restrições de mercado e os problemas financeiros. A falta de valorização por parte das pessoas do artesanato e a falta de valorização do que é feito à mão também foram citadas como obstáculos.

No tocante às facilidades para empreender, a pesquisa apontou que 76% das participantes se sentem seguras em empreender na atividade de artesanato, pois possuem qualificação para tal. Do restante, 16% optou por *outros* e 8% respondeu

ter muitas oportunidades de vender/distribuir o produto. A opção *outros* diz respeito a duas respostas sobre a flexibilidade de horários, que, conforme afirmam Machado *et al.* (2003), é uma motivação que leva as mulheres a empreender. Nesse contexto, a flexibilidade de horários, mais do que uma motivação, consiste em uma necessidade, pois é por causa dela que as mulheres conseguem conciliar trabalho e família e, dessa forma, a mulher empreendedora consegue organizar sua vida (GOMES, 2004). As outras duas respostas estão relacionadas ao avanço tecnológico, que permite fazer muitas vendas pela internet e pelas redes sociais.

Na última questão, as empreendedoras tiveram a oportunidade de expressar de forma dissertativa suas sugestões de ações e estratégias de iniciativas públicas municipais que colaborariam com o desenvolvimento da atividade do artesanato, conforme apresentado no Quadro 4. Entre as diversas sugestões, destaca-se a solicitação de mais feiras, de mais oportunidades para mostrarem e venderem seus artesanatos, feiras livres em que todas as praticantes da atividade, independentemente de participarem ou não de uma associação, pudessem ter a oportunidade de expor e vender seus produtos.

Quadro 4. Sugestões e/ou estratégias de iniciativas públicas municipais.

Entrevistada	Sugestões e/ou estratégias de iniciativas públicas municipais para contribuir de forma significativa com o desenvolvimento de sua atividade no município
EA1	Oficinas para incentivar, ensinar. A prefeitura já me procurou para iniciar projeto nesse sentido...
EA2	Apoio maior, espaço para expor, feira aberta.
EA3	Falta valorização do artesanato. Na Oktoberfest, por exemplo, estamos escondidos. Poderíamos ter um espaço melhor, maior visibilidade.
EA4	A prefeitura já faz muito por nós.
EA5	Lugar apropriado onde os artesãos pudessem fazer suas feiras e expor seus produtos. Feirinhas em datas comemorativas sempre são legais. Cursinhos gratuitos talvez, para agregar ainda mais o artesão e seu trabalho e até mesmo aqueles que não têm dinheiro para gastar com curso. Promover cursos de capacitação, facilitar o acesso a serviços financeiros, estimular a cooperação entre as empresas, organizar feiras e rodadas de negócios e incentivar o desenvolvimento de atividades que contribuem para a geração de emprego e renda. Nosso grupo favorece e fortalece o trabalho de muitos artesãos/empreendedores de nosso município. Penso que uma sugestão de ação pública municipal seria podermos participar de eventos municipais sem precisarmos pertencer a nenhuma associação.
EA6	Não tenho sugestões, recém estou começando na atividade e não sei muito bem o que está sendo feito por parte da prefeitura.
EA7	Um lugar para vender, expor o nosso artesanato, onde o turismo para a serra tenha acesso.
EA8	Feira livre para todos os artesãos, a rua coberta poderia ser mais bem aproveitada nesse sentido. Maior divulgação do nosso trabalho. Falta reconhecimento pelas coisas da nossa cidade.
EA9	Feira livre para todos os artesãos, mesmo os que não participam de associação.
EA10	Aproveitar fluxo de turistas que vão para Gramado.
EA11	Existem oportunidades por parte do município... Já recebi convite para participar da loja do artesanato na praça, mas falta tempo para mim.

Continue...

Quadro 4. Continuação.

Entrevistada	Sugestões e/ou estratégias de iniciativas públicas municipais para contribuir de forma significativa com o desenvolvimento de sua atividade no município
EA12	Considero muito bom, município ajuda muito, estão sempre prontos ajudar.
EA13	Espaço democrático para todos os artesãos mostrarem seus trabalhos.
EA14	Falta valorização da população por nosso trabalho, não querem pagar o valor justo.
EA15	O próprio cidadão dar valor àquilo que é feito pelo outro!
EA16	Não respondeu.
EA17	A população valorizar mais o que é feito aqui.
EA18	Mais feiras, oportunidades para vender nosso artesanato.
EA19	Não tenho sugestão.
EA20	Uma forma de trazer os turistas que estão indo para a serra, entrar em nosso município.
EA21	Feiras na rua coberta, quando não tiver mais pandemia.
EA22	Maior valorização do artesanato, algo feito com muito amor e com demanda de tempo.
EA23	Está bom como está, não tenho sugestão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa proporcionou conhecimento valioso acerca dos termos de referência que envolvem as expressões culturais no campo do artesanato, bem como sobre o empreendedorismo feminino em Igrejinha e a geração de desenvolvimento social e econômico para as mulheres artesãs.

Assim, conhecer um pouco mais da história e das dificuldades que as mulheres enfrentam e investigar essa temática trouxeram novas possibilidades de contribuir com a valorização da atividade profissional das mulheres e com a sua vinculação com a cultura em Igrejinha. A tradição alemã vivenciada no cotidiano dos moradores de Igrejinha e celebrada na Oktoberfest, na Kerbfest e na Igrejinha Mix cumpre seu papel em âmbitos social e cultural, na medida em que tais eventos são festividades que reúnem ícones da tradição alemã por meio do artesanato. Em relação ao empreendedorismo, observou-se que o grupo de mulheres participantes desta pesquisa serve de incentivo para outras mulheres empreenderem, bem como contribui com a geração de empregos, ainda que seus empreendimentos não proporcionem a empregabilidade de muitas pessoas.

O artesanato desenvolvido em Igrejinha possui bagagem cultural importante para a preservação de tradições e costumes germânicos originados na colonização do município, porém necessita de ações que elevem seu potencial cultural e econômico. Dessa forma, seguem algumas possibilidades:

- Cursos, oficinas, palestras, seminários, eventos de forma geral que possam unir a atividade do artesanato com a cultura local, possibilitando o desenvolvimento de produtos de artesanato com referência cultural e, conseqüentemente, valor agregado maior;

- Oportunidade de comercialização para toda a classe artesã, por meio de feiras livres organizadas ou eventos específicos que valorizem e envolvam toda a classe artesã, e não somente as artesãs vinculadas a alguma associação;
- A estrutura do espaço atualmente utilizado como loja do artesanato pela AAAPÍ necessita de revitalização, de forma que fique mais atrativa e convidativa.

O Quadro 5 traz uma síntese dos principais achados/resultados obtidos com a pesquisa.

Quadro 5. Síntese de resultados.

	Artesanato
Aprendizado da atividade	Prática aprendida no vínculo familiar e que se inicia como <i>hobby</i> .
Atividade empreendedora	Torna-se atividade empreendedora por acaso.
Produtos	De baixo apelo cultural e, logo, de baixo valor agregado.
Comercialização dos produtos	Dificuldades em vender o produto, restrições de mercado, falta de oportunidades no município para a comercialização, com exceção dos festejos que atraem turistas (consumidores).
Oktoberfest e Igrejinha Mix	Os principais eventos do município são importantes oportunidades de comercialização para turistas.
Inclusão social e econômica	Proporciona baixa oportunidade de inclusão econômica, autonomia financeira e profissional.
Poder público municipal	Apoio do poder municipal restrito, o que não contribui para o desenvolvimento econômico das participantes.
Benefícios em empreender	Os benefícios em empreender são em geral de natureza psicológica, como: autorrealização, bem-estar, melhora na autoestima, felicidade, terapia, realização pessoal.
Sugestões de ações	Poder público necessita ser mais atuante, com mais ações específicas que abranjam de forma igualitária o artesanato para o desenvolvimento econômico e social.

Assim, observa-se a necessidade de adoção de planejamento, de estratégias e de um novo olhar para o empreendedorismo feminino em Igrejinha, de maneira especial no campo do artesanato. Pois, conforme os resultados deste estudo, o artesanato possui potencial econômico e social com identidade cultural, além de ser produto turístico.

Entre as limitações deste estudo, vale mencionar a pandemia causada pela Covid-19 e as medidas de isolamento e distanciamento social impostas pelas autoridades como os maiores impeditivos das entrevistas, visto que os participantes não demonstraram interesse em participar da investigação no modo *online*. Trata-se de um público-alvo diferenciado nesse aspecto e que aceitou participar mediante a presencialidade. O contato presencial conferiu maior riqueza nas respostas. Lembranças e relatos de envolvimento emocional no desenvolvimento do artesanato e no empreendedorismo vieram à tona, e os vínculos familiares

foram valorizados — pais que ensinaram o ofício. Assim, considera-se a continuidade desta pesquisa por sua relevância econômica, social e cultural, de modo a ampliar e aprofundar a obtenção de subsídios úteis ao desenvolvimento do empreendedorismo feminino também em outros campos das expressões culturais e das indústrias criativas.

Por fim, pondera-se levar ao conhecimento do poder público de Igrejinha as informações obtidas com esta pesquisa, bem como divulgá-las entre as demais entidades que contribuíram com dados, para que possam pensar e implementar ações específicas e direcionadas ao desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

- ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*, Florianópolis, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2014v16n40p221>
- ANDERSON, A. H.; WOODCOCK, P. *Effective entrepreneurship: a skills and activity based approach*. Oxford/Cambridge: Blackwell, 1996.
- ARENT, M. *Marlene Arent: entrevista* [2019]. 2019.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2008.
- BORGES, A. *Design + artesanato: o caminho brasileiro*. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.
- BOURDIEU, P. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BRASIL. Empresas & Negócios. *Programa do Artesanato Brasileiro*. Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/artesanato/conheca-o-pab/programa-do-artesanato-brasileiro-pab-1>. Acesso em: 2 maio 2022.
- CASAVOGUE. A presença das mulheres no artesanato brasileiro. *Casavogue*, 2020. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/Colunas/noticia/2020/10/presenca-das-mulheres-no-artesanato-brasileiro.html>. Acesso em: 29 abr. 2022.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: Firjan, 2019. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>. Acesso em: 4 jun. 2020.
- FRANCO, M. M. S. *Empreendedorismo feminino: características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas*. Goiás: Egepe, 2014.
- GOMES, A. F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista. *Alcance*, Itajaí, v. 11, n. 2, p. 207-226, maio/ago. 2004.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Cidades e estados*. IBGE, 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/igrejinha.html> Acesso em: 8 maio 2021.
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). *10% mais ricos contribuem para mais da metade do índice de desigualdade no país*. Brasil: IPEA, 2018. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=34236. Acesso em: 15 maio 2021.
- JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. *Psicologia em Estudo*, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, 2005. <https://doi.org/10.1590/S1413-73722005000300005>
- JONATHAN, E. G. *Mulheres empreendedoras: o desafio da escola do empreendedorismo e o exercício do poder*. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2011.
- JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. *Psicologia & Sociedade*, v. 19, n. 1, p. 77-84, 2007. <https://doi.org/10.1590/S0102-71822007000100011>

KELLER, P. F. O artesanato e a economia do artesanato na sociedade contemporânea. **Revista de Ciências Sociais**, v. 2, n. 41, p. 323-347, 2015.

MACHADO, H. V.; BARROS, G. V.; PALHANO, D. Y. M. Conhecendo a empreendedora norte-paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. *In*: ENCONTRO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 3., 2003. **Anais [...]**. Brasília, 2003. p. 171-197.

MACHADO, H. V.; ST-CYR, L.; MIONIE A.; ALVES, M. C. M. **O processo de criação de empresas por mulheres**. Montreal: Universidade de Montreal, 2003.

MCGOWAN, P.; REDEKER, C. L.; COOPER, S. Y.; GREENAN, K. F. Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 24, n. 1-2, p. 53-72, 2012. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637351>

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 43, n. 1, p. 231-256, jan./fev. 2009. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122009000100011>

OKTOBERFEST. **Galeria**. Oktoberfest. Disponível em: <https://www.oktoberfest.org.br/galeria>. Acesso em: 26 nov. 2020a.

OKTOBERFEST. **História da Oktoberfest**. Oktoberfest. Disponível em: <https://www.oktoberfest.net/historia-da-oktoberfest/>. Acesso em: 10 dez. 2020b.

OKTOBERFEST. **Igrejinha: vivendo a cultura**. Oktoberfest. Disponível em: <https://www.oktoberfest.org.br/vivendo-a-cultura>. Acesso em: 10 dez. 2020c.

OLIVEIRA, L. de C. C. **Garimpo Artes Artesanais RS Saberes & Fazeres**. 2018. Disponível em: <https://vdocuments.com.br/garimpo-das-artes-artesanais-do-rs.html?page=1>. Acesso em: 22 nov. 2020.

ONU MULHERES. **Empresas**. ONU Mulheres, 2016. Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/referencias/principios-de-empoderamento-das-mulheres/>. Acesso em: 18 maio 2021.

PAZ, Octavio. **Convergências: ensaios sobre arte e literatura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.

PORTAL DA CIDADE. **História de Igrejinha-RS**. Portal da Cidade. Disponível em: <https://igrejinha.portaldacidade.com/historia-de-igrejinha-rs>. Acesso em: 10 dez. 2020.

PREFEITURA DE IGREJINHA. **Informações gerais**. Igrejinha: Prefeitura de Igrejinha. Disponível em: <https://www.igrejinha.rs.gov.br/p.asp?i=8&c=Cidade>. Acesso em: 3 dez. 2020.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO. **Base conceitual do artesanato brasileiro**. Brasília, 2012. Disponível em: <https://manosdeartesano.files.wordpress.com/2013/06/base-conceptual-del-artesano-brasileiro.pdf>. Acesso em: 16 maio 2020.

REINHOLZ, F. Com a pandemia, situação dos artesãos gaúchos está no limite. **Brasil de Fato**, 2020. Disponível em: <https://www.brasildefatores.com.br/2020/05/18/com-a-pandemia-situacao-dos-artesaos-gauchos-esta-no-limite>. Acesso em: 7 nov. 2020.

SAMUEL, L. O contributo do empreendedorismo feminino no empoderamento socioeconómico da mulher, estudo de caso (Pemba, Moçambique). **Revista Electrónica de Investigación e Desenvolvimento**, n. 2, p. 1-17, 2014. Disponível em: <http://reid.ucm.ac.mz/index.php/reid/article/view/26>. Acesso em: 25 jan. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Relatório especial empreendedorismo feminino no Brasil**. Sebrae, 2019. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf. Acesso em: 1º maio 2022.

SHELTON, L. M. Female entrepreneurs, work: family conflict, and venture performance. **Journal of Small Business Management**, Morgantown, v. 44, n. 2, p. 285-297, 2006. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2006.00168.x>

SINGH, G.; BELWAL, R. Entrepreneurship and SMEs in Ethiopia. **Gender in Management**, Bradford, v. 23, n. 2, p. 120-136, 2008. <https://doi.org/10.1108/17542410810858321>

STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M. **O empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de caso no setor da construção civil da cidade de Curitiba.** Curitiba: Empreendedorismo e Estratégia de Empresas de Pequeno Porte, 2014.

ZANELLA, L. C. H. **Metodologia de pesquisa.** Florianópolis: UFSC, 2011.

Sobre os autores

Sandra Andréa da Costa: Mestre em Indústria Criativa pela Universidade Feevale.

Mary Sandra Guerra Ashton: Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Pesquisadora e docente no Mestrado em Indústria Criativa, no curso de Turismo e no de Gastronomia, na Universidade Feevale.

Conflito de interesses: nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

Contribuições dos autores: Costa, S. A.: Conceituação, Curadoria de Dados, Análise Formal, Investigação, Administração do Projeto, Escrita – Primeira Redação. Ashton, M. S. G.: Acompanhamento do Projeto, Análise dos Dados e Resultados, Metodologia, Validação, Revisão e Edição.

