

**ANDRÉ GUSTAVO DE ARAÚJO BARBOSA**

**ARRANJOS SÓCIOS PRODUTIVOS LOCAIS E DESENVOLVIMENTO –  
ESTUDO DE CASO DAS PEQUENAS  
EMPRESAS OLEIRAS DE MARAGOJIPINHO/BA**

**Dissertação apresentada ao Curso de  
Mestrado Profissional em Administração –  
MPA da Escola de Administração da  
Universidade Federal da Bahia – UFBA,  
como requisito para a obtenção do grau de  
Mestre em Administração.**

**Orientadora: Professora Dra. Tânia Fisher**

**Universidade Federal da Bahia – UFBA  
Escola de Administração  
Salvador – BA  
2003**

**ANDRÉ GUSTAVO DE ARAÚJO BARBOSA**

**Arranjos Sócios Produtivos Locais e Desenvolvimento -  
Estudo de Caso das Pequenas  
Empresas Oleiras de Maragojipinho/Ba**

**Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Administração.**

**Salvador, 15 de julho de 2003.**

**Professora Dra. Tânia Fisher  
Universidade Federal da Bahia**

**Professora Dra. Rocio Castro Kustner  
Faculdade de Sociologia e Ciências Políticas UCM**

**Professor Dr. José Antônio Gomes de Pinho  
Universidade Federal da Bahia**

A meu mestre maior, meu pai Reinaldo Pereira Barbosa e a minha mãe Zilma Hollyday de Araújo Barbosa, pelos maiores e melhores ensinamentos de vida. A minha companheira de alegrias e lutas, Leidedã, por toda força e motivação e a nossa filha Natália, pela esperança de um novo amanhã.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que direta ou indiretamente contribuíram para que este projeto fosse concluído, mesmo aqueles que não sabendo conscientemente da suas importâncias, me ajudaram a realizar um sonho.

A todos os Oleiros de Maragogipinho, em especial ao presidente da Associação de Oleiros “Miro” e a “Dute” pela ajuda e empenho nas orientações e os 8 oleiros que, através das entrevistas focais nos passaram um pouco das suas histórias e sabedorias.

A Celeste Aquino, colega de trabalho, que muito me incentivou e me subsidiou de materiais de pesquisa, conselhos para pesquisa e principalmente a desenvolver um interesse genuíno na comunidade.

A Prof<sup>a</sup> Dra. Tânia Fischer, orientadora deste trabalho, pelo conhecimento, sabedoria e paciência na condução da pesquisa e nas indicações de material teórico, além é claro das cobranças necessárias.

A toda Diretoria do SEBRAE/Ba, empresa na qual trabalho, em especial ao amigo Dr. Paulo Manso Cabral, Diretor Operacional, que muito me inspira pelas suas palavras, pela confiança e incentivo.

Ao Colega de trabalho e gerente regional do SEBRAE/Ba, Dr. Luiz Almeida, pelas sábias palavras e apoio institucional.

A toda equipe de trabalho das agências do SEBRAE de Valença e Santo Antônio de Jesus, em especial a Vanda, Wagner, Karla, Emanuel, Gildete, Onildo e Ângelo, que muito me apoiaram nos momentos de ausência e de indecisão.

Ao amigo José Élio de Souza, colega do SEBRAE/Ba, pelas palavras de desafios, provocações, exemplo e orientações.

Aos colegas do SEBRAE/Ba, Josival Caldas, Dilton Machado, Júlio Chompanidis, Adriana Moura, Amâncio, Elon Coelho, Márcia Suêde, Sueli de Paula, Antônio Schmidt e muitos outros que me influenciaram a gostar deste tema, que me ensinaram através de suas práticas e me fazem acreditar em um mundo melhor.

Aos futuros profissionais e atuais estagiários Jumar, Acton, Kleber e Alex, que muito me ajudaram nas pesquisas de campo e tabulação dos dados.

Aos mestres Prof. Florentino da UEFS/IAENE, Prof. Valdir e Prof. Darci do IAENE, pelas inspirações, confiança e motivação, e a Prof<sup>o</sup> Alda Reis pela correção ortográfica dos textos.

A minha família e a família de minha esposa, que mesmo distante nos deram a força e a energia para a conclusão deste trabalho.

A todos os colegas da turma do mestrado, pelos excelentes momentos juntos, que muito contribuíram para este trabalho, através das trocas de experiências.

A natureza, ao universo, a Deus e a Vida, pela oportunidade de construir algo que possa ser útil no futuro.

## SUMÁRIO

<b>LISTA DE ABREVIATURA .....</b>	<b>10</b>
<b>LISTA DE GRÁFICOS .....</b>	<b>12</b>
<b>LISTA DE TABELAS .....</b>	<b>14</b>
<b>LISTA DE QUADROS .....</b>	<b>15</b>
<b>RESUMO .....</b>	<b>17</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>18</b>
<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>19</b>
1.1 - Contextualização do Estudo – Maragogipinho, seu entorno e o problema da organização oleira .....	19
<b>2. DESENVOLVIMENTO LOCAL, ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS E MICRO E PEQUENAS EMPRESAS .....</b>	<b>27</b>
2.1 O cenário econômico mundial e as relações Arranjos Produtivos, pequena empresa e desenvolvimento local.....	29
2.2 Histórico e conceitos de Desenvolvimento.....	35
2.3. A abordagem dos Arranjos Produtivos Locais.....	45
2.3.1 Endogenia e participação.....	53
2.4 A importância das MPEs para o desenvolvimento .....	55
2.5 O SEBRAE e as suas metodologias de atuação em APLs.....	59
2.5.1. O SEBRAE.....	59

2.5.2 O programa SEBRAE de atuação em Arranjos Produtivos Locais .....	60
2.6 O viés social nas atuações em APLs .....	66
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>69</b>
3.1 A metodologia utilizada.....	71
3.1.1 Revisão Bibliográfica .....	75
3.1.2 Documentação .....	75
3.1.3 Entrevistas .....	76
3.1.3.1 Censo Empresarial das Olarias de Margogipinho .....	76
3.1.3.2 Entrevistas Focais .....	77
3.1.4 Observação Direta .....	78
3.1.5 Observação Participante .....	78
3.1.6 Artefatos Físicos .....	79
<b>4 O ESTUDO DE CASO MARAGOJIPINHO .....</b>	<b>81</b>
4.1 As Inserções territoriais e históricas de Aratuípe e Maragogipinho e as suas dimensões sócio-econômicas.....	81
4.1.1 Indicadores Sócios econômicos do município de Aratuípe .....	86
4.1.2 A população.....	87
4.1.3 A educação .....	88
4.1.4 A saúde.....	89
4.1.5 A infraestrutura .....	90
4.1.5.1 Esgotamento sanitário e abastecimento de água .....	90
4.1.5.2 As estradas .....	91
4.1.5.3 O lixo .....	91
4.1.5.4 A energia .....	92
4.1.5.5 A micro economia .....	93

4.2 A atividade econômica – História do artesanato cerâmico em Maragogipinho .....	96
4.3 A organização sócio-produtiva de Maragogipinho - A cerâmica e a vida na comunidade .....	101
4.3.1 A cerâmica e a vida na comunidade .....	102
4.3.2 O produto cerâmico .....	104
4.3.3. As olarias .....	108
4.3.4 O perfil dos oleiros .....	113
4.3.4.1 Sexo dos titulares das olarias .....	114
4.3.4.2. Faixa etária dos oleiros .....	115
4.3.4.3 Escolaridade dos oleiros .....	117
4.3.4.4 Tempo no Ramo cerâmico dos oleiros .....	118
4.3.4.5 O local de produção .....	120
4.3.5 O processo produtivo .....	121
4.3.6 As matérias primas .....	128
4.3.7 O Barro .....	130
4.3.8 A comercialização dos produtos .....	131
4.3.9 O grau de associativismo dos oleiros e a governança local .....	142
4.3.10 Principais problemas das olarias.....	145
<b>5. CONCLUSÃO E PROPÓSICOES .....</b>	<b>147</b>
<b>6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>156</b>
<b>7. ANEXOS .....</b>	<b>173</b>



## **LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

APL's – Arranjos Produtivos Locais

ASPL – Arranjo Sócio Produtivo Local

BID – Banco Interamericano para o Desenvolvimento

CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

DLIS – Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável

FINEP - Fundação de Estudos e Projetos

IDE – Índice de Desenvolvimento Econômico

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

IETS – Instituto de Estudo do Trabalho e da Sociedade

INF – Índice de Infraestrutura

IPM – índice de Produto Municipal

IQM – Índice de Qualificação de Mão de Obra

MPE's – Micro e Pequenas Empresas

NPGA – Núcleo de Pós Graduação

OMC – Organização Mundial do Comércio

ONG's – Organizações Não Governamentais

PIB – Produto Interno Bruto

REDESIST – Rede de Sistemas Produtivos e Inovativos Locais

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEI – Superintendência de Estatísticas e Informações

SEPLANTEC – Secretaria de Planejamento do Estado da Bahia

TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação

UFBA – Universidade Federal da Bahia

UNEB- Universidade do Estado da Bahia

## LISTAS DE GRÁFICOS

Gráfico 01. Município de Aratuípe: Evolução da População, 1970 a 2000.

Gráfico 02. Aratuípe: evolução da taxa de analfabetismo, 1970 a 2000.

Gráfico 03 Aratuípe: Evolução da mortalidade infantil, 1990 – 1998.

Gráfico 04. Aratuípe: Distribuição de terras por estrato de área, 1995.

Gráfico 05. Aratuípe: Valor da produção agrícola em percentuais.

Gráfico 06. Maragojipinho: Sexo dos titulares das olarias, 2003.

Gráfico 07. Maragojipinho: Faixa etária dos Oleiros, 2003.

Gráfico 08. Maragojipinho: Escolaridade dos Oleiros, 2003.

Gráfico 09. Maragojipinho: Tempo no Ramo cerâmico dos oleiros, 2003.

Gráfico 10. Maragojipinho: Quantidades de pessoas ocupadas fixas por olaria , 2003.

Gráfico 11. Maragojipinho: Quantidade de pessoas ocupadas temporárias por olaria, 2003.

Gráfico 12. Maragojipinho: Canais de distribuição dos produtos, 2003.

Gráfico 13. Maragojipinho: Grau de Associativismo dos oleiros, 2003.

Gráfico 14. Maragojipinho: Artesanato como única atividade do oleiro, 2003.

Gráfico 15. Maragojipinho: Local de produção, 2003.

Gráfico 16. Maragojipinho: Área de atuação dos oleiros/vendas, 2003.

Gráfico 17. Maragojipinho: Valor médio de faturamento mês, 2003.

Gráfico 18. Maragojipinho: Principais dificuldades das olarias, 2003.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 01 . Região Econômica Recôncavo Sul e Aratuípe: Indicadores de desenvolvimento econômico e social, 1998.....	86
Tabela 02 . Aratuípe: Energia Elétrica – Consumidores e consumo por classe, 1998 e 1999 .....	93

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 01. Aspectos Comuns das abordagens de aglomerados locais .....	50
Quadro 02 . Principais ênfases das abordagens usuais de aglomerados locais ....	51

**“De tudo ficaram três coisas:  
A certeza de que estamos começando,  
a certeza de que é preciso continuar  
e a certeza de que podemos ser  
Interrompidos antes de terminar.  
Fazer da interrupção um novo caminho.  
Da queda um passo de dança.  
Do Medo uma escada.**

**Do sonho uma ponte.  
Da procura um encontro  
E assim, terá valido a pena!  
... tudo vale a pena  
se a alma não é pequena”.**

**Fernando Sabino/Fernando Pessoa**

## RESUMO

**BARBOSA, André Gustavo de Araújo. Arranjos Sócios Produtivos Locais e Desenvolvimento: Estudo de caso das pequenas empresas oleiras de Maragogipinho/BA. 2003. 166 f. Dissertação (Mestrado Profissional de Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.**

Este trabalho é um estudo de caso exploratório sobre a comunidade de Maragogipinho, onde avaliamos a existência ou não de uma configuração de Arranjos Sócio Produtivo Local (ASPL) e sua influência no desenvolvimento da micro-região. Maragogipinho é uma pequena comunidade, situada no município de Aratuípe, e é conhecida internacionalmente como “o maior centro cerâmico das Américas”, já que lá existem 74 olarias e mais de 70% das pessoas do local estão diretamente ligadas à atividade.

Esta dissertação, em primeiro lugar, aborda os conceitos e teorias de desenvolvimento, arranjos produtivos locais, território e governança e faz uma conexão entre estes conceitos e a metodologia do SEBRAE para atuação em Arranjos Produtivos Locais. Em seguida, através do estudo de caso, é apresentado Maragogipinho, sua história, sua cultura, seus dados sócios econômicos, e contextualizamos a localidade no cenário atual.

As realizações do censo dos oleiros e das entrevistas focais, nos propicia uma visão bastante realista de como se relacionam os conceitos apresentados e a vida na comunidade. Nos mostra que é possível haver uma configuração ideal de Arranjo Sócio produtivo Local, mas que ainda esta longe de haver uma convergência neste sentido e que muito ainda tem por se fazer para alcançarmos tal êxito.

Palavras Chaves: Desenvolvimento, Arranjos Sócios Produtivos Locais. Maragogipinho



## ABSTRACT

**BARBOSA, André Gustavo de Araújo. Local Productives Arrangement and. Development: Study of case from the small pottery Companies from Maragogipinho/BA. 2003. 166p. Dissertation (Professional Mastership of Administration) – Administration School, Federal University of Bahia, Salvador, 2003.**

This work is a study of exploratory case about Maragogipinho community where we evaluate the existence or not of a configuration of local productive arrangement (LPA) and its influence in the development of a small region. Maragogipinho is a small community situated in the country of Aratuípe and it is international known as “The Greatest Ceramic Center of America” because there are 74 pottery and more than 70% people from this local work directly with this kind of activity.

First of all, this dissertation board the concepts and developments of theories, local productive arrangements territory and administration and it makes a connection between these concepts and the methodology of SEBRAE to act in local productive arrangements.

After that through the study of case is presented Maragogipinho its history its culture its social economic data and we did context the locality in the current scenery. The realization of census of the potters and of the focus interviews propitiate us it is possible to have a proper configuration of local productive arrangement but, it is too far to have a convergence in this direction and we to do a lot of things to get such success.

Keyword: Development, local productives arrangement, Maragogipinho.

## **1. INTRODUÇÃO**

### **1.1 Contextualização do Estudo – Maragogipinho, seu entorno e o problema da organização oleira**

A localidade de Maragogipinho é conhecida internacionalmente como “O maior centro de artesanato cerâmico das Américas”. Lá moram e trabalham dezenas de artesãos que mantêm uma tradição de produzir peças de barro há mais 300 anos, envolvendo boa parte da comunidade em uma cadeia produtiva altamente geradora de ocupação e renda para os moradores da comunidade.

Neste distrito, que fica situado no município de Aratuípe, no estado da Bahia, configura-se uma ampla e informal rede de pequenas empresas, as olarias, que são o sustentáculo sócio econômico da comunidade. Praticamente, todas as pessoas que vivem neste lugar, estão envolvidas direta ou indiretamente na atividade cerâmica, mantendo uma tradição secular de produção, mas que interage perfeitamente com a modernidade. A estética local, mostra de forma clara e surpreendente como esta comunidade que existe a mais de 300 anos utiliza formas extremamente tradicionais de produção, comercialização, logística e etc, mas que informalmente possui uma configuração econômico-social moderna na

configuração de rede, onde há uma cooperação nata dos oleiros e trabalhadores nas suas atividades.

Apesar de notarmos esta “cultura da cooperação” em Maragogipinho, é importante ressaltar que esta existe mais pelo caráter histórico/cultural e pela necessidade econômicas, do que por uma ação deliberada dos artesãos.

Maragogipinho é hoje conhecida internacionalmente pela qualidade do seu artesanato, mas é nacionalmente que se destaca, sendo referências para diversas outras comunidades que tem atividades similares. Esta “fama” fez com que diversas instituições técnicas se interessassem em apoiar a localidade, fazendo várias incursões dos mais variados tipos. Desde instâncias do poderes públicos governamentais até centro de pesquisas e universidades já desenvolveram trabalhos nesta localidade.

Porém ainda falta muito para Maragogipinho ser um lugar com melhores condições de vida. A pobreza é visível, a carência da população por educação, saúde, saneamento básico, alimentação, entre outros, ainda é grande. Isto é comprovado pelo estudo feito pelo Governo do Estado da Bahia que coloca Aratuípe entre os 100 municípios com menores IDH – Índice de Desenvolvimento Humano, no estado.

Diante desta situação na qual se encontra o município e diante de uma perspectiva positiva de colocação dos produtos cerâmicos locais no mercado, entendemos que a atividade pode ser indutora da mudança das condições de vida da população local e o promotor da elevação do IDH local, proporcionando um desenvolvimento sustentável baseado nas vocações ambientais, culturais, históricas e econômicas de Maragogipinho.

A formação deste arranjo sócio produtivo, baseado na existência de dezenas de pequenas empresas informais, e sua influência no processo de desenvolvimento local é o mote desta Dissertação.

A questão central deste trabalho é: Como se configura o Arranjo Sócio Produtivo Local das pequenas empresas oleiras de Maragogipinho e qual o impacto no Desenvolvimento Local?

Apesar desta questão central abordar diretamente temas complementares como “arranjos sócios produtivos”, “pequenas empresas” e “desenvolvimento local”, indiretamente outros temas são abordados como “organização social”, “território”, “aspectos históricos”, “mercado”, “meio ambiente”, etc. Isto nos leva a uma série de outras questões que surgem a medida que vamos conhecendo melhor o tema e aprofundando as discussões.

Contendo um estudo do referencial teórico baseado em formas de organizações cooperativas de empresas (clusters, redes de empresas, distritos industriais, etc), que aqui chamamos de Arranjos Produtivo Local (APL), e na relação destas organizações com o desenvolvimento. O estudo de caso de Maragogipinho é a expressão deste referencial na realidade em que o pesquisador trabalha, já que interage com a comunidade há 3 anos como funcionário do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), instituição esta que apóia a comunidade há mais de 7 anos e que tem como propósito “... trabalhar de forma estratégica, inovadora e pragmática para fazer com que o universo dos pequenos negócios no Brasil, tenham as melhores condições possíveis para uma evolução sustentável, contribuindo para o desenvolvimento do país como um todo.” (SEBRAE, 1999)

Alem de interessar ao meio acadêmico, esta dissertação terá grande utilidade para várias instituições públicas e privadas, entidades de classes, como ACI – Associações Comerciais e Industriais, CDL’s – Clube de Dirigentes Lojistas, Associações Setoriais, além de ONG’s – Organizações Não Governamentais, que hoje buscam focar suas estratégias de atuação em territórios e grupos de empresas. Considerando que este é um clássico exemplo de estudo de caso de ASPL, já que se alia uma vocação nata de uma micro-região, um mercado demandante do produtos desta região e uma comunidade pobre que não consegue sair das condições que se encontra. Isto tudo aliando aspectos ambientais, históricos, culturais, sociais, políticos e educacionais.

Certo que estamos utilizando uma microrregião, Maragogipinho, como objeto de estudo, mas que os temas abordados neste trabalho, bem como a questão central faz parte da realidade do país como um todo, tenho certeza de que estamos testando em uma pequena escala um trabalho que pode ser reproduzido em outros ambientes. Em um estudo de caso de uma pequena comunidade, o sociólogo Norbert Elias afirmou que:

Estudar os aspectos de uma figuração universal no âmbito de uma pequena comunidade impõe à investigação algumas limitações óbvias. Mas também tem suas vantagens. O uso de uma pequena unidade social como foco da investigação de um problema, igualmente encontráveis numa grande variedade de unidades sociais, maiores e mais diferenciadas, possibilita a exploração desses problemas com uma minúcia considerável - microscopicamente, por assim dizer. Pode-se construir um modelo explicativo, em pequena escala, da figuração que acredita ser universal – um modelo pronto para ser testado, ampliado, e se necessário, revisto através da investigação de figurações correlatas em maiores escalas. (ELIAS, 2000. p. 20)

Para o SEBRAE este trabalho será de grande relevância, já que em julho de 2003, com uma participação multidisciplinar de seu corpo funcional e de colaboradores externos, foi criado e aprovado o documento “Termo de Referência para Atuação do Sistema SEBRAE em APL – Arranjo Produtivo Local”, isto é, a nova estratégia de abordagem empresarial focada na promoção dos APL’s. Na apresentação deste documento vemos o quanto será importante esta nova estratégia de atuação para a organização:

.O presente termo de referência decorre de um aprimoramento da atuação do Sistema SEBRAE para o fortalecimento dos micro e pequenos negócios no contexto do desenvolvimento territorial e do setor produtivo que ali se encontra. Esta perspectiva é fruto de um

amadurecimento conceitual e operacional que aponta a atuação em ações coletivas, especialmente aquelas focadas nos Arranjos Produtivos Locais – APL's como estratégia para o aumento da competitividade, incremento da atividade empreendedora, geração de sustentabilidade e inclusão dos micro e pequenos negócios nas políticas de desenvolvimento do Brasil.

Trata-se de um formato que busca potencializar as ações de promoção de desenvolvimento, atuando de forma complementar às políticas para o desenvolvimento de cadeias, regiões e, até mesmo, do país. (SEBRAE, 2003. p. 03)

Além da importância da metodologia de abordagem em APL e da atuação direta em uma comunidade carente, soma-se a importância de se está trabalhando em um setor da economia que é extremamente pulverizado por todo o Brasil e é um dos setores que melhor representa às micro e pequenas empresas de nosso país, já que quase 100% dos estabelecimentos deste setor são de micro e/ou pequenos porte e um dos setores onde a informalidade está mais presente, o Artesanato.

Este é um instrumento de Inserção Social: A atividade artesanal é um bom negócio no Brasil. De acordo com levantamentos realizados pelo Ministério do Desenvolvimento, o setor movimenta cerca de R\$ 28 bilhões por ano, o que corresponde a 2,8% do PIB (Produto Interno Bruto). A renda gerada pelo artesanato supera a de indústrias tradicionais, como vestuário (2,7%) e bebidas (1%). E chega próximo à de uma das mais tradicionais indústrias brasileiras, a automobilística, responsável por pouco mais de 3% do PIB.

Segundo a Organização Mundial do Turismo, enquanto a indústria automobilística precisa de R\$ 170 mil para gerar um emprego, com apenas R\$ 50,00 é possível garantir matéria prima e trabalho para um artesão. Existem cerca

de 8,5 milhões de pessoas que sobrevivem da cadeia produtiva do artesanato no país, com rendimentos médios de dois a três salários mínimos mensais. Nas regiões mais pobres do país, o artesanato é um importante instrumento de inserção social. Além de gerar renda, a atividade ajuda a preservar as tradições locais e a fortalecer o sentimento de cidadania. (Fonte; Revista SEBRAE nº 5 julho/agosto, 2002. p.76)

Com esta dissertação, além cumprir um pré-requisito do Mestrado de Administração da NPGA – UFBA, desenvolve-se um trabalho que poderá servir de exemplo para o SEBRAE e para diversas outras instituições, além de propiciar a comunidade de Maragogipinho um diagnóstico do local, além de proposições para a melhoria.

No capítulo I deste trabalho buscamos contextualizar o cenário atual das formas de organizações empresariais para conquistarem mercado e desenvolverem suas respectivas regiões, além de apresentar as olarias da comunidade de Maragogipinho como objeto do estudo de caso.

No segundo capítulo explora-se a fundamentação teórica deste estudo de caso. Apresentaremos diversas configurações de cooperação empresarial, a exemplo de clusters, distritos industriais, redes de empresas, etc, mas enfocaremos principalmente nos Arranjos Sócios Produtivos Locais. Defini-se também desenvolvimento local, território e pequenas empresas e mostra-se a integração



destes elementos para o sucesso de qualquer intervenção de desenvolvimento. Ressalta-se neste capítulo as questões culturais e a identidade local como fator chave para o sucesso de trabalhos de promoção social de comunidades.

No terceiro capítulo abordaremos sobre a metodologia empregada para realizar este trabalho, bem como as pesquisa e o censo empresarial.

No quarto capítulo encontra-se o estado de caso propriamente dito. Partimos de uma pesquisa histórica das origens do município de Aratuípe, da comunidade de Maragogipinho e da cerâmica na região. Depois contextualizamos as fases por que passou Maragogipinho e sua cerâmica, discorre-se sobre o modo de vida do local, as características do artesanato, design da comunidade, as inter-relações locais e a cultura da cooperação.

Ainda no quarto capítulo, apresenta-se a pesquisa de campo, o resultado do censo empresarial de Maragogipinho, o perfil dos oleiros, as características empresariais, as relações olarias e desenvolvimento e a configuração atual do arranjo sócio produtivo do local.

No quinto capítulo, responde-se a questão central deste estudo de caso e verificamos a procedência dos pressupostos inicialmente formulados para direcionar a evolução deste estudo de caso. Ainda tecemos comentários sobre a

configuração do ASPL, para no sexto e último capítulo propor uma série de recomendações para a comunidade acelerar seu processo de desenvolvimento.

## **2. DESENVOLVIMENTO, ARRANJOS SÓCIOS PRODUTIVOS E A METODOLÓGIA DE ATUAÇÃO DO SEBRAE.**

A influência de um grupo de pequenas empresas informais no desenvolvimento de uma comunidade, este é o objeto de estudo deste trabalho. Para isto, buscamos verificar como estas empresas se organizam e se as mesmas configuram um Arranjo Sócio Produtivo Local – ASPL.

Esta nova metodologia de indução ao Desenvolvimento chamada APL, se tornou a nova estratégia predominante para a maioria das instituições Governamentais e Não-Governamentais, Ministérios e outras Organizações voltadas para a pesquisa, assessoria e capacitação para a gestão do desenvolvimento.

Neste trabalho incluiremos o vetor social no conceito, já que entendemos que é impossível não associar o aspecto social a um processo de desenvolvimento, mesmo que os enfoques principais das ações sejam econômicas. Por isso utilizaremos o termo ASPL (Arranjos Sócios Produtivos Locais) e não APL.

Mas, para se chegar na questão fundamental (ver pág. 18), que é o motivo de ser deste estudo, precisamos entrar em outras áreas do conhecimento que se relacionam com estratégias para a promoção do desenvolvimento. O ponto de partida é o próprio termo “desenvolvimento”, que há muito tempo vem sendo utilizado de diversas formas para designar a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Este termo nos remete diretamente a outros conceitos que são fundamentais para seu entendimento completo, a exemplo de questões como território, endogenia, governança, cooperação e outros.

Para alcançar nosso objetivo, também se mostra importante conhecer a importância das MPE's – Micro e Pequenas Empresas, que criam e promovem a distribuição de renda, geram empregos e democratizam os meios de produção. E neste universo que vemos como as estratégias de organização empresarial podem impulsionar uma mudança radical nos aspectos econômicos e sociais de uma comunidade, de uma cidade e de um país.

Nesta oportunidade veremos como o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, uma das principais organizações brasileira envolvida com esta causa, tem atuado para a promoção das MPE's, qual sua estratégia e sua metodologia de atuação.

Porém são nos modelos adotados em todo o mundo, de organização de empresas para o aumento da produtividade e da competitividade e conseqüente geração de

ocupação e renda, que aprofundaremos nossas reflexões. Buscar entender como estes modelos se configuram, se interagem com a comunidade e quais os resultados alcançados, é o que nos dará subsídio para entender como se configura o ASPL de Maragojipinho e qual sua relação com o desenvolvimento local.

## **2.1 O cenário econômico mundial e as relações Arranjos Produtivos, pequena empresa e desenvolvimento local.**

As profundas mudanças econômicas e sociais pela qual as sociedades mundiais têm passado nas últimas décadas, tem levado os países desenvolvidos e em desenvolvimento, a grandes processos de transformações estruturais de amplitude e profundidade consideráveis. Segundo Llorens (2001), “trata-se de uma nova fase de reestruturação tecnológica e organizacional que afeta tanto as formas de produção, organização e gestão empresarial quanto à própria natureza do estado e sua regulação socioinstitucional, assim como o funcionamento eficiente de qualquer tipo de organização, pública ou privada”.

Estas “transformações estruturais” têm provocado profundos impactos nas mais diversas áreas da sociedade, a exemplo nas empresas privadas, nas instituições públicas e nos organismos sociais. Quer de forma destruidora, quer criando novos modelos organizacionais, com introdução de novas tecnologias e outros tipos de inovações incrementais. O surgimento de novos setores, o desaparecimento de

outros, o aumento da competitividade e da eficiência produtiva, o redesenho do emprego, são apenas alguns dos sintomas destas mudanças, que estão baseadas em dois pontos: “a transição tecnológica e organizacional” (Llorens).

A Globalização fez com que o Estado-Nação deixasse de ser a única coluna vertebral organizacional da economia mundial. Hoje, mais do que em qualquer outro tempo da história, as empresas têm desempenhado papel preponderante na economia mundial. Não somente as multinacionais fazem parte deste processo, mais principalmente as organizações que atuam com uma lógica territorial local. Isto pode ser comprovado com dados da Organização Mundial do Comércio (OMC), que mostram que 95% das decisões de investimento correspondem a decisões de âmbito nacional e local.

Neste processo, aparentemente interminável, o segmento produtivo mundial enfrenta cada vez mais desafios com graus de complexidades progressivamente elevadas. Pode-se verificar isto no emaranhado de conexões que as empresas têm que gerir para estar bem posicionadas no mercado, seja si relacionando-se com fornecedores, com clientes ou com entidades de classes, governos, centro tecnológicos ou organizações afins.

Ainda citando Florens ( 2001), ele nos aponta como fatores que, “em último caso estão removendo radicalmente a base produtiva dos diferentes sistemas econômicos territoriais, entre outros:”

- a passagem para novas formas de produção mais eficientes, que concretizam a atual revolução tecnológica e a gestão pós-fordista;
- a introdução da microeletrônica, que tem possibilitado a vinculação das diferentes fases dos processos econômicos trabalhando na mesma unidade de tempo real;
- a existência de mudanças radicais nos métodos de gestão empresarial;
- a importância da qualidade e diferenciação dos produtos como estratégia de competitividade dinâmica;
- a renovação constante e rápida de produtos e processos produtivos, acelerando claramente os ritmos de obsolescência técnica e amortização dos ativos fixos; e
- a identificação precisa da segmentação da demanda e a existência de diferentes nichos de mercado.

Estes fatores, com certeza, são elementos chave para o sucesso empresarial no futuro, haja vista a extrema competição existente no mercado atual. Porém outros elementos também se somam a esta visão mercantilista, a exemplo da cultura da cooperação, do incentivo a economia solidária, a formações de arranjos produtivos e/ou clusters e outros.

Quando abordamos os temas acima, dá-se uma impressão que as MPE's – Micro e Pequenas Empresas, estão fora deste mercado altamente competitivo, mais quando investigamos os dados macro econômicos da nossa cidade, do nosso estado, do nosso país e do mundo, vemos que este segmento é altamente importante para o bem estar dos países e das comunidades. Tendo uma grande representatividade no número de empresas existentes, nos empregos gerados, nos volumes de negócios, vemos que este segmento deve ser visto com um cuidado que lhe é peculiar para que suas condições de sobrevivência sejam cada vez maiores.

Quando nos referimos à importância das MPE's, verificamos que por suas próprias características e pela falta de políticas consistentes que desenvolvam este segmento, estas tem uma necessidade muito grande de estarem juntas em estruturas organizacionais com o espírito da cooperação presente, para que se tornem mais competitivas e possam assim minimizar as vantagens competitivas das empresas de médio e grande porte.



Diversos autores têm enfatizado a importância da união da MPE's para se tornarem mais fortes e representativas no mercado, principalmente quando localizadas próximas geograficamente. Segundo Castells(2000), “A segunda tendência identificável, enfatizada pelos analistas nos últimos anos, é a crise da grande empresa e a flexibilidade das pequenas e médias empresas como agentes de inovação e fontes de criação de empregos.” Ele descreve ainda no seu livro “A sociedade em Rede” que a criação de redes de MPE's é uma tendência crescente e baseada na cooperação, que muito contribuirá para a geração de ocupação e renda.

A pesquisa sobre “aglomerações” industriais e sobre o “local” como uma fonte de vantagens competitivas tem crescido significativamente nos últimos anos (CASSIOLATO, 2001. p.2). Muitos dos autores que têm trabalhado estes temas, têm utilizados diversas denominações para descrever este processo de desenvolvimento territorial, onde as MPE's, juntas e em uma cultura de cooperação, buscam o desenvolvimento.

No livro “Interagir para competir”, publicado em uma parceria do SEBRAE com a Fundação de Estudos e Projetos - FINEP e com o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq, a uma clara comprovação de que

“... qualquer política focada nos pequenos negócios deverá partir do território, dos arranjos onde se encontram. O enfoque do território, por outro lado, aumenta a abrangência das variáveis envolvidas. Se antes

nos preocupávamos apenas com as questões relacionadas às empresas, agora devemos contemplar todas aquelas variáveis relacionadas à criação de um ambiente favorável à pequena produção nesses territórios, como governança, cooperação e capacidade de inovação.” (SEBRAE, 2002. p. 8)

Termos como *clusters*, arranjos produtivos locais, aglomerados de empresas, redes de empresas, consórcios de empresas, parques tecnológicos, distritos industriais, vem sendo utilizado de forma abundante e merecendo destaque nos estudos e estratégias de desenvolvimento das mais diversas políticas de atuação microrregional. Claro que cada autor utiliza embasamento para descrever o termo que eles utilizam nas suas estratégias de desenvolvimento sócio econômico, mas na essência todos eles são bastante semelhantes. Vamos citar algumas destas definições:

- O consórcio é um desses mecanismos e tem sido utilizados com grande eficácia e eficiência na promoção da capacitação e no suporte às empresas, nas mais diversas variáveis estratégicas e gerenciais para a conquista de vantagens competitivas duradouras, tais como: inovação tecnológica (de produtos e processos, modernização gerencial, institucionalização de relações de colaboração e co-produção, busca e análise informativa, internacionalização etc.) (CASAROTTO e PIREZ, 1998, P. 33)
- Um aglomerado é um agrupamento geograficamente concentrado de empresas inter-relacionadas e instituições correlatas numa determinada área, vinculadas por elementos comuns e complementares. (PORTER, 1999, P. 137)
- Esse tipo de organização em rede é uma forma intermediária de arranjo entre a desintegração vertical por meio dos sistemas de subcontratação de uma grande empresa e as redes horizontais das pequenas empresas. É uma rede horizontal, mas baseada em um conjunto de relações periféricas/centrais, tanto no lado da oferta como no lado da demanda do processo. (CASTELLS, 2000, P. 251)

- O grupo de organizações que contribui com recursos para a criação de organizações virtuais é chamado de rede; os participantes concordam em juntos para formar uma organização virtual quando surgir uma oportunidade.( PREISS, GOLDMAN e NAGEL, 1998, P. 77)
- O Cluster ou SLP deve necessariamente caracterizar-se como uma aglomeração geográfica de grande número de empresas de porte variados, com a presença significativa de pequenas empresas não integradas verticalmente, fabricantes de um mesmo tipo de produto(ou produtos similares) e seus fornecedores e prestadores de serviços.( SUZIGAN, GARCIA e FURTDO, 2002, P. 45)
- Arranjos Produtivos Locais são aglomerações de empresas e outros atores (governos, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa, etc), localizados em um mesmo território, capazes de apresentar especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação, aprendizagem e inovação.(SEBRAE, 2003, P. 56)

Pessoalmente, como funcionário do SEBRAE, e por esta organização estar sempre buscando formas de atuação que fortaleçam as MPE's, e a filosofia de atuação baseada na cultura da cooperação e nos arranjos produtivos locais, o meu interesse de desenvolver algo com este tema, levou-me a escolher a comunidade de Maragojipinho como estudo de caso, para minha dissertação de mestrado.

## **2.2 Histórico e conceitos de Desenvolvimento**

Sem nenhuma dúvida a palavra “desenvolvimento” foi uma das mais utilizadas do século XX e já foi usada com todos os sentidos possíveis. Entretanto apesar disto, quando olhamos o sentido literal da palavra e seu efeito na prática, sua importância continua tão atual e grandiosa como sempre. Segundo o autor Gustavo Esteva(2000), “ Wilfred Benson , antigo membro do Secretariado da

Organização Mundial do Trabalho, foi quem provavelmente a inventou quando, em 1942, ao escrever suas bases econômicas para a paz, referiu-se às “áreas subdesenvolvidas” .

Depois dele outros autores voltaram a referirem-se a estas “áreas subdesenvolvidas”, utilizando outros termos, como por exemplo, Rosenstein-Rodan(1944) que utilizava “ áreas economicamente atrasadas” e mais tarde, e Arthur Lewis, também em 1944, referiu-se à distância que existia entre países pobres e países ricos (Esteve, 2000). Depois disto, o termo começou a ganhar popularidade e começou a ser usado de forma mais intensa em livros de economia, de administração e documentos das Nações Unidas.

Porém foi quando o presidente americano Truman tomou posse, em seu discurso inaugural em 20 de janeiro de 1949, querendo consolidar a hegemonia americana e deixar clara sua nova posição mundial, que o termo ganhou mais força e iniciou esta era do desenvolvimento.

É preciso que nos dediquemos a um programa ousado e moderno que torne nossos avanços científicos e nosso progresso industrial disponível para o crescimento e para o progresso das áreas subdesenvolvidas. O antigo imperialismo – a exploração para lucro estrangeiro – não tem lugar em nossos planos. O que imaginamos é um programa de desenvolvimento baseado nos conceitos de uma distribuição justa e democrática. ( Esteban apud Truman, 2000. p. 59 )

A partir deste momento o termo desenvolvimento passou a significar sair de uma situação específica, a de subdesenvolvido. Foi neste momento que o termo foi

inserido nos meios acadêmicos do estudo da economia, da sociologia e da administração, nas propostas de governo, nas linhas de ações das instituições de pesquisa, de apoio técnico e de implementação de ações de estratégias em localidades.

Mas o termo desenvolvimento já foi utilizado para outros fins, como por exemplo, na biologia, era utilizado como sinônimo de evolução e referia-se ao processo através do qual organismos atingiam seu potencial genético. Na Alemanha de 1860 era utilizado para informar que “esse conceito é usado para quase tudo que o homem tem e sabe”.(Esteva, 2000). No início deste século a palavra foi utilizada para designar “desenvolvimento urbano” .

Muitos foram os propósitos para a utilização da palavra nos últimos séculos, e segundo Esteva(2000), até hoje o termo não conseguiu se desassociar das palavras com as quais foi criada: crescimento, evolução e maturação.

Da mesma forma, os que hoje usam a palavra não conseguem libertar-se de uma teia de significados que causam uma cegueira específica em sua linguagem, pensamento e ação. Não importa o contexto no qual se está sendo usado, ou a conotação precisa que o usuário queira lhe dar, a expressão, de alguma maneira, torna-se qualificada e colorida com outros significados que provavelmente nem eram desejados. A palavra sempre tem um sentido de mudança favorável, de um passo simples para o complexo, do inferior para o superior, do pior para o melhor. Indica que estamos progredindo porque estamos avançando segundo uma lei universal necessária e inevitável, e na direção de uma meta desejável. (Esteva, 2000, p. 64)

O criador da ecologia, Heckel, no século XIX, escreveu que “... o desenvolvimento é a palavra mágica que irá solucionar todos os mistérios que nos rodeiam ou, pelo menos, que nos irá guiar até essas soluções”. Desde esta definição não conseguimos nos desvincular da concepção que desenvolvimento é isto: avanço, melhoria, progresso.

Observe que somente a partir da década de 40 é que o termo ganha enfoque econômico. Antes era ligado há áreas tão distintas quanto biologia, arquitetura, urbanismo e outros.

Foi a partir daí que o termo começou a ser objetivo finalísticos de políticas de governos, de estratégias de ações de instituições governamentais e não-governamentais e estar presente nos propósitos de diversas outras organizações que buscam a melhoria da vida dos seres humanos em qualquer local do mundo.

Nos dias de hoje, a palavra “desenvolvimento” ganha novos significados e adjetivos que vem a ampliar seu leque de definições. Um dos termos mais usados e que nos remete a uma visão bem moderna da palavra é “Desenvolvimento local”, que segundo Augusto de Franco(2000), “ ... é um modo de promover o desenvolvimento que leva em conta o papel de todos esses fatores para tornar dinâmicas potencialidades que podem ser identificadas quando olhamos para uma unidade socioterritorial delimitada.” Já Sérgio Buarque definiu desenvolvimento local como,

... um *processo endógeno* registrado em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos capaz de promover o dinamismo econômico e a melhoria da qualidade de vida da população. Representa uma singular transformação nas bases econômicas e na organização social em nível local, resultantes da *mobilização das energias* da sociedade, explorando as suas *capacidades e potencialidades* específicas. (Buarque, 1998, p. 5)

Observe que nas definições de Franco e Buarque há alguns pontos divergentes e complementares. Por exemplo, Franco trata o desenvolvimento local com uma metodologia de promoção de desenvolvimento, já Buarque vê como um processo endógeno. Um vê a comunidade como própria indutora do desenvolvimento, outro vê a necessidade de um elemento externo como motivador.

Vemos nestas definições, que novos sentidos não abordados pelas definições citadas acima, são incluídos e agregados juntos a definição de desenvolvimento. Falar em “promover o desenvolvimento” levando em conta o “papel de todos estes fatores(...) (...) que podem ser identificados(...)” nos remetendo a entender que, outros fatores, não somente a economia, deve ser estimulada e trabalhada para a evolução da comunidade. O local é, neste sentido, fruto de nossa percepção da unidade sócioterritorial, do somatório de diversos vetores da localidade, a exemplo do meio ambiente, dos aspectos históricos, culturais, sociais, da infraestrutura local, etc.

Esta evolução de um conceito, que até final da década de 80 era puramente associado a crescimento econômico, para uma visão mais abrangente e sistêmica,

foi o grande salto das estratégias de ações em pró do desenvolvimento no final do século passado.

Observe que o enfoque econômico acreditava piamente que o aumento da riqueza era condição necessária para a melhoria das condições de vida das pessoas em todo o mundo. Crescimento econômico era sinônimo de desenvolvimento, de bem estar, de distribuição de renda e melhoria para a humanidade. Esta foi à discussão que permeou este momento de mudança de uma visão de crescimento para uma visão de desenvolvimento, durante todo a década dos anos 90.

Os paradoxos desta época do boom do crescimento econômico são visíveis. No Brasil a economia cresceu a taxas consideráveis, o país se tornou muito mais rico, inclusive sendo o 2º país que mais cresceu no século XX, porém também, é o país com a maior desigualdade social, com mais de 50 milhões de pessoas abaixo da linha de pobreza, com a uma concentração de renda absurda e a maior do mundo, além de diversos outros problemas que mostra que o modelo atual de desenvolvimento, baseado no crescimento econômico não era o ideal para o país.

Passar a viver melhor não quer dizer ter o maior número de prédios ou o maior número de fabricas, ou mesmo repetir os modelos históricos percorridos pelos países industrializados. Franco(2000, p. 21), nos fala que desenvolvimento só é desenvolvimento mesmo se for humano, social, e sustentável, isto é, é preciso melhorar a qualidade de vida das pessoas(desenvolvimento humano), melhorar a



qualidade de vida de todas as pessoas(desenvolvimento social) e é necessário preservar este desenvolvimento e oportunizá-los para os que viverão no futuro(desenvolvimento sustentável).

Baseados nas experiências de anos de trabalho com enfoque em desenvolvimento sustentável, o projeto Banco do Nordeste/PNUD, criaram uma metodologia de atuação chamada GESPAR – Gestão Participativa para o Desenvolvimento Local, que se orienta por resultados nas seguintes dimensões:

- Econômico: resultados econômicos, com adequados níveis de eficiência através da capacidade de usar e articular fatores produtivos endógenos para gerar oportunidades de trabalho e renda, fortalecendo as cadeias produtivas locais e integrando redes de pequenas empresas;
- Sócio-cultural: maior equidade social, que se contrapõe ao acelerado processo de “apartheid social”, através da maior participação do cidadão nas estruturas do poder, tendo como referências a história, os valores e a cultura do território;
- Político-institucional: novas institucionalidades que, através da expressão política e maior representação dos segmentos sociais, permitem a construção de políticas territoriais negociadas entre os agentes governamentais, do mercado e da

sociedade civil, gerando um entorno inovador favorável às transformações da economia local e o resgate da cidadania;

- Ambiental: Compreensão do meio ambiente como ativo de desenvolvimento, considerado o princípio da sustentabilidade em qualquer opção transformadora.

Em suma, Desenvolvimento Local pressupõe um olhar sistêmico e holístico sobre a realidade e a construção de novos paradigmas éticos que apontem para processos de desenvolvimento mais sustentáveis, que contribuam para a felicidade e a realização humana.

Este novo paradigma nos mostra que é preciso crescer, mas com preocupação com as gerações futuras. É preciso produzir, porém de forma eficiente, sem comprometer o meio ambiente e as oportunidades futuras. Isto é o que Franco(2000, p.30) define como desenvolvimento sustentável,

(...) é aquele que leva à construção de comunidades humanas sustentáveis, ou seja, comunidades que buscam atingir um padrão de organização em rede dotada de características como independência, reciclagem, parceria, flexibilidade e diversidade. ( Franco, 2000 p. 30)

Dessas diversas definições atuais para Desenvolvimento, englobando os conceitos de local, de sustentabilidade e integração é que surgiu o termo DLIS – Desenvolvimento Local Integrado Sustentável, não somente como uma estratégia

econômica, mas sim como um campo de experimentação de novas práticas políticas, novas práticas sociais e novas práticas de desenvolvimento (Franco, 2000, p. 36).

Portanto, no conceito de desenvolvimento como um processo de articulação, coordenação e inserção dos empreendimentos empresariais associativos, e individuais, comunitários, urbanos e rurais, há uma nova dinâmica de integração sócio-econômica, de reconstrução do tecido social de gerações de oportunidades de trabalho e renda. O desenvolvimento sustentável é uma nova estratégia de desenvolvimento, onde a comunidade assume um novo papel: de comunidade demandante, ela emerge como agente, protagonista, empreendedora, com autonomia e independência.

Falar em desenvolvimento local é falar de pobreza e exclusão, participação e solidariedade, produção e competitividade, entre outros que se articulam e reforçam mutuamente ou que se opõem frontalmente.(Fischer, 2002)

Esta visão não quer dizer que se deve abolir as macro políticas nacionais e/ou regionais, mas que se deve valorizar o local, o conhecimento da comunidade, a história, a cultura, o saber local e aí sim, ter um olhar sistêmico que contemple a interseção entre o global/local e o local/global.

Quando nos referimos ao “local” estamos falando em um “espaço possuidor de uma identidade, de uma dinâmica própria e de especificidades que mantêm as relações de interdependência com áreas mais vastas.”(BNDES, 2000). Por este motivo, de ter características próprias em cada local é que o processo é único, não padronizado, que envolve valores e comportamentos dos participantes, tornando-o exclusivo.

Segundo Llorens (2001), os principais componentes das iniciativas de desenvolvimento local são:

- Desenvolvimento mais equilibrado territorialmente, impulsionando iniciativas de desenvolvimento local e geração de empregos e renda para enfrentar pobreza e marginalização;
- Criação de entornos institucionais econômicos, sociais, políticos e culturais para impulsionar o desenvolvimento do potencial local, compreendendo difusão de inovações;
- Reorganização das bases empresariais e implantação de infra-estruturas básicas;
- Capacitação de recursos humanos e criação de sistemas de informações locais.

É diante deste cenário de profundas mudanças globais, principalmente nas formas e modos de produção e nas organizações industriais e no fortalecimento das idéias e estudos das configurações de aglomerados de empresas que, nos últimos anos “... renasceu o interesse sobre o papel que as micro e pequenas empresas(MPEs) podem ter na reestruturação produtiva, assim como no desenvolvimento de regiões e países.” (Cassiolato, 2003).

Ainda segundo Cassiolato, três outros fatores, surgiram simultâneos a este interesse nas MPE`s:

- 1) O reconhecimento de que a cultura da cooperação entre as empresas através de aglomerados de empresas fortalecem a participação destas no mercado e conseqüentemente as suas chances de crescimento;
- 2) O nível de aprendizado e de conhecimento gerado neste processo de cooperação entre empresas, faz com que estas tenham muito mais condições de competir no mercado global e enfrentar os desafios da chamada Era do Conhecimento ou Sociedade da Informação;
- 3) O entendimento, por parte dos poderes públicos e outras organizações de apoio ao desenvolvimento de que estas questões são extremamente relevantes para o desenvolvimento do país e que estas devem fazer parte de políticas voltadas para

a geração de emprego e renda e diminuição das desigualdades regionais e de classes.

### **2.3 A abordagem dos Arranjos Produtivos Locais**

Apesar de alguns economistas já abordarem a força e a sinergia na concentração, em uma mesma região, de empresas de um mesmo ramo ou de atividades complementares desde o século XIX, foi nas duas últimas décadas do século passado que os estudos e pesquisas voltaram a tona e com relativa intensidade. Isto principalmente devido as grandes e impactantes transformações dos sistemas produtivos mundiais, que foram geradas pelas mudanças nos hábitos dos consumidores, na velocidade da informação, no avanço sem precedente da informática e das tecnologias, no acesso aos mercados globais, na queda dos preços, etc.

Estes fatores citados acima, sem sombra de dúvida, são avanços e conquistas da humanidade como um todo, porem, conseqüências muitas vezes danosas para o todo também prevaleceram, como por exemplo, o aumento do desemprego a nível mundial, a extinção de hábito, culturas e tradições de algumas comunidades com o consumo padronizado global, a devastação da natureza, a dependência externa dos países menos desenvolvidos e o aumento das guerras pelo controle dos recursos naturais escassos.

Uma das formas de tentar investir em regiões para que possamos minimizar os impactos relacionados acima, é o fortalecimento das micro e pequenas empresas, para que estas sejam as indutoras do desenvolvimento micro regional, proporcionando melhores condições de vida para aquelas pessoas que vivem ao seu entorno. Esta forma de atuação focada em um grupo de empresas de um mesmo setor ou de setores diferentes, mas que façam parte de uma mesma cadeia de produção chamamos de Arranjos Produtivos Locais(APL).

Em um dos seus estudos Cassiolato(2003) afirma:

Na busca de um melhor entendimento sobre os fatores subjacentes ao melhor desempenho competitivo das empresas, verifica-se uma crescente convergência de visão entre as escolas de pensamento. O foco da análise deixa de centrar-se exclusivamente na empresa individual, e passa a incidir sobre as relações entre as empresas e entre estas e as demais instituições dentro de um espaço geograficamente definido, assim como a privilegiar o entendimento das características do ambiente onde estas se inserem.

Isto é, diversas escolas de pensamentos econômicos, mudaram seus focos de estudos sobre os modelos de crescimento ou de desenvolvimento, e passaram a defender a atuação sistêmica das organizações produtivos e o aspecto local. Uma das que mais influenciou o modelo atual de atuação de APL's foi à escola neoschumpeteriana, que tinha como foco dos estudos os conceitos de sistemas de inovação, que delineava a importância dos aspectos locais e espaciais para o aprendizado e a inovação, mas também devemos ressaltar a escola neoclássica

tradicional(aglomerações), a escola da economia e gestão de empresas(Porter) e a escola da economia e ciência regional.

Logo um novo componente se soma a idéia de território que é a importância das tecnologias de informação e comunicação (TICs). Isto é, somando-se a concentração de empresas em um mesmo espaço e o volume de informação e conhecimento que estas tenham, focadas em inovação, estas empresas podem se tornar mais competitivas e conquistarem mais mercado. A configuração de aglomerados de empresas, faz com que exista uma profunda troca de experiências e informações entre as empresas que ali se concentram, fazendo com que cresçam a capacidade de inovação e aumento da competitividade da mesma.

Somente para citar três exemplos da importância e das vantagens do volume de informação dentro de um aglomerado de empresas, podemos relacionar a clareza e a rapidez com estas, conseguem perceber as mudanças nos hábitos dos consumidores, as melhores condições que estas empresas tem de testar novos produtos com custos mais reduzidos e as vantagens de perceberem novas tecnologias e novas formas de distribuição e de operação.

Segundo Porter(1999, p.225), que deu uma ênfase maior na cooperação para aumento da competitividade das empresas e/ou nações, “ Os aglomerados influenciam a competição de três maneiras amplas: primeiro, pelo aumento da produtividade das empresas ou setores componentes; segundo, pelo fortalecimento



da capacidade de inovação e, em conseqüência, pela elevação da produtividade; terceiro, pelo estímulo a formação de novas empresas, que reforçam a inovação e ampliam o aglomerado.”

A geração de inovações, com troca de experiência e informações, tem sido identificado como o fator chave do sucesso de empresas e nações, principalmente daquelas que estão em estruturas de aglomerados de empresas.

No Brasil os APLs tornaram-se configurações econômicas de grande interesse por parte do Governo Federal, através do seu plano plurianual de Ações 2003-2007. Segundo Caporali(2003, p. 31) “ ... contando-se apenas os que têm um número significativo de empresas – em torno de 100 ou mais – devem produzir um número de arranjos superior a três centenas. Com critérios menos exigentes, deve-se ter algo entre quinhentos, talvez o milhar de arranjos produtivos.”.

Cada um desses arranjos tem a sua própria dinâmica e se configura de uma forma bastante única e peculiar. Mesmo sendo de ramos de atividades similares, possuem características próprias que o tornam inigualáveis. Isto devido ao local que esta inseridas, as pessoas que o compõe, as instituições que o apóiam, etc.

Existem várias formas de abordar estes arranjos de empresas ou aglomerados, que também se configuram de diversas formas, e que podem ser descritas de formas completamente diferentes. A “Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e

Inovativos Locais” (RedeSist), construiu a partir de uma análise empírica de 26 arranjos e sistemas produtivos locais no Brasil, uma tipologia destes arranjos locais de MPEs. Em artigo, Cassiolato(2003, p. 35-50) faz uma análise desta tipologia e nos apresenta algumas informações para que cheguemos a alguns pontos em comum destas diferentes tipologias, onde citaremos abaixo:

**TABELA 1 – Aspectos comuns das abordagens de aglomerados locais**

<b>Localização</b>	Proximidade ou concentração geográfica
<b>Atores</b>	Grupo de pequenas empresas Pequenas empresas nucleadas por grande empresa Associação, instituição de suporte, serviços, ensino e pesquisa, fomento, financeiras, etc.
<b>Características</b>	Intensa divisão de trabalho entre as firmas Flexibilidade de produção e de organização Especialização Mão de obra qualificada Competição entre firmas baseadas em inovação Estreitas colaborações entre as firmas e demais agentes Fluxo intenso de informações Identidade cultural entre os agentes Relações de confiança entre os agentes Complementaridades e sinergias

Fonte Cassiolato(2003) apud Lemos, C(1997)

Observamos que mesmo sendo diversos e únicos, os APLs tem muitas características em comum, que nos propicia a criação de linhas de ações e estratégias de abordagens comuns a algumas localidades.

No tabela 2, a RedeSist fez uma apresentação das diversas abordagens utilizadas para os aglomerados locais, sem pretender confrontá-las ou abranger todas as suas peculiaridades e sim demonstrar os variados esforços realizados por autores e/ou grupos de autores.

**Tabela 2 – Principais ênfases das abordagens usuais de aglomerados locais**

ABORDAGENS	ÊNFASE	PAPEL DO ESTADO
<b>Distritos Industriais</b>	Alto grau de economias externas Redução de custo de transação	Neutro
<b>Distritos Industriais Recentes</b>	Eficiência coletiva – baseada em economias externas e em ação conjunta	Promotor e, eventualmente estruturador
<b>Manufatura Flexível</b>	Tradições artesanais e especialização Economias externas de escala e escopo Redução de custo de transação Redução de incertezas	Indutor e promotor
<b>Milieu inovativo</b>	Capacidade inovativa local Aprendizado coletivo e sinergia Identidade social, cultural e psicológica. Redução das incertezas	Promotor
<b>Parques Científicos e Tecnológicos</b>	<i>Property-based</i> Setores de tecnologia avançada Intensa relação instituição ensino e	Indutor, promotor e, eventualmente estruturador

<b>tecnópolis</b>	pesquisa/empresas Hospedagens e incubação de empresas Fomento à transferência de tecnologia	
<b>Redes Locais</b>	Sistema intensivo em informação Complementaridade tecnológica Identidade social e cultural Aprendizado coletivo Redução de incertezas	Promotor

Fonte Cassiolato(2003) apud Lemos, C(1997)

O que notamos com estes quadros é que existem diversas abordagens para se analisar o fenômeno de aglomerações de produtivas, que são diversos e difusos, apresentando diferentes taxonomias que se relacionam aos diferentes programas de pesquisas(Cassiolato, 2003, p. 38).

Tentando chegar a uma única definição do que seja Arranjos Produtivos Locais, utilizamos neste trabalho o conceito desenvolvido pela RedeSist, que diz que um APLs “ são aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais – com foco em um conjunto específico de atividades econômicas – que apresentam vínculos mesmo que incipientes.” .

Um APL pressupõe a existência de empresas de um mesmo setor e/ou de setores complementares, a existência de entidades de classes e/ou formas de representação

empresarial e incluem também a participação de instituto de pesquisas, órgãos governamentais, universidades e diversas outras organizações que estejam inseridas na cadeia produtiva daquele setor.

Esta definição, criada pela RedeSist, vem sendo formada e pesquisada desde a criação desta organização em 1997, contando que até o final de 2002 já somavam 120 estudos de casos disponibilizados.

Destro desta visão de APL, três outras definições são muito importante para que tenhamos configurações efetivas e altamente produtivas: Endogênia, território e governança.

### **2.3.1 Endogênia e participação**

Entendemos por endogenia a intensa participação das pessoas e organizações locais na promoção do desenvolvimento da região. Em artigo para a Revista Brasileira de Competitividade, Haddad ressalta que:

A engogenia é um componente básico da formação da capacidade de organização social da região e nasce como uma reação aos modelos de desenvolvimento regional que colocam ênfase maior na atração e na negociação de recursos externos como condição suficiente para a promoção do crescimento econômico de áreas específicas. Em um processo de desenvolvimento endógeno, a ênfase maior está na mobilização de recursos latentes na região, privilegiando-se o esforço, de dentro para fora, na promoção do desenvolvimento da região.(HADDAD, 2001, P. 5)

A Endogenia pressupõe que buscaremos em primeiro momento e de forma essencial, fazer com que a comunidade e principalmente as empresas participam do processo de desenvolvimento, que sejam efetivamente atores. Esta participação é mais uma forma de suprimir erros do passado, onde as políticas de desenvolvimento se baseavam na busca de “levar” investimentos para a comunidade.

De acordo com REHNEMA(2000), pelos menos seis razões podem ser identificadas para esse interesse sem precedentes que governos e instituições ligadas ao desenvolvimento recentemente tomaram pelo conceito de participação:

- 1) já não se considera o conceito como uma ameaça;
- 2) a participação tornou-se um *slogan* politicamente atraente;
- 3) a participação tornou-se uma proposição atraente em termos econômicos;
- 4) nos dias de hoje, acredita-se que a participação não só torna os projetos mais eficazes, mas que é, ela própria, uma nova fonte de investimentos;
- 5) a participação está se tornando um meio excelente de atrair recursos;

- 6) um conceito mais amplo de participação poderia ajudar ao setor privado a envolver-se diretamente nos empreendimentos do desenvolvimento.

Consciente da necessidade da comunidade participar e de se empoderar para a democratização, o processo de desenvolvimento de APLs, parte do pressuposto de que o esforço deve ser de dentro para fora ou de baixo para cima e que as comunidades locais é quem devem decidir seus próprios destinos, isto através da sua capacidade de organização social e política da região. Lembrando é claro, que nenhuma região se desenvolverá apenas com seus próprios recursos, e é claro que há a necessidade de troca de informações e de insumos com o ambiente externo. Mas o processo de troca deve ser consciente, e partir dos interesses locais.

#### **2.4 A importância das MPEs para o desenvolvimento**

Com números bastantes expressivos o universo das Micro e Pequenas Empresas são significativos no Brasil, como também é em todo o mundo. Segundo o SEBRAE(1995) 99,1% das empresas existentes no país, nas áreas do comércio e de serviços, assim como 95,7% do total das empresas existentes na área da indústria, pertencem ao segmento econômico denominado micro e pequenas empresas, percebendo-se que se trata de um universo cuja dimensão e complexidade se aproximam da vida econômica da nação inteira.

São mais de quatro milhões de estabelecimentos industriais, comerciais e de serviços, responsáveis por 48% do total da produção nacional, 42% dos salários pagos, 68% da oferta de mão de obra e cerca de 30% do Produto Interno Bruto(PIB). Os dados são surpreendentes quando verificamos o impacto das MPEs na economia do Brasil. Além do mais, é importante ressaltar que dados como os acima citados somente levam em consideração as empresas formais. Se considerarmos o universo das MPEs informais, sem sobra de dúvida chegaríamos a aproximadamente 15 milhões de estabelecimentos de pequenos portes no país.

Apesar dos números extremamente expressivos, as iniciativas e políticas em pró do MPEs ainda são poucas e sem muita consistência. Observe que na Constituição Federal de 1988, no capítulo destinado a regular os Princípios Gerais da Atividade Econômica, dispõe no artigo 179, que:

A União, os Estados, o Distrito federal e os Municípios dispensarão às microempresas e às empresas de pequeno porte, assim definidas em Lei, tratamento jurídico diferenciado, visando a incentiva-las pela simplificação de suas obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, ou pela eliminação ou redução destas por meio de Lei.” ( Constituição federal do Brasil, 1988)

Outro artigo, 170, da mesma Carta, também ressalta a necessidade de um tratamento diferenciado as MPEs. Sabemos que na prática, pouco do que prevê a



Lei foi cumprido e poucas ações foram realizadas até agora, para exemplificar o regime tributário simplificado – SIMPLES.

As dificuldades das MPEs são inúmeras e a concorrência com empresas de grande porte, muitas delas multinacionais fazem com que ainda seja muito difícil ser empresário de uma empresa de pequeno porte.

Em artigo publicado na Revista SEBRAE temos um exemplo do citado acima:

Resta, então, a terceira visão, que é a proposta central deste trabalho: a possibilidade de encarar pequenos produtores e empreendedores como arquitetos potenciais do futuro, dando tratamento desigual para os desiguais, um princípio que norteado o debate sobre as relações econômicas internacionais e que está consagrado na Constituição brasileira de 1988.

Esses pequenos empreendedores e produtores, se submetidos apenas aos processos de mercado, não têm condições de competir com empresas estruturadas, de maior porte – a não ser recorrendo à “competitividade espúria”, que se traduz em salários baixos, jornadas longas de trabalho, sonegação de impostos e não recolhimento de encargos sociais.(REVISTA SEBRAE, n.6, set./out., 2002. p.20)

Apesar desta visão de que são necessárias a integração e a cooperação entre os empresários das empresas de pequeno porte, ainda há uma resistência muito grande por parte deles, quanto a estes aspectos. Mauro Arruda, Assessor da Presidência do SEBRAE, escreveu em publicação desta empresa

“... elementos componentes do padrão de comportamento predominante entre empresários das micro e pequenas empresas brasileiras : 1) Baixo interesse em cooperar com concorrentes; 2) Não sabem comercializar; 3) Desconhecimento da clientela; 4) Passividade em relação à conquista de vantagens competitivas; 5) Nenhuma compreensão sobre a Importância dos intangíveis do negócios”. (REVISTA SEBRAE, n. 6, set./out., 2002.p 48)

Um elemento fundamental para o sucesso de qualquer processo de desenvolvimento é a existência de uma cultura de cooperação entre as pessoas e/ou entre as organizações que atuam neste local. Para que isto realmente aconteça é importante que exista efetivamente confiança entre as pessoas entre si. Se isto não ocorre, segundo Fukuyana(1996)

1. A estrutura familiar tende a romper-se com muito mais facilidade;
2. A violência e os litígios civis aumentam;
3. As estruturas sociais intermediárias entre os indivíduos e o estado (organizações sociais como associações, sindicatos, movimentos de cidadania) declinam e perdem sua força;
4. O individualismo torna-se um fenômeno crescente ao lado da sensação pelas pessoas de falta de valores compartilhados com os demais;
5. Aumentam os delitos e a população privada de liberdade rende a crescer cada vez mais rapidamente;
6. Os efetivos policiais e o sistema de administração da justiça (corpo de segurança, ministérios públicos, defensoria, justiça e sistema penitenciário) crescem e adquirem cada vez mais relevância social; Aumentam o número de advogados, para que os cidadãos possam mover ações uns contra os outros, contra o estado e as empresas na defesa de seus interesses. (Fukuyana,1996, P. 123)

O futuro das MPE's não passa por uma atuação isolada, individualista, fora de um sistema local de cooperação. Este modelo empresarial não tem mais espaço nos dias atuais. É consenso de que a vontade de se unir e de se associar, podem iniciar um processo revolucionário de desenvolvimento sustentável.

Segundo Gláucia M. Vasconcelos Vale, gerente de planejamento e desenvolvimento do SEBRAE/MG e professora da PUC/MG

“Três são as fontes das vantagens competitivas sustentáveis das empresas . A primeira é a *reputação*, representada pela marca, história e tradição da empresa. Em segundo lugar, a *Inovação*, ou seja, a capacidade da empresa de inovar, sobretudo com a inovação mais duradoura, que pode ser patenteada. Em terceiro lugar, a *arquitetura de relações*, o instrumento mais importante das empresas no mundo competitivo. A agregação de valor não ocorre mais dentro de uma única empresa, em um elo da cadeia, mas sim ao longo de toda a cadeia produtiva, desencadeando efeitos em todas as direções. É fundamental, então, a empresa estar inserida em uma rede relacional. Sobretudo, no caso das pequenas empresas, com uma escala limitada de produção, a interação/integração em redes, formadas por empresas do mesmo ramo , clientes, fornecedores e entidades de apoio , é fundamental.” (REVISTA SEBRAE, n. 3, mar./abr. 2002. p. 88)

## **2.5 O SEBRAE e as suas metodologias de atuação em APLs**

### **2.5.1 O SEBRAE**

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma sociedade civil sem fins lucrativos, que tem por propósito “trabalhar de forma estratégica, inovadora e pragmática para fazer com que o universo dos pequenos negócios no Brasil tenha as melhores condições possíveis para uma evolução sustentável, contribuindo para o Desenvolvimento do país como um todo”. Tendo como sua principal clientela as empresas de pequeno porte do país, além dos potenciais empreendedores, o SEBRAE considera empresa toda e qualquer iniciativa econômica, não importando se é um empreendimento legalizado ou não.

O SEBRAE possui representatividade em todos os estados do país, além de sua sede Gestora Nacional localizada em Brasília. A unidade da Bahia tem sua sede central em Salvador e 32 agências espalhadas por todo o Estado. Esta capilaridade nos permite estar presente em todos os municípios do estado, onde as ações em cada um são divergentes em intensidade e objetivos. Buscamos ao máximo a atuação como articulador para a promoção de ações realmente eficazes na promoção de melhores dias para às micro e pequenas.

Dentre as principais linhas de ação do SEBRAE a transferência de tecnologia, a capacitação e a informação são elementos básicos que estão presente em todas as ações do SEBRAE. Procuramos ao máximo trabalhar setorialmente e focado num projeto maior de desenvolvimento regional onde cada município esta inserido. O “Programa SEBRAE de Desenvolvimento Local” foi criado justamente para que , nós atores institucionais nos processos de desenvolvimento possamos nos adaptar e atender de forma mais eficiente os anseios das comunidades e dos nossos clientes de uma forma geral.

### **2.5.2 O programa SEBRAE de atuação em Arranjos Produtivos Locais**

Em Julho de 2003 ficou concluído o documento do SEBRAE para atuação do sistema em APLs. Este documento que começou a ser produzido no ano de 2002 e que surgiu de uma equipe multidisciplinar, formada por técnicos do SEBRAE de diversos setores e por diversos colaboradores de outras instituições, é uma nova metodologia de atuação desta organização, para promover o desenvolvimento das micro e pequenas empresas em consonância às políticas do Governo Federal e as mais modernas discussões sobre desenvolvimento.

No passado a atuação do SEBRAE estava focada em ações sobre firmas individuais, mesmo nos pequenos negócios, se copiava as formas de atuações na grande empresa. Após um período o foco foi desviado para uma atuação setorial e logo depois para as cadeias produtivas. Mas com os conceitos de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável(DLIS), que permeou as organizações por alguns anos e os novos e impactantes estudos sobre formas de desenvolvimento, a organização optou por atuar em APLs, caminhando no sentido de ampliar sua capacidade de articular, mobilizar e de promover o desenvolvimento local/regional.

A Atuação em APLs, tenta concentrar os esforços da organização, naquilo que é a sua competência maior, fortalecer as MPEs, através de ações de aumento da competitividade, incremento da atividade empreendedora, geração de sustentabilidade e inclusão das MPEs nas políticas de desenvolvimento do país.

Consciente de que o desenvolvimento deve ser integrado e sustentável, englobando todos os aspectos de uma comunidade (o ambiental, o social, a história, a cultura, e também a economia), o SEBRAE pressupõe que:

“... não adianta, pois, investir no desenvolvimento de iniciativas empresarias sem levar em conta outros pressupostos do desenvolvimento, tais como:

\* O *capital humano* (os conhecimentos, habilidades e competências da população local, as condições e a qualidade de vida);

\* O *capital social* (os níveis de confiança, cooperação, reciprocidade, organização social e empoderamento da população local);

\* A *governança* (diferentes modos de lideranças, coordenação, intervenção, participação e negociação dos conflitos nos processos decisórios locais); e

\* O uso sustentável do *capital natural*. (SEBRAE, 2003, p. 10)

As MPEs somente terão condições de crescer e prosperar sustentavelmente quando as condições sociais, culturais, ambientais, físico-territoriais e político-institucionais forem adequadas.

Desde o ano de 2000, o SEBRAE nacional vem mantendo relações de intercâmbio tecnológico com o Banco Interamericano de Desenvolvimento e com a Câmara de Comércio da Lombardia/Itália, com o objetivo de desenvolver experiências pilotos do Brasil. Este Benchmarking, levou a outra parceria, agora com o Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade – IETS, com o projeto “Espelhos do Mundo”, que resultou na produção de 16 documentários, a edição de uma publicação sobre o tema e a formação de 75 multiplicadores de todo o sistema SEBRAE.

Após o fortalecimento e oficialização de uma parceria estratégica com a RedeSist, o SEBRAE no ano de 2002 estabeleceu que a atuação focada em APLs seria uma das suas prioridades, fato este institucionalizado pelo Conselho deliberativo no ano de 2003, para o período de 2003-2005.

Assim o SEBRAE/NA utilizou como base, para a criação de um conceito de APL, o Termo de Referência da RedeSist, chegando a esta definição:

“ Arranjos Produtivos Locais são aglomerações de empresas, localizadas em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais, tais como: governo, associação empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa..” (SEBRAE, 2003, p. 12)

No entender da organização alguns termos do conceito acima, precisam um real esclarecimento dos seus significados, para que a compreensão seja efetivamente assimilada. Abaixo relacionamos o que estas palavras acima grifadas, significam no conceito apresentado pelo sistema SEBRAE:

\* Aglomeração de empresas: quando se fala de APL, este deve ser o primeiro ponto a ser considerado, que exista aglomeração de um número significativo de empresas atuando em torno de uma atividade produtiva principal;

\* Especialização Produtiva: “...o conhecimento, tácito e explícito, que as pessoas e organizações de um território possuem em torno de uma atividade econômica principal...”(SEBRAE, 2003) , além da produção em si de bens e serviços.

\* Território – Para o SEBRAE não necessariamente o conceito de território deve estar presa a delimitações materiais ou concretos. “ ... ele é também um campo de forças, uma teia ou rede de relações sociais que se projetam em um determinado espaço. É construído historicamente por meio de relações políticas, socioeconômicas e culturais, remetendo a diferentes contextos e escalas” (SEBRAE, 2003).

Portanto, o APL compreende um recorte do espaço geográfico que:

- a) possua sinais de identidade coletiva (sinais sociais, culturais, econômicos, políticos, ambientais, históricos, etc);
- b) Mantenha ou tenha capacidade de promover uma convergência em termos de expectativas de desenvolvimento;
- c) estabeleça parcerias e compromissos para manter e especializar os investimentos de cada um dos atores no próprio território; e
- d) promova ou seja passível de uma integração econômica e social no âmbito local..

“ O sentimento de pertencimento a um APL passa a ser o mecanismo central de fortalecimento da dinâmica local/regional, cuja personalidade diferenciada é



reconhecida ou possa vir a ter reconhecimento dentro e fora do APL.” (SEBRAE, 2003)

Aprendizagem e Inovação – Através das relações entre os diversos atores que atuam em um APL.

Cooperação – ocorre em diversos níveis, entre os diversos atores presentes em um APL. Coexiste juntamente a competição.

Outros Atores Locais – são diversas outras organizações, que estão presentes diretamente ou indiretamente, influenciando um determinado APL. Como exemplo podemos citar Governo Federal e Estadual, Instituições tecnológicas, Universidades, Centros de pesquisas, etc.

O eixo principal da abordagem em APL, no SEBRAE, será o mercado. Todos os esforços serão no sentido de tornar o arranjo mais competitivo. As potencialidades, vocações e oportunidades, as vantagens competitivas e comparativas de cada arranjo é que mobilizará as redes locais na busca do desenvolvimento.

Duas linhas de ação terão especial atenção por parte do SEBRAE: a atuação em territórios que já apresentam efetivo potencial de maior dinamismo econômico, com especial foco nas exportações; e a atuação em territórios com baixa densidade

empresarial, baixa especialização produtiva e baixo dinamismo econômico social. Nestas últimas localidades buscaremos a inclusão social pela via do empreendedorismo.

Independente do tipo de território que será abordado, os objetivos do SEBRAE nesta forma de atuação são promover a competitividade e a sustentabilidade dos micro e pequenos negócios, estimulando processos locais de desenvolvimento.

Para isso, é preciso ter em mente que qualquer ação da organização deve permitir:

- a) a conexão com os mercados;
- b) a sustentabilidade;
- c) a promoção de um ambiente de inclusão;
- d) a elevação do capital social;
- e) a democratização do acesso aos bens públicos;
- f) a preservação do meio ambiente;
- g) a valorização do patrimônio histórico e cultural;
- h) o protagonismo local;
- i) a integração com outros atores;

- j) a mobilização de recursos endógenos;
- k) a atração de recursos exógenos

## **2.6 O viés social nas atuações em APLs ou a configuração de Arranjos Sócios**

### **Produtivos Locais - ASPLs**

Apesar de todas as literaturas consultadas tratarem a estratégia de atuação em aglomerados e mais especificadamente em APLs com um excesso de enfoque no econômico, verificamos que , subjacente às metodologias e estratégias utilizadas, existe uma forte consciência de que o desenvolvimento realmente só acontecerá, se o vetor social estiver fortemente inserido. Se não houver isto, com certeza estaremos repetindo as antigas fórmulas de crescimento econômico.

O viés social está presente em todas e quaisquer iniciativas de desenvolvimento, seja ela com enfoque empresarial ou não. Sem ela não há desenvolvimento, pode até haver crescimento. Uma estratégia de abordagem territorial para a formação de Arranjos Produtivos Locais não se efetiva sem estratégias de ações que fortaleçam o capital social, que é absolutamente indispensável para que possa existir os tais APLs. O desenvolvimento com o viés social, pressupõe distribuição de renda, acesso aos serviços públicos, educação, democracia, participação.

Na sua publicação mensal, chamada carta DLIS, Augusto de Franco coloca que “DLIS não é desenvolvimento econômico local”, isto é, não é objetivo da estratégia de desenvolvimento ter resultado somente nos aspectos econômicos, querendo que estes impulsionem os outros vetores da comunidade. É importante que haja uma compreensão de que a dimensão econômica de um processo de desenvolvimento comunitário é sempre uma dimensão sócio-econômica

Somente com a criação de um ambiente propício para o desenvolvimento, as iniciativas econômicas poderão florescer e gerar renda e riqueza. Isto é, depende da configuração social existente na localidade, e do “poder social” que esta desenvolveu coletivamente. Segundo Augusto de Franco

...a dimensão sócia econômica é enfatizada, priorizando-se a construção social de mercado não concentradores(ou menos concentradores) de riqueza e de renda por meio de sistemas sócio-produtivos baseados em micro e pequenos empreendimentos e de redes de socioeconômicas alternativa ou solidária. Nenhuma dessas alternativas sócio-econômicas pode vingar se não houver um ambiente de cooperatividade sistêmica, razão pela qual a sua realização se insere coerentemente em um processo de desenvolvimento local(como o DLIS) que contribua para o incremento do capital social. ( FRANCO, 2004. p. 9)

Desta forma o que propomos aqui é que esta experiência, onde estamos estudando uma possível configuração de APLs seja um mote para a criação e disseminação da uma nova nomenclatura de atuação em experiência de desenvolvimento com enfoque econômico, isto é, que seja inserida na definição o termo “social“ , já que

é consenso que toda e qualquer iniciativa de promoção de desenvolvimento local, tem explicitamente um finalidade social. Não adianta, como já explicado anteriormente, buscar crescimento econômico e sim desenvolvimento do território, isto quer dizer melhorar a vida como um todo, unindo o social, com o econômico, a preservação do meio ambiente, o incentivo a cultura local, o resgate histórico e valorização dos valores humanos acima de tudo.

### 3. METODOLOGIA

Para responder a questão central deste estudo quatro hipóteses serão testadas para tentar explicar o que RUDIO (2000), chama de “lacunas do conhecimento”, isto é, áreas que não possuímos informações para se ter uma resposta concreta, e que faz surgir um problema para ser resolvido. Como critério para definir estas hipóteses exigimos que elas sejam: a) plausível; b) consistente; c) específica; d) verificável; e) clara; f) simples; g) econômica; h) explicativa;

As hipóteses são:

As Olarias de Maragogipinho:

H1: Configuram um ASPL – Arranjo Sócio Produtivo Local;

H2: Preserva a história, a tradições e a cultura da comunidade;;

H3: Envolvem a comunidade na cadeia produtiva da cerâmica;

H4: Impacta positivamente no desenvolvimento da comunidade;

Com pode-se observar, Maragogipinho, como referência nacional da produção artesanal cerâmico, envolve elementos diversos no seu processo funcional, desde aspectos de produção e comercialização, até mesmo questões ligadas as Micro e Pequenas Empresas, ao processo de desenvolvimento local, a formação de arranjos produtivos locais e a configuração de redes de pequenas empresas.

Os objetivos desta pesquisa são:

- Conhecer a histórico de Maragogipinho e como foi introduzido o artesanato na comunidade;
- Verificar a influência histórica na produção do artesanato da comunidade;
- Analisar os conceitos de APL – Arranjos Produtivos Locais e Redes de Pequenas Empresas, e suas influências sobre a comunidade de Maragogipinho;
- Conhecer como as olarias influenciam no desenvolvimento da comunidade;
- Criar um modelo que possa ser implantado em outras comunidades de estratégia de desenvolvimento através da formação de redes de pequenas empresas.

Para alcançar estes objetivos, realizou-se um estudo de caso de natureza qualitativa e de caráter exploratório, que foi buscar informações nos livros de história da Bahia, para entender o porque da atividade no local, até verificar in loco a atividade nos dias de hoje.

### **3.1 A metodologia utilizada**

Neste trabalho utilizamos como estratégia de pesquisa a realização de um “estudo de caso”. E tomamos como base para a escolha deste tipo de pesquisa as condições expostas por Yin (2001), no seu livro “Estudo de Caso: planejamento e método”, onde ele utiliza como parâmetros para definição desta estratégia a ser adotada, os seguintes pontos: “... quando se coloca questões do tipo “como” e “por que”, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real.” (Yin, 2001).

Estes três pré-requisitos, definidos por Yin, estão claramente presentes neste estudo de caso. Em primeiro lugar lembramos que a questão a ser investigada é “Como se organizam as pequenas empresas oleiras de Maragogipinho e qual sua influência no Desenvolvimento Local?”, logo o ponto chave da discussão é uma pergunta do tipo “como”. Em segundo lugar o pesquisador não tem nenhuma



influência no objeto de estudo, haja vista são fenômenos sociais, econômicos, organizacionais e culturais de uma comunidade, com fortes raízes históricas. E por último, apesar do forte viés histórico os fatos são contemporâneos e fazem parte da vida real de toda uma comunidade, além do que comportamentos relevantes não podem ser manipulados pelo pesquisador

O Estudo de caso é sobre a “formação do arranjo sócio produtivo das pequenas empresas oleiras de Maragogipinho/Ba e seu impacto no desenvolvimento da comunidade”. Nesta localidade existem dezenas de olarias de pequeno porte, que há mais de 300 anos desempenham posição de destaque na produção de artesanato cerâmico, sendo considerada o maior centro cerâmico das Américas.

De acordo com Yin (2001), um estudo de caso é

“ uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.(YIN, 2002, p. 32)

Isto é, podemos deduzir pelo citado acima, que toda vez que lidarmos com condições contextuais podemos usar o modelo de estudo de caso. Neste exemplo de Maragogipinho estamos lidando com um contexto da vida real, onde não há um limite claro entre o fenômeno que estudamos e o contexto.

Também Lakatos (1991) define as atividades de caráter exploratórios nas pesquisas de campo, como investigações empíricas, onde a formulação de perguntas e o desenho de problemas, são condições para que se possa no futuro ser realizadas pesquisas com um maior grau de precisão.

Também por ser bastante abrangente na sua forma de abordagem é que a estratégia de estudo de caso foi escolhida. Com relação a esta visão de abrangência, Yin(2002) comprova com a apresentação de um conjunto de outras características técnicas, afirmando que a investigação de estudo de caso.

Enfrenta uma situação tecnicamente única em que haverá muito mais variáveis de interesse do que ponto de dados, e, como resultado, baseia-se em várias fontes de evidências, com os dados precisando convergir em um formato de triângulo, e , como outro resultado, beneficia-se do desenvolvimento prévio de proposições teóricas para conduzir a coleta e a análise de dados.(YIN, 2002, p. 32, p.33)

Esta possibilidade de explorar várias fontes de evidências, também passa a ser uma preocupação para que tenhamos uma maior precisão das informações coletadas. Segundo YIN (2002), além desta preocupação em utilizar diversas fontes de evidências, devemos possuir um banco de dados para o estudo de caso e um encadeamento de evidências, ligando as questões feitas, os dados coletados e as conclusões a que se chegou.

Neste mesmo sentido Lakatos (1991) nos diz que “Obtém-se freqüentemente descrições tanto qualitativas quanto quantitativas do objeto de estudo e o investigador deve conceituar as inter-relações entre as propriedades do fenômeno, fato ou ambiente observado.”

Isto é, precisamos utilizar tanto técnicas qualitativas quanto quantitativas, para coleta de dados, afim de que possamos obter informações da melhor forma possível, interagindo com as fontes destas.

A metodologia dos estudos de casos prevê a utilização de diversos instrumentos de coletas de dados, que suprem esta nossa necessidade. Segundo Yin(2001) são seis as principais fontes de evidências: documentação, os registros em arquivos, as entrevistas, a observação direta, a observação participante e os artefatos físicos. Porém existem outras que podem ser utilizadas dependendo do caso a ser pesquisado, como por exemplo, fotografias, filmes, vídeo-tape, história de vida, etc.

Neste trabalho partimos de revisão bibliográfica de matérias que tenham sido publicados sobre os temas abordados, e a partir daí utilizamos as fontes de evidências, sugeridas por Yin(2001) para a coleta de dados, além de fotografias e filmes produzidos para a TV.

### **3.1.1 Revisão Bibliográfica**

A revisão bibliográfica é o ponto de partida do estudo de caso. Nesta oportunidade buscamos na literatura existente sobre o assunto, a base teórica que explique o “caso Maragogipinho”. Ressaltando que a revisão bibliográfica se dividiu em: Revisão da bibliografia sobre a história do Recôncavo Baiano e sobre a história do artesanato; e em uma revisão da teoria que explique “desenvolvimento”, “arranjos sócios produtivos” e “pequenas empresas”.

Neste trabalho buscou-se uma intensificação do estudo nas questões abordadas, porem com uma estratégia de não repetir meramente o que os autores consultados escreveram, mas de trazer idéias complementares e inovadoras dos temas estudados.

### **3.1.2 Documentação**

Apesar da informalidade existente na AAMON - Associação dos Amigos e Oleiros de Maragogipinho, o que propícia uma grande falha na elaboração de conservação dos documentos das entidades, foi possível verificar alguns documentos do tipo: atas, fichas de inscrição, avisos, além de outros documentos

secundários que a organização mantém como forma de preservar sua memória, do tipo recortes de jornais, catálogos, etc.

Também fez parte dos estudos de documentação as fotografias, quer pelo seu valor histórico, quer pelo volume de informações e impressões que elas nos dá. Consultou-se fotos antigas de décadas passadas, que estão nos acervos da AAMON e em livros históricos, utilizou-se fotos registradas *in locu* das fases da cadeia produtiva, bem como das diversas ações ou eventos que participou.

### **3.1.3 Entrevistas**

As entrevistas foram divididas em 2 fases:

#### **3.1.3.1 Censo Empresarial das olarias de Maragogipinho**

Foram visitadas todas as olarias de Maragogipinho e feito um cadastramento, com o objetivo de obtermos informações mais precisas sobre o segmento, haja vista as informações levantadas pelos próprios oleiros são bastante truncadas com relação a número de Olarias, número de oleiros e outros dados sócios econômicos da localidade. Antes não tínhamos estes números e as informações eram de que existiam de 60 a 100 olarias. Hoje sabemos que, totalizam 74 unidades de fabricação de artesanato cerâmico.

Para a realização deste Censo elaboramos um modelo de cadastro, que esta destacada no anexo 1.

### **3.1.3.2 Entrevista focal**

As Entrevistas focalizadas são formas de aprofundamento nas questões estudadas, para a busca de informações. Neste trabalho selecionou-se, o que Yin(2001) chama de “Informantes-chaves”, 8 oleiros, que representa mais 10% do universo de oleiros existentes em Maragogipinho, para as entrevistas focais.

O objetivo destas entrevistas focais foram identificar as percepções e interpretações destes informantes sobre os assuntos temas da pesquisa e corroborar certos fatos que já acreditava-se estar estabelecidos. Foram entrevistas rápidas, cerca de 1 hora cada, de forma espontânea, mas seguindo um roteiro pré-elaborado que se encontra no anexo 2.

Os entrevistados foram selecionado de acordo com os seguintes critérios:

- 1) Ser oleiro em Maragogipinho;
- 2) Estar em plena atuação;
- 3) Ter mais de 20 anos como Oleiro;

4) Morar no município de Aratuípe.

### **3.1.4 Observação direta**

Como já faz parte de meu trabalho diário no SEBRAE, a observação direta também foi um instrumento de coletas de informações importante, mesmo sendo de caráter informal. Neste trabalho, minhas viagens à localidade de Maragogipinho foram inúmeras e que me proporcionaram, mesmo nas ocasiões durante as quais fui verificar outras evidências, oportunidades de observação direta.

Esta forma de coleta de dados foi muito útil, já que pude perceber, no próprio ambiente estudado, informações adicionais e complementares sobre às relações sócio econômicas das olarias. Estas observações ajudam muito a compreender tanto o contexto quanto o fenômeno que está sob estudo(Yin, 2001).

### **3.1.5 Observação participante**

Segundo Yin,

“A observação participante é uma modalidade especial de observação na qual você não é apenas um observador passivo. Em vez disso, você pode assumir uma variedade de funções dentro de um estudo de caso e pode, de fato, participar de eventos que estão sendo estudados.” (Yin, 2001)

Neste caso, como desempenhamos uma função dentro de uma organização que desenvolve ações para o público estudado e constantemente estamos na comunidade trabalhada, a observação participante foi uma forma quase que natural, de coleta de dados. Para citar exemplos, em diversas oportunidades, realizamos treinamentos na comunidade sob nossa autorização e presença. Além disso, a participação em diversos eventos da comunidade, também, foram importantes para a coleta de informações, complementando a observação direta.

Apesar deste envolvimento indireto do pesquisador com o objeto de estudo, a neutralidade científica é preservada, já que tratou-se, não do estudo das relações externas do Arranjo local, mais sim da configuração local do arranjo.

### **3.1.6 Artefatos Físicos**



Estes foram utilizados apenas para comprovação de algumas observações estudadas no referencial teórico, já que as peças produzidas nas Olarias seguem algumas linhas de acordo com a demanda, que é fortemente influenciada pelos hábitos dos consumidores de peças artesanais. Quando levamos em conta os aspectos econômicos e o referencial “produto”, as observações dos artefatos físicos foram importantes para comprovar o referencial histórico e econômico. Além disso a observação da estrutura das olarias, os equipamentos utilizados e o design dos produtos, muitos nos ensinaram sobre o arranjo sócio produtivo local.

## **4. O ESTUDO DE CASO MARAGOGIPINHO**

### **4.1 As Inserções territoriais e históricas de Aratuípe e Maragogipinho e as suas dimensões sócio-econômicas.**

Não se têm muitas informações sobre as origens de Maragogipinho, nem de sua cerâmica. Apesar do grande esforço da nossa pesquisa, as maiorias das informações sobre estes temas foram feitas baseadas nas conclusões do pesquisador Carlos José da Costa Pereira, no seu livro “A cerâmica popular na Bahia” publicação da Universidade da Bahia em 1957.

O distrito de Maragogipinho, faz parte do pequeno município de Aratuípe, situado na região do recôncavo baiano, microrregião geográfica de Santo Antônio de Jesus e região de planejamento do Paraguaçu e messorregião Metropolitana de Salvador. Com apenas 2 distritos, Aratuípe possui uma população de 8.376 (IBGE 2000), sendo que 57,1% do total é população urbana e 42,9% é rural. Este

município fica a margem do rio Jaguaripe e faz divisa com os municípios de Nazaré das Farinhas, Santo Antônio de Jesus, Laje, Jaguaripe, Muniz Ferreira e Vera cruz.

O Município de Aratuípe dista de Salvador 225 km pela Br 101 ou 54,5 Km, em linha reta. Pela Ba 001 chega-se ao terminal marítimo de Bom Despacho na Ilha de Itaparica, onde é possível fazer a travessia de Ferry Boat para Salvador. Neste percurso dista 71km. O município possui uma superfície de 177,7km<sup>2</sup> e sua sede está a 36 metros sobre o nível do mar.

As origens de Aratuípe e de Maragojipinho não são muito claras e segundo o autor Pereira(1957),

“Aratuípe – a sede municipal – foi elevada à vila em 1890 e à cidade em 1891, mas desde 1840 fora criada a freguesia. Pertencia antes ao território de Nazaré e Santo Antônio de Jesus, donde foi desmembrada. A primeira sede da vila(1890) foi Santana da Aldeia, que nos parece haver sido uma das primeiras povoações daquelas bandas – daí a antiga denominação de Santana do Aratuípe. O certo, contudo, é podermos situar a formação administrativa do núcleo populacional na primeira metade do século passado.” (Pereira, 1957, P. 28)

Apesar da formação administrativa ser do início do século XIX, Coimbra(1980), afirma que o atual município de Aratuípe, no passado era conhecido como aldeamento de Santo Antônio, foi organizado no século XVI, para catequese dos índios e oposição à tribo Aimorés. Nesta época o governo de Portugal expediu uma carta de sesmaria concedendo estas terras a Paulo de Argolo Menezes. Com a

construção de uma capela dedicada a Santo Antônio, os jesuítas tinham o objetivo de catequizar os índios Aimorés, que habitavam nesta região.

Nesta região várias guerras foram travadas entre as tribos dos Aimorés e os índios da aldeia de Santo Antônio. Estas ocorreram principalmente às margens dos rios Irajá, da Dona e Jaguaripe. Graças aos Jesuítas, a comunidade prosperou e se tornou uma comunidade importante na região, chegando a receber a presença de D. Pedro II e da Imperatriz D. Tereza Cristina em 04 de novembro de 1859.

Em 1 de julho de 1946, através do decreto número 12.978 o município de Aratuípe é oficializado, depois de um período agregado ao território de Nazaré.

Da sede para se chegar a Maragogipinho, pega-se uma estrada vicinal, cortando a Ba 001, cuja extensão de 6 km, nos revela uma vegetação rica, numa mistura de mata nativa, manguezais, além de rios e pequenas lagoas. Neste trajeto, não vemos nenhuma atividade econômica sendo desenvolvidas, exceto pequenas unidades de plantações para subsistência, principalmente na cultura da mandioca.

Em Maragogipinho, vivem cerca 2.000 pessoas, que tem uma vida simples, mas agradável. Cercada de rios, o distrito teve até o início da década de 70, este como principal via de comunicação com os outros municípios. O rio conhecido como “Maragogipinho”, vai afluir no rio Jaguaripe e faz uma conexão direta ao

município de Nazaré das Farinhas, que sempre foi , além do município mais próximo, a principal referencia comercial para a população local.

Provavelmente Maragogipinho tem uma origem bem remota, juntamente com outras povoações na região do vale do Jaguaripe e do Paraguassu, levando-nos a acreditar que ela seja da mesma época do surgimento do município de Maragogipe, cuja freguesia foi criada em 1676, constituída vila em 1725 (instalada em 1728) e elevada a cidade em 1873. Observe que o topônimo do distrito é o diminutivo evidente de Maragogipe.

Era no Vale do Jaguaripe onde existia a maior concentração de olarias e também onde estava a mais famosa louça de barro da Bahia. Porém quase todas estas foram decaindo através do ano. As olarias de Maragogipinho conseguiram sobreviver às mais diversas fases de altos e baixos do consumo de artigos cerâmicos e hoje se configura com um símbolo de resistências às diversas mudanças culturais no nosso país. Segundo Pereira,

“Pode-se afirmar com alguma certeza que a decadência da cerâmica em Jaguaripe contribuiu, de certo modo, para a fixação e o incentivo da atividade oleiro em Maragogipinho, que talvez estivesse fadado mesmo ao fim. Daí porque ainda hoje se encontram em Maragogipinho velhos ceramistas vindos de Jaguaripe, há anos atrás.” (Pereira, 1957, P. 28)

Se levarmos em conta estas informações acima, entendemos que a importância de Maragogipinho e da sua cerâmica, não se dá somente pelo caráter artístico de sua produção, mas também por ser uma grande fonte de informações sobre a história

dos povoamentos no recôncavo baiano. Segundo Coimbra(1980) em crônicas do século XVIII, já se encontram depoimentos sobre a importância da atividade oleira em Maragogipinho, o que é do conhecimento dos atuais artistas.

A chegada à localidade de Maragogipinho revela uma grande surpresa, pois nos remete imediatamente ao passado. Com suas ruas irregulares, que convergem para o “centro” do distrito, local onde se concentram às olarias, voltamos nossos pensamentos para uma outra época. A surpresa também nos revela uma comunidade ativa, dinâmica e alegre, que mesmo apesar da pobreza material que vive a população demonstra um espírito rico de sabedoria e otimismo. As olarias são a referência principal da vida, a sobrevivência, o trabalho, o centro das relações, desde um tempo que se perde na memória dos mais velhos(Coimbra 1980).

Muito dos hábitos antigos e das formas de se levar a vida neste distrito continuam de forma intocada, como se fizesse parte do patrimônio da comunidade. Desde o simples hábito de sentar à porta de casa para apreciar a paisagem, até fases dos processos de produção, como por exemplo, as pinturas das peças nas frentes das casas, continuam sendo realizadas como um ritual, que permanece e faz a vida em Maragogipinho ganhar um tom tão especial. Sobre este modo de vida tão especial e a relação com o trabalho, Coimbra escreveu,

Somam-se a possibilidade de criação, o valor pessoal atribuído à atividade, livre de horário e de mando, a limitação das alternativas locais, a dificuldade de serem absorvidos pelo mercado de trabalho de Salvador, a insuficiência de salários em outras atividades a que têm acesso.(Coimbra, 1980)

#### 4.1.1 Indicadores sócios econômicos do município de Aratuípe

Segundo dados da Superintendência de Estatísticas e Informações – SEI, da Secretária de Planejamento do Estado da Bahia – SEPLANTEC, o município de Aratuípe apresenta indicadores sócios econômicos bastante baixos, principalmente quando comparados com outros municípios do estado da Bahia.

**Tabela 01 Região Econômica Recôncavo Sul e Aratuípe: Indicadores de desenvolvimento econômico e Social, 1998.**

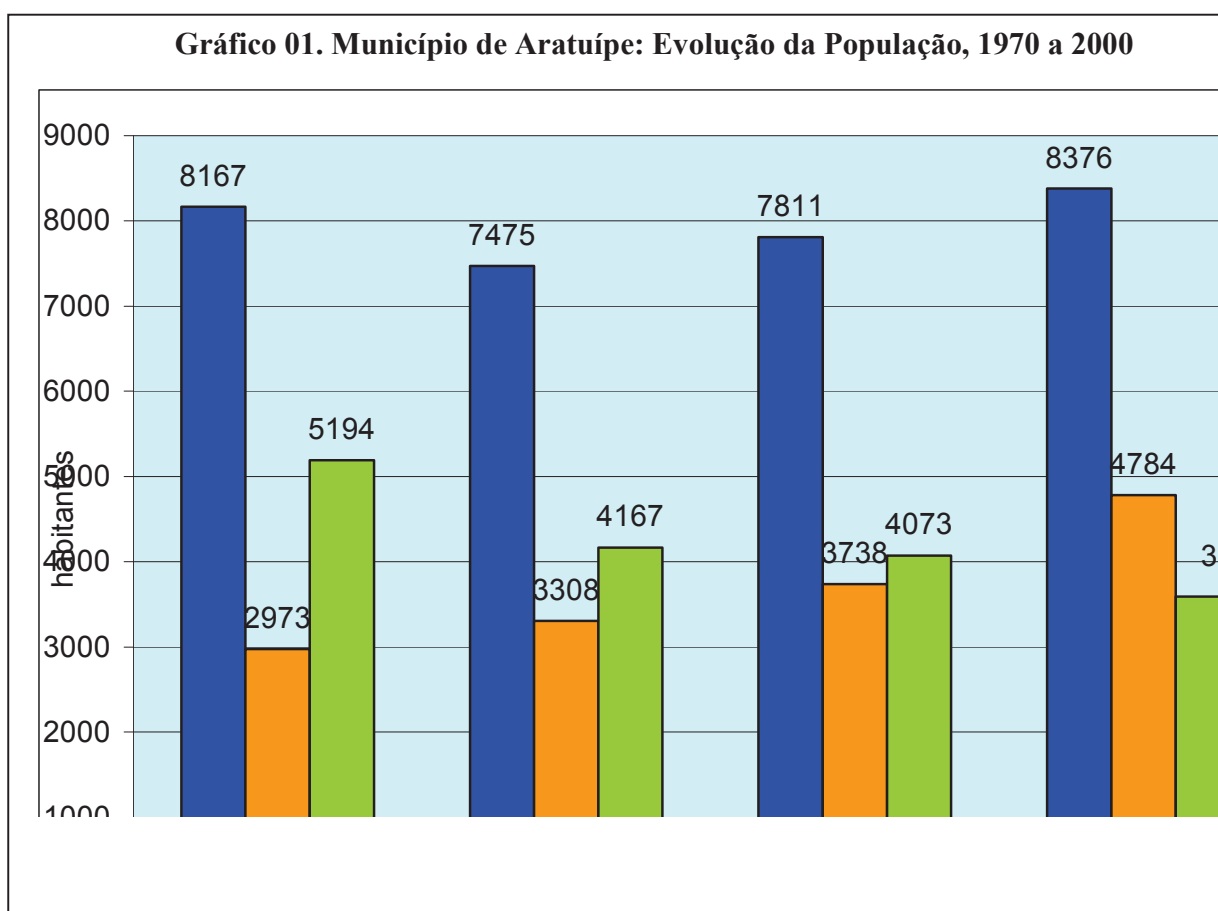
ÍNDICE	Região Econômica Recôncavo Sul		Município de Aratuípe	
	Valor	Classificação em 12 regiões do estado da Bahia	Valor	Classificação em 415 municípios
INF – índice de Infra-estrutura	4972,00	8o	4985,89	391o
IQM – Índice de Qualificação de Mão de Obra	4977,75	6o	4992,75	232o
IPM – Índice de Produto	4966,95	9o	4984,26	403o

Municipal				
IDE – Índice de Desenvolvimento Econômico	4972,23	80	4987,63	3930

Fonte: SEBRAE apud SEI, 1998.

#### 4.1.2 População

A população do município de Aratuípe praticamente é a mesma de 1970, haja vista diferença do Censo demográfico de 2000 para o de 1970 é de apenas 309 habitantes. Observamos que na década de 80 e 90 houve uma diminuição na população local, quando no país como um todo houve um grande crescimento. Este decréscimo na população deve-se exclusivamente ao grande êxodo rural, já que nestes período a população rural declinou permanentemente. Enquanto a população urbana quase que dobrou em 40 anos, como mostra ao gráfico 01.

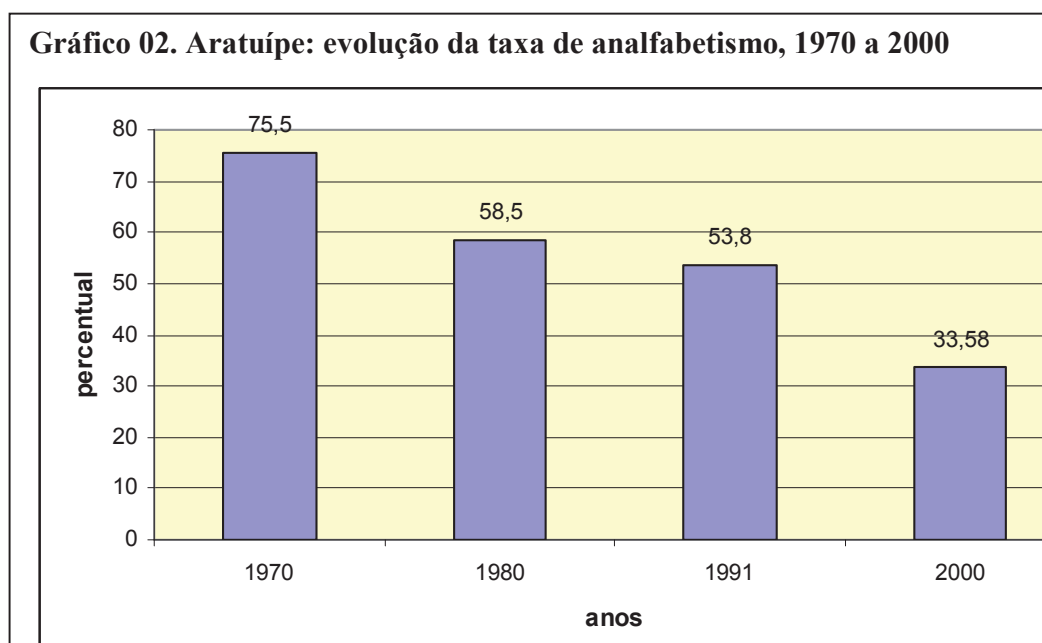




Estima-se que o distrito de Maragojipinho deva possuir cerca de 2.000 moradores, já que não há informações precisas sobre a população desta localidade. Esta informação é fornecida pelos próprios moradores e nos mostra sensata, haja vista, segundo o IBGE (ver gráfico 01), existem 3.592 pessoas na zona rural e Maragojipinho está enquadrado aí.

#### 4.1.3 A Educação

Apesar da grande evolução na redução da taxa de analfabetismo, o índice ainda é bastante alto segundo o IBGE. O último censo registrou 33,58% da população do município analfabeta (ver gráfico 02), taxa altíssima nos dias atuais.



No município existem 38 escolas, sendo 32 municipais, 5 estaduais e 1 particular. Na zona rural estão situadas 30 destas, sendo que para este montante de escolas existem 163 docentes lecionando.

#### **4.1.4 A Saúde**

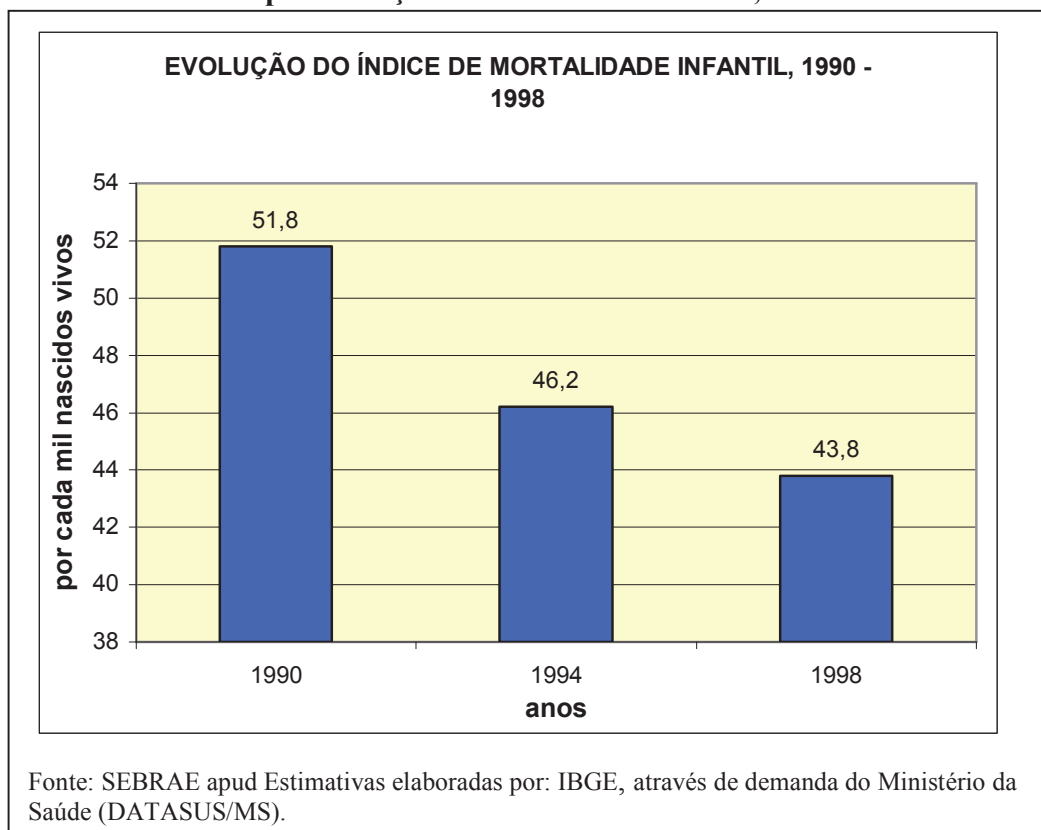
O município de Aratuípe também não se encontra em uma situação confortável com relação à saúde pública. São apenas 3 unidades de atendimento, um posto de saúde e 2 centros de saúde. Como não possui hospital, um grande número dos serviços nesta área, são demandados nas cidades vizinhas, principalmente em Nazaré das Farinhas e em Santo Antônio de Jesus. Para estes deslocamentos o município possui 2 ambulâncias.

Na zona rural praticamente inexistente assistência médica, sendo preciso o deslocamento dos moradores destas localidades para a sede do município ou para os municípios vizinhos, somente assim conseguem o tratamento necessário. A

falta de postos de saúde na zona rural também acarreta o não cumprimento das metas de vacinação em algumas épocas, principalmente em épocas de grandes chuvas, que dificultam o acesso dos moradores às cidades.

Um fator positivo no aspecto saúde foi a queda da mortalidade infantil na última década em quase 20%. No gráfico 03 é possível observar com mais detalhes estes números.

**Gráfico 03 Aratuípe: Evolução da mortalidade infantil, 1990 - 1998**



#### **4.1.5 A Infraestrutura**

##### **4.1.5.1 Esgotamento sanitário e abastecimento de água**

Com relação o sistema de esgotamento sanitário, Aratuípe apresenta um dos piores índices da Bahia, com apenas 11% dos domicílios possuindo sanitários ligados à rede geral, que lança os detritos no rio Aratuípe sem nenhum tratamento. Em Maragojipinho não há tratamento de esgoto

Segundo o CENSO de 2000 apenas 43% da população tem acesso a água encanada e os outros 57% ou não tem nenhum tratamento ou o tratamento não é adequado para o consumo humano

#### **4.1.5.2 As Estradas**

A única estrada de acesso ao município é a BA 001, que sempre está em bom estado de conservação. As estradas vicinais do município são de cascalho ou de terra e são bastante precárias.

#### **4.1.5.3 O lixo**

Apesar da existência de um aterro sanitário próximo à cidade de Aratuípe, que faz parte de um consórcio de cidades, a Prefeitura Local prefere destinar o lixo a uma região próxima a cidade, cerca de 3 km, às margens da BA 001, o que além da causar problemas ambientais, causa uma péssima impressão ao município.

Em Maragogipinho o lixo também é depositado em céu aberto e a situação nesta localidade se torna mais grave devido à proximidade de áreas de manguezais e ser cercada por rios.

Além disso, a destinação dos esgotamentos sanitários no rio Aratuípe e às residências que estão às margens do rio, tem aumentado seriamente os problemas ambientais da localidade. Haja vista, este rio tem uma importância muito grande para a região, já que a pesca e a mariscagem são atividades importantes para a geração de ocupação e renda da população.

#### **4.1.5.4 A Energia**

Segundo a COELBA, o consumo de energia em Aratuípe é um dos menores do estado da Bahia e de um total de 1070 ligações em 1999, apenas 51 são para fins comerciais e 45 rurais (ver tabela 02). O que demonstra a quase inexistência de atividades econômicas, com utilização de energia elétrica no município.

**Tabela 02: Aratuípe: Energia Elétrica – consumidores e consumo por classe, 1998 e 1999.**

<b>ANOS</b>	<b>CLASSE</b>	<b>CONSUMIDORES</b>	<b>CONSUMO (Mwh)</b>
<b>1998</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1037</b>	<b>1612</b>
	Residencial	909	842
	Industrial	4	21
	Comercial	50	93
	Rural	44	109
	Serv. Poderes Públicos	30	547
<b>1999</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1070</b>	<b>1678</b>
	Residencial	943	852
	Industrial	5	23
	Comercial	46	111
	Rural	45	86
	Serv. Poderes Públicos	31	606

**Fonte:** SEBRAE Apud COELBA/2000

As ligações em Maragojipinho já estão computadas acima e vale a pena ressaltar que nenhuma das olarias utiliza energia elétrica na produção, e o consumo deste tipo de energia em poucas olarias, é apenas para pequenos aparelhos de som.

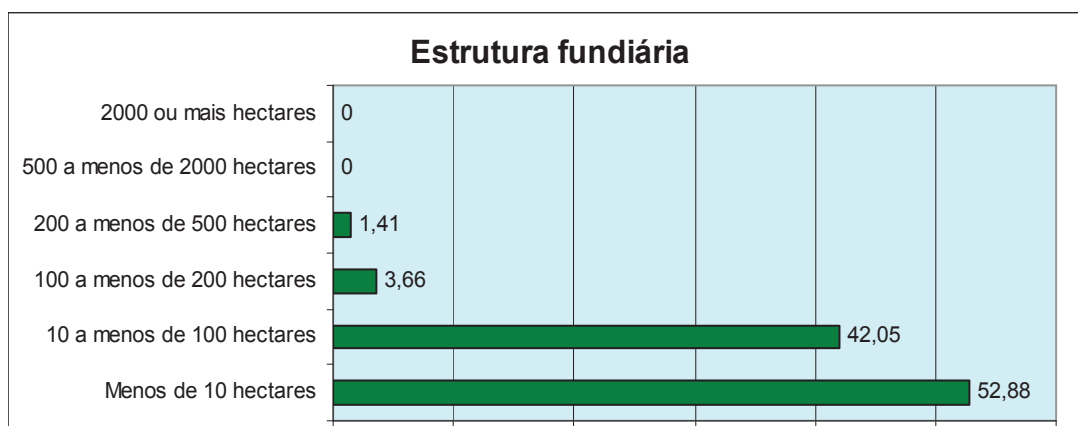
#### 4.1.5.5. A Microeconomia

A economia de Aratuípe esta baseada em 3 setores: a produção agropecuária, a industria cerâmica, esta concentrada exclusivamente em Maragojipinho, e nos empregados do serviço público. Estes são os geradores de renda e ocupação.

Com relação a agropecuária, pode-se esta tem pouca influência sobre a economia local, haja vista utiliza mão de obra de fora do município e esta exclusivamente na mão de grande proprietários rurais.

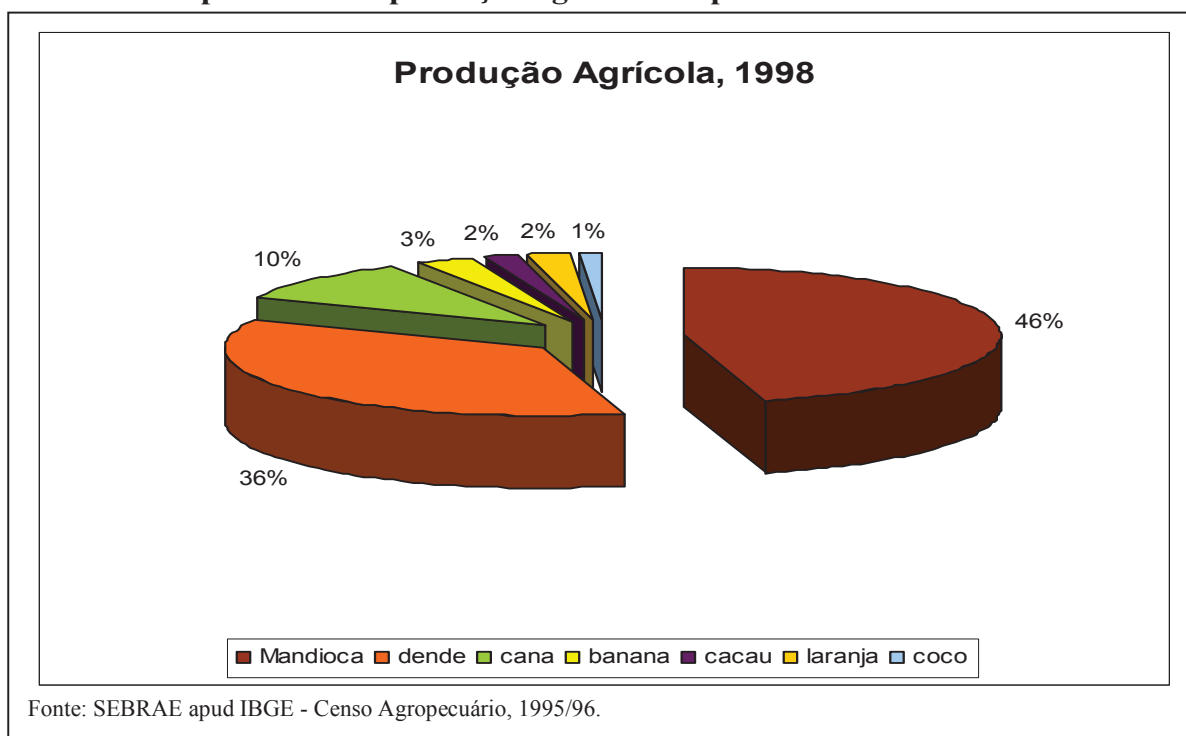
A agricultura e a pesca são as atividades que mais geram trabalho para a população local. A agricultura pela estrutura fundiária municipal apresentar uma distribuição de terra que caracteriza uma predominância de minifúndios (ver gráfico 04) e a pesca pelo grande número de rios existentes na região. Neste último setor também se concentram em Maragojipinho o maior número de pescadores e marisqueiros.

**Gráfico 04. Aratuípe: Distribuição de terras por estrato de área, 1995**



Com relação às atividades agrícolas, os principais tipos de produção agrícolas são: mandioca, dendê, banana, cana, laranja e coco (ver gráfico 05). A mandioca e a cana são beneficiados na própria região, já as outras atividades são vendidas in natura .

**Gráfico 05. Aratuípe: Valor da produção agrícola em percentuais**



Além destes tipos de produção, podemos ressaltar também a extração da piaçava para fabricação de vassoura e a extração de madeira para venda.



O que observamos com este estudo é que Aratuípe, como todos os outros municípios de recôncavo baiano, estão enfrentando sérios problemas na sua matriz econômica, já que as atividades que predominavam no passado não são mais garantia de sucesso, de emprego e de renda. Neste município observamos claramente isto, quando vemos que, as atividades que no passado eram competitivas nos mercados, hoje são sinônimo de fracasso comercial, a exemplo dos charutos, da cachaça, da rapadura, das telhas e tijolos.

#### **4.2 A atividade econômica: História do artesanato cerâmico em Maragogipinho**

O distrito de Maragogipinho é considerado por muitos como o maior centro cerâmico das Américas. Hoje existem 75 olarias que produzem de forma artesanal peças em cerâmica, desenvolvendo produtos utilitários e de decoração. Cerca de 18.000 peças é a média da produção mensal da comunidade, somando-se o trabalho de todas as olarias.

Mesmo com este reconhecimento, muito pouco existe registrado sobre o surgimento da cerâmica nesta localidade. Segundo Pereira(1957) “ Acreditamos ser mesmo bem antiga a atividade oleira no lugar. As referências feitas pelos cronistas do século XVIII lhe dão o sentido de coisa constituída, já suficientemente divulgada, afastando qualquer hipótese de um centro de

artesanato recente ou duma comunidade onde simplesmente havia um ofício tradicional.”.

Concluimos assim, que mesmo os historiadores não conhecendo precisamente a origem da atividade cerâmica em Maragogipinho, desde o século XVIII já havia registros sobre um volumoso número de oleiros exercendo a atividade, já que os escritores da época, classificam a comunidade como “centro de artesanato”. Comprovando esta afirmação, Aguiar(1888), qualifica a comunidade como “industriosa povoação, cheia de olarias.”. Diz ele:

“Descendo-se o Rio desde Nazaré, encontra-se à direita o canal que conduz ao Rio d’Aldeia, e antes, a industriosa povoação de Maragogipinho, cheia de olarias, onde se fabricam as melhores vasilhas de barro do nosso mercado, como sejam: potes, talhas, bilhas, moringas, quartilhas, copos, panelas, caborés, etc., etc., especialmente as talhas de encomenda, pintadas e esculpidas, que são verdadeiros primores de arte. Escusa dizer que esse vasilhame, não vidrado, nos faculta as melhores resfriadeiras naturais até hoje conhecidas”.

O Artesanato local sofreu dois tipos de forte influência, que determinou o estilo da produção cerâmica de Maragogipinho: a influência Indígena e a influência portuguesa. Os Índios tiveram uma forte influência na cerâmica utilitária de Maragogipinho. Vê-se isso muito forte na forma, e principalmente na decoração das peças, quando se utiliza intensamente o tauá, corante natural, para obter a coloração vermelha e na tabatinga, outro corante natural, para obter a cor branca. Já os portugueses deixaram suas marcas, no avanço que houve no meio de produção, quando introduziram o torno, o forno a lenha e o coberto.

A influência portuguesa foi extremamente importante para o sucesso da comunidade e para a perpetuação da atividade econômica da região, até os dias de hoje. O fator determinante nisso tudo é que todas as unidades de produção na época produziam o artesanato cerâmico somente com as mãos. A inserção do torno foi uma revolução aos rudimentares métodos de produção e um grande avanço, que aumentou substancialmente a produtividade e a qualidade das peças. Além desses equipamentos, a melhoria dos fornos, levaram o artesanato de Maragogipinho ganhar um diferencial competitivo, que os outros não tinham. Talvez este seja um dos fatores que contribuíram para o desaparecimento de diversas outras unidades de produção de artesanato cerâmico na região.

Outro fator importante da influência portuguesa e que até os dias de hoje nós vemos no dia a dia da comunidade de Maragogipinho é a intensa utilização do trabalho feminino no brunhir e na decoração das peças

Apesar do grande volume de produção e do envolvimento direto e indireto de 70% das pessoas que moram em Maragogipinho na cadeia produtiva, a característica predominante desta atividade produtiva é ser artesanal. A economia do distrito tem suas bases fixadas nesta atividade, e baseiam sua subsistência nas atividades correlatas ao artesanato cerâmico, seja na obtenção de matéria prima, no desenvolvimento das peças, no acabamento, pintura, no transporte ou na comercialização.

Desde que foi trazida ao Brasil pelos Jesuítas portugueses no período colonial, a atividade de olaria é baseada nos mesmos processos. Durante todos estes anos de existência muito pouco mudou na forma de se produzir às peças. Às técnicas utilizadas no tratamento da matéria prima, a confecção das peças, a queima e o acabamento são as mesmas, o que mudou praticamente foi somente o mercado e as exigências dos clientes. O grande número de modelos e tamanhos das peças dificulta a padronização e homogeneização da produção e do mercado, soma-se a isto inexistência de atividades que levem ao desenvolvimento, racionalização ou aprimoramento de novas linhas de produtos, fato que repercute na saturação do mercado e na abertura de possíveis outros nichos de mercado e que facilita que a noção de artesanato se perca abrindo espaço à fabricação de peças isoladas solicitadas por encomenda [geralmente traduzem os anseios dos comerciantes / *atravessadores* de artesanato].

Conclui-se, então, em face de sua importância, não só no que hoje vale como fonte de arte popular na Bahia e das mais expressivas, senão mesmo por sua antiguidade e tradição.

A grande incógnita na história da Comunidade, encontra-se na mistura de povos, raças e técnicas produtivas variadas, uma vez que o Torno e o Forno de Tijolos e capelas utilizados em Maragojipinho são de influência portuguesa e alguma das pinturas encontrada tem origem indígena e africana.

Em pesquisas superficiais realizadas na região, foi levantada a hipótese de que Maragojipinho pertencia a uma Fazenda dos Jesuítas que produzia blocos e telhas, com sede na cidade de Jaguaripe. Os irmãos Jesuítas dominavam as técnicas europeas de produção com torno a pé, da pintura portuguesa e da queima em fornos de Capela, porém encontravam dificuldades em ensinar aos indígenas que habitavam o nosso país.

Em virtude do bloqueio encontrado, supõe-se que os Irmãos passaram a ensinar aos negros que antes faziam o trabalho pesado da olaria na Sede da Fazenda.

O grande número de negros na comunidade e os registros encontrados dos tradicionais mestres negros fortificam a tese de que o seu surgimento se deu de uma colônia de Negros, misturados com índios com o apoio dos irmãos Jesuítas.

São de Maragojipinho que saem as principais peças que mantêm a tradição da secular Feira dos Caxixis, que acontece sempre a partir da Quinta-feira Santa no município vizinho de Nazaré. Os caxixis são minúsculos objetos de barro, peças utilitárias e de decoração em cerâmica, mas hoje, mesmo mantendo o nome, a feira oferece ao visitante um material bem mais diversificado, com peças de todos os tipos de tamanhos.

O método de trabalho dos artesãos de Maragogipinho segue a tradição de se fazer às peças em um torno de madeira movido pelos pés e o barro, como a muitos séculos atrás, continua sendo queimado em forno de lenha. Mas as peças evoluíram e hoje os artesãos fornecem peças de decoração, ricamente trabalhadas, e utilitários para restaurantes, hotéis e pousadas.

Organizados na AAMON - Associação de Auxílio Mútuo dos Oleiros de Maragogipinho, os oleiros utilizam o espaço da entidade para vender seus produtos e também para reuniões da categoria. Em Maragogipinho são vários exemplos de gerações inteiras formadas moldando o barro, como exemplo o artesão Almerentino Leal, que já com 60 anos de profissão produz normalmente durante todo o dia, junto com seus filhos e netos, fazendo arte com as mãos e com o espírito. É um trabalho especial, não só porque garante também o pão de cada dia, mas também porque transforma pessoas simples em artistas e garante a sobrevivência de uma cultura tradicional que deve se perpetuar ainda por muitos e muitos anos.

#### **4.3 A Organização Sócio-Produtiva de Maragogipinho - A cerâmica e sua cadeia produtiva**

Para que pudéssemos conhecer e entender como funciona a organização sócio-produtiva de Maragogipinho, tivemos que vivenciar a realidade local estando

presente em todas as fases da produção e em muitos momentos da rotina da vida local.

Partimos destes momentos de observação participante e de observação direta, utilizamos artefatos físicos para melhor conhecer a história e a cultura local, o processo de produção e as demais fases. Mas as entrevistas do censo empresarial foram o maior contato que tivemos com os artesãos.

Através desta entrevistas buscamos visitar todas as olarias existentes em Maragogipinho, que somam 74, e entrevistar “um a um” os proprietários de cada uma delas, para que pudessemos ter um dado preciso de quantas unidades produtivas realmente existem na localidade. Anteriormente esta informação era utilizada por diversas instituições, inclusive o SEBRAE e a própria Associação dos Oleiros de forma bastante diversificada, por exemplo, a Associação utilizava um número de 60 olarias e nesta pesquisa cadastramos 74, o número oficial de estabelecimento na data da pesquisa.

Nesta oportunidade buscamos, além de cadastrar todos os oleiros, fazer uma pesquisa para identificar uma série de informações importantes para tomada de decisões e para conhecer melhor a comunidade. Informações estas que, algumas delas, já sabíamos, mas não tínhamos a fundo qual a dimensão, qual o número e a qualidade da mesma.

A seguir relataremos como funciona e se configura o ASPL da comunidade de Maragogipinho.

#### **4.3.1 A cerâmica e a vida na comunidade**

No conjunto de manifestações da cultural-material brasileira a cerâmica tem papel relevante. As origens de suas formas, os vários motivos e suas técnicas diferentes, não foram ainda suficientemente estudados.

O problema persiste na cerâmica indígena e na popular artesanal ou folclórica apenas variando, conforme o caso, de nome e de espécie. Não obstante a colaboração de inúmeros estudiosos, alguns mesmo eminentes, na soma de esclarecimentos há sempre uma parcela de mistério, mesmo porque, em qualquer das duas, seria difícilimo classificar-se.

Maragogipinho é um lugarejo aprazível e bonito. Situa-se a beira dum braço de rio — conhecido como “Rio de maragogipinho” — que vai afluir no Jaguaripe. A região caracteriza-se por uma paisagem aberta, descampada, duma acolhedora beleza natural, onde num verdadeiro labirinto se entrosam pequenos cursos d’água, aqui e ali, cobertos de mangues, ou pontilhados de gamboas e currais de peixe, sulcados por canoas de nomes pitorescos.

A primeira vista o vilarejo tem um aspecto desolado. A Igreja pobre, com o adro



atapetado em capim rasteiro; as casas de tijolo e cal, de taipa ou barrote enfileirados ao longo das ruas calçadas com paralelepípedos. Aqui e ali uma árvore frondosa sombreando um pedaço de chão. Lavoura praticamente não há de espécie alguma. Comércio dedicado a atender a pequena demanda local.

Mas, se olharmos pôr outros prismas a vida em Maragogjipinho, veremos que essa aparência de comunidade morta adquire movimentação tomando um sentido de dinamismo e trabalho.

Descendo a rua principal, atravessando o largo terreno à frente da Igreja e enveredando por uma ladeira que se alonga até a beira do rio, chega-se ao porto. Ali é que tudo se modifica e o quadro se enriquece com a atividade dos oleiros, o verde da paisagem, o azul do céu e a policromia da louça de barro amontoada, esperando embarque.

Vamos à murada do cais e lá veremos mulheres que chegam trazendo à cabeça balaios cheios de moringas. Outras, curvadas sobre as pilhas de potes e talhas, selecionam a mercadoria a ser embarcada, retirando as peças quebradas.

Por toda cidade vemos mulheres sentadas nas portas de suas casas, em rodas de bate papo, executando alguma atividade da cadeia produtiva do artesanato local. Algumas pintando peças, outras executando o cansativo trabalho de brunir. Outras, ainda, recolhem peças que durante o dia estavam secando enfileiradas na

calçada.

Assim é Maragojipinho. Toda a vila envolvida na atividade oleira, como se fosse uma única e grande olaria.

#### **4.3.2 O produto cerâmico**

Há muito tempo, os produtos de Maragojipinho, vem atravessando uma fase de decadência bem delineada quando se considera o produto de hoje em relação aos de alguns anos atrás. São inferiores sob todos os aspectos, desde a confecção propriamente dita, passando pelo acabamento, até a decoração.

Maragojipinho apresenta, atualmente, uma cerâmica vistosa, com marcantes características de tipicidade, mas sem o encanto das antigas, sem aquele traço do trabalho popular que nos faz sentir a íntima ligação entre o artista e sua obra. Salvo raras exceções continuam a confeccionar os mesmos produtos e, de modo geral, a decorá-los da mesma forma — se bem que, os processos decorativos têm se modificado, como veremos mais adiante, chegando à introdução do que chamam “pintura funcional”. Mas é a mesma afeição da louça, embora inferiorizada.

Não que o exemplo dos velhos mestres haja caído no esquecimento, pelo contrário, continuam bem lembrados, e a obra de alguns ainda é considerada

padrão. Entre estes, está Silvestre Costa, falecido em 1942, do qual o Instituto Feminino da Bahia guarda em seu Museu de Arte Popular uma bela série de trabalhos feitos por volta de 1929: peças torneadas em tabatinga branca e decoradas pela mulher do artista —que sempre o auxiliou — com delicados motivos florais, e bom efeito cromático. Nesta série, encontra-se exemplares dos tradicionais “púcaros de engano” e “púcaros de pomba”.

Além de trabalhos maiores (decorados com tauá), o Museu preservou-nos uma coleção de caxixis em barro vermelho, tão esmeradamente brunido que parece vidrado. E o que mais nos impressiona no trabalho de Silvestre, é o seu cuidado de apresentar a coisa bem feita, sem falhas, dando à peça um toque de obra de arte ao mesmo tempo em que para ela transporta toda a sua dignidade profissional. Silvestre Costa foi, talvez, o maior ceramista de Maragogipinho ou um dos maiores. Pelo menos seu trabalho evidencia que ele tinha um *finis operis* e não um *finis operantis*.

Tiveram outros artistas dessa estirpe em Maragogipinho. Um deles é mestre Hildebrando, conhecido por suas obras, e também Pedro Xavier, para citarmos dois apenas.

Todavia, se falamos em decadência, compreenda-se que ela não seja devida a pouca habilitação dos artesãos atuais, por força do desinteresse ou da inaptidão profissional. Ao contrário, estão habilitados ao exercício da arte e

profissionalmente aptos, sendo até surpreendente a forma como lutam para defender a tradição de seu trabalho ante as contingências que de toda forma os pressionam. Assim, tal decadência só pode ser levada à conta das condições econômicas ou sócio-econômicas, melhor dizendo, que conforme ligeiramente demonstramos em páginas atrás, ora negativamente afetam o artesanato e a arte popular.

Também havemos de considerar que, sob determinado aspecto, é relativa a avaliação dessa decadência, desde que o progresso técnico acarretou a restrição do consumo de certos artigos, outrora de uso comum, a um grupo social mais reduzido. Alguns utensílios de barro que antigamente, ricas casas da classe média e nos solares aristocráticos, tinham lugar ao lado da mais fina porcelana européia, estão relegados ao emprego da gente menos favorecida e das populações sertanejas. Não existe melhor exemplo que o das celebres quartinhas, hoje quase superadas na sua dupla finalidade, servir de copo e refrescar a água. Foram, entretanto, artigo de primeira necessidade na casa de nosso avô e seu uso se estendeu até a bem poucos anos. No mobiliário das velhas residências havia uma peça especial para guardá-las, chamava-se “quartinheiro” ou “aparador”, uma espécie de estante com duas prateleiras ficando as moringas na de cima e as quartinhas (uma de cada membro da família) encaixadas na de baixo. Alguns desses móveis eram até suntuosos, confeccionados em jacarandá, com os pés torneados e a parte superior coberta de mármore, tendo capacidade para guardar 10 ou 12 quartinhas. O mesmo se poderá dizer das talhas elegantes que também

eram colocadas sobre artísticas armações de jacarandá torneado.

Atualmente a cerâmica de Maragojipinho parece estar passando por uma das mais interessantes fases de sua história. Tudo indica estar se formando entre os oleiros a compreensão das tendências do mercado. Perceberam que a maioria dos artigos produzidos já não encontra a mesma aceitação antiga, pelo menos nos centros urbanos mais desenvolvidos que, por sua vez, são os maiores centros consumidores.

Então, iniciou o lançamento duma nova linha de produção, baseada em artigos decorativos: vasos, cachipôs, etc..., com uma feição plástica mais acorde ao “gosto moderno”, a qual se vai estendendo aos produtos tradicionais, como se nota na forma nova de algumas moringas. O mesmo processo tenta na decoração das peças com a já mencionada pintura que chamam “funcionais”.

Uma fase evolutiva, ao menos no que se relaciona ao arrojo das vocações e à manifestação da sensibilidade estética em face da época, mas por isto mesmo perigosa. Se não for orientado ao limite que lhe é possível atingir, poderá redundar na descaracterização total de sua tradição e sua tipicidade, desenraizando-a, anulando-a.

### **4.3.3 As olarias**

As infra-estruturas das olarias são praticamente únicas. Quase a totalidade delas são construídas em cima do mangue e seu piso é o chão batido, misturado com o barro que é trazido para a produção das peças. Sua construção é de ripas de madeiras ou em grades de bambu e as coberturas ou são de palha ou de telhas. As de telha são as chamadas “olarias” propriamente ditas; as de palha, mais pobres, em geral de produção mais reduzida, são denominadas “palheiros”. Os tamanhos das unidades de produção variam de 50m<sup>2</sup> a 150m<sup>2</sup>.

Dentro das olarias também o padrão se repete. Poucos equipamentos, geralmente o torno e bancadas para exposição das peças. Uma quantidade de barro em estado bruto em um dos cantos, peças prontas para entrega e peças em exposição. Iluminação apenas da luz natural, já que eles não utilizam nenhum tipo de iluminação artificial.

Todas as olarias têm problemas de umidade e poluição, e no inverno dificuldades de acesso já que ficam em zonas de antigos mangues e fontes de água.

Toda a atividade de uma Olaria está baseada na figura do Oleiro e do Torno ou Roda, como alguns chamam. O oleiro normalmente é o proprietário do estabelecimento e o mais experiente na atividade. É o artista e a referência para sua equipe de trabalho. O torno é considerado o equipamento principal.

Geralmente fica localizado no melhor local da Olaria, ou logo na entrada, próximo da ventilação e da iluminação natural. Apesar desta importância, os tornos são feitos de madeira, de forma bastante artesanal e improvisada. Em poucas olarias foi observado mais de um torno.

Vale a pena ressaltar, que nem todas as peças produzidas precisam do torno, mais a grande maioria do que é produzido em Maragojipinho passa por este equipamento. A produção de esculturas, santos, burrinhos, etc, são feitos manualmente, apenas com a criatividade e a imaginação dos artistas.

Nas olarias predominam a estrutura familiar, mesmo com atual resistência dos jovens de se ingressarem na atividade. Geralmente na olaria trabalham o patriarca, que é o oleiro principal, o(s) filho(s) que faz as atividades de arrumação, organização e comercialização e um ou dois ajudantes que fazem o trabalho mais pesado, tipo amassar o barro e/ou queimar. Os filhos estão ali como aprendizes, muitos já produzem e já utilizam o torno, desmistificando o instrumento que na hierarquia da atividade é do patriarca, e são eles que, geralmente inserem mais conhecimento na atividade, já que a grande maioria estuda em escolas e trazem uma visão de fora da atividade para dentro das empresas.

As esposas também fazem parte desta hierarquia, e em muitas olarias elas desenvolvem atividades de pintura e brunhir, já que são tarefas essencialmente das mulheres. Mais isto não predomina, o que acontece na maioria das olarias é estes

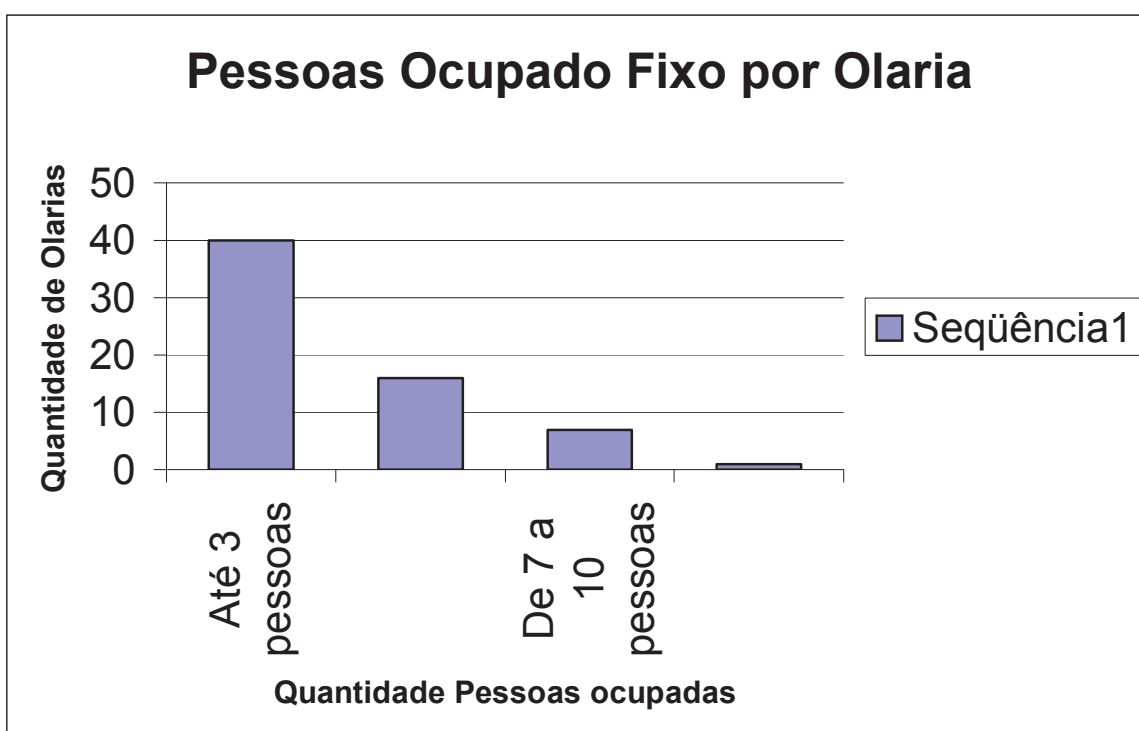
serviços serem terceirizados para outras mulheres da comunidade, que também herdaram estes saberes de seus antepassados.

Mais de 80% das olarias têm até 6 pessoas trabalhando fixas, não são trabalhadores com carteiras assinadas, mais trabalham o ano todo nestas unidades.

Apenas três tem mais de 10 pessoas fixas trabalhando

**Gráfico 06. Maragojipinho: Quantidades de pessoas ocupadas fixas por olaria**





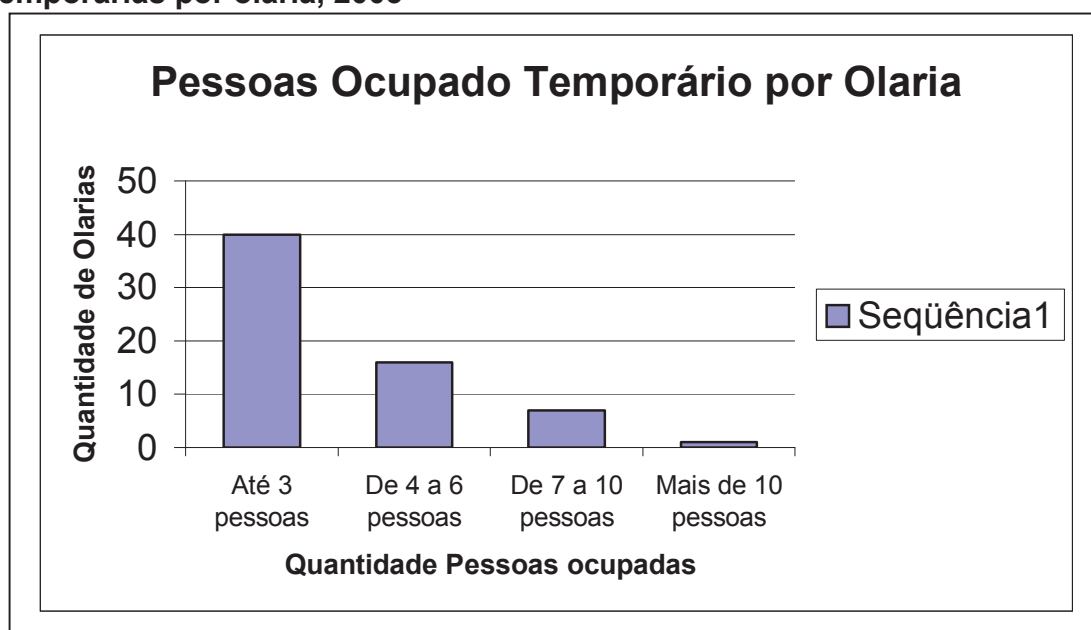
Fonte: Dados primários – Censo empresarial das Olarias de Maragogipinho, 2003.

A terceirização é uma atividade predominante no setor. Dentro desta cadeia produtiva há um número muito grande de atividades que são terceirizadas dentro da própria comunidade, utilizando serviços informais que fortalecem a história e a cultura local.

A pintura das peças é uma destas atividades que mantém a história local, já que é uma atividade que tem um componente de identidade cultural muito forte e é uma das atividades que são passadas de pais para os filhos durante toda a história de Maragogipinho. Esta pintura foi iniciada pelos índios que habitavam a região e até hoje é utilizada na atividade e é um dos diferenciais do artesanato local.

A atividade da pintura é feita por jovens e adultos do sexo feminino. Cada olaria já tem as pessoas certas para estas atividades. Além da pintura a brunhição também é uma atividade que tem sido terceirizada.

**Gráfico 07. Maragogipinho: Quantidade de pessoas ocupadas temporárias por olaria, 2003**



**Fonte: Dados primários – Censo empresarial das Olarias de Maragogipinho, 2003.**

Nas olarias também o forno tem um lugar de destaque. Poucas peças são comercializadas sem a queima, isto é, sem ir ao forno antes. Estes podem ser de diversos tipos e tamanhos, mas predominam os chamados “forno de capela” — alto, abobadado, com a fornalha no plano inferior, separada da câmara de cozimento por uma grade revestida de tijolos; o enchimento se faz por abertura na parede fronteira que é recomposta na hora da queima. Apesar de empírico, muitas

vezes não favorecendo a igual concentração de calor em toda à área da câmara, é um tipo de forno bem mais avançado do que aqueles encontrados no sertão, aos quais já nos referimos no capítulo anterior.

Apesar da sua importância os fornos não são bem conservados e muitos deles estão em situações bastante prejudicadas. Alguns datam de séculos passados e somente foram feitas pequenas reformas, para evitar o mais grave. A maioria deles têm mais de 50 anos de uso.

Outro fato importante a ressaltar é a ausência de crianças dentro das olarias, o que era uma prática no passado, no futuro pode ser um problema para a comunidade. Antigamente, relata os atuais oleiros, os pais passavam os ensinamentos para os filhos de como produzir o artesanato, as crianças cresciam dentro das olarias. Hoje além da ameaça de serem multados por “trabalho infantil”, as próprias crianças tem uma grande resistência por esta atividade, seja devido aos ensinamentos da escola formal, que induz o emprego fora da localidade, seja pelo distanciamento da cultura predominante da vida artesanal.

#### **4.3.4 O perfil dos Oleiros**

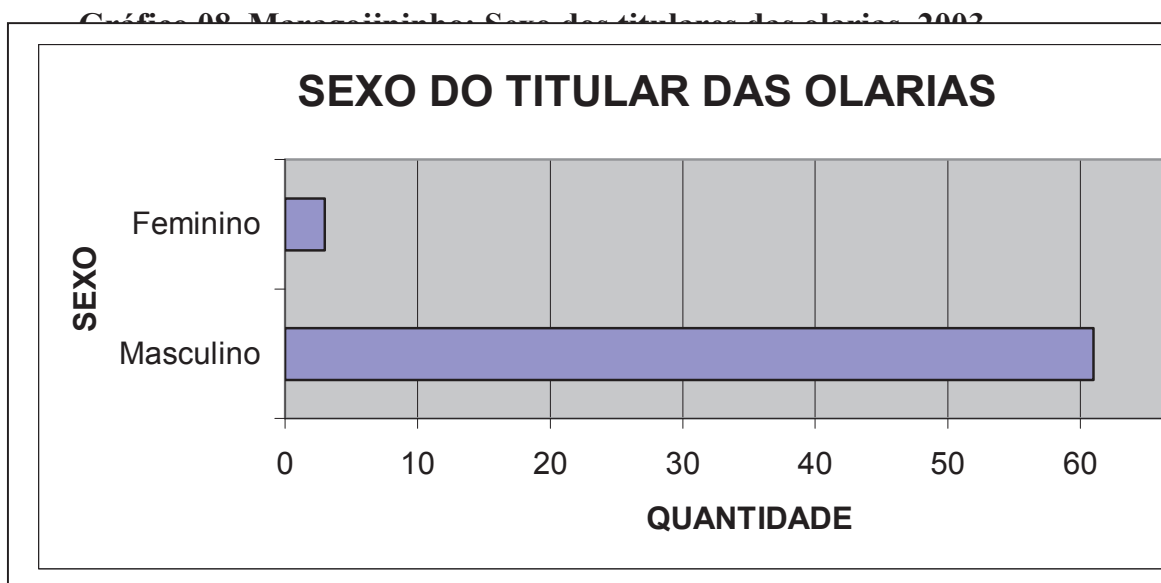
A principal figura de todo este processo histórico de produção é o Oleiro. Ele

geralmente é o patriarca da família, que consegue ter uma unidade de produção, principalmente através de herança, mais em algumas vezes através de compra. Dos 74 oleiros entrevistados apenas duas eram do sexo feminino, a grande maioria estudou apenas até o 1º grau, muitos já tem mais de 10 anos de profissão. Abaixo relataremos alguns dos principais pontos pesquisados:.

#### **4.3.4.1 Sexo do titular da Olaria**

Como por exemplo, o sexo dos oleiros, já sabíamos previamente que “quase” todos eram do sexo masculino, mas na pesquisa o que surpreendeu foi a existência de duas mulheres exercendo esta atividade, que na distribuição tradicional da comunidade é tarefa dos homens e num passado próximo não existiam mulheres fazendo este tipo de atividade. Ainda prova desta divisão de tarefas, estas duas não trabalham com o torno, instrumento símbolo do trabalho masculino nesta cadeia produtiva.

Mais isto pode sinalizar que alguma mudança esta em andamento na comunidade, já que na tradição local, as mulheres não poderiam se aventurar neste tipo de atividade. Ver quadro abaixo:



**Fonte: Dados primários – Censo empresarial das Olarias de Maragogipinho, 2003.**

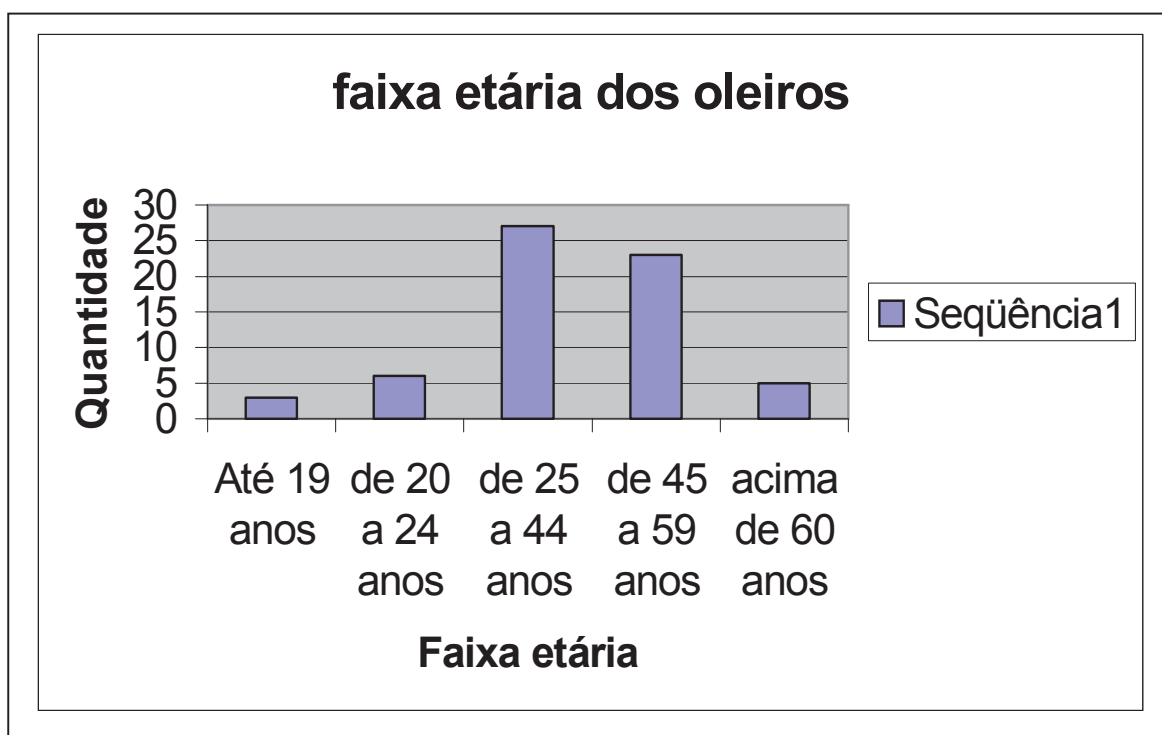
#### 4.3.4.2 Faixa etária dos Oleiros

Com relação a faixa etária dos oleiros observamos que a uma predominância de pessoas que estão na faixa etária de 25 a 59 anos, porem é interessante observar que existem 5 oleiros com mais de 60, e esses são os mais famosos e mais conhecidos no mercado de artesanato baiano e até nacional, já tendo sido motivo de reportagem em diversas revistas, como Casa Cláudia, Caminhos da Terra, etc e em diversos programas de televisão.

Apesar do momento difícil na transferência do conhecimento dos mais “velhos” para os mais “novos” nesta profissão, existem alguns oleiros, inclusive donos de olarias com idade inferior a 18 anos. Geralmente estes fazem trabalhos mais arrojados, inserindo novas matérias primas para se somar com o barro e novas

idéias com elementos da modernidade e da cultura globalizada atual. Estas misturas, são motivos de discussões e debates dentro da atividade, já que há uma corrente forte de artesãos que defendem a tradição e o caráter histórico e artístico das peças. Mas mesmo assim, são jovens locais, filhos de artesãos que continuam a história da comunidade.

**Gráfico 09: Maragogipinho: Faixa etária dos Oleiros de Maragogipinho, 2003**



Fonte: Dados primários – Censo empresarial das Olarias de Maragogipinho, 2003.

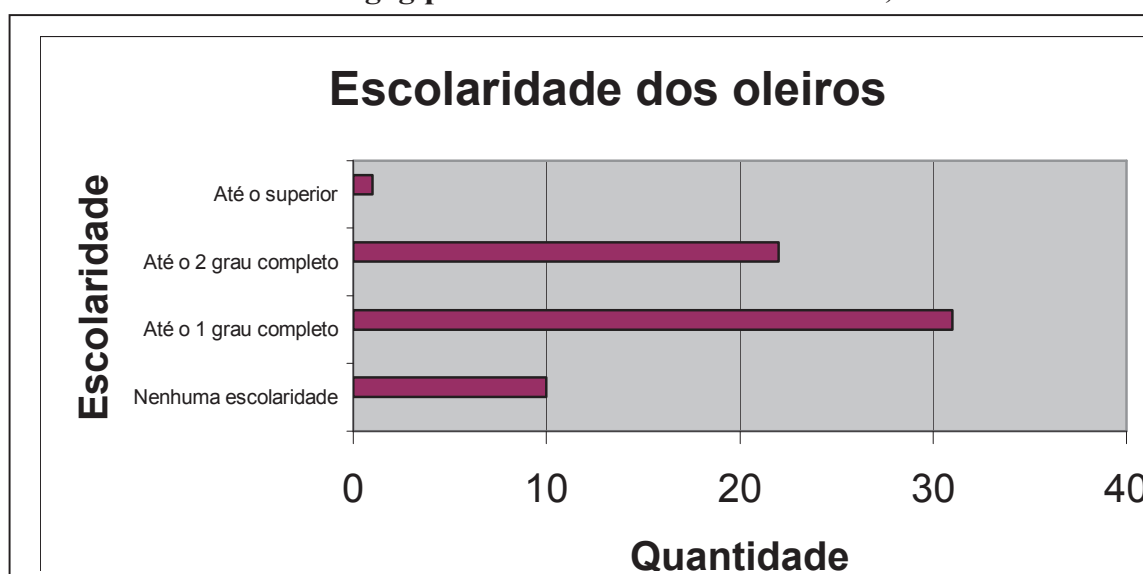
#### 4.3.4.3 Escolaridade dos oleiros:

Cerca de 66% dos artesãos concluíram apenas o 1º grau ou não tem nenhuma escolaridade, isto demonstra que há um nível educacional muito alto na

comunidade. Apesar de todos terem uma atividade profissional definida, esta carência na educação formal, pode ser um fator limitante para o desenvolvimento da comunidade, principalmente quando correlacionamos estes dados com os dados de faixa etária, onde grande maioria destes profissionais, estão com mais de 25 anos.

Há um déficit de educação formal muito grande e isto pode ser um sério fato limitante.

**Gráfico 10. Maragogipinho: Escolaridade dos Oleiros, 2003**



**Fonte: Dados primários – Censo empresarial das Olarias de Maragogipinho, 2003.**

#### **4.3.4.4 Tempo no Ramo cerâmico dos oleiros**

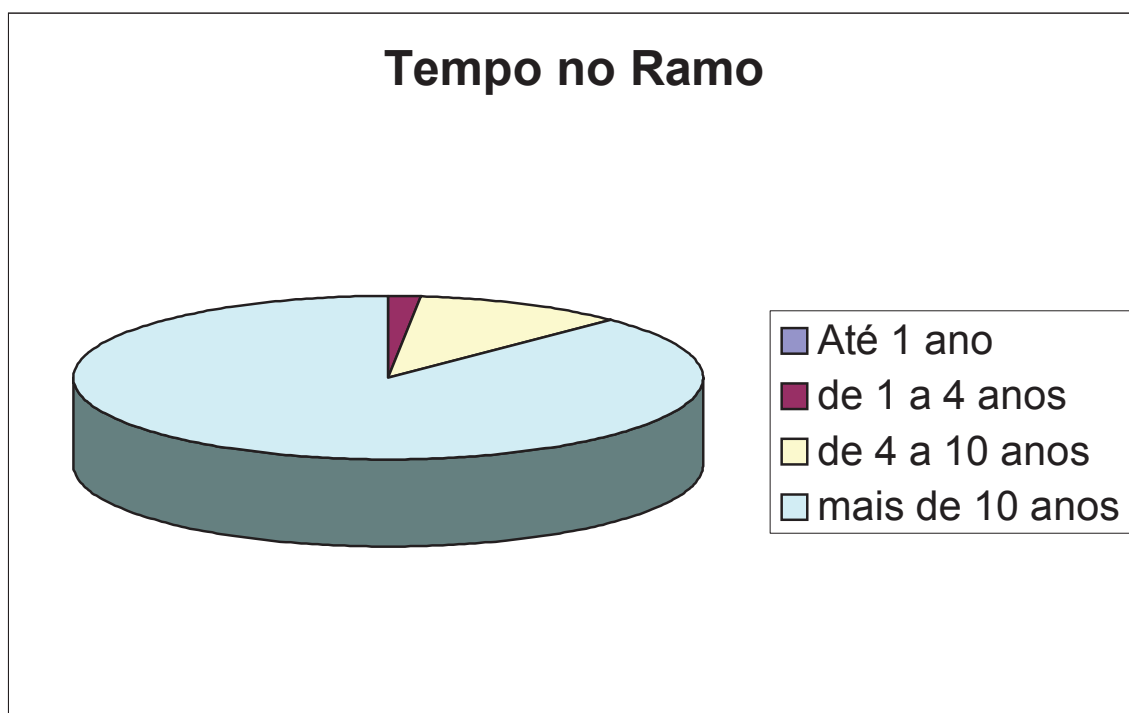
Mais de 75% dos artesãos têm 10 anos ou mais de trabalho na atividade, o que demonstra sinais de tradição e condições de sobrevivência na atividade. Quando

abordados sobre fechamento de unidade de produção, as informações locais são de que poucas olarias fecham, isto é, o índice de mortalidade é quase nulo. Quando confrontamos estas informações com as obtidas no gráfico abaixo, vemos que os oleiros que ingressam na atividade conseguem, se não prosperar, mais sobreviver na atividade produtiva por muitos e muitos anos, as vezes até como única profissão durante toda sua vida.

Poucos artesãos tem menos de 4 anos na atividade, geralmente estes são os jovens que estão ingressando na atividade e descobrindo agora todo o potencial de geração de emprego e renda da atividade.

**Gráfico 11. Maragojipinho: Tempo no Ramo cerâmico dos oleiros, 2003**

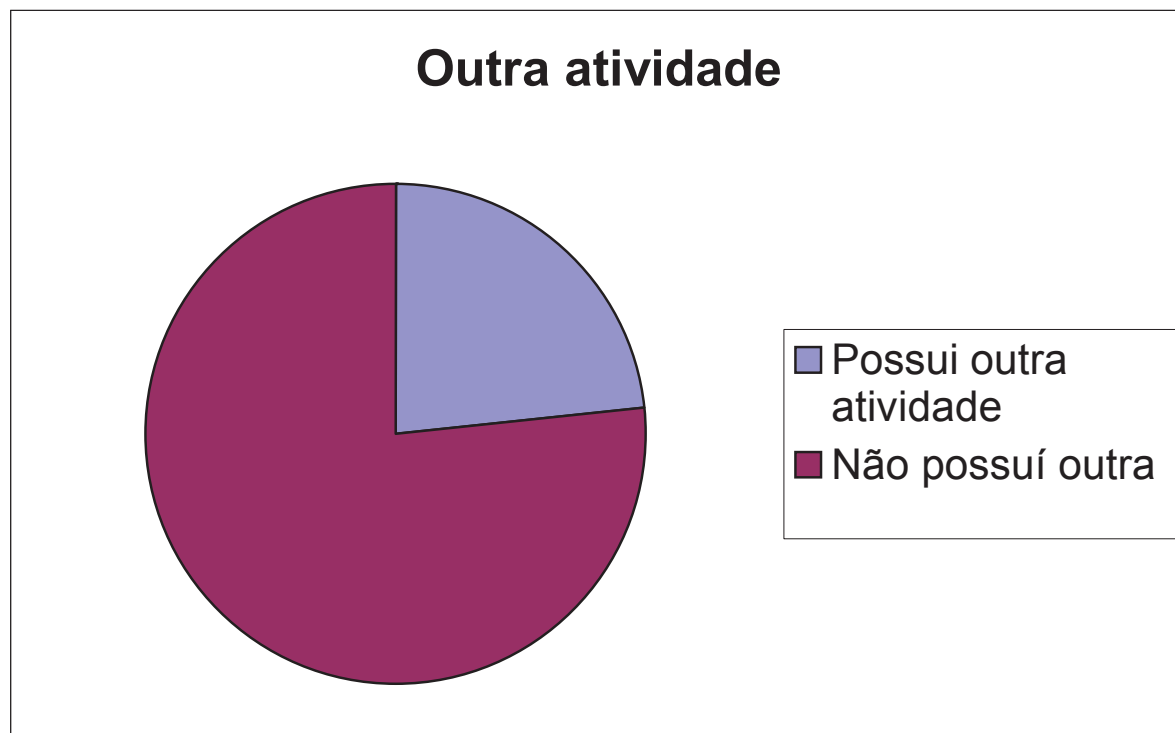




Fonte: Dados primários – Censo empresarial das Olarias de Maragojipinho, 2003

Além de terem muitos anos na atividade cerâmica, outro ponto relevante é que mais de 75% dos oleiros tem o artesanato como única atividade de geração de renda para as suas famílias.

**Gráfico 12. Maragogipinho: Artesanato como única atividade do oleiro, 2003**

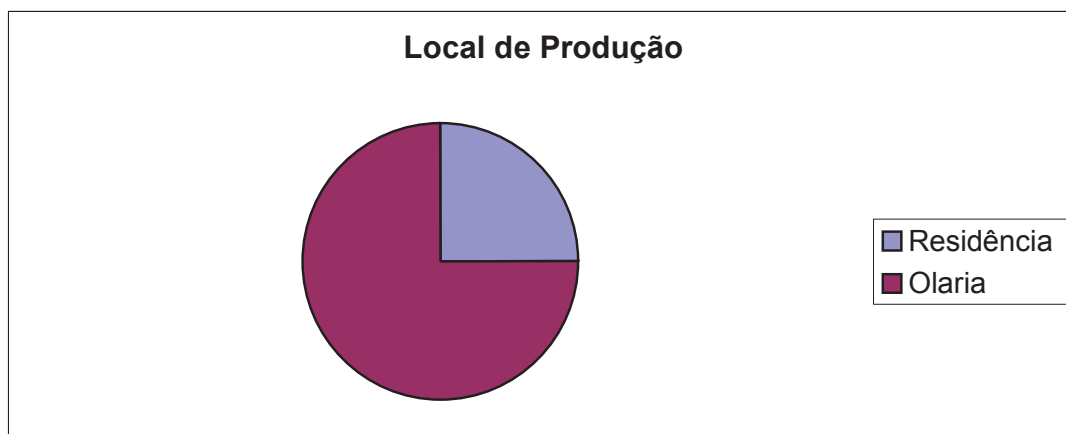


Fonte: Dados primários – Censo empresarial das Olarias de Maragogipinho, 2003.

#### **4.3.4.5 Local de Produção**

Outro aspecto relevante é a configuração do local de produção. Há uma grande concentração de olarias em uma mesma região, próxima ao rio e ao manguezal, mas alguns oleiros preferem trabalhar em suas próprias residências, não estando fisicamente em uma aglomeração de empresas. Geralmente estes não vendem para pessoas que comprem em Maragogipinho, e sim trabalham sobre encomenda ou para colocar seus produtos em lojas de terceiros. Ver gráfico a seguir

**Gráfico 13. Maragogipinho: Local de produção, 2003.**



**Fonte: Dados primários – Censo empresarial das Olarias de Maragogipinho, 2003.**

#### **4.3.5 O Processo Produtivo**

O processo de produção, em Maragogipinho, é o mesmo desde que foi introduzido o torno, isto é, a mais de 200 séculos se produz da mesma forma. Abaixo descrevemos o processo produtivo predominante nas olarias de Maragogipinho, segundo os artesãos locais:

##### **1. Extração do barro**

Esta atividade é realizada pelo chamado “barreirista”, aquele que explora “o pedaço” alugado da fazenda para retirar o barro. É utilizada a caçamba doada pelo

Governo do Estado para Maragojipinho, para transportar o barro da jazida até a olaria. Se o barreiro colocar o barro dentro da olaria ele cobra mais R\$ 10,00. Geralmente o combinado é deixar na frente da Olaria.

A compra do barro é feita pelo Oleiro diretamente ao “barreiro”. Predomina o sistema de encomenda, isto é, o “barreiro” faz a retirada do barro de acordo com o que foi demandado pelos artesãos. Cada olaria compra de acordo com a sua necessidade por mês. Algumas olarias chegam a utilizar 4 caçambas /mês. A maioria usa  $\frac{1}{2}$  caçamba por mês. Esta variação na quantidade comprada depende muito da linha de trabalho do artesão e do volume de peças que produz.

## 2. O barro vai para depósito.

O depósito geralmente é dentro da olaria, em um dos cantos ou mesmo no centro da olaria. Constantemente deve ser molhado para não ressecar. Este local é bem próximo do local de produção. Há 3 tipos de barro, de acordo com a qualidade: o gorduroso ( mais liso, “tipo sabão”), o menos gorduroso ( pouco liso) e o Areiento (“barro fraco”, com impurezas). A medida que eles utilizam para sub-dividir o barro, eles chama de tarefa.

### 3. Retirada do barro do depósito para produção.

O oleiro dono da unidade, após decidir a quantidade que vai produzir, determina a quantidade que será retirada para a atividade. Esta atividade é realizada pelo trabalhador que é classificado dentro das olarias como “Amassador”, que além desta atividade vai executar mais 3 fases do processo.

### 4. Pisar o barro

Esta atividade consiste em levar o barro para o que eles chamam de “pisa” ou seja pisar o barro, misturar com os pés. O barro é colocado no chão, sob uma camada de areia fina para eles pisarem o barro, é uma forma mais grosseira de amassar o barro. Nesta fase são misturados alguns tipos do barro. Atividade realizada pelo amassador. O local da pisa é dentro da própria olaria.

### 5. Empelar o barro

Após o barro ser “pisado” ele é levado para o “empelador” ou seja uma tábua onde o barro é amassado com as mãos e onde são tiradas as impurezas do barro, as pequenas pedras ou pequenos pedaços de vegetais. Esta fase é para dar consistência ao barro. Unificar o barro. Atividade realizada pelo Amassador.

## 6. Dividir o barro em “pelas”.

Nesta fase, o barro depois de amassado, é dividido em tamanho que facilitem a produção no torno ou manualmente. Estas sub-divisões do barro maior depois de amassado são chamadas de “pelas”. Estas devem ser utilizadas em pouco tempo senão podem “espigar”, forma que eles chamam ressecar o barro. Para evitar isto, eles às cobrem com plásticos pretos.

Para exemplificar, se for fabricar grandes vasos, eles dividem em “pelas” grandes, se forem fabricar porquinhos (minhaeiros) eles dividem em “pelas” pequenas. Existem 5 tamanho de “pelas”, que são numeradas de 1 a 5, sendo a número 5 a maior. Atividade realizada também pelo amassador.

## 7. Fabricação das peças

Após dividir em pelas o barro, o oleiro ou oficial, pega as pelas e as leva para fabricação, que pode ser no torno ou manualmente. Às vezes, se usam pequenos utensílios para melhorar o acabamento das peças, a exemplo de espátulas.

## 8. Modelagem

Após o trabalho feito no torno ou manualmente, algumas peças precisam de retoques, ou seja, colocar pequenos detalhes. Esta fase é executada pelo “modelador” ou “preparador”. Como exemplo podemos citar a colocação das orelhas dos porquinhos para minhaeiro ou asa de xícaras.

## 9. Pintura com Tauá

Algumas peças também precisam ser pintadas com o Tauá. Esta tinta é natural e também é extraída do mesmo lugar de onde é extraído o barro, tem uma cor avermelhada e lembra o próprio barro. Atividade feita por mulheres, chamadas pintoras.

## 10. Brunhir

Esta atividade também é realizada pelas mulheres. Eles chamam de “brunhir”. Nada mais é do que lixar as peças. Deixa-las bem lisas e brilhantes. Antigamente eram 100% realizadas nas casas, hoje algumas olarias já estão fazendo esta fase dentro da própria olaria. Atividade realizada pelas brunhideiras ou burnideiras;

### 11. Secagem

Deixar as peças um tempo antes de levar ao forno para secar. Permanecem na própria olaria na sombra. Esta atividade é realizada pelo próprio oleiro ou por um “manobrista”.

### 12. Arrumação das peças dentro do forno

É uma fase importante e pode determinar o nível de produtividade da olaria. Quem tem a técnica de fazer uma boa arrumação das peças nos fornos para a queima, pode queimar mais peças por vez, ganhando velocidade no ritmo de produção. Atividade feita pelo arrumador do forno, que muitas vezes é o próprio oleiro.

### 13. Queimação

Tempo que as peças ficam dentro do forno queimando. Normalmente fica uma pessoa acompanhando para manter sempre o fogo em uma boa temperatura. Atividade feita pelo próprio oleiro ou por um “queimador”.



#### 14. Pintura

Após a queima das peças, algumas peças já estão prontas para venda, outras precisam passar por novas fases de pintura. Estas que são pintadas, levam uma tinta chamada tabatinga, que é uma tinta natural retirada das próprias jazidas do barro e é única na região. É uma tinta branca, que dá uma beleza própria e característica as peças da localidade. Alguns artistas também pintam com tintas sintéticas coloridas, como por exemplo, os porquinhos “minhaeiro”, que são pintados com escudos de times de futebol.

#### 15. Vitrificação

Algumas peças precisam ser “vitrificadas”, isto é, voltam ao forno, após levar uma camada de chumbo com lamugem, para que as torne impermeáveis, isto é a chamada vitrificação. Atividade feita pelo “vitrificador” ou “chumbador” .

#### 16. Comercialização

As vendas são realizadas na própria olaria, pelos próprios oleiros ou a por telefone à clientes que já conhecem a comunidade. Muitos atravessadores também

compram os produtos para revenderem às lojas. São principais revendedores das peças de Maragojipinho na Feira de São Joaquim, lojas de decoração, lojas de artesanato, lojas de jardinagens, diretamente a hotéis e pousadas, bares, restaurantes e empresas realizadoras de eventos. Poucas olarias possuem um vendedor interno, que também arruma as peças na olaria.

#### **4.3.6 As matérias primas**

Não são muitos os tipos de matérias primas utilizadas na produção do artesanato cerâmico em Maragojipinho. A principal delas é o barro, que é retirado de fazendas do próprio município ou do município vizinho de Jaguaripe, como também o barro, as tintas naturais tauá e tabatinga. As lenhas utilizadas nos fornos são compradas de madeiros da região, e geralmente são nativas. As tintas sintéticas e o chumbo são comprados em Nazaré ou Santo Antônio de Jesus. Na tabela 03 se observa melhor estas matérias primas e suas origens:

**Tabela 03. Maragojipinho: Matérias primas para a atividade cerâmica e origens**

<b>MATÉRIA PRIMA</b>	<b>ORIGEM</b>
Barro	Fazendas dos municípios de Aratuípe e Jaguaripe
Tauá	Fazendas dos municípios de Aratuípe e Jaguaripe
Tabatinga	Fazendas dos municípios de Aratuípe e Jaguaripe
Lenha	Madereiros da Região.
Tintas sintéticas	Nazaré das Farinhas e Santo Antônio de Jesus
Chumbo	Nazaré das Farinhas

Fonte: Dados primários – Censo Empresarial das Olarias de Maragojipinho, 2003.

Todas as matérias primas são conseguidas de forma fácil e constante, não havendo problemas com as mesmas. Têm preços acessíveis e não representam problemas de fornecimento a curtos prazos. Porém, não podemos falar o mesmo das questões ecológicas e éticas.

A lenha que é utilizada para a queima dos fornos é de plantas nativas da região, o que pode representar problemas futuros, já que é uma tendência mundial a

consciência dos consumidores por produtos éticos, além disso o IBAMA tem aumentado as fiscalizações para a comercialização de produtos desta espécie.

Já o chumbo é um produto prejudicial a saúde humana, mas mesmo assim os artesão têm utilizados na produção de peças para a chamada vitrificação, que nada mais é do que uma técnica para impermeabilizar pratos, tigelas, panelas, etc. Apesar da desconfiança dos consumidores, ainda é realizada esta prática, colocando em risco a saúde de milhares de pessoas e dos próprio trabalhadores.

O Barro apesar de abundante é um caso a parte que falaremos no próximo tópico.

#### **4.3.7 O Barro**

É a matéria prima fundamental de toda atividade cerâmica. É extraído de fazendas da própria região. Para o seu fornecimento 2 outros atores estão envolvidos: o dono da fazenda que precisa autorizar, após pagamento a exploração da jazida e o “barreiro”, nome dado àquele que compra o barro e o revende ao artesão.

A demanda pelo produto é relativamente volumosa e esta atividade é totalmente desorganizada. A maioria das minas próximas da comunidade de Maragogipinho já estão esgotadas e cada vez mais é preciso explorar outras minas mais distantes.

As cavas são feitas de forma artesanal, indiscriminada é ecologicamente incorreta, gerando considerável impacto ambiental nos dendezeiros. Por ser zona pantanosa, o acesso é difícil assim como o transporte do barro até o ponto de subministro.

As minas não têm uma área de extração definida e as pessoas que fazem as extrações não tem capacitação para o manejo adequado nem para sua manutenção.

Seu preço é razoável, transporte é caro e difícil. Custa R\$ 20,00 por caçamba extraída e R\$ 80,00 e R\$ 100,00 quando o trabalho de extração é executado pelos fazendeiros. Cada carga vale R\$ 100,00 e o transporte fica a cargo dos artesãos.

#### **4.3.8 A comercialização dos produtos**

Os artesãos de Maragogipinho, mantém uma tradição secular e calcada na preservação da cultura e história da comunidade. Apesar da atividade ser artesanal, é notório o crescimento do volume de produção, das vendas e conseqüentemente de todo o negócio. Segundo pesquisa do SEBRAE/Na o consumo de produtos proveniente de atividade artesanal tem crescido em todo

mundo, principalmente no continente Europeu que são consumidores costumazes de produtos das Américas e do Oriente.

Os produtos de Maragojipinho por natureza têm um forte apelo comercial, não somente por sua utilidade e beleza, mais também pelo forte significado que carrega consigo. O aspecto histórico está presente e a forma como são fabricadas e as matérias primas utilizadas tem um apelo mercadológico, aliado a isto, a questão cultural do povo brasileiro, que se identifica muita com os produtos artesanais. Além deste ponto, por ser uma comunidade pobre, os artesãos ainda tem a possibilidade de agregar o apelo social, já que muitas mulheres, crianças e idosos estão envolvidos em toda cadeia produtiva da cerâmica.

É muito difícil encontrarmos uma pessoa que nunca utilizou um produto artesanal, por isso é difícil segmentar a clientela do produto cerâmico. Segundo Marcos Cobra (1997), existem algumas variáveis que podem está associadas diretamente ao produto, para serem usadas como variáveis de segmentação. Com relação a Maragojipinho estas são:

a) Benefícios dos Produtos: Comprar e usar produtos cerâmicos dá um “charme” todo especial aos diversos tipos de clientes de Maragojipinho, especialmente aos proprietários de restaurantes que servem seus alimentos em pratos, tigelas, panelas e outros utensílios, mantendo a característica cultural e agregando um imenso

valor qualitativo aos seus produtos. Os decoradores de ambientes também se utilizam muito dos produtos cerâmicos para a prática de seus serviços, atitude esta copiada pelas mais diversas camadas da população que mantém a tradição de enfeitar suas casas com jarros, burrinhos, moringas e os mais diversos produtos produzidos na localidade. É importante ressaltar que o benefício dos produtos na maioria das vezes não é tangível.

b) Lealdade da Marca : Os produtos de Maragojipinho já estão bem posicionados no mercado de artesanato do Brasil. É uma marca já conhecida e respeitada. Não é à-toa que esta localidade é considerada o “Maior Centro Cerâmico de Artesanato do mundo”. Quem compra seus produtos recomenda e volta sempre à procura de mais.

c) O tempo da Compra : Por possuir uma diversidade grande de produtos no seu mix e com as mais diversas utilidades, vale ressaltar que sempre há um retorno do cliente às compras, seja ele revendedor ou cliente final.

d) Amplitude de modelos: Como já foi dito acima há uma amplitude muito grande de modelos. Existem desde linha extremamente populares, como por exemplo, cofrinhos comercializados a R\$ 0,50 , como também linhas de decoração com alto valor agregado, que passam de R\$ 200,00 por produto. Dentro destes dois extremos há uma infinidade de modelos.

e) Durabilidade do produto: Neste ponto está a utilização do produto. Se forem clientes de decoração o produto tem uma longa vida útil, dependendo do manuseio. Se forem clientes possuidores de restaurantes a vida útil é relativamente pequena. No geral depende do manuseio do cliente, apesar dos produtos serem frágeis.

Os produtos produzidos em Maragojipinho têm um apelo comercial muito forte. A seguir relacionaremos os principais pontos fortes dos mesmos produtos, que influenciam decisivamente na compra:

- Beleza Estética dos Produtos;
- Produtos que tem utilidade, apesar de serem artesanato;
- Valor histórico;
- Sensibilização pelo encanto do processo produtivo;
- Baixo preço;
- Diversidade de produtos;



- Valor social

Quando um consumidor compra um produto de Maragojipinho, tendo consciência destes atributos referidos, há uma verdadeira satisfação pelo valor pago. Porém a percepção daqueles pontos fortes, depende de que tipo de cliente ou mesmo do local onde está sendo comercializado os produtos.

A seguir relacionaremos os principais clientes de Maragojipinho:

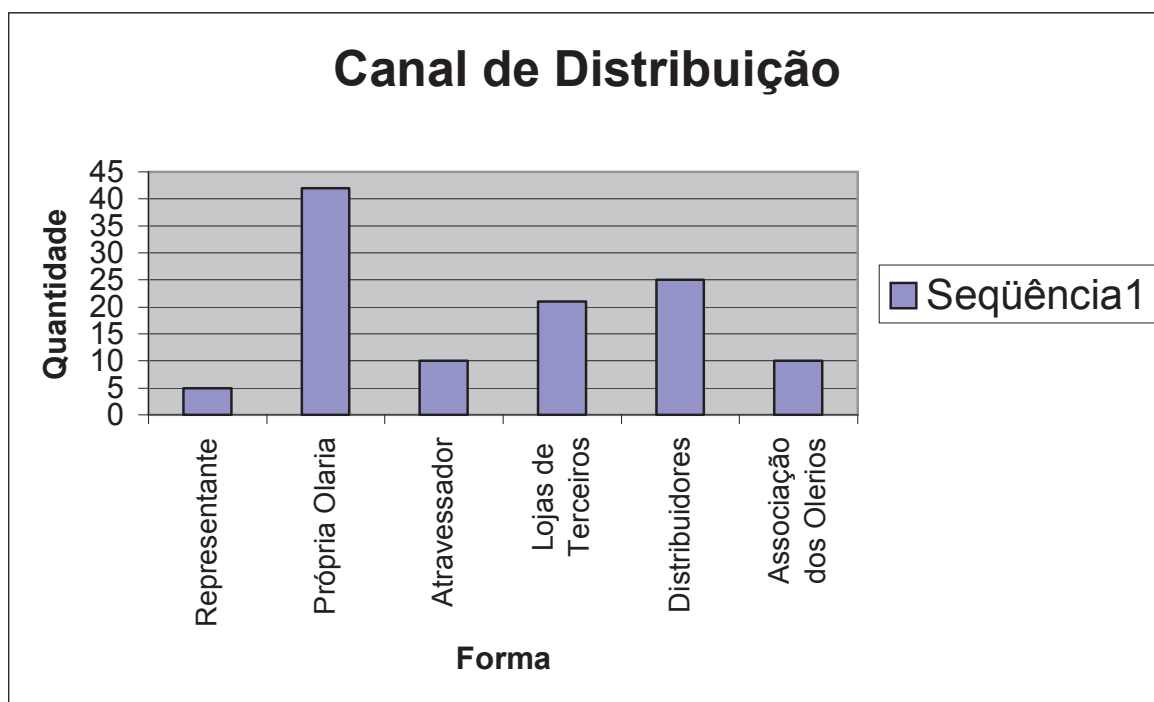
- Pessoas físicas/Turistas que comprem na própria localidade;
- Revendedores;
- Decoradores;
- Proprietários de restaurantes;
- Empresários de lojas de decoração;
- Empresários de lojas de jardinagem;
- Outras pessoas físicas

É importante notar que como os atributos que levam a compra dos produtos são bastante diversificados, os motivos da aquisição são bastante diferentes, por exemplo, uma pessoa física que compra alguns produtos visitando a localidade, vendo os locais de fabricação, a pobreza local, etc, não compra pelo mesmo motivo que outra pessoa adquirire em Salvador numa loja de artesanato. O Comprador “in loco” tem toda ma carga emocional agregada, o que atribuirá um valor especial ao produto, pela experiência de ter presenciado um local de produção, por ver a simplicidade do povo trabalhador e feliz, por presenciar e visualizar peças sendo produzidas e etc.

Observe no gráfico abaixo que cerca de 70% das olarias apontam como principal canal de distribuição de suas peças a própria olaria, isto é os clientes vão até a comunidade para adquirir os produtos. Os outros melhores canais de distribuições apontados foram, os distribuidores e as lojas de terceiros.

Na localidade, toda compra é paga a vista, porém à venda para revendedores e empresários geralmente é a prazo. O preço é justo e é reconhecido, mesmo sem existir propaganda para fortalecer a marca. O artesão nas negociações não costuma perder vendas, principalmente nos períodos de baixa. Este se constitui num grande problema da comunidade, a sazonalidade.

Gráfico 14. Maragojipinho: Canais de distribuição dos produtos,



**Fonte: Dados primários – Censo empresarial das Olarias de Maragojipinho, 2003.**

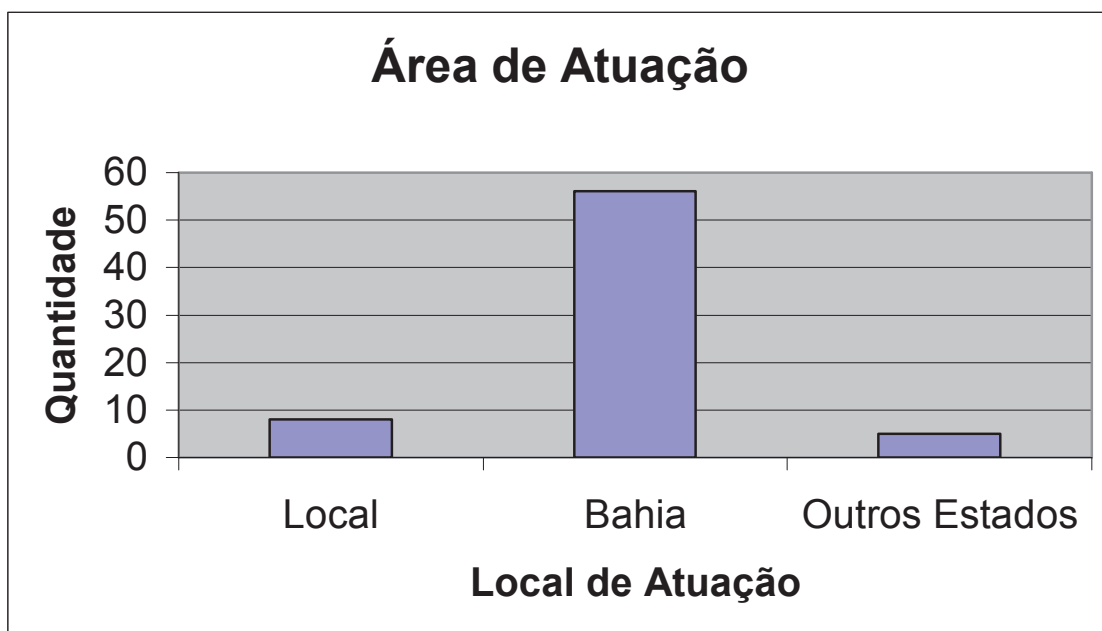
Nos períodos de férias as compras aumentam com a chegada dos turistas para compra no local, o que atribui uma maior margem de lucro. Logo para incentivar que os clientes entrem na localidade de Maragojipinho, que fica a cerca de 10Km da Ba 001, os artesãos colocaram outdoor convidando aos turistas a conhecerem o “maior centro cerâmico do mundo”.

O Outdoor tem um efeito muito positivo já que o acesso à comunidade fica entre as cidades de Nazaré das Farinhas e Valença num intenso corredor turístico de nosso estado. O resultado efetivo depois da colocação do outdoor é muito bom e todos verificam o aumento na presença de visitantes. Porém é de fundamental

importância a melhoria na criação da placa já que é de um grande amadorismo o design da mesma, além da mensagem escrita.

Nestes períodos de baixa a alternativa é incrementar as vendas para fora: através dos parceiros comerciais, na venda direta fora da localidade com participação em feiras, encontro de negócios, rodadas , etc. Observe que no gráfico abaixo quase 80% dos oleiros apontam o mercado da Bahia como principal destino para suas produções. Comparado com o gráfico anterior concluímos que, maiorias das vendas são na própria localidade, mas o mercado da Bahia absorve boa parte da produção. Alguns dos artesãos já vendem para alguns outros estados do Brasil, inclusive já havendo prospecção para o mercado externo.

**Gráfico 15. Maragogipinho: Área de atuação dos oleiros/vendas, 2003**



**Fonte: Dados Primários – Censo Empresarial de Maragogipinho, 2003.**

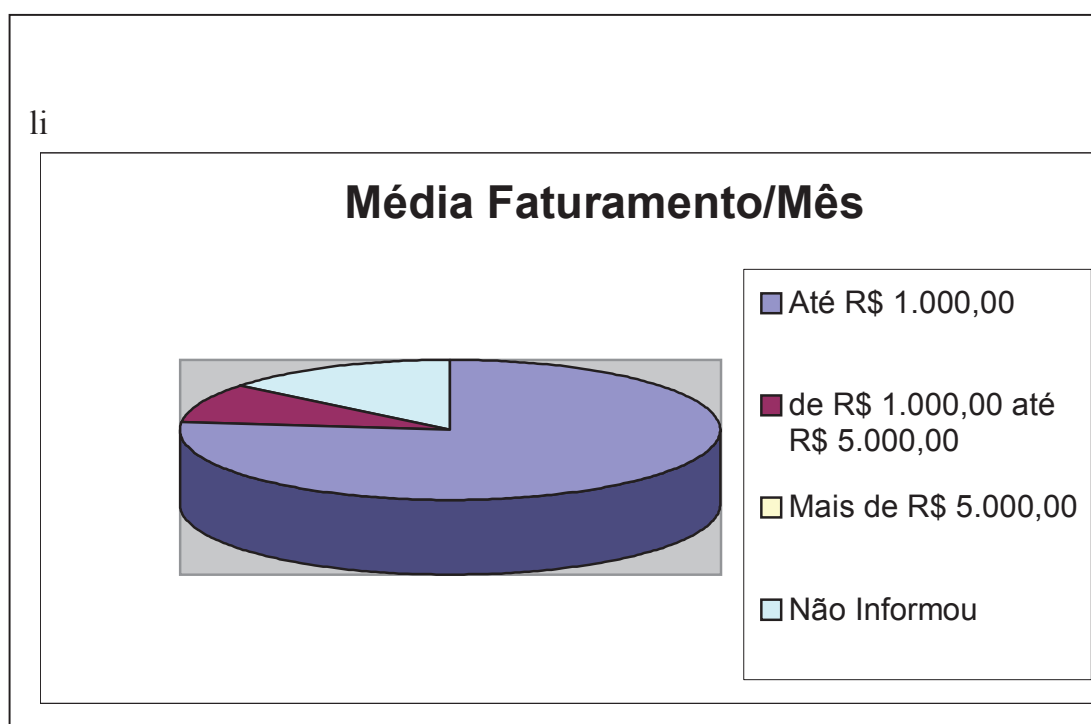
Estas vendas fora da localidade de Maragojipinho, levam os artesãos a enfrentarem talvez o seu maior problema de comercialização: embalagens. Na maioria das vezes que se transporta peças para comercialização fora, a perda de peças acabadas fica em torno e 20% , já se chegando à perda de 40%. Várias iniciativas já foram tomadas e os resultando ainda estão aquém do necessário. É de fundamental importância o investimento neste ponto para que o grande problema de distribuição seja resolvido.

Aliado ao problema de embalagens vem agregado a falta de uma política de distribuição e logísticas dos produtos. Apesar de terem um grande produto, os artesãos não têm uma política definida de colocação destes no mercado. Praticamente toda venda é feita por iniciativa dos clientes. Quando falamos dos revendedores e pontos de vendas, estes parceiros comerciais é que vão a Maragojipinho para comprarem os produtos. Quando a venda é no local de produção é por que estes compradores ficaram sabendo por outras pessoas que visitaram o local ou por reportagens na imprensa.

Não existe logística definida de distribuição. Geralmente os clientes vêm buscar suas mercadorias na localidade. Quando não, existem pessoas que fazem transporte em caminhões da localidade para o comprador por conta do cliente. As entregas são realizadas à medida que as compras vão sendo efetuadas.

Com relação ao faturamento bruto das olarias, vemos que ainda é muito baixo, porem há boas perspectivas de aumento com os investimentos que estão sendo previstos. Abaixo vemos o 75% das olarias faturam abaixo de R\$ 1.000,00/mês e que apenas cerca de 10% faturam acima de R\$ 1.000,00.

**Gráfico 16. Maragogipinho: Valor médio de faturamento mês, 2003**



**Fonte: Dados Primários – Censo Empresarial de Maragogipinho, 2003.**

Mesmo apresentando todas estas carências na área de comunicação e marketing, a comunidade já reza algumas ações para incrementar as vendas. Abaixo relacionaremos algumas das ações de marketing realizadas:

- Confecção de folder para divulgação da comunidade e do artesanato;

- Confeção de catalogo para compradores no atacado e para participação em eventos;
- Colocação de outdoor na entrada da localidade;
- Participação em Feiras de negócios e artesanato em diversos locais do Brasil;
- Participação em rodadas e encontros de negócios;
- Exposição de produtos em eventos;
- Exposição de produtos no Instituto Mauá.

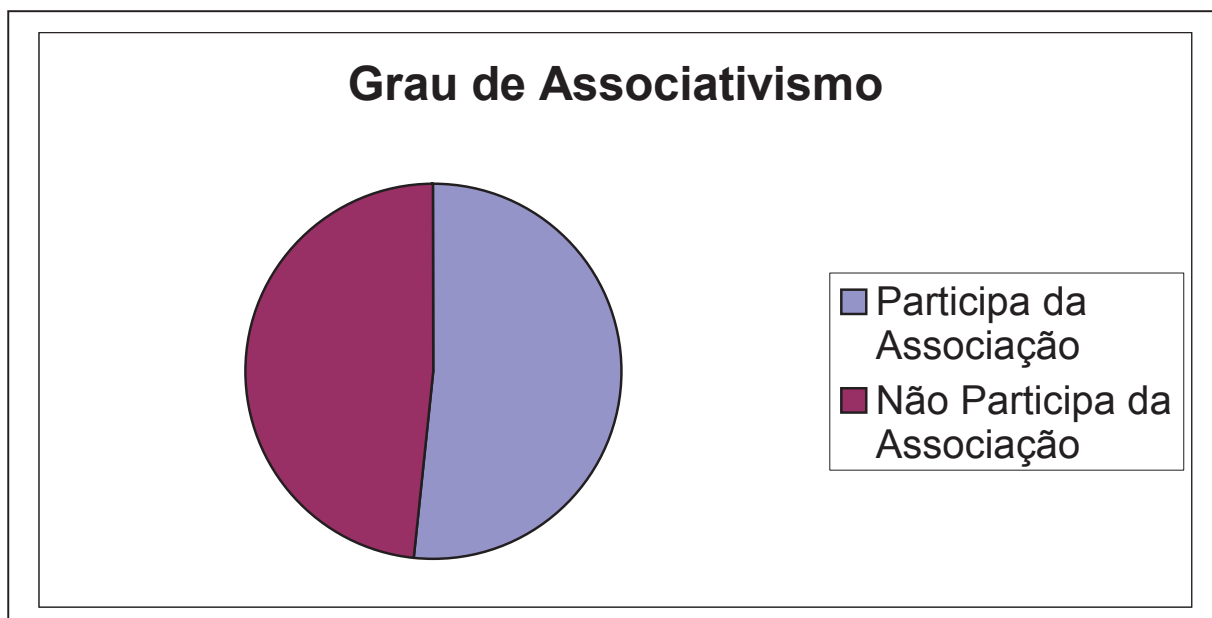
Mesmo incipientes diversas ações já foram e estão sendo realizadas para fazer com que o trabalho da comunidade seja mais conhecido, e conseqüentemente as vendas aumentem e a qualidade de vida da comunidade também. Um passo muito importante para se conseguir este objetivo foi à criação da Associação dos Artesãos de Maragojipinho, que tem como objetivo preservar esta prática e fortalecer o segmento. Está entidade tem uma representatividade muito boa, além de realmente esta fazendo com que a união dos mais de 73 artesãos seja um ponto forte para o sucesso geral.

#### **4.3.9 Grau de Associativismo dos oleiros e a Governança Local**

Do universo de oleiros existentes em Maragojipinho o nível de associativismo ainda deixa a desejar. Em uma localidade onde a predominância da atividade cerâmica é bastante forte e é praticamente a única, cerca de 50% destes trabalhadores não fazem parte da associação da classe. É um fato preocupante para a consolidação do Arranjo Sócio Produtivo da localidade.

Apesar destes 50% não participarem a associação tem 37 oleiros associados, contribuindo e participando assiduamente e mais de 100 outros membros que não são oleiros mas fazem parte da cadeia produtiva do artesanato local. São pintoras, brunhidores, comerciantes, etc e fazem com que a atividade continue no seu processo de desenvolvimento.



**Gráfico 17. Maragojipinho: Grau de Associativismo dos oleiros, 2003**

**Fonte: Dados primários – Censo empresarial das Olarias de Maragojipinho, 2003.**

A Associação de Auxílio Mútuo dos Oleiros de Maragojipinho (AAMOM) tem um papel muito atuante na vida da comunidade. Apesar não ter todos os oleiros da comunidade associados, e de receber muitas críticas dos que não participam, a entidade faz um papel muito bom de articulação com diversas outras entidades para conseguir benefícios para a classe e para toda a comunidade. Somente como exemplo podemos citar articulação com o Governo do Estado para conseguir a reforma da estrada de acesso à comunidade.

Foi constituída em 1988, por pouco mais de 15 associados e hoje já conta com mais de 150. É um caso típico de governança privada local de uma rede de MPes com apoio de instituições públicas e privadas. Esta tem desde seu início o apoio integral do SEBRAE.

Esta entidade que possui uma sede própria no centro da comunidade, utiliza este espaço para expor as peças dos artesãos associados e para comercializá-las, também funciona como local de reunião, treinamento e exposições.

A entidade faz duplo papel na comunidade, pois além de representar a classe dos oleiros, ainda se propõe a colaborar de forma incisiva no processo de desenvolvimento local, articulando, realizando e representando a comunidade em diversos eventos e fóruns, como por exemplo, no Fórum de Desenvolvimento Sustentável do Programa Faz Cidadão, do Governo do Estado da Bahia.

Acredito que o baixo nível escolar é um fator limitante para a grande maioria dos associados e há uma predominância de alguns oleiros mais esclarecidos, mas estes demonstram comprometimento com a entidade e com a comunidade. Mas falta maior participação ativa dos associados, que em sua maioria fazem parte da AAMOM apenas com intuits financeiros.

Algumas lideranças se destacam neste processo, são legítimos pela aceitação dos outros associados e pela forma democrática e transparente com que gerenciam a

entidade, sempre fazendo prestações de contas de forma pública. Outro fator que traz muita credibilidade aos líderes, é a participação efetiva do SEBRAE nas mais diversas ações da AAMON, inclusive ajudando na gestão da organização, não de forma assistencialista e sim como um órgão consultor.

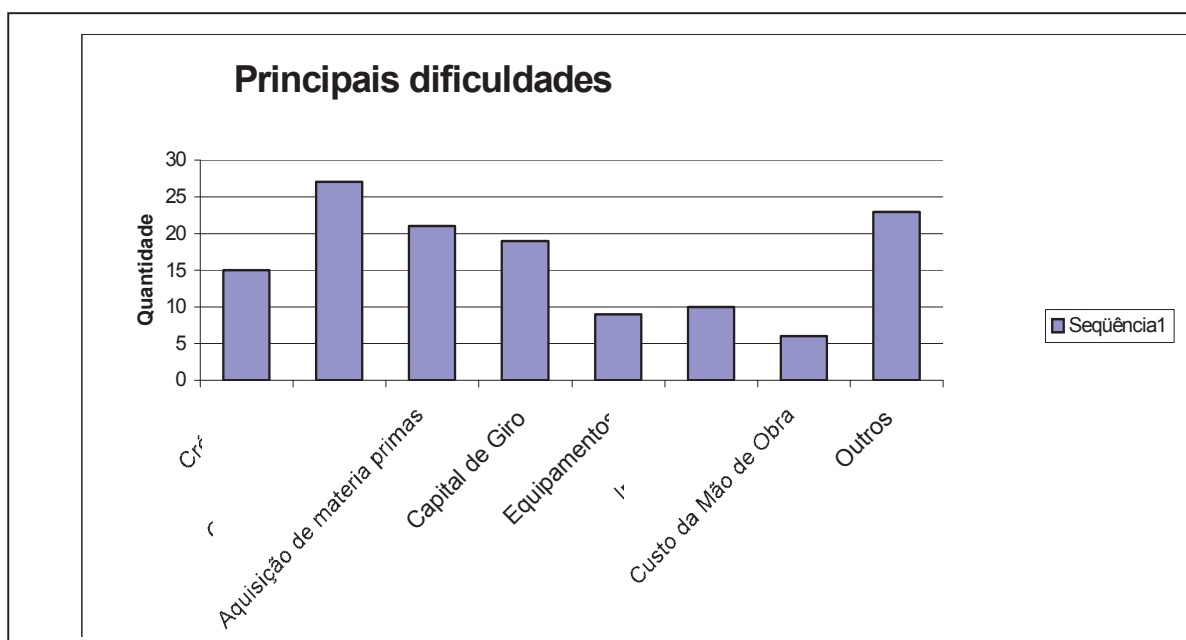
Mesmo com a presença da AAMON, acreditamos que não existe ainda uma consolidação da entidade como agente coordenadora do processo de desenvolvimento sócio-econômico. Fica carente ainda de uma interferência maior do SEBRAE como agente indutor do desenvolvimento. Logo podemos concluir que o caráter de governança é frágil na comunidade.

#### **4.3.10 Principais problemas das olarias**

Segundo os artesãos, as principais dificuldades que eles enfrentam são de caráter externos, isto é, não estão dentro das unidades de trabalho, e sim estão na comercialização, nos fornecedores e no crédito/capital de giro. Esta é a opinião dos oleiros. Mas na prática observamos que há um grande espaço de melhoria que pode ser alcançado por estas empresas, principalmente com a profissionalização da atividade produtiva e de comercialização. Ainda há muito empirismo nos mais diversos elos da cadeia produtiva.

Abaixo vemos um gráfico com as respostas apresentadas pelo oleiros.

**Gráfico 18. Maragojipinho: Principais dificuldades das olarias, 2003**



## **5. CONCLUSÃO E PROPÓSICOES:**

Neste estudo de caso, cuja questão central foi conhecer como se configura o Arranjo Sócio-produtivo de Maragogipinho e qual a influência desta ASPL no desenvolvimento da comunidade, verificou-se em primeiro lugar, que, estão presentes várias características de um aglomerado de empresas na comunidade. A configuração de um ASPL, que depende de questões como características territoriais específicas, grande número de empresas de um mesmo setor ou de empresas de uma mesma cadeia produtiva, presença de governança local, envolvimento de parceiros externos, endogenia, cooperação e participação, não é claramente identificado, por estarmos atuando em um espaço de baixa densidade empresarial.

Utilizando como base teoria o documento intitulado “ Termo de referência para atuação do Sistema SEBRAE em territórios de Baixa Densidade Empresarial – segunda versão” (SEBRAE,2003), onde se define que Territórios de Baixa Densidade Empresarial são aqueles “...espaços mais excluídos do setor dinâmico da economia, que não operam nas lógicas tradicionais do processo de globalização em curso.”. Isto é realmente como identificamos Maragogipinho, que apesar de possuir um número significativo, 74 unidade de produção, ainda não esta inserida na forma tradicional dos chamados “ setores dinâmicos da economia”.

O que podemos notar nesta localidade é que se fortalece a estratégia e a configuração de um ASPL – Arranjo Sócio Produtivo Local, mais que devido a uma série de características próprias e subjacentes a localidade, é preciso ter uma outra visão desta forma de desenvolvimento.

Esta comunidade passa por um processo de mudança social, onde a modernidade impõe alguns questionamentos ao dia a dia local, que resiste fortemente à drástica mudança imposta e tenta a todo o custo resgatar e preservar os valores históricos, culturais e pessoais locais.

Seguindo a Termo de referência acima citado do SEBRAE notamos que as características básicas exigidas para se configurar um recorte territorial estão todos presentes na comunidade de Maragogipinho:

- 1) Os Sinais de identidade coletiva (sinais sociais, culturais, econômicos, políticos, ambientais e históricos) todos estes são fortemente identificados na localidades;
- 2) A capacidade de promover uma convergência em termos de expectativas de desenvolvimento, também é fortemente presente na comunidade e se fortalece ainda mais através da associação dos Oleiros;
- 3) O estabelecimento de parcerias e compromissos para manter e especializar os investimentos de cada um dos atores no próprio território, também é fortemente

verificado com a participação do SEBRAE, Instituto Mauá, a Promo, o Governo do Estado e diversas outras organizações;

- 4) E as ações que promovem integração econômico e social, no âmbito local, que são fortes a nível local, mais ainda precisa de articulação na esfera municipal.

Em outro ponto de vista, também complementar ao anterior, em Maragogipinho, há uma dependência muito grande da comunidade na atividade cerâmica. Quase 100% da população está envolvida direta ou indiretamente na atividade, logo, as articulações dos oleiros, a criação da AAMOM e a sua atuação efetiva na busca de melhorias para o segmento e para a comunidade, faz com que o ASPL esteja promovendo o desenvolvimento daquela comunidade. E falamos de desenvolvimento com a certeza de que há uma preocupação muito grande dos oleiros com todos os tipos de capitais presentes no local: O capital ambiental com as medidas já tomadas para a preservação do meio ambiente; o capital social com a preocupação com a saúde dos oleiros e das crianças que ficam nas ruas da localidade; o capital econômico com as buscas de melhorias de processo e de produção, além dos aumentos das vendas; e o capital histórico cultural com a preservação da identidade cultural local e das tradições.

Para que chegássemos a uma resposta da questão central deste trabalho, que é “Como se configura o Arranjo Sócio Produtivo Local das pequenas empresas

oleiras de Maragogipinho e qual o impacto no Desenvolvimento Local?” , utilizamos 4 hipóteses, a seguir avaliadas.

### **A Primeira Hipótese**

Com relação a esta primeira hipótese deste estudo de caso, ou seja, de que Maragogipinho se configura um ASPL, afirmamos sim, pois todas as características necessárias para isto, estão presentes.

De acordo com a metodologia utilizada, que foi a do SEBRAE, e que esta subsidiada pelos estudos da RedeSist, as pequenas empresas de Maragogipinho formam um Arranjo Sócio Produtivo, em um território de baixa densidade empresarial. Para comprovar podemos utilizar a definição de APL:

“ Arranjos Produtivos Locais são aglomerações de empresas, localizadas em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores



locais, tais como: governo, associação empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa..” (SEBRAE, 2003, p. 12)

De acordo com a definição acima podemos confirmar que em Maragogipinho há aglomeração de empresas, já que foi comprovado pelas pesquisas, mais especificadamente pelo Censo Empresarial que existe 74 olarias funcionando, além de diversas outras empresas formais e informais que fazem parte da cadeia produtiva. Que todas estas empresas produzem bens e/ou serviços e que estas e as pessoas que as compõe, tem um grande conhecimento tácito e explícito da atividade econômica artesanato cerâmico.

Os sinais de identidade coletiva, as expectativas convergentes de todos os atores locais, as parcerias e compromissos para manter e especializar os investimentos de cada um dos atores e a integração econômica social no âmbito local, são fortes argumentos para provar que há uma nítida configuração de território, que se dá fortemente pelo aspecto físico, mais da mesma forma pelo aspecto intangível pelo campo de força que exerce.

Também foi comprovado na pesquisa que há muita articulação interna e externa, que existe muita cooperação entre eles, apesar de muitos oleiros ainda não fazerem parte da AAMOM, e que o processo de inovação e aprendizagem é constante e repassado rapidamente entre os oleiros.

Outro fator que prova a existência de um ASPL na localidade é a participação efetiva de diversos outros atores no local. Temos constantemente outras organizações atuando em maragogipinho, são organizações como o Governo do Estado, através da Secretária de Combate a Pobreza e Desigualdades Sócios(SECOMP), a Secretária de Indústria Comércio e Mineração(SICM), a Companhia Baiana de Pesquisa Mineral(CBPM), além destes o SEBRAE, o Instituto Maúa, a PROMO, A Universidade Estadual da Bahia(UNEB), A Universidade Federal da Bahia(UFBA), dentre outras.

Utilizando esta definição de ASPL proposto pelo SEBRAE e a RedeSist, Maragogipinho forma um clássico exemplo de aglomeração de empresa. Porém afirmamos com plena convicção que, para que tenhamos um sucesso nesta configuração precisa investir muito em capacitação dos atores envolvidos, principalmente na comunidade local, onde as ligações e relações são muitos frágeis. É preciso fortalecer a governança e disseminar a cultura de cooperação em toda a comunidade.

### **A segunda hipótese**

A segunda hipótese da pesquisa é a de que as olarias de Maragogipinho preservam a história, a tradições e a cultura da comunidade. Isto também foi confirmado já

que pelos depoimentos dos diversos oleiros e pelo levantamento da produção local, verificamos que uma parte da história da comunidade, bem como da história do recôncavo e Bahia, estão preservadas pela ainda tradicional forma de se produzir e pelos tipos de produtos. Algumas características desta preservação são facilmente identificadas, como por exemplo, alguns tipos de peças que fazem mais de 100 anos que são produzidas, a exemplo da Moringa. O transporte de barco das peças de Maragogipinho para Salvador pela baía de Todos os Santos, também nos mostra como era feito este transporte há séculos atrás, não somente do artesanato cerâmico, mais de outros produtos que era produzidos na região e escoados desta forma. Verificamos também acervos belíssimos em museus em Salvador, músicas entoadas durante as diversas fases de produção, os utensílios utilizados na produção, os desenhos e design das peças, a divisão do trabalho, os treimanro de pais ara filhos e muitos outros aspectos. Se existe um exemplo de atividade econômica que conta um pouco a historio de sua terra , a cerâmica de Maragogipinho é uma delas.

### **A Terceira Hipótese**

A terceira hipótese deste estudo de caso, fala sobre o envolvimento da comunidade na cadeia produtiva da cerâmica. Esta hipótese também foi comprovada, já que pelos estudos feitos, verificamos que cerca de 70% da população esta diretamente ligada na atividade cerâmica, seja produzindo, seja

pintando, seja transportando peças para Salvador ou para Nazaré nas festas dos Caxixis, seja servindo de Guia para os turistas que chegam. Quase todos os trabalhadores nas olarias são naturais da terra, muitos jovens saem para trabalhar em cidades maiores e voltam para “trabalhar no barro”, como eles chamam a atividade cerâmica. Os poucos bares servem bebidas aos turistas que chegam, as senhoras ficam cantando músicas e brunhindo as peças nas calçadas, as crianças e jovens levando as peças de um lado para outro dentro da comunidade, os homens nas olarias produzindo. Há uma plena e ativa participação da comunidade na cadeia produtiva da cerâmica. É ela que faz Maragogipinho existir.

#### **A Quarta Hipótese**

Com referencia a esta quarta hipótese, de que as olarias de Maragogipinho impactam positivamente no desenvolvimento da comunidade, não há dúvidas, a comunidade vive quase que exclusivamente disto. São cerca de 74 olarias que empregam mais diretamente mais de 500 pessoas, fora outras 1000 que fazem atividade da cadeia produtiva. A atividade traz recursos para o município, exportando produtos para diversos municípios da Bahia e diversos estados do Brasil. Leva a cultura para local para fora do estado, participando de feiras e ventos, mais preserva a história e as tradições locais. É uma atividade que conscientiza as pessoas da necessidade de preservação do meio ambiente, além de proporcionar às pessoas melhor qualidade de vida e um contato direto com a

natureza. Além disso, os empresários do setor, de forma organizada através da Associação, têm articulado e buscado parcerias com diversos órgãos para trazer benefícios para a comunidade como a estrada, a escola de artesanato, o PETI – Programa de Erradicação do Trabalho Infantil e outras.

Com o reconhecimento a nível nacional, Maragogipinho tem uma boa oportunidade de chamar a atenção das autoridades constituídas para seus problemas. Tem um bom mote para que haja investimento em melhorias da comunidade e ganhos em qualidade de vida. É preciso aproveitar melhor isto. A atividade cerâmica proporciona a comunidade um bom cenário futuro.

Desta forma, entendemos que foram respondidas tanto a questão central da pesquisa quanto as quatro hipóteses que fundamentaram a pesquisa. Além disso os objetivos traçados no início do trabalho de conhecer a história da comunidade e como foi introduzido o artesanato, a influência histórica na produção, conhecer melhor ASPL e estratégias de desenvolvimento local, conhecer melhor as olarias e testar um modelo de abordagem territorial, foram alcançados de forma satisfatória.

Como este trabalho foi realizado , principalmente, com a observação participante direta, convém ressaltar que, desafortunadamente, algum viés epistemológico possa ter sido cometido, atuando sobre a forma de avaliar a realidade.

Desta forma entendemos que este trabalho não deve para por aqui, e uma série de outras ações, quer seja de caráter de melhoria nos diversos elos da cadeia produtiva da cerâmica, quer seja na melhoria da configuração do ASPL ou mesmo na busca de novos estudos e pesquisas, são imprescindíveis para a mudança da realidade local. Somente assim, a micro região poderá alcançar o tão sonhado desenvolvimento.

Assim, sugerimos como forma de aprofundar os trabalhos na região :

Aos poderes públicos:

- Programa de incentivo a exportação de artesanato;
- Legalização da atividade com tratamento diferenciado;
- Reforma da estrada de acesso a comunidade
- Maior fiscalização dos recursos ambientais da região;
- Promover a integração da comunidade de Maragogipinho com a sede do município;
- Dispor na comunidade de melhores serviços de educação, saúde e saneamento;
- Fazer divulgação do artesanato de Maragogipinho;

A AAMOM

- Fazer ações de sensibilização dos oleiros que não são associados;
- Criar Museu do artesanato de Maragogipinho;

- Embelezar a praça para dar melhores condições para os turistas;
- Criar cooperativa para comercialização dos produtos;
- Articular parcerias.

## AAMOM E INSTITUIÇÕES TÉCNICAS

- Elaborar plano de marketing
- Aprofundar os estudo dos aspectos culturais e históricos do artesanato local
- Desenvolver o turismo na comunidade, bem como os receptivos;
- Criar unidade de extração de barro técnica e ecologicamente correta.
- Buscar ferramentas e maquinarias adequadas para uma extração eficiente do barro e com rentabilidade
- Criar uma unidade de processamento de matéria prima para facilitar o processamento da argila, melhorar sua qualidade e gerar um maior aproveitamento do recurso.
- Elevar as temperaturas dos fornos, para melhorar a qualidade das peças e conseguir a vidrificação das peças.
- Gerar programas de aprendizagens com as crianças e os jovens da comunidade para garantir a continuidade do ofício. Desenvolvimento de Produtos: Linhas de produtos
  - Manter um acervo de peças para conservar a tradição do estilo da comunidade e evitar a descaracterização dos produtos e garantir que as novas gerações recebam o legado dos mestres antecessores.

## 6. REFERENCIAS:

AÇULAR, Dorival Vieira de , “**Descrições Práticas da Provinciana Bahia**”, Bahia, 1888, pág. 241.

AGUIAR, Durval Vieira de. **Descrições Práticas da Província da Bahia**. Bahia, 1888.

BUARQUE, Sérgio C.. **Metodologia de Planejamento do Desenvolvimento Local e Municipal Sustentável**. Brasília. INCRA/IICA,

CASSIOLATO, José Eduardo e LASTRES, Helena Maria Martins. Aglomerações Cadeias e sistemas produtivos e de inovação. Artigo. **Revista Brasileira de Competitividade** Ano 1 n. 1 abr/jun 2001

COBRA, Marcos, “**Marketing Básico**”. São Paulo, Ed. Atlas, 1997

CASAROTTO Filho, Nelson e PIRES, Luís Henrique. **Redes de Pequenas e Medias Empresas e Desenvolvimento Local**. São Paulo: Editora Atlas, 1998.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Volume 1. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2000.



COELHO, Lielson. **Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas em Salvador: fatores determinantes do sucesso e do insucesso empresarial**. Salvador: SEBRAE/BA, 2002

COIMBRA, Silvia. **O reinado da lua – escultores populares do nordeste**. Rio de Janeiro: Ed. Salamandra, 1980.

ELIAS, Norbert e SCOTSON, John L. **Os estabelecidos e os outsiders**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2000.

ESTEVA, G. Desenvolvimento. In: Sachs, W. **Dicionário do desenvolvimento**. Petrópolis: Vozes, 2000.

FISHER, Tânia (Org.). **Gestão do Desenvolvimento e Poderes Locais: marcos teóricos e avaliação**. Salvador: Casa da Qualidade, 2002.

FRANCO, Augusto de. **Publicação eletrônica(mensagem pessoal).Carta DLIS**. Mensagem recebida por [andre.Gustavo@ba.sebrae.com.br](mailto:andre.Gustavo@ba.sebrae.com.br), em 8 de janeiro de 2004.

FRANCO, Augusto de. **Porque Precisamos de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável**. Brasília, Ed. Millennium, 2000.

HADDAD, Paulo R.. Clusters e Desenvolvimento Regional no Brasil. **Clusters :Revista Brasileira de Competitividade**. São Paulo, V. 1, n. 2, Ano 1, p. NI, Ago/Nov 2001.

LASTRES, Helena Maria Martins; CASSIOLATO, José Eduardo; MACIEL, Maria Lúcia (ORG.). **Pequena Empresa: Cooperação e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Relume Dumará: UFRJ, Instituto de Economia. 2003.

LLORENS, Francisco Alburquerque. **Desenvolvimento Econômico Local, Caminhos e desafios para a construção de uma nova agenda política**. Rio de Janeiro: BNDES, 2001

LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas. **Manual de Estilo Acadêmico: Monografias, dissertações e teses**. Salvador: EDUFBA, 2003.

MEIRELES, Cecília, **“Artes Populares”**. São Paulo

OTT, Carlos F. **“Vestígios de Cultura Indígena no Sertão da Bahia”**. Public. Nº 5 do Museu do Estado da Bahia, Bahia, 1945.

PAULA, Juarez de. ( e equipe). **Manual do Programa SEBRAE Desenvolvimento Local**. Brasília, SEBRAE, 2001.

PEREIRA, Carlos José da Costa. **A Cerâmica Popular da Bahia**. Bahia: Universidade da Bahia, 1957.

**PLANO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**. Aratuípe. Salvador: SEBRAE, 2002.

PORTER, Michael E., **Vantagem Competitiva – Criando e Sustentando um Desempenho Superior**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1989.

\_\_\_\_\_, **Competição**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

PREISS, Kenneth, GOLDMAN, Steven L. e NAGEL, Roger N.. **Cooperar para competir**. São Paulo, Editora Futura, 1998.

RAHNEMA, Majid. Participação. **Dicionário do Desenvolvimento – Guia para o conhecimento como poder**. Org. Wolfgang Sachs. Petrópolis, Rj: Ed. Vozes, 2000

**REVISTA SEBRAE**, Brasília: SEBRAE, 2002- , bimestral, no 3. Índice acumulado, março-abril. ISSN 1676-9589.

\_\_\_\_\_, Brasília: SEBRAE, 2002a-, bimestral, nº 4. Índice acumulado, maio-junho. ISSN 1676-9589.

\_\_\_\_\_, Brasília: SEBRAE, 2002b-, bimestral, nº 5. Índice acumulado, julho-agosto. ISSN 1676-9589.

\_\_\_\_\_, Brasília: SEBRAE, 2002c-, bimestral, nº 6. Índice acumulado, setembro-outubro. ISSN 1676-9589.

\_\_\_\_\_, Brasília: SEBRAE, 2002d-, bimestral, nº 7. Índice acumulado, novembro-dezembro. ISSN 1676-9589.

\_\_\_\_\_, Brasília: SEBRAE, 2003- , bimestral, nº 9. Índice acumulado, março-abril. ISSN 1676-9589.

RINCON, Jorge Fernandez (ORG.) (2002). Acesso ao mercado, o grande desafio. Revista SEBRAE, n.4. Brasília: SEBRAE. P. 69-71. Maio/junho 2002.

RUDIO, Franz Victor. Introdução ao projeto de pesquisa científica. Petrópolis, Rj: Ed. Vozes, 2000

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento Humano, trabalho decente e o futuro dos empreendedores de pequeno porte no Brasil.** Brasília, Edição SEBRAE, 2002.

SACHS, Wolfgang. **Dicionário do Desenvolvimento – Guia para o conhecimento como poder.** Petrópolis, Rj: Vozes, 2000.

SEM, Amartya. **Desenvolvimento Como Liberdade**. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.  
**Arranjos Produtivos Locais de MPE: uma nova estratégia de ação para o SEBRAE**.  
Brasília, SEBRAE, 2003a.

\_\_\_\_\_. **Termo de Referência para atuação do sistema SEBRAE em territórios de Baixa Densidade Empresarial**. Brasília, SEBRAE, 2003b.

\_\_\_\_\_. **Termo de Referência para atuação do sistema SEBRAE em Arranjos Produtivos Locais**. Brasília, SEBRAE, 2003b

\_\_\_\_\_. **Interagir para competir: Promoção de Arranjos Produtivos e Inovativos no Brasil** / Coordenadores, Helena Lastres...(et al.); pesquisadores, Arlindo Villaschi...(et al.) – Brasília: SEBRAE: FINEP: CNPq, 2002.

\_\_\_\_\_. **Por uma cultura da Cooperação: Capital Social e mobilização empresarial de base** / Antônio Carlos Gomes da Costa – Brasília: SEBRAE, 2002

\_\_\_\_\_. **Revolta do Princípio – A revolução do Pequeno** – Brasília: SEBRAE, 1996.

\_\_\_\_\_. **A Grande dimensão da Pequena Empresa: Perspectiva de Ação** – Brasília: SEBRAE, 1995.

SUZIGAN, Wilson, GARCIA, Renato e FURTADO, João. **Clusters ou sistemas Locais de Produção e Inovação: Identificação, Caracterização e Medidas de apoio.** São Paulo, IEDI, 2002.

VIANA, Francisco Vicente, “**Memória sobre o Estado da Bahia**”, Bahia, 1893.

VIEIRA, Sônia Chagas e Lubisco, Nídia M.L.. **Manual de Estilo Acadêmico: Monografias, dissertações e teses.** Salvador: Núcleo de Pós Graduação em Administração da Escola de Administração da UFBA, 2001.

YIN, Robert K.. **Estudo de caso: planejamento e método.** Porto Alegre, Ed. Bookman, 2001

## **7, ANEXOS**

- 7.1 Anexos 1 – Modelo de Cadastro para realização do censo das olarias.
- 7.2 Anexos 2 – Roteira das perguntas para a realização das entrevistas focais.
- 7.3 Anexos 3 – Estatuto da AAMOM.

## ANEXO I

- Modelo de Cadastro para realização do censo das olarias –



Roteiro do Cadastramento das olarias:

Serão cadastradas todas as olarias de Maragojipinho com os seguintes enfoques: dados cadastrais, dados gerencias e dados econômicos: Ver cadastro

## ANEXO 2

- Roteiro de Perguntas para a realização das entrevistas Orais –

Roteiro para as entrevistas:

Número de Entrevistados: 10 Artesãos

Objetivo: Através de entrevistas com Oleiros, buscar evidências que comprovem ou não as hipóteses deste trabalho e contribuam para a resposta da questão central: Como as olarias de Maragojipinho, influenciam no Desenvolvimento sustentável da comunidade?

As entrevistas serão gravadas com o prévio consentimento dos entrevistados, e posteriormente transcritas.

As 4 hipóteses que serão testadas serão:

As Olarias de Maragojipinho:

H1: Configuram um ASPL – Arranjo Sócio Produtivo Local;

H2: Preserva a história, a tradições e a cultura da comunidade;;

H3: envolvem a comunidade na cadeia produtiva da cerâmica;

H4: Impacta positivamente no desenvolvimento da comunidade;

Perguntas:

Bloco 1: Histórico pessoal e da comunidade. Dados históricos.

1. Quando e como você começou na atividade de artesanato cerâmico?
2. Você tem ou teve outros parentes que já trabalharam com cerâmica antes de você?  
Se sim: O que você lembra deles? O que você sabe da história deles?
3. Como as pessoas de sua família se envolvem na atividade cerâmica?
4. Para você a atividade do artesanato cerâmico é mais importante hoje para a comunidade, ou já foi mais importante no passado?
5. Para você, como chegou a atividade cerâmica aqui?

Bloco 2: Redes de Pequenas Empresas

1. Você faz parte da Associação? Por que?
2. O que mudou para vocês e para a comunidade após a criação da Associação?
3. Você faz algumas das seguintes atividades conjuntamente com outro artesão:  
comprar matéria prima, vende, transporta, produz, etc.
4. O que você acha que a Associação poderia fazer pelos oleiros?

5. Você acha que os oleiros cooperam entre si? Acha que eles poderiam cooperar mais?

### Bloco 3: Apoio Institucional e meio ambiente

1. Existe alguma instituição que apóia o trabalho de vocês? Quais são? O que elas fazem? Podiam fazer algo que não fazem?
2. A prefeitura ajuda o trabalho de vocês?
3. E o Governo do Estado? E o governo federal?
4. Quais as medidas de preservação do meio ambiente você adota?
5. Você gostaria de falar mais alguma coisa?

Anexos 3 - Estatuto da AAMOM







