

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

GUSTAVO MELO SILVA

**MERCADOS COMO CONSTRUÇÕES SOCIAIS:
DIVISÃO DO TRABALHO, ORGANIZAÇÃO E ESTRUTURA SOCIAL DE
UM MERCADO EM UM TERRITÓRIO MUNICIPAL**

Belo Horizonte

2010

GUSTAVO MELO SILVA

MERCADOS COMO CONSTRUÇÕES SOCIAIS:
DIVISÃO DO TRABALHO, ORGANIZAÇÃO E ESTRUTURA SOCIAL DE
UM MERCADO EM UM TERRITÓRIO MUNICIPAL

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Sociologia.

Linha de pesquisa: Organizações, Trabalho e Mudança Econômica

Orientador: Prof. Jorge A. Barbosa Neves
Universidade Federal de Minas Gerais

Belo Horizonte
2010

**Ficha catalográfica preparada pela Seção de Catalogação e
Classificação da Biblioteca Central da UFV**

T

S586m
2010

Silva, Gustavo Melo, 1973-

Mercados como construções sociais: divisão do trabalho,
organização e estrutura social de um mercado em um território
municipal / Gustavo Melo Silva. – Belo Horizonte, MG, 2010.
2 v. : il. (algumas col.) ; 29cm.

Inclui anexos.

Inclui apêndices.

Orientador: Jorge Alexandre Barbosa Neves.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais.

Referências bibliográficas: f. 175-188.

1. Economia - Aspectos sociológicos. 2. Sociologia
organizacional. 3. Estrutura social. 4. Sociologia do trabalho.
5. Burocracia. 6. Sociedades complexas. 7. Tecelagem -
Resende Costa (MG). I. Universidade Federal de Minas Gerais.
II. Título.

CDD 22.ed. 306.3



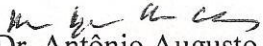
Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas
Programa de Pós Graduação em Sociologia
Av. Antônio Carlos, 6627 - Pampulha
31.270-901 - Belo Horizonte - MG


**ATA DA DEFESA DE TESE DE
GUSTAVO MELO SILVA**


Aos 14 (quatorze) dias do mês de junho de 2010 (dois mil e dez) reuniu-se a Banca Examinadora da Tese do Curso de Doutorado do Programa de Pós Graduação em Sociologia intitulada "***Mercados Como Construções Sociais: Divisão do Trabalho, Organização e Estrutura Social de um Mercado em um Território Municipal***", composta pelos professores doutores Antônio Augusto Pereira Prates (SOA-UFMG), Maria Lígia de Oliveira Barbosa (UFRJ), Otávio Soares Dulci (PUC-MINAS), Reynaldo Maia Muniz (FACE-UFMG) e Jorge Alexandre Barbosa Neves (Orientador-SOA-UFMG). Procedeu-se a argüição, finda a qual os membros da Banca Examinadora reuniram-se para deliberar, decidindo por unanimidade pela aprovação da tese. Para constar foi lavrada a presente ata, que vai datada e assinada pelos examinadores.


Belo Horizonte, 14 de junho de 2010.

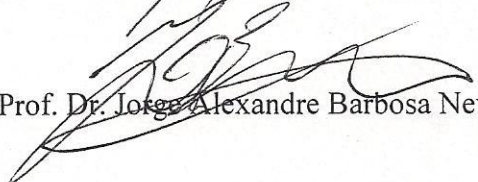
Banca Examinadora:


Prof. Dr. Antônio Augusto Pereira Prates


Prof.^a. Dr.^a. Maria Lígia de Oliveira Barbosa


Prof. Dr. Otávio Soares Dulci


Prof. Dr. Reynaldo Maia Muniz


Prof. Dr. Jorge Alexandre Barbosa Neves

À minha esposa Janaína, ao nosso filho Pedro e aos meus
pais Iêda e Geraldo Élson (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

A conclusão desta tese marca o fechamento de um ciclo importante da minha carreira e vida pessoal, portanto, é um momento propício para reconhecer pessoas e instituições que foram importantes neste caminho. Tenho consciência que estou prestes a correr um grande risco de cometer injustiças por não me lembrar especificamente de alguém, entretanto, prefiro correr este risco a não dizer o que sinto neste momento sobre aqueles que colaboraram para a construção deste trabalho.

Inicialmente, sou grato pela compreensão, carinho e amor de Janaína e de nosso filho Pedro que sempre nos momentos mais difíceis foram os que me deram forças para continuar.

Agradeço ao professor Jorge Alexandre Barbosa Neves meu orientador que desde o primeiro momento acreditou no projeto e contribuiu, em vários momentos, como um mestre que me proporcionou apoio, orientação e referência para minha formação acadêmica. Sou grato pelas contribuições fundamentais dos professores Antônio Augusto Pereira Prates e Reynaldo Maia Muniz, não só pelo convívio, mas também de forma específica pelas contribuições que fizeram na qualificação do projeto de doutoramento, pelas críticas e conversas destes últimos anos.

Para a realização deste projeto contei com a colaboração de vários estudantes de graduação de instituições de ensino superior localizadas nos municípios de São João Del Rei e Viçosa aos quais sou grato. Portanto, agradeço a participação neste projeto de Abigail Lis Pimentel Tavares Fernandes, Aline Resende, Bruno Borille Moreira dos Santos, Cleide Cristina Oliveira, Daniele de Paiva Sousa, Emerson Gonzaga Fernandes, Flávia Cristina Silva, Hamilton Douglas da Silva, Henrique Delazari Mosqueira, Igor Maia Moreira, Isabela Braga da Matta, Jean Higor Almeida Couto, Josilene Maria dos Santos, Lucas Maia dos Santos, Marcelo de Oliveira Garcia, Maria Juliana de Resende Chaves, Mayra Amaral Silva, Mônica Cristina de Oliveira, Renato Júnior Cardoso, Renatta Ávila Rodrigues, Rodrigo Silva Diniz Leroy,

Rosemary Barcelos Viana, Samuel Cardoso Firmino Pinto, Silvia Mendes da Silva e Valéria Aparecida dos Reis. De forma especial, agradeço o convívio e apoio que tive de Pamela Torres de Oliveira estudante do curso de Administração da Universidade Federal de Viçosa que foi uma pessoa fundamental na preparação e coordenação de etapas da pesquisa e ao Augusto Molinari pelo apoio na preparação da apresentação dos mapas.

Agradeço o convívio e a troca de experiência dos colegas do Departamento de Administração e Contabilidade da Universidade Federal de Viçosa e de forma especial sou grato a colaboração dos colegas Djair, Luiz Abrantes, Magnus, Marco Aurélio, Jorge e Robson.

Sou imensamente grato aos meus queridos e amados pais, Iêda e Geraldo Elson (*in memoriam*), que sempre se preocuparam em proporcionar uma sólida formação e educação aos seus filhos, o que foi fundamental para que eu escolhesse a carreira docente e a formação necessária para que um dia possa desempenhar o papel de educador que ambos tão bem exerceram em nossa amada terra natal.

De forma geral, não poderia deixar de agradecer a população da sede do município de Resende Costa que recebeu os entrevistadores e possibilitou com suas informações a concretização objetiva deste trabalho. De forma especial, ao professor Jânio Caetano de Abreu, sempre pronto a colaborar com a realização do projeto, recebendo-me para conversas sobre a realidade regional e ao professor Micênio Carlos Lopes dos Santos, mestre brilhante que me auxiliou nos primeiros passos de minha carreira acadêmica e amigo de todos os momentos. E a professora Cécile Raud pelas sugestões, críticas e considerações acerca de meu objeto de pesquisa.

E sou grato ao CNPq por acreditar e auxiliar financeiramente este trabalho por meio do edital 03/2008.

“Sertão é isto, o senhor sabe: tudo incerto, tudo certo.”
(Grande Sertão: Veredas – João Guimarães Rosa)

RESUMO

O mercado de produção de utensílios domésticos e peças decorativas da tecelagem tradicional do município de Resende Costa (MG) foi construído socialmente por meio da divisão do trabalho, organização e estrutura social da vida econômica de seus moradores. Este sistema produtivo tem sua origem na produção doméstica têxtil do século XVIII na localidade então denominada Arraial da Lage da Comarca do Rio das Mortes da Capitania de Minas Gerais. Ao processo produtivo do século XX, em comparação com os séculos XVIII e XIX, foram incorporadas inovações para atender pressões que permearam o tecido social regional daqueles que sobrevivem deste mercado local. Este mercado foi analisado como uma construção social e caracterizado pelo perfil da produção, do trabalho, das organizações e da rede social da tecelagem tradicional deste município. Esta pesquisa foi descritiva-analítica e utilizou como método o estudo de caso. Entre 2.655 domicílios e 76 estabelecimentos comerciais visitados no perímetro urbano, foram aplicados 664 questionários domiciliares e 69 comerciais em uma amostra intencional de entrevistados que se autodenominaram diretamente envolvidos com o mercado da tecelagem tradicional. Os dados foram organizados e analisados por meio de estatística descritiva, representação gráfica das redes e definição do posicionamento nestas dos atores sociais. A partir destes, observou-se nas últimas duas décadas que este mercado passou por uma série de transformações organizadas burocraticamente e controladas socialmente pelos proprietários dos estabelecimentos comerciais detentores das fontes de fornecimento e consumo da produção domiciliar. Este mercado foi construído por uma produção dispersa nos domicílios, pela divisão do trabalho e pela organização burocrática comercial que controla seus serviços produtivos para atender, por um lado, as pressões de consumo e, por outro lado, a solidariedade entre indivíduos de um território em que as relações familiares formam sua densidade e disciplina moral.

Palavras-chave: tecelagem tradicional de Resende Costa; divisão do trabalho e organização burocrática; redes sociais.

ABSTRACT

The market for production of household utensils and decorative pieces from the traditional weaving in Resende Costa City, in the state of Minas Gerais, Brazil has been socially constructed through its inhabitant's division of labor, organization and social structure. This production system has its origin in domestic textile production of the eighteenth century in the town then called "Arraial da Lage da Comarca do Rio das Mortes" in the "Capitania" of Minas Gerais. Innovations were incorporated to the production process in the twentieth century, compared to the eighteenth and nineteenth centuries, to meet the pressures which permeated the social fabric of those who survived in this regional market place. This market was analyzed as a social construction and characterized by the profile of production, the labor organizations and the social network of traditional weaving. The research has a descriptive-analytical perspective and used case study as method. 2655 households and 76 shops were visited in the urban area. 664 questionnaires were applied at home and 69 at commercial places. They were chosen from a purposive sample of respondents who were directly involved within the market of traditional weaving. The data were organized and analyzed using descriptive statistics, graphical representation of networks; defining the position of these social actors. From the analysis of data, it was found that the market for traditional weaving in Resende Costa went through a series of transformations in the last two decades. These changes were organized bureaucratically and socially; and were controlled by owners of commercial establishments who were holders of supply and consumption sources of home production. This market has been built by a dispersed production in households, by labor division and by trade bureaucratic organization, which controls its productive services to meet, on one hand, the pressures of consumption and, on the other hand, the solidarity between people of a territory in which family relationship constitutes its density and moral discipline.

Keywords: Resende Costa traditional weaving; labor division and bureaucratic organization; social networks.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Mapa do Estado de Minas Gerais, com o município de Resende Costa em destaque.....	2
Figura 2 –	Mapa do perímetro urbano da sede do município de Resende Costa – 2000.....	65
Figura 3 –	Rede geral família-fornecedor.....	149
Figura 4 –	Rede geral família-fornecedor, com destaque do principal componente.....	150
Figura 5 –	Rede ego centrada em F9C38 e famílias de origem.....	151
Figura 6 –	Rede do grupo de alta e média frequências familiares e fornecedores de insumo, com destaque para os principais componentes.....	154
Figura 7 –	Rede do grupo de alta frequência familiar e fornecedores de insumos.....	155
Figura 8 –	Rede geral família-comprador.....	158
Figura 9 –	Rede geral família-comprador, com destaque para os principais componentes.....	159
Figura 10 –	Rede ego centrada em FO12 e famílias de origem.....	160
Figura 11 –	Rede ego centrada em FO7 e famílias de origem.....	160
Figura 12 –	Rede ego centrada em FO5 e famílias de origem.....	160
Figura 13 –	Rede do grupo de alta e média frequências familiares e de compradores, com destaque para os principais componentes.....	163
Figura 14 –	Rede do grupo de alta frequência familiar e de compradores.....	164
Figura 15 –	Mapa do setor sudeste da coleta de dados no perímetro urbano da sede do município de Resende Costa.....	351
Figura 16 –	Mapa do setor sudoeste da coleta de dados no perímetro urbano da sede do município de Resende Costa.....	352
Figura 17 –	Mapa dos setores centro e oeste da coleta de dados no perímetro urbano da sede do município de Resende Costa.....	353
Figura 18 –	Mapa do setor leste da coleta de dados no perímetro urbano da sede do município de Resende Costa.....	354

Figura 19 – Mapa do setor norte da coleta de dados no perímetro urbano da sede do município de Resende Costa.....	355
Figura 20 – Mapa do setor noroeste da coleta de dados no perímetro urbano da sede do município de Resende Costa.....	356
Gráfico 1 – Distribuição, entre 1988 e 2009, da abertura de lojas de artigos de artesanato.....	123

LISTA DE TABELAS

1 – Setores geográficos, por sequência numérica dos questionários.....	69
2 – Municípios, por população e PIB <i>per capita</i> – 2007.....	81
3 – Municípios, por valor adicionado bruto da agropecuária, indústria e serviços – 2007.....	81
4 – Municípios, por receita orçamentária realizada, FPM e ISS – 2007 (R\$).....	82
5 – Municípios, por quantidade de empresas, pessoal ocupado total, pessoal ocupado assalariado e salário médio – 2007.....	83
6 – Municípios, por incidência da pobreza e índice de Gini – 2003.....	84
7 – Municípios, por Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) – 1991 e 2000.	84
8 – Municípios, por Índice Mineiro de Responsabilidade Social – 2000, 2002, 2004 e 2006.....	85
9 – Municípios, por frota de veículos por tipos – 2008.....	86
10 – Setores, por frequência de domicílios visitados, produtores e questionários tabulados – 2009.....	89
11 – Infraestrutura dos domicílios, por frequência e incidência sobre o total de entrevistados – 2009.....	90
12 – Bens e utensílios domésticos, por frequência e incidência sobre o total de entrevistados – 2009.....	91
13 – Condição do entrevistado sobre a propriedade do domicílio, por frequência – 2009.....	92
14 – Códigos de família de origem paterna, por frequência – 2009.....	93
15 – Função dos domicílios, por frequência – 2009.....	96
16 – Tempo de envolvimento na produção, por frequência – 2009.....	97
17 – Motivação para ingressar na tecelagem tradicional, por frequência – 2009.	97
18 – Socialização no trabalho, por frequência – 2009.....	99
19 – <i>Status</i> da renda, por frequência – 2009.....	99
20 – Problemas com a produção, por frequência – 2009.....	100
21 – Origem domiciliar dos trabalhadores, por frequência – 2009.....	101
22 – Ocupação dos trabalhadores domiciliares, por frequência – 2009.....	102
23 – Escolaridade dos trabalhadores domiciliares, por frequência – 2009.....	104

24 – Faixas de idade dos trabalhadores dos domicílios, por frequência – 2009..	105
25 – Faixas de remuneração dos trabalhadores, em salários mínimos, dos domicílios, por frequência – 2009.....	105
26 – Jornada de trabalho diária nos domicílios, por frequência – 2009.....	106
27 – Reclamações dos trabalhadores, por frequência – 2009.....	107
28 – Material utilizado na produção domiciliar, por frequência – 2009.....	108
29 – Locais de produção e trabalho, por frequência – 2009.....	112
30 – Percepção sobre o volume de produção domiciliar nos últimos cinco anos, por frequência – 2009.....	113
31 – Principal produto domiciliar, por frequência – 2009.....	113
32 – Peças produzidas em ordem alfabética, por quantidade – 2009.....	114
33 – Códigos de família de origem paterna dos proprietários, por frequência – 2009.....	124
34 – Funções exercidas pelo estabelecimento na tecelagem tradicional, por frequência – 2009.....	126
35 – Tempo de funcionamento do estabelecimento comercial, por frequência – 2009.....	127
36 – Socialização na rotina comercial, por frequência – 2009.....	128
37 – Problemas com o comércio, por frequência – 2009.....	129
38 – Origem dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais, por frequência – 2009.....	131
39 – Ocupação dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais, por frequência.....	131
40 – Escolaridade dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais, por frequência – 2009.....	133
41 – Faixas de idade, em anos, dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais, por frequência – 2009.....	133
42 – Faixas de remuneração dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais, em salários mínimos, por frequência – 2009.....	134
43 – Jornada de trabalho diária nos estabelecimentos comerciais, por frequência – 2009.....	136
44 – Reclamações dos proprietários, por frequência – 2009.....	137
45 – Local de produção dos produtos da tecelagem tradicional comercializados	

no estabelecimento, por frequência – 2009.....	138
46 – Fatores considerados na escolha de fornecedores locais, por frequência – 2009.....	140
47 – Destino da comercialização dos estabelecimentos, por frequência – 2009.	142
48 – Diferencial perante os estabelecimentos comerciais concorrentes, por frequência – 2009.....	143
49 – Aspectos a serem melhorados na tecelagem tradicional, por frequência – 2009.....	144
50 – Período de aumento de vendas, por frequência.....	145
51 – Relação completa dos códigos de família de origem paterna, por frequência – 2009.....	290
52 – Relação dos fornecedores, por frequência – 2009.....	294
53 – Grupo de famílias de alta frequência, por fornecedores e frequência – 2009.....	297
54 – Grupo de famílias de média frequência, por fornecedores e frequência – 2009.....	298
55 – Grupo de famílias de baixa frequência, por fornecedores e frequência – 2009.....	300
56 – Relação dos compradores, por frequência – 2009.....	301
57 – Grupo de famílias de alta frequência, por compradores e frequência – 2009.....	308
58 – Grupo de famílias de média frequência, por compradores e frequência – 2009.....	312
59 – Grupo de famílias de baixa frequência, por compradores e frequência – 2009.....	316
60 – Código das famílias da rede família-fornecedor, por medidas de centralidade – 2009.....	319
61 – Código dos fornecedores da rede família-fornecedor, por medidas de centralidade – 2009.....	322
62 – Código familiar da rede grupo de alta e média frequência familiar e de fornecedores, por medidas de centralidade – 2009.....	324
63 – Código dos fornecedores da rede grupo de alta e média frequências familiares e de fornecedores, por medidas de centralidade – 2009.....	325

64 – Código das famílias da rede grupo de alta frequência familiar e de fornecedores, por medidas de centralidade – 2009.....	327
65 – Código dos fornecedores da rede grupo de alta frequência familiar e de fornecedores, por medidas de centralidade – 2009.....	328
66 – Código das famílias da rede família-comprador, por medidas de centralidade – 2009.....	329
67 – Código dos compradores da rede família-comprador, por medidas de centralidade – 2009.....	332
68 – Código das famílias da rede grupo de alta e média frequências familiares e de compradores, por medidas de centralidade – 2009.....	338
69 – Código dos compradores da rede grupo de alta e média frequências familiares e de compradores, por medidas de centralidade – 2009.....	339
70 – Código das famílias da rede grupo de alta frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade – 2009.....	344
71 – Código dos compradores da rede grupo de alta frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade – 2009.....	345

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	1
2	DIVISÃO DO TRABALHO: DIFERENCIAÇÃO SOCIAL E MERCADO DE PRODUÇÃO.....	7
2.1	Divisão do trabalho social: diferenciação e solidariedade.....	9
2.2	Mercado de produção territorial: expansão da divisão do trabalho social.....	17
2.2.1	Aglomerações produtivas territorializadas: realidades atuais da divisão do trabalho social.....	24
3	ORGANIZAÇÃO, INSTITUIÇÃO E ECONOMIA.....	30
4	RELAÇÕES SOCIAIS NOS MERCADOS: RACIONALIDADE E ESTRUTURA.....	42
4.1	Ação econômica e ação coletiva.....	44
4.2	Estrutura social do mercado: vínculos em redes sociais.....	50
4.2.1	Estrutura relacional dos mercados: uma influência da nova sociologia econômica.....	54
5	METODOLOGIA.....	58
5.1	Antecedentes: caminho percorrido.....	58
5.2	Caracterização da pesquisa: tipo, método e estratégia.....	60
5.3	Coleta de dados.....	62
5.3.1	Características, planejamento e coleta de dados primários.....	62
5.3.2	Características e coleta de dados secundários.....	66
5.4	Categorias analíticas, organização e análise dos dados.....	67
5.4.1	Categorias analíticas.....	67
5.4.2	Organização e análise dos dados.....	68

6	MUNICÍPIOS E CONTEXTO DA AGLOMERAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS DE BASE ARTESANAL: SINGULARIDADE, POPULAÇÃO E ECONOMIA LOCAL.....	78
7	MERCADO DA TECELAGEM TRADICIONAL DE RESENDE COSTA: PRODUÇÃO DOMICILIAR E ORGANIZAÇÃO COMERCIAL.....	88
7.1	Produção domiciliar: localização, características, produção, trabalho e percepções sobre o mercado.....	89
7.1.1	Localização e características dos domicílios.....	89
7.1.2	Produção domiciliar: função, trabalhadores, produção e percepções sobre o mercado.....	95
7.1.3	Análise da produção domiciliar da tecelagem tradicional.....	118
7.2	Organização comercial: função, trabalhadores, comercialização e percepções sobre o mercado.....	122
8	ESTRUTURA SOCIAL DO MERCADO DA TECELAGEM TRADICIONAL DE RESENDE COSTA: REDE FAMÍLIA-FORNECEDOR E FAMÍLIA-COMPRADOR.....	147
8.1	Rede família-fornecedor da produção domiciliar.....	148
8.2	Rede família-comprador da produção domiciliar.....	157
9	CONCLUSÕES, CONTRIBUIÇÕES E CONTINUIDADE.....	167
	REFERÊNCIAS.....	175
	APÊNDICES.....	189
	ANEXOS.....	349

1 INTRODUÇÃO

Nesta tese analisou-se a estrutura social da vida econômica do mercado de produção de utensílios domésticos e peças decorativas têxteis do município de Resende Costa (MG). Esse mercado é uma construção social e consequência de uma singularidade histórico-cultural em que, de acordo com Abramovay (2009), os comportamentos dos indivíduos, com relação ao uso de seus recursos materiais e financeiros, não se formam sobre a base da autonomia da esfera econômica na vida social.

As relações econômicas não são precedentes a outros tipos de relações sociais. Os mercados só operam bem quando estão sustentados por redes compostas de laços sociais. É um equívoco sustentar que o elemento de ordem que efetivamente existe em uma sociedade diferenciada com ampla extensão de trocas pode derivar dos interesses imediatos das partes nessas relações. A realidade das atividades econômicas da sociedade industrial é impulsionada com a divisão do trabalho social, que não fica restrita a uma empresa ou a um setor. Essa divisão se expande organizada em territórios divididos e reforça a individualidade de pessoas e organizações, como também aumenta a solidariedade entre os que pertencem a arranjos produtivos locais.

As organizações são categorias analíticas complementares para a compreensão de mercados como construções sociais. A organização burocrática weberiana, a institucionalização organizacional do velho institucionalismo e a organização institucionalizada do novo institucionalismo também são possibilidades analíticas para a compreensão do modo operante de racionalização e funcionamento dos mercados. Entretanto, essa racionalidade não ocorre somente na esfera do indivíduo ou da organização como forma técnica e impessoal. O mercado possui estrutura, e a perspectiva das redes como método analítico possibilita a incorporação de variáveis como confiança e coesão social, que também determinam o processo de desenvolvimento econômico.

O município de Resende Costa está localizado, geograficamente, no Campo das Vertentes, região do Estado de Minas Gerais que, desde a década de 1980, utiliza seu potencial turístico como fonte econômica, principalmente do turismo relacionado com o patrimônio histórico e cultural (ÁLVARES; CARSALADE, 2005; OLIVEIRA; JANUÁRIO, 2007). A atividade turística regional incrementou a demanda para produtos herdados da tradição da colonização dessa região, como em Tiradentes, com a retomada de atividades produtivas artesanais em prata; e em Resende Costa com a produção da tecelagem tradicional em teares manuais de madeira (VIEIRA FILHO *et al.*, 2006). A localização geográfica do município no Estado de Minas Gerais pode ser observada em destaque na FIG.1.

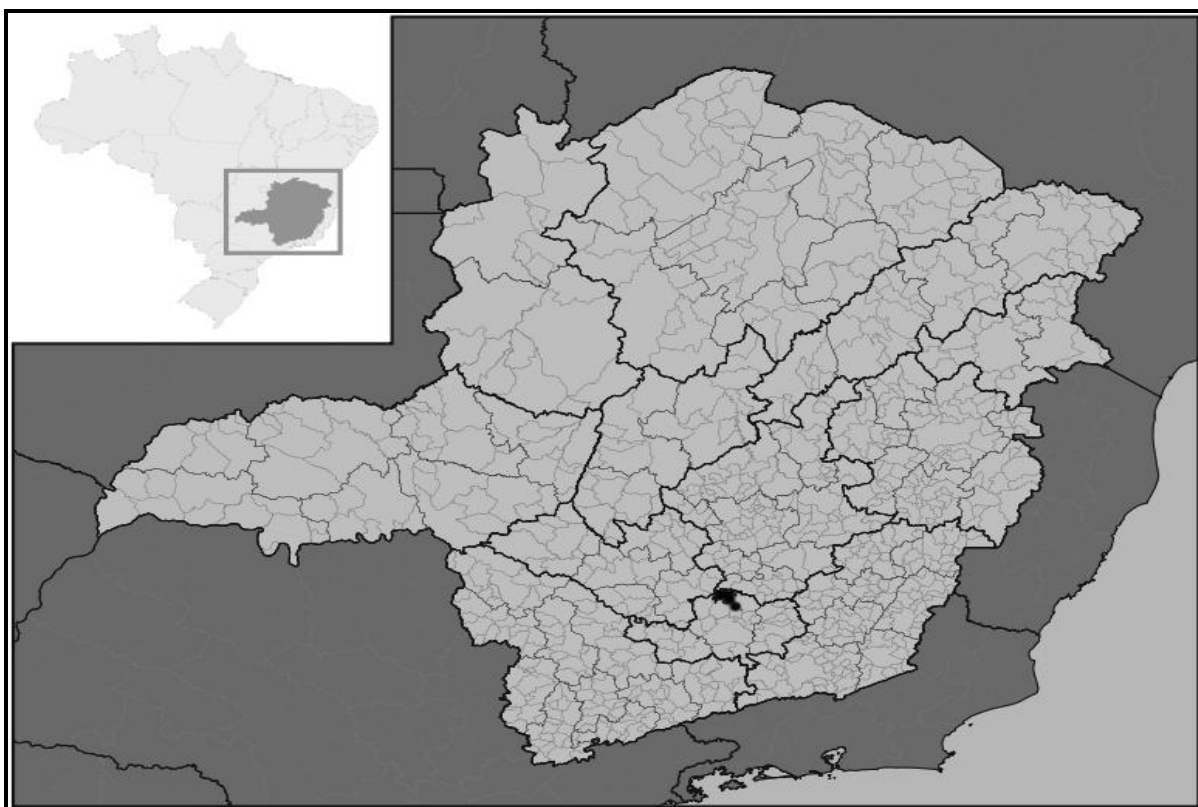


Figura 1 – Mapa do Estado de Minas Gerais, com o município de Resende Costa em destaque

Fonte: Wikimedia Commons¹.

¹ Este mapa foi extraído no dia 21/01/2009 de um *site* que disponibiliza, entre outros, imagens, som, vídeos, mapas digitalizados, cujo endereço eletrônico é: <http://commons.wikimedia.org/wiki/Main_Page>.

A tecelagem tradicional do município de Resende Costa tem como *inputs* linhas, retalhos, tesouras e teares de madeira e, como *outputs*, produtos do conhecimento singular dessa comunidade. Esse sistema produtivo tem sua origem na produção doméstica têxtil do século XVIII (SANTOS; SILVA, 1997), na localidade então denominada Arraial da Laje², da Comarca do Rio das Mortes da Capitania de Minas Gerais (PINTO, 1992). Ao processo produtivo do século XX, em comparação com o dos séculos XVIII e XIX, foram incorporadas inovações tecnológicas nos insumos, nos equipamentos, nos processos operacionais e na sua organização, visando atender às pressões que permearam o tecido social regional daqueles que sobrevivem desse mercado local. Abreu (2002) chama atenção para o fato de que os colonizadores trouxeram para o município o conhecimento tácito da tecelagem tradicional, que atualmente movimenta sua economia, mas que tanto o processo quanto os produtos vêm passando por modificações.

A produção têxtil doméstica faz parte da história econômica mineira dos séculos XVIII e XIX, tanto para fins de subsistência quanto para atender à demanda emergente de um mercado consumidor interno (LIBBY, 1997; MACEDO, 2006). Conforme Libby (1997), essa atividade também poderia ter sido uma possibilidade de ocupação feminina e de eliminação ou, pelo menos, redução da necessidade de compra de tecidos do mercado externo. O inventário dos teares da Capitania de Minas Gerais de 1786, ainda que seja, conforme Libby (1997), incompleto, registrou 1.248 teares em 1.242 domicílios e apontou para o fato de que a fiação e a tecelagem eram atividades comuns na capitania. Esse mesmo autor, comentando os registros do *Inventário dos Teares Existentes na Capitania de Minas Gerais* evidencia que já no século XVIII foi observada a divisão do trabalho na produção têxtil doméstica, conforme citação transcrita a seguir:

Indiretamente, o *Inventário* demonstra as dimensões consideráveis da indústria têxtil doméstica. Uma vez que a produção parece ter sido inteiramente manual, cada tear e seu tecelão correspondente eram mantidos por um contingente muito maior de fiandeiros que, deve-se recordar, provavelmente também realizavam a separação

²A denominação da localidade que atualmente é a sede do município de Resende Costa (MG), de meados do século XVIII, poderá ser citada com duas grafias: **Laje** ou **Lage**. Nas referências de Pinto (1992) e Santos e Silva (1997), a grafia utilizada para denominação do Arraial é **Laje**, já nas referências de Resende (2001) e Teixeira

das sementes do algodão, além de sua cardagem. Ademais, estes fiandeiros auxiliares frequentemente residiam em lares separados dos que possuíam os teares (LIBBY, 1997, p. 119).

Macedo (2006), para explicar o fenômeno histórico econômico da indústria têxtil do século XIX na Capitania de Minas Gerais, demonstra, a partir de dados das Listas Nominativas de 1831-1832, que a população ocupada distribuía-se em 28,34% no ramo de atividade de produção de fios e tecidos e 9,44% na produção de peças do vestuário. É importante ressaltar que 66,96% das mulheres livres e 58,89% das escravas ocupavam postos de trabalho no ramo de atividades de produção de fios e tecidos, enquanto 17,70% das mulheres livres e 7,19% das escravas, no ramo de atividade de produção de peças do vestuário (MACEDO, 2006). Assim, temos que, no século XIX, a indústria têxtil ocupava 37,78% da população da Capitania de Minas Gerais.

A história econômica da indústria têxtil doméstica na Capitania de Minas Gerais também foi destacada na lista nominativa do Curato da Lage³ de 1838. Conforme Teixeira (2006), o arraial tinha uma população de 348 pessoas – 151 homens e 197 mulheres; desse contingente, 126 tinham como ocupação a fiação, ou seja, 63,96% das mulheres e 36,21% dos habitantes do arraial ocupavam postos de trabalho na produção doméstica têxtil. Resende (2001), utilizando a lista nominativa de 1831, detalha a distribuição ocupacional da indústria têxtil do século XIX no Distrito da Lage: 259 fiandeiras, 63 costureiras, 1 bordadeira, 41 tecedeiras, 5 rendeiras e 8 que exerciam mais de uma ocupação. O Distrito da Lage, em 1831, registrava 1.243 habitantes – 665 homens e 578 mulheres – em que 30,33% dos habitantes e 66,22% das mulheres do distrito ocupavam postos de trabalho na produção doméstica têxtil (RESENDE, 2001).

³ Conforme Teixeira (2006), o Distrito da Lage era composto de quatro localidades, que tinham a seguinte denominação: Arraial, a Lage (atual sede do município de Resende Costa-MG); quarterão dos Campos Gerais e quarterão do Ribeirão de Santo Antônio (atual zona rural do município de Resende Costa); e quarterão do Mosquito (atual município de Coronel Xavier Chaves-MG).

A produção doméstica da tecelagem tradicional de Resende Costa, já no final do século XX, chama atenção, e alguns trabalhos acadêmicos tentam dar conta dessa realidade da vida econômica dos habitantes desse local (ABREU, 2002; OLIVEIRA, 2006; PEREIRA, 2008; RESENDE, 2000; RESENDE, 2005; SANTOS; SILVA, 1997; SANTOS *et al.*, 1998). O trabalho de Santos e Silva (1997) reconhece, por meio da história oral, a herança da tradição familiar dos moradores desse município. Santos *et al.* (1998) apresentam, como resultados de seu estudo, em que abordaram 1.322 domicílios e entrevistaram moradores de 499 domicílios do perímetro urbano do município de Resende Costa, a existência de 811 trabalhadores informais e 495 teares de madeira, que produziam 20 tipos de produto. Segundo esses autores, esses trabalhadores, no final do século XX, dividiam-se em: 41,5% de picadores, 39,6% de tecelões, 1,3% de vendedores, 0,9% de fornecedores e 16,7% de trabalhadores que exerciam mais de uma ocupação.

Santos *et al.* (1998) destacam outro elo do mercado da tecelagem no município, ou seja, 37 estabelecimentos comerciais de tecelagem tradicional, que apresentaram o seguinte perfil: 65% de produtores e vendedores, 11% de vendedores e 24% de fornecedores de insumos, tanto do fio de algodão industrializado quanto de retalhos da indústria têxtil. Conforme dados da Prefeitura Municipal de Resende Costa, no ano de 1985 havia um estabelecimento comercial de artesanato, e, em 1995, a relação de contribuintes que exerciam a atividade de artesão chegou a 25 estabelecimentos (SANTOS; SILVA, 1997).

Os estudos apresentam evidências de que o mercado da tecelagem tradicional de Resende Costa (MG) nos séculos XVIII e XIX era basicamente de produção doméstica, e no final do século XX a produção continua no domicílio, entretanto passam a existir estabelecimentos comerciais de artigos da tecelagem tradicional. Esse fenômeno não tem sido observado como construção social, e como tal, consequência objetiva de uma estrutura social. É desse fenômeno socioeconômico da tecelagem tradicional do município e da necessidade de compreendê-lo como consequência histórica da singularidade dessa comunidade que emerge a pergunta

que norteou esta tese: **como compreender o mercado de produção da tecelagem tradicional de Resende Costa (MG) como uma construção social?**

Diante desse problema de pesquisa, definiu-se como objetivo geral a **análise do mercado da tecelagem tradicional de Resende Costa (MG) como uma construção social**. Para tanto, definiram-se como objetivos específicos a análise comparativa do município de Resende Costa com outros municípios que compõem conforme Abreu (2002), aglomerados de empreendedores de base artesanal, com o intuito de identificar entre eles similaridades e discrepâncias. Após a análise do município perante o contexto da aglomeração regional, o objetivo específico foi caracterizar o mercado da tecelagem a partir do perfil da produção, do trabalho, das organizações e da rede social da tecelagem tradicional.

Para a análise desse mercado como construção social, inicialmente foi apresentado, em três capítulos, o estado da arte de pilares das ciências sociais que permitem compreender a sua construção, quais sejam: divisão do trabalho, organização social, ação coletiva e redes de relacionamento. Posteriormente, foram descritos os antecedentes e a metodologia desenvolvida para descrição e análise do mercado. O mercado local do município analisado foi contextualizado em comparação com outros municípios similares e que foram categorizados, conforme Abreu (2002), como aglomerações produtivas tradicionais dessa região do Estado. O capítulo que inicia a descrição e análise do mercado da tecelagem tradicional de Resende Costa explica e mostra que esse mercado divide o trabalho social e que no momento de grande expansão, no final do século XX e início do século XXI, demandou a organização burocrática da tecelagem tradicional e que, atualmente, ficam evidentes suas disfunções burocráticas. Entretanto, a divisão do trabalho e a organização do mercado não explicam como este está estruturado, o que é feito no capítulo que prossegue a explicação do processo social de construção desse mercado, que está alicerçado em redes de troca com vínculos familiares. E no último capítulo são apresentadas as considerações finais e pontuadas possibilidades de estudos futuros a partir de uma curiosidade e duas dúvidas sobre essa realidade socioeconômica que podem apontar possíveis continuidades para este trabalho.

2 DIVISÃO DO TRABALHO: DIFERENCIAÇÃO SOCIAL E MERCADO DE PRODUÇÃO

As relações econômicas não são precedentes de outros tipos de relações sociais. Os mercados só operam bem quando estão sustentados por redes sociais compostas de laços individuais polivalentes. As atividades econômicas sustentáveis no longo prazo requerem confiança e, conforme Evans (2004), as trocas econômicas se sustentam em laços sociais. Durkheim é um crítico do caráter utilitarista dos homens trocadores de mercadorias e da abstração como um procedimento metodológico e questiona, inclusive, se há realmente uma esfera da atividade social em que o desejo de riqueza desempenhe papel preponderante, que é direcionado para a ciência econômica (RAUD, 2007).

As atividades econômicas ocorrem tanto por trocas instrumentais quanto por trocas sociais. Um fator essencial de uma troca instrumental é a contribuição feita por cada parte, por exemplo, na provisão de bens e serviços, e a segurança para que cada parte cumpra mutuamente o que foi acordado, por exemplo, nos contratos. Já no caso da troca social o comportamento de cada parte é orientado para necessidades de outras pessoas, detalhadas em alguma noção de expectativas recíprocas gerais da interação (WIDEGREN, 1997), ou seja, são compromissos morais mais gerais, sem os quais não seria possível contrair esses laços econômicos, que são decorrentes de trocas sociais.

Os seres humanos sentem uma forma aguda de inquietação na ausência de normas e regras que os agreguem, inquietação essa que o moderno local de trabalho modera e supera. Para Fukuyama (1996), o tipo de capital social frequentemente mais útil é a capacidade de formar novas associações e cooperar dentro dos termos de referência que uma comunidade ou grupo tradicional estabelecem. Esse tipo de grupo, disseminado pela complexa divisão do trabalho da sociedade industrial, é baseado em valores compartilhados. Essa sociabilidade espontânea refere-se a uma

ampla gama de comunidades intermediárias distintas da família ou das estabelecidas deliberadamente por governos (FUKUYAMA, 1996).

É um equívoco sustentar que o elemento de ordem que efetivamente há em uma sociedade diferenciada com ampla extensão de relação de troca possa derivar dos interesses imediatos das partes nessas relações. A diferenciação social é resultado do aumento do número e densidade da sociedade, ou seja, uma pressão demográfica e moral (DURKHEIM, 1999). A divisão do trabalho social (DTS) ocorre mediante a diferenciação de áreas distintas, dentro das quais diversos grupos de indivíduos estão em mútua competição. Cada indivíduo, no lugar de competir diretamente com todos os demais, só compete com número limitado de indivíduos, no mesmo grupo ocupacional (PARSONS, 1968).

A evolução da forma moderna de sociedade está ligada à expansão do individualismo⁴. Todavia, esse fenômeno relaciona-se com o incremento da divisão do trabalho, que dá origem a uma especialização das ocupações profissionais, contribuindo, assim, para possibilitar o desenvolvimento de talentos, capacidades e atitudes específicas (GIDDENS, 1990).

A realidade das atividades econômicas da sociedade industrial organizada em territórios divididos e especializados reforça a individualidade de indivíduos e organizações, mas também aumenta a solidariedade entre aqueles que pertencem a arranjos produtivos locais (APL). As redes de cooperação e os APL são considerados como estratégia de organização de sistemas produtivos territorializados e assumem papel determinante nas novas abordagens do desenvolvimento econômico local⁵. O desenvolvimento e a modernização econômica

⁴ A relação indivíduo e sociedade é abordada com propriedade por ELIAS, N. **A sociedade dos indivíduos**. Organizado por Michael Schröter; tradução de Vera Ribeiro; revisão técnica e notas, Renato Janine Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.

⁵ Estudos como os de Gerolamo *et al.* (2008), Souza e Arica (2006), Galdámez *et al.* (2009), Teixeira *et al.* (2006), Suzigam *et al.* (2005a) e Suzigam *et al.* (2007) analisam a realidade, potencial e desenvolvimento da gestão de sistemas produtivos territorializados e organizados em APL. A ênfase desses estudos está em análises internacionais (GEROLAMO *et al.*, 2008), na estratificação tecnológica intra-arranjos (SOUZA; ARICA, 2006), na proposição de sistemas de avaliação de desempenho (GALDÁMEZ *et al.*, 2009), nos arranjos

tiveram sangue novo com as análises das características sociais dos sistemas de produção territorializados (CONTI, 2005). Entretanto, essas abordagens sobre APL não contemplam análise socioeconômica que permita compreender a dinâmica de uma relação que inicialmente possa ser definida como paradoxal, de acordo com Durkheim (1999), de diferenciação como fonte de solidariedade em sistemas produtivos territorializados.

2.1 Divisão do trabalho social: diferenciação e solidariedade

Segundo Durkheim (1999), a divisão do trabalho normal supõe que o trabalhador debruçado sobre sua tarefa não perca de vista seus colaboradores, aja sobre eles e sofra sua ação. Os serviços econômicos que a DTS pode prestar são relativamente menores em comparação com o efeito moral que ela produz, e sua verdadeira função seria criar, entre dois ou vários indivíduos, um sentimento de solidariedade. O efeito da divisão do trabalho não é aumentar o rendimento das funções divididas, mas torná-las solidárias (DURKHEIM, 1999).

Na sociedade dividida pelo trabalho e regulada pelos contratos, o papel da moral é permitir a realização e adequação entre os interesses individuais e coletivos. As regras morais são fundamentais para a estabilidade da sociedade, uma vez que asseguram o respeito às instituições básicas. Essas instituições, por sua vez, asseguram a confiança no mercado, mesmo entre pessoas que não se conhecem diretamente pelo respeito aos maiores valores fundamentais da sociedade moderna, ou seja, os direitos individuais (RAUD-MATTEDI, 2005b).

Os indivíduos perseguem seus próprios interesses com harmonia social, que deriva essencialmente da divisão do trabalho e consiste numa cooperação que se produz automaticamente. Para Durkheim (1999), basta que cada indivíduo se consagre a

produtivos locais agrícolas (TEIXEIRA *et al.*, 2006) e nas estruturas de governança dos APL (SUZIGAN *et al.*, 2005).

uma função especial para se encontrar solidário aos outros papéis na organização industrial. O interesse individual de se consagrar a determinada função e conviver em harmonia com as demais funções exercidas por indivíduos distintos indica a existência implícita de normas e regras sociais que influenciam o comportamento humano. Para que os indivíduos cooperem, não basta à relação o sentimento de dependência, mas torna-se necessário que direitos e deveres sejam estabelecidos, por exemplo, por meio de relações contratuais. Essas condições são fatores coletivos e determinam a ação social dos indivíduos (DURKHEIM, 1999). A relação indivíduo-sociedade é, então, medida pela diferenciação de suas partes, que se especializam funcionalmente, tendo relação direta com a densidade moral da sociedade (PRATES *et al.*, 1991).

Toda sociedade é uma sociedade moral, e esse caráter passa a ser mais pronunciado nas sociedades organizadas pelo trabalho dividido. O indivíduo não se basta, e é da sociedade que ele recebe tudo o que lhe é necessário, como é para ela que ele trabalha. O adensamento e o número total dos membros da sociedade influenciam a divisão do trabalho social, mas é preciso que os indivíduos estejam em contato bastante íntimo para que possam agir e reagir uns sobre os outros. O crescimento e adensamento das sociedades podem ser analisados como causa determinante, que permite mais que requer maior divisão do trabalho (DURKHEIM, 1999).

O trabalho, portanto, divide-se mais à medida que as sociedades se tornam mais populosas e mais densas moralmente, porém os rivais ou competidores não são obrigados a se eliminarem mutuamente, pois podem coexistir um ao lado do outro, cada qual com sua especialidade, ou seja, sua individualidade ocupacional. Por um lado, à medida que a DTS se desenvolve, os indivíduos especializados têm os meios para se manterem e sobreviverem, por outro lado, uma indústria só pode viver se corresponder a alguma necessidade. O trabalho como fator de produção econômico só pode se dividir se o seu resultado, a especialização, funcionalmente corresponder a uma necessidade da sociedade. O resultado utilitário econômico da nova especialização é a tendência de aumento da produtividade.

A relação econômica com o progresso da DTS também é definida pela pressão social dos indivíduos de sentirem realmente a necessidade de produtos mais abundantes e de valor econômico unitário mais acessível. Além dos aspectos de volume e densidade social e do atendimento de necessidades de consumo, conforme Durkheim (1999), para grupos sociais serem organizadas a partir do trabalho, torna-se necessário um sistema desenvolvido de regras que predeterminam o funcionamento de cada órgão. Assim, à medida que o trabalho se divide, constitui-se uma moral e uma multidão de direitos profissionais; no entanto, essa regulamentação não deixa menos ampliada a esfera de ação do indivíduo (DURKHEIM, 1999).

Nem sempre, entretanto, a DTS tem como resultado a solidariedade social; algumas vezes, ela apresenta resultados diferentes, até mesmo opostos. Não se trata, nesse caso, da divisão do trabalho e, sim, da diferenciação pura e simples, ou seja, a DTS anômica. A divisão do trabalho social anômica ocorre, por exemplo, por crises industriais, falências e antagonismos entre o trabalho e o capital, que são verdadeiras rupturas parciais da solidariedade orgânica e atestam, de fato, que, em certos pontos do organismo, determinadas funções sociais do trabalho não estão ajustadas umas às outras. Portanto, à medida que o trabalho se divide, esses fenômenos parecem tornar-se mais frequentes. O que faz a gravidade da anomia é que, algumas vezes, esta é um resultado necessário da divisão do trabalho assim que este supera certo grau de desenvolvimento. Nesse caso, o indivíduo, debruçado sobre sua tarefa, isola-se em sua atividade especial. Ele não sente os colaboradores que trabalham ao seu lado na mesma obra, já não tendo sequer a noção de uma obra comum. Nesses casos, a divisão do trabalho não poderia ser levada adiante sem se tornar fonte de desintegração (DURKHEIM, 1999).

O que constitui, portanto, a unidade das sociedades organizadas a partir da divisão do trabalho é o consenso espontâneo entre as partes. A solidariedade interna desta construção social dos mercados é indispensável, também, como ação reguladora dos centros superiores, que falta nos casos anômicos, mas que é condição necessária para a DTS normal. Nesse sentido, Durkheim (1999) avança em uma

perspectiva institucional de que a garantia do espírito de conjunto e do sentimento de solidariedade comum demanda um ator qualificado para exercê-lo. Esse papel seria do Estado moderno, entretanto o autor o considera um ator geral em demasia para assegurar o concurso das funções sociais que este não realiza.

Para Durkheim (1999), os grupamentos profissionais têm o papel de regular e ligar sociedade e Estado na organização social industrial. Essa proposição durkheimiana é formulada a partir da observação social de que a formação de um grupo demanda de uma disciplina moral, já que a organização social por meio da DTS é na realidade da vida cotidiana um conjunto de relações entre a personalidade individual e a solidariedade social. As corporações profissionais desempenham juntamente com o Estado, papel crítico para a harmonia social, mediando o interesse geral dos grupos e limitando o poder do Estado (DURKHEIM, 1999). Portanto, os grupos profissionais constituem o elemento básico de reordenamento do sistema de solidariedade orgânica, organizada, conforme Prates *et al.* (1991), como entidade representativa que se colocaria entre a população e as instituições governamentais.

O crescimento do individualismo, que é a base da lógica da solidariedade orgânica e, conseqüentemente, da DTS, não implica diminuição do Estado. Pelo contrário, é justamente o Estado que legitima e garante o individualismo, que afirma e faz respeitar os direitos do indivíduo. Portanto, a perspectiva durkheimiana da vida econômica, especificamente da organização do trabalho social, reconhece o Estado com ator que influencia indiretamente o mercado, uma vez que assegura não só o respeito aos contratos e à propriedade privada, por meio da garantia dos direitos individuais, mas também com a justiça nas trocas. Esse ator, para Durkheim (1999), não pode intervir diretamente na vida econômica, por estar afastado dos particularismos setoriais, locais etc. O papel de regulação direta do mercado, portanto, seria desempenhado pelas corporações profissionais. Conforme Raud-Mattedi (2005b), o Estado seria indispensável para o funcionamento do mercado na perspectiva durkheimiana, pelo seu papel de garantir o individualismo e a justiça nas relações econômicas.

Conforme Durkheim (1999), a existência da solidariedade orgânica não demanda somente um sistema de órgãos necessários uns aos outros e que sintam, de modo geral, sua solidariedade, mas, além disso, torna-se necessária uma regulação que defina o modo operante da concorrência, se não em toda a espécie de encontros, pelo menos nas circunstâncias mais frequentes. Entretanto, nem todas as relações sociais são suscetíveis de assumir a forma jurídica do contrato que regularia a relação econômica, já que este não basta por si só, somente supõe regulamentação que estende e se complica como a própria vida contratual. A solidariedade tem papel importante nas relações econômicas que não é o de suprimir a concorrência, mas, sim, moderá-la.

As regras destacam-se normalmente por si mesmas da divisão do trabalho como prolongamento destas. Portanto, se a divisão do trabalho aproximasse apenas indivíduos que se unem por alguns instantes, com vistas a intercambiar serviços pessoais, não poderia dar origem a nenhuma ação reguladora. O que esta põe em presença são funções, isto é, ações definidas que se repetem idênticas a si mesmas em circunstâncias dadas, pois decorrem das condições gerais e constantes da vida social. As relações que se estabelecem entre essas funções não podem, portanto, deixar de alcançar o mesmo grau de fixidez e de regularidade. Sobre as funções existem certas maneiras de reagir umas sobre as outras que, achando-se mais conformes à natureza da relação econômica, se repetem com maior frequência e tornam-se hábitos. Estes, à medida que adquirem força, se transformam em regras de conduta. A regra não cria o estado de dependência mútua em que se acham os órgãos solidários, mas apenas o exprime de maneira sensível e definida em função de uma situação dada (DURKHEIM, 1999).

Conforme Raud (2007), Durkheim e todas as análises sociológicas do mercado depois dele ressaltam que a viabilidade do contrato depende da existência de um fundo institucional composto pela tradição, moral e direito. Além desses fatos sociais objetivos, a subjetividade da solidariedade é dada também nos contratos, por questões não contratuais expressas na confiança, contato afetivo, unidade social e sentimentos de compromisso dos parceiros na relação (MOLM *et al.*, 2007).

Existem contrastes entre as concepções de solidariedade orgânica e relações contratuais. O conteúdo das regras é variado; por exemplo, uma parte pode ver-se forçada a assumir obrigações que não estavam no contrato. Portanto, existe um corpo de regras que não é objeto de acordo algum entre as partes contratantes, mas que estão socialmente dadas, devido ao fato de o mercado ser construção social. Assim existe, conforme Parsons (1968), uma pormenorizada regulação para os detalhes da ação humana na sociedade moderna, entendida por esse autor como uma sociedade industrial ou do trabalho.

O contrato, portanto, é a expressão jurídica da cooperação; por exemplo, o código comercial não regulamenta contratos propriamente ditos, ele determina o que devem ser certas funções especiais, como as do agente de câmbio, do corretor, do capitão e do juiz comissário em caso de falência, a fim de garantir a solidariedade de todas as partes do aparelho comercial (DURKHEIM, 1999, p.100-102). O direito moderno empenha-se em fazer respeitar os direitos individuais, o que representa inovação na história da humanidade. Permite assegurar a confiança no mercado, ao punir atos desonestos (RAUD-MATTEDI, 2005b). As normas como os contratos, ou seja, a regra explícita, por um lado fortalecem a confiança e por isso reduz os custos de transação e facilitam a cooperação no mercado (PUTNAM, 2005).

Para Durkheim (1999) e Raud-Mattedi (2005b), a falta de regulamentação não permite a harmonia regular das funções do trabalho dividido no mercado. Os economistas demonstram, é verdade, que essa harmonia se restabelece por si mesma, quando necessário, graças à elevação ou ao aviltamento dos preços, que, conforme as necessidades, estimulam ou retardam a produção. Mas em todo caso, por um lado, ela só se restabelece depois de rupturas de equilíbrio e de perturbações mais ou menos prolongadas, por outro lado essas perturbações são, normalmente, tanto mais frequentes quanto mais especializadas são as funções, já que, quanto mais uma organização é complexa, mais a necessidade de regulamentação extensa se faz sentir (DURKHEIM, 1999). Mas à medida que o ator se enquadra na regulamentação contratual, isto é, à medida que respeita uma série de regras sociais, sejam formais (direito), informais (tradições e normas morais),

elaboradas coletivamente e inscritas numa dimensão temporal de longo prazo, ele participa da criação de verdadeira relação social. Portanto, a relação mercantil gera um laço social mesmo sem passar por relações pessoais íntimas, à medida que esse laço não se esgota no único ato de troca, mas se enraíza e participa do processo de reprodução das instituições sociais (RAUD-MATTEDI, 2005b).

As relações contratuais se desenvolvem necessariamente com a divisão do trabalho, ou seja, uma das variedades importantes da solidariedade orgânica é o que se poderia chamar de solidariedade contratual. Entretanto, é incorreto acreditar que todas as relações sociais possam reduzir-se ao contrato, tanto mais que este supõe algo mais que ele mesmo e existem vínculos especiais que têm sua origem na vontade dos indivíduos. Os conflitos que nascem dos contratos adquirem maior gravidade à medida que o próprio contrato adquire maior importância na vida social. Portanto, o direito contratual dos povos civilizados se torna cada vez mais volumoso, já que seu único objetivo é assegurar o concurso regular das funções que entram em relações cada vez mais complexas e densas (DURKHEIM, 1999).

Durkheim (1999), com o seu estudo sobre a DTS, apresenta uma clara ordenação lógica que mostra como o volume e densidade populacional e moral, a preservação da individualidade e a regulação social são fatores fundamentais para que a diferenciação gere a solidariedade e não o conflito no mercado. Entretanto, instituições entre o Estado e o indivíduo devem garantir seus deveres e direitos. Conforme Raud-Mattedi (2005b), Durkheim reflete sobre o papel das instituições na orientação do comportamento do ator econômico e, portanto, na regulação do mercado, com conclusões frequentemente semelhantes. Entretanto, mesmo Durkheim (1999) reconhecendo as regras informais dos contratos, ele não explicita na DTS as relações econômicas que podem ser reguladas sem que o Estado ou corporações exerçam seus papéis institucionais por meio de contratos formais entre os indivíduos para a construção social do mercado.

A divisão do trabalho une ao mesmo tempo em que opõe e faz convergir as atividades que diferenciam e aproximam aqueles que se separam. A diferenciação não pode ter determinado essa aproximação e é necessário que os indivíduos entre os quais a luta se trava já sejam solidários e a sintam, isto é, pertençam a uma mesma sociedade. As diversas partes do agregado, por cumprirem funções diferentes, não podem ser facilmente separadas. As sociedades em que a solidariedade orgânica é preponderante são constituídas não por uma repartição de segmentos similares e homogêneos, mas por um sistema de órgãos diferentes, cada um dos quais têm papel especial e são formados, eles próprios, de partes diferenciadas (DURKHEIM, 1999).

Segundo Durkheim (1999), o incremento da atividade funcional reflete no aumento de solidariedade, pelo fato de que as funções de um organismo só podem tornar-se mais ativas se também se tornarem mais contínuas. Ou seja, um organismo em particular nada pode fazer sem o concurso dos outros; só pode produzir mais se os outros também o fizerem. O rendimento desses só pode aumentar, por seu turno, se o do precedente elevar mais uma vez, por uma nova reação. Toda maior quantidade de atividade de uma função, por implicar aumento correspondente das funções solidárias, implica um novo aumento da primeira, o que só é possível se esta se tornar mais contínua. É claro que essas reações não se produzem indefinidamente, mas chega um momento que o equilíbrio torna a se estabelecer. E, nesses casos, o trabalho torna-se mais contínuo à medida que se divide. Portanto, a DTS é fonte de coesão social não apenas por tornar os indivíduos mais solidários, mas porque limita a atividade de cada um e também a aumenta (DURKHEIM, 1999).

Mas a regulação ocorre somente no interior das indústrias? Atualmente, ela também é discutida na coordenação das indústrias territorialmente localizadas e concentradas. Os conceitos durkheiminianos sobre a DTS auxiliam a compreender a expansão atual da organização industrial com a especialização de territórios, que comprovam que esses mercados territorializados como construções sociais são sustentados pela divisão do trabalho.

2.2 Mercado de produção territorial: expansão da divisão do trabalho social

A divisão do trabalho social, como estrutura de sustentação e fonte de solidariedade de mercados, nesta seção foi explorada como uma categoria analítica da organização industrial seja de setor econômico ou de cadeia de produção, que esteja localizada em uma cidade, região e nação, ou seja, em mercados produtivos territorializados.

Conforme Conti (2005), a compreensão do desenvolvimento e da modernização econômica pode ser realizada a partir de análises das características dos sistemas de produção territorializados⁶, por um lado, no município, como esfera autônoma da organização político-administrativa do país⁷, mas, por outro lado, também como consciência associativa de participação da vida política da comunidade local. E, no entanto, na ideia de capital social, ou seja, o estoque de valores e comportamentos coletivos, expressos por dada comunidade, como ingredientes fundamentais para seu desenvolvimento e modernização. A imersão territorial dos atores pode fomentar a competitividade no sistema local com a implantação de hábitos, convenções e normas de comportamento, que são estimulados por meio da proximidade geográfica, que transcendem as tradicionais relações cliente-fornecedor e proporcionam a formação de redes formais e informais de colaboração e interação. Essas redes se formam por meio de mercados locais de trabalho, convenções e regras formuladas para o desenvolvimento de relações e conhecimento empresarial (CONTI, 2005).

⁶ Análises críticas sobre a associação entre território e desenvolvimento econômico podem ser analisadas em: SANTOS, M. **Economia espacial**: críticas e alternativas. 2 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003; e PEREIRA, M. F. V. O território sob o "Efeito Modernizador": a face perversa do desenvolvimento. **Interações**, v. 8, n. 13, p. 63-69, set. 2006. O território como um campo de estudo interdisciplinar com enfoque no desenvolvimento sustentável local é o tema central de RIOS, F.T. Complejidad territorial y sustentabilidad: notas para una epistemología de los estudios territoriales. **Horizontes Antropológicos**, v. 12, n. 25, p.105-115, jan./jun. 2006.

⁷ Para maiores informações sobre a organização do Estado brasileiro, ver artigo 18 da Constituição da República Federativa do Brasil em: BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 40. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

Nesses arranjos produtivos locais (APL) o sucesso econômico de cada organização passa a depender de sua capacidade de especialização naquilo que consegue estabelecer vantagens comparativas efetivas e dinâmicas que são decorrentes, conforme Diniz *et al.* (2006), do estoque de atributos e da capacidade contínua de inovação, que leva países e localidades, ou seja, territórios, à criação de organizações locais para sua promoção, como os parques e incubadoras tecnológicos. Para Lemos (2006), a relação entre economia e geografia só adquiriu relevância na teoria econômica num período relativamente recente. Essa realidade é observada por meio de sistemas de produção territorializados que têm, conforme Suzigan *et al.* (2005b), nas economias externas locais o cerne da discussão de *clusters*, porque são elas que determinam a própria existência da aglomeração ao proporcionarem custos reduzidos para firmas aglomeradas.

Para a economia, o território é encarado, essencialmente, como agregado de atores que, em dadas circunstâncias, podem comportar-se como ator coletivo. Nesse sentido, o território nunca cria redes diretamente, mas favorece a constituição de relações entre atores socialmente próximos. Ao mesmo tempo, as redes de relações locais interagem com outros níveis territoriais, por meio da interação de atores que pertencem, simultaneamente, a uma rede local e uma supralocal. Os territórios ligam-se à economia global por promoverem a própria especialização, portanto, permitem a difusão de estratégias e escolhas destinadas a promover e fortalecer os sistemas ou agrupamentos presentes com a geração de valor econômico. No entanto, nos territórios o desafio é de natureza organizacional, que envolve a coordenação de atores e de seus princípios de ação e comunicação (CONTI, 2005).

Conforme Haddad (2004), o avanço do processo de globalização acabou por criar condições para a revitalização do desenvolvimento local de territórios. O desenvolvimento, por exemplo, de um município, que pressupõe o seu crescimento econômico, depende fundamentalmente da sua capacidade de organização social que se associa ao aumento da autonomia local da tomada de decisão, com a capacidade para reter e reinvestir o excedente econômico gerado pelo processo de crescimento local com inclusão social, conservação e preservação do meio ambiente (HADDAD, 2004).

Segundo Markusen (2005), o estudo de regiões econômicas tenta construir teorias que têm como tema central a causalidade do desempenho da economia regional. Entretanto, nessas teorias não existem ênfases sobre o comportamento microeconômico da empresa e da organização industrial. Os trabalhos de Gereffi (1994), Gereffi *et al.* (1994), Piore e Sabel (1984) e Reynolds (1994) dão continuidade à análise sociológica do fenômeno econômico da divisão do trabalho e sua consequente organização em redes produtivas territorializadas. Esse processo também é decorrente de uma realidade de produção em massa e de flexibilização produtiva de pequenas organizações integradas em redes que dependem de cooperação e também de competição (PIORE; SABEL, 1984; RAYNOLDS, 1994). A rede de produção é, conforme Gereffi *et al.* (1994), um novo paradigma organizacional que permite mais adequadamente a formulação de ligamentos, correlações de processos entre micro e macroestruturas sociais dentro de unidades de análises de contextos globais, nacionais e locais.

Essas redes estabelecem maior coordenação entre as organizações de determinados setores com todo o ambiente institucional. Os fatores de sucesso nas economias industriais em redes estão no fato de que estas possibilitam redução de custos de aquisição e promoção de espécie de regulação de territórios, o que faz que a cooperação preceda à competição (BAIARDI; LANIADO, 2006). Entretanto, além de considerar as organizações empresariais, essas redes são estruturas sociais e, no seu interior, estão imersos outros atores sociais e políticos relevantes em cada situação concreta, portanto o traço central de análise de redes está nas relações entre atores sociais (MARQUES, 1999). Esses atores sociais também defendem seus interesses individuais e, para alcançá-los, têm como parte da estrutura dos mercados a organização social de suas unidades industriais divididas e especializadas.

As redes sociais constituem um tema de relevância sociológica por buscar compreender o fato social não a partir da liberdade individual, mas da ação coletiva que se coloca às vontades individuais (MARTINS, 2004), ação coletiva imersa na ação dos indivíduos e que garante, também, a sua existência. Para tanto, devem

existir cuidados metodológicos na abordagem das redes sociais para que estas não sejam utilizadas em uma escala geográfica única, como as cadeias globais, e sejam abandonadas realidades de interesse de análise, a exemplo de redes regionais, nacionais e locais. Essas podem representar a imersão de variáveis importantes, que não tem ênfase em uma rede social que leve em consideração na sua constituição somente a atividade econômica global, mas, sim, a singularidade histórica da população dos territórios (DICKEN *et al.*, 2001).

Por exemplo, em algumas regiões da Itália o desenvolvimento econômico só foi possível a partir da coesão e solidariedade expressa no engajamento cívico de sua população, que foi um diferencial, conforme Putnam (2005), do desenvolvimento desses territórios. Um marco de reconhecimento das individualidades regionais foi a proposição e execução de uma nova divisão de autoridade entre o centro e as demais regiões via os governos regionais com suas identidades, que passaram a ter autonomia, o que ocorreu nesse país no final da década de 1970, especificamente após 1976. As decisões políticas tiveram sua ênfase nas comunidades e não em particularidades de alguns indivíduos que as povoavam, o que valorizou a vida coletiva e fortaleceu as individualidades regionais (PUTNAM, 2005).

O que ocorreu na prática do desenvolvimento desse território foi, conforme Putnam (2005), a formação de densa rede de associações secundárias, que incorporaram e promoveram, ao mesmo tempo, a colaboração social e ligaram o Estado aos indivíduos. Nesse aspecto é possível, de acordo com Durkheim (1999), que a construção social do mercado nesse território italiano ocorreu por meio de densas redes de associações, que foram instituições corresponsáveis pela proteção e satisfação dos direitos individuais e, portanto, reguladoras desse mercado.

O caso italiano é um marco indicativo básico do engajamento de indivíduos e sociedade e foi denominado por Putnam (2005) como sociabilidade cívica, nos distritos industriais italianos descentralizados territorialmente e imersos nos interesses de indivíduos e da sociedade. Putnam (2005) observou que as empresas

competiam acirradamente no campo da eficiência e da inovação em produtos, mas também cooperavam nos serviços administrativos, na aquisição de matérias-primas, no financiamento e na pesquisa, portanto existia eficácia da ação coletiva. Essas organizações empresariais combinavam baixa integração vertical de suas cadeias produtivas e alta integração horizontal de seus empreendimentos, subcontratando para trabalhos extras concorrentes temporariamente subempregados. Essa realidade socioeconômica contribuiu para a estruturação de vasta rede de associações econômicas privadas e de organizações políticas, que promoveram a cooperação e propiciaram às pequenas empresas a infraestrutura que elas sozinhas não teriam como obter no mercado (PUTNAM, 2005).

Conforme Haddad (2004), os distritos industriais italianos são formados por grupos de empresas altamente concentradas do ponto de vista geográfico, ou seja, dos seus mercados de produção territorial, as quais trabalham, direta ou indiretamente, para o mesmo mercado consumidor, compartilhando valores e conhecimentos que definem um ambiente cultural e que são especificamente interligados num *mix* de competição e cooperação. A realidade desse território italiano, formado por empresas individuais e por distritos industriais, que representam redes associativas do mercado de produção, chama a atenção para o aumento de densidade, nesse caso não somente populacional, mas especificamente da densidade de unidades produtoras que, para coexistirem no mercado consumidor em que competem por eficiência, estimulam a divisão do trabalho e promovem, por meio do convívio social associativo, a eficácia da ação coletiva.

Para Haddad (2004), portanto, a principal fonte de competitividade são os elementos de confiança, solidariedade e cooperação entre as empresas, que é um resultado de relações muito estreitas de naturezas econômica e social. Atualmente, a experiência bem-sucedida italiana estimula o desenvolvimento de arranjos produtivos locais (APL), que têm como referência o modelo do distrito industrial italiano que possui as seguintes características: intensa divisão de trabalho empresarial; flexibilidade de produção e de organização; especialização da mão de obra qualificada; competição entre empresas baseada em inovação estreita; colaborações entre as empresas e

demais agentes; fluxo de informações, identidades social e cultural, relações de confiança, complementariedades e sinergias entre os agentes; alto grau de economias externas; e redução de custos de transação (HADDAD, 2004).

Pode-se perceber que uma das principais características competitivas, denominadas como atuais dentro do discurso empresarial e até mesmo de políticas de desenvolvimento econômico, é a necessidade de as empresas atuarem de forma conjunta e associada em determinados territórios, sejam estes distritos industriais, regiões, municípios ou cidades. Essas supostas modernidade e atualidade vêm estimulando políticas de promoção do desenvolvimento socioeconômico de territórios, especificamente denominados como arranjos produtivos locais. Entretanto, Durkheim (1999) discutia e refletia na DTS que as diferentes cidades tendem cada vez mais a certas especialidades, de tal modo que foram distinguidas, em cidades universitárias, de funcionários, de fábricas, de comércio, de águas e de gente que vive de rendas. Em certos pontos ou certas regiões, concentram-se grandes indústrias de construção de máquinas, fiações, manufatureira de tecidos, curtumes, altos-fornos e indústria açucareira, que trabalham para todo o país. Aí se estabelecem escolas especiais, a população operária se instala e a construção de máquinas se concentra, enquanto as comunicações e a organização do crédito se acomodam às circunstâncias particulares. Portanto, a aglomeração é uma possibilidade concreta para o desenvolvimento empresarial a partir de estruturas organizacionais baseadas na associação, complementariedade, compartilhamento, troca e ajuda mútua, que têm como referência as redes, que também compõem a estrutura social de mercados e reforçam a discussão durkheiminiana de que a competição também gera a solidariedade. As redes reforçam, conforme Olave e Amato Neto (2001), o conceito de colaboração mútua, a fim de que as empresas individualmente possam sobreviver e se manter competitivas no mercado internacional.

As análises atuais de redes priorizam uma análise técnico-econômica em detrimento de uma análise das relações sociais em atividades econômicas que, antes de serem da esfera da economia, pertencem à vida social. As análises técnicas dão ênfase ao

impacto do paradigma microeletrônico como alavanca para o desenvolvimento dessas redes, principalmente pelo potencial de integração via o barateamento e rapidez das comunicações. É importante salientar que o impacto das comunicações como fator de ligação entre regiões inicialmente distantes e de estímulo a divisão do trabalho também é discutida por Durkheim (1999), quando considera que uma região, até então independente de um centro industrial, pode ser ligada a ele por via de comunicação que suprime parcialmente a distância geográfica. Portanto, para esse autor, de imediato uma das barreiras que detinham o desenvolvimento de uma região é retirada ou, pelo menos, recua. O mercado amplia-se com a existência de mais necessidades a satisfazer. Um novo aumento da população e densidade industrial cria as bases para uma nova dinâmica da concorrência, sendo necessário existir, em algum lugar, ou uma eliminação ou uma nova diferenciação (DURKHEIM, 1999).

O aumento das necessidades do mercado a serem satisfeitas propicia e fomenta a DTS, que conseqüentemente tem como resultado a multiplicação das organizações industriais e comerciais em territórios produtivos. Para que as unidades sociais possam diferenciar-se, é necessário antes de qualquer coisa que sejam atraídas ou agrupadas em virtudes das semelhanças que apresentam. A vida coletiva não nasceu da vida individual, mas, ao contrário, foi a segunda que nasceu da primeira. É apenas sobre essa condição que se deve explicar como a individualidade pessoal das unidades sociais pôde formar-se e crescer sem desagregar a sociedade. Para que a divisão do trabalho possa nascer e crescer, não basta que existam nos indivíduos germes de aptidões especiais, nem que eles sejam estimulados a variar no sentido dessas aptidões, mas é necessário, além disso, que as variações individuais sejam possíveis (DURKHEIM, 1999).

2.2.1 Aglomerações e cadeias produtivas territorializadas: realidades atuais da divisão do trabalho social

As aglomerações produtivas territorializadas são caracterizadas (AMATO NETO, 2000 e 2001; CASSIOLATO; LASTRES, 2002; CROCCO *et al.*, 2006; HADDAD, 2004; OLAVE; SOUZA; SOUZA, 2004; SUZIGAN *et al.*, 2005 e 2007) como um conjunto que geralmente é formado por pequenas empresas independentes organizadas com referência a determinado território. As empresas individualmente se especializam em uma fase particular do processo produtivo que, organizadas de forma conjunta, valorizam as instituições locais, por meio de relacionamentos de competição e cooperação. Esses coletivos empresariais territoriais também são denominados *clusters* (aglomerados) regionais e setoriais, que são caracterizados como concentrações de empreendimentos que geram eficiência econômica a partir da divisão do trabalho entre os produtores; estímulo ao surgimento de fornecedores de insumos e de máquinas e equipamentos especializados, agentes comerciais, empresas especialistas em serviços tecnológicos, financeiros e contábeis; classes de trabalhadores assalariados com qualificações e habilidades específicas; e associações para a realização de *lobby* e de tarefas específicas para o conjunto dos membros (AMATO NETO, 2000).

Conforme Amato Neto (2000), a aglomeração é formada a partir da confiança entre seus potenciais participantes. Existem várias realidades mundiais que são destacadas como experiências bem-sucedidas de aglomeração territorial, como redes de empresas especializadas na região central e noroeste da Itália; redes de pequenas e médias empresas do distrito industrial do oeste da Alemanha; *Keiretsus* e os sistemas de subcontratação no Japão; redes de cooperação no Chile; redes de apoio às pequenas e médias empresas na Argentina; e redes de apoio para a competitividade das pequenas e médias empresas no México (AMATO NETO, 2000).

Segundo Crocco *et al.* (2006), a realidade do aumento e da densidade de empresas em territórios também é um fenômeno que pode ser observado na realidade brasileira. A aglomeração é identificada por esses autores, por meio do índice de concentração (IC), que classifica os municípios que possuem arranjos produtivos locais (APL). Esse índice possui como parâmetros para seu cálculo o número de empregos da atividade industrial, estabelecimentos e concentração de classes de indústrias. O APL, nesse caso, tem como território um único município com alguma especialização específica. Por meio desse índice, existem por setores industriais os seguintes APL no Brasil: 99 no setor de couro e calçados; 64 no setor de metalurgia básica; 49 no setor de fabricação e montagem de veículos automotores; 48 no setor de fabricação de máquinas, aparelhos e material elétrico; e 16 no setor de fabricação de material eletrônico, aparelhos e equipamentos de comunicação (CROCCO *et al.*, 2006).

A metodologia desenvolvida que é expressa pelo IC não tem como objetivo identificar, conforme Crocco *et al.* (2006), todos os fatores que afetam o desempenho de uma aglomeração produtiva local. O IC capta apenas alguns aspectos relevantes da aglomeração, que nada mais são do que as economias externas de escala associadas às concentrações espacial e setorial das indústrias. Entretanto, para uma real identificação do potencial produtivo, de inovação e crescimento de uma aglomeração, faz-se necessário conhecer, também, a sua dimensão ativa. Portanto, trabalhos devem avaliar a existência ou não de interdependências intencionais, por exemplo de arranjos cooperativos, a sua intensidade e densidade, assim como a forma como o ambiente local é construído. No entanto, para Crocco *et al.* (2006) esses aspectos só podem ser captados por meio de pesquisas *in locus*.

Outra perspectiva de análise do APL é desenvolvida por Cassiolato e Lastres (2002), com o objetivo de compreender a sua origem. Para esses autores, existem três tipos de origem de aglomeração industriais específicas: setores tradicionais e artesanais, como aqueles produtores de sapatos, mobiliários, confecções, metalurgia etc.; complexos *hi-tech*, como o Vale do Silício nos Estados Unidos da América (EUA); os

baseados na presença de grandes empresas, como em Baden-Württemberg, na Alemanha e Seattle, nos EUA. Além de um tipo denominado como aglomerações diversificadas, que são baseadas na especialização vertical como as aglomerações decorrentes de subcontratação, ou seja, especialização por meio da verticalização na cadeia produtiva, com relação de dependência para com as maiores empresas. Conforme Cassiolato e Lastres (2002), um aspecto fundamental que é independente do tipo de origem da aglomeração é o sistema de coordenação das relações locais entre as empresas e instituições do aglomerado.

Esses estudos sobre os aglomerados e as causas de suas origens levam às questões referentes aos fatores fundamentais explicitados por Durkheim (1999) de que a competição gere a solidariedade ao invés do conflito. Conforme Souza e Souza (2004), as aglomerações estão estruturadas socialmente em redes organizacionais de relacionamentos de cooperação entre pequenas e médias empresas, com o intuito estratégico de aprimoramento tecnológico e gerencial, para melhoria de posicionamento competitivo do grupo em mercados específicos.

Segundo Suzigan *et al.* (2005), o ponto fundamental a ser discutido sobre as aglomerações produtivas é a coordenação dos sistemas locais de produção e inovação que tem papel importante, que é explicitado, por exemplo, em aspectos referentes a formação de profissionais especializados; promoção de cursos de geração e treinamento de mão de obra qualificada; desenvolvimento de pesquisas científicas e tecnológicas; prestação de serviços especializados de assistência técnica, de prospecção e difusão de informações; e de desenvolvimento de tecnologias (SUZIGAN *et al.*, 2005).

Suzigan *et al.* (2007) entendem a governança de arranjos ou sistemas produtivos locais como a capacidade de comando ou coordenação que certos agentes (empresas, instituições ou, mesmo, um agente coordenador) exercem sobre as inter-relações produtivas, comerciais, tecnológicas e outras, influenciando decisivamente o desenvolvimento do sistema ou arranjo local. A complexidade da governança

decorre, por um lado, do difícil equilíbrio entre cooperação e competição no âmbito do APL e, por outro lado, dos fatores sociais que condicionam a governança. Portanto, isso implica dizer que não existem modelos de aplicação genérica para a governança de APL. Antes de qualquer outra consideração, é preciso deixar claro que a questão da governança em APL só se coloca quando os agentes locais procuram ir além do aproveitamento das vantagens competitivas locais decorrentes de economias externas da aglomeração e tentam tomar iniciativas coletivas ou desenvolver ações conjuntas que estreitem suas interdependências no sentido de alcançar a eficiência coletiva (SUZIGAN *et al.*, 2007).

As iniciativas ou ações conjuntas podem ter vários objetivos, mas de modo geral, entre outras coisas, buscam a formação de centrais de compras de insumos, consórcios de exportação, centros tecnológicos de uso coletivo, criação de instituições de ensino e formação profissional, criação de marca de denominação local, desenvolvimento de redes ou sistemas próprios de distribuição. Suzigan *et al.* (2007) definem como fatores condicionantes da governança local, tendo como referência as experiências de Franca (SP) e do Vale do Rio dos Sinos (RGS), uma efetiva divisão de trabalho e cooperação entre empresas. A confiança necessária para a governança local do APL é consequência do forte espírito associativo e das interações de empresas e instituições, mas também de traços socioculturais, que emergem de práticas historicamente enraizadas de cooperação informal entre as empresas (SUZIGAN *et al.*, 2007).

O território não é o único espaço em que a divisão do trabalho avança. Esse espaço pode, também, ser uma divisão do trabalho social de cadeias produtivas internacionais. Entretanto, mesmo os elos de cadeias de produção estando dispersos por várias localidades geográficas em pontos distintos e até mesmo distantes podem ser observados como formas flexíveis de organização espacial da produção. Essas cadeias produtivas dispersas em vários territórios não deixam de ser coordenadas e controladas por atores que desempenham papéis de poder nessas configurações de localizações distintas, muitas vezes de regiões, países e, até mesmo, de continentes.

Os sistemas produtivos de diversos setores econômicos, a exemplo da indústria automobilística, de calçados e de bens de capital, vivenciaram um processo de divisão do trabalho na produção e de expansão do consumo para além de limites definidos geograficamente por contextos de territórios nacionais. Entretanto, estas cadeias não deixam de estar subordinadas a densas formas de controle organizacional que se estruturam em redes interorganizacionais (BAIR, 2008; GEREFFI; KORZENIEWICZ, 1994; HASSLER, 2003; HOPKINS; WALLERSTEIN, 1994; KIELY, 1998; JACKSON, 2002). A eficiência econômica ganha novo impulso com a operacionalização da expansão da divisão do trabalho que ganha novas dimensões com a sua extensão pelo territorial mundial, o que aumenta o nível de flexibilidade de sistemas produtivos, que passam a ter processos de produção de componentes de um único produto executados em várias partes do planeta. Essa realidade da ação econômica pode, conforme Gereffi e Korzeniewicz (1994), ser caracterizada por investimentos em integração vertical em cadeias de produção, mas também como forma de flexibilização das relações de trabalho com objetivo de redução de custo, por meio da subcontratação de serviços.

Análises como as de Gereffi e Korzeniewicz (1994) e Hassler (2003) denominam essas formas de organização industrial como *commodity chains* (CC). Essa forma de DTS, que também é uma forma de organização, é responsável pelo controle social de sistemas de produção que podem ter configurações geográficas transnacionais e possuir, conforme Gereffi e Korzeniewicz (1994), dois tipos de estruturas de controle: *producer-driver* ou *buyer-driver*. As CC controladas pelos *producer-driver* são caracterizadas pela administração de um produtor e as controladas pelos *buyer-driver* por um comprador (GEREFFI; KORZENIEWICZ, 1994; HASSLER, 2003).

As CC são estruturas sociais intermediárias, entre os níveis macro e microsociológicos, que buscam a ordem social de grupos em redes de empresas e de trabalhadores. A localização dos elos da rede é definida por posicionamentos geográficos da produção de componentes, de origem dos acionistas e da produção, das formas de controle do trabalho e das ligações e integrações verticais existentes

(HOPKINS; WALLERSTEIN, 1994; KIELY, 1998; JACKSON, 2002). As CC são um caso de expansão da divisão do trabalho para além de fronteiras territoriais de estados nacionais, porém não deixam de ser organizações e, em alguns casos, podem ser instituições da vida econômica das sociedades em que produzem.

O desenvolvimento dos aglomerados e das CC de sistemas produtivos tem impacto direto no desenvolvimento local de territórios⁸. Portanto, as discussões de políticas de desenvolvimento regional e local vêm passando por execuções de projetos que tem como objetivo promover e articular os atores em arranjos produtivos locais independentes de como estão ligados a cadeias produtivas. Mas chama atenção, como visto na descrição dos estudos realizados até o momento sobre essas aglomerações, de que a ênfase que até o momento foca uma perspectiva utilitarista e gerencial em detrimento de uma análise histórica e estrutural, da qual a divisão do trabalho social e as relações socioeconômicas poderiam auxiliar na explicação desses fenômenos socioeconômicos.

As aglomerações produtivas e as CC confirmam que os mercados são construções sociais que a partir da DTS têm importante fonte de solidariedade, que é fomentada pela competição de indivíduos, organizações e territórios. Entretanto, para a compreensão do mercado com uma construção social, devemos compreender a organização social, que tanto é apontada como desafio para os APL, como também a ação coletiva e a estrutura social dos mercados. Portanto, para uma compreensão sociológica do mercado não basta compreender a sociologia da divisão do trabalho, mas é preciso também, compreender a sociologia das organizações e a ação coletiva.

⁸ O impacto da aglomeração produtiva sobre o desempenho econômico dos municípios brasileiros entre os anos de 1970 e 2000 é o objeto da análise de SILVA JÚNIOR, D. **Agglomeração e desenvolvimento: evidências para municípios brasileiros**. 2007. 104 p. Dissertação (Mestrado em Economia) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1983. A relação entre território e desenvolvimento econômico local numa perspectiva institucional econômica por busca de regulação pode ser vista em PIRES, E. L. S. As lógicas territoriais do desenvolvimento: diversidades e regulação. **Interações**, v.8, n.2, p.155-163, set. 2007; e VITTE, C. C. S. Gestão do desenvolvimento econômico local: algumas considerações. **Interações**, v.8, n.13, p. 77-87, set. 2006.

3 ORGANIZAÇÃO, INSTITUIÇÃO E ECONOMIA

A sociologia das organizações nos apresenta de forma sintética categorias analíticas, não excludentes, mas complementares para compreensão das organizações em mercados como construções sociais. Neste trabalho a organização burocrática weberiana, a institucionalização organizacional do velho institucionalismo e a organização institucionalizada do novo institucionalismo. Nessas categorias analíticas, a racionalidade está diretamente relacionada com a forma burocrática, entretanto cabe destacar que a institucionalização não é sinônimo de burocratização.

Conforme Paixão (1997), as organizações formais são instrumentos de implementação de papéis e cumprem missões. A organização social enquanto forma burocrática tem, conforme Weber (2002), seu funcionamento ideal caracterizado por ações racionais de formalização, profissionalização, estabelecimentos de rotinas, impessoalidade e de divisão entre trabalho dirigente e trabalho dirigido. Para a perspectiva weberiana, a burocracia é igual à organização, ou seja, é um sistema que a divisão do trabalho se dá racionalmente, visando determinados fins, portanto, nessa perspectiva, a ação burocrática é a coerência de meios e fins visados.

Uma estrutura social formal e racionalmente organizada tem, conforme Merton (1967), como seu tipo ideal a burocracia, que envolve normas claramente definidas de atividades em que cada série de ações está funcionalmente relacionada com os propósitos da organização. A organização burocrática utiliza-se da administração para o controle das relações dos indivíduos com os instrumentos de produção, portanto acarreta o aprofundamento da separação dos indivíduos com seus instrumentos de produção (MERTON, 1967). A ação burocrática pode causar, conforme Merton (1967), disfunções burocráticas, já que as ações passadas que obtiveram bons resultados na esfera da eficiência econômica podem redundar em reações inapropriadas para novas realidades organizacionais. Esse fato pode, conforme esse autor, advir da obediência às regras que originalmente foram

concebidas como meio e transformam-se em fim, portanto os mesmos elementos que favoreceram a eficiência em determinado momento produzem ineficiência em casos específicos, por meio de conflitos entre as partes, por exemplo, pelo não atendimento de necessidades físicas e sociais do grupo ou, até mesmo, pela arrogância e insolência do burocrata que despreza as relações humanas. A causa dessa realidade muitas vezes está no fato de a burocracia ser uma estrutura secundária da organização social, que tem como objetivo o interesse de alguns indivíduos e não de todo o grupo no ambiente social em que essa realidade está imersa.

Conforme Thompson (1976), a racionalidade técnica da organização, especificamente com fins empresariais, pode ser avaliada por dois critérios: instrumental e econômico. O critério instrumental analisa se as ações produzem os resultados desejados, portanto a tecnologia instrumental perfeita é aquela que viabiliza os resultados. O critério econômico analisa a eficiência dos resultados, ou seja, se estes foram obtidos com a mínima despesa de recursos necessários. A racionalidade empresarial é um conjunto de atividades que pode ser subdividido em atividades de entrada, tecnológicas e de saída. As atividades de entrada estão relacionadas aos insumos necessários ao processo de produção. As atividades tecnológicas podem ser compreendidas como os processos produtivos e as atividades de saídas, com os bens e serviços oferecidos ao mercado. Em qualquer subconjunto de atividades da organização empresarial ocorrem adaptações e modificações que compõem sua dinâmica organizacional técnica, portanto estritamente para ter resultados positivos instrumentais e econômicos. Essas adaptações e modificações têm como objetivo principal viabilizar ganhos competitivos que, para serem executados, demandam, conforme Thompson (1976), de coalizões dominantes entre seus participantes.

Conforme Crozier (1981), o processo burocrático inclui o cálculo racional, mas também o enfrentamento ao mesmo tempo em todos os níveis das exigências de uma racionalidade utilitária e da resistência dos meios humanos, portanto também

se configura como um problema de relações de poder que tem no fenômeno burocrático uma estratégia de controle da força de trabalho⁹.

O poder nas relações de trabalho organizacionais pode ter como principal meio de ação, conforme Crozier (1981), a manipulação de informações ou regulamentação do acesso a essas, a exemplo das que se referem às fontes de insumos e de potenciais mercados de consumo. Informações que dão a organização possibilidades de predição e que resultam em possibilidades de controle e poder, que podem ser caracterizados como poder hierárquico funcional ou de perito. O poder hierárquico funcional está na posição hierárquica superior da estrutura organizacional, que é proporcionada pela propriedade dos meios de produção e pelas informações estratégicas do mercado. O poder de perito, por sua vez, decorre do processo de divisão do trabalho em que o coordenador passa a ser o conhecedor de toda a técnica de produção (CROZIER, 1981).

As ações em prol da impessoalidade burocrática e as disfunções burocráticas estão relacionadas ao contexto social, já que a ação organizacional está relacionada com o ambiente social. A compreensão da realidade das transformações organizacionais pode ser feita a partir da identificação das relações entre a sociedade e os fenômenos econômicos que se materializaram no dia a dia, nos procedimentos das organizações, por meio das ações de seus tomadores de decisão que expressam comportamentos que são influenciados por indivíduos e coletividades. O comportamento cooperativo nas organizações ocorre, conforme Barnard (1971), a partir da necessidade de o indivíduo atingir propósitos para os quais ele próprio é biologicamente inapto. A organização de negócios, motivos, interesses e processos

⁹ O fenômeno burocrático é analisado como uma forma de controle social nas organizações em PRATES, A. A. P. Burocratização e controle organizacional: o contexto da grande empresa industrial. **Revista de Administração Pública**, n.15, v.2, p.112-128, abr./jun. 1981; MOTTA, F. C. P. Controle social nas organizações. **Revista de Administração de Empresas**, v.19, n.3, p.11-25, jul./set. 1979. A participação do sujeito social no ambiente organizacional, especificamente entre tecnologia e relações de trabalho, pode ser analisado em MUNIZ, R. M. Notas para o estudo do processo e das relações de trabalho. **Revista de Administração de Empresas**, v.28, n1, p. 27-35, jan./mar. 1988. As organizações são abordadas como *locus* de respostas às contradições e espaço de poder em GARCIA, F. C.; RODRIGUES, M. A.; MUNIZ, R. M. Poder e controle na grande empresa industrial: alternativas metodológicas para a pesquisa qualitativa. **Revista de Administração de Empresas**, v. 24, n.4, p.175-185, out./dez.1984; GARCIA, F. C. Ação patronal, poder e organização no setor siderúrgico de Minas Gerais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 24, n.3, p. 55-66, jul./set. 1984.

não econômicos, tanto quanto econômicos são todos fundamentais no procedimento das organizações (BARNARD, 1971).

A análise das organizações não tem como vertente única a perspectiva burocrática racional, mas também existe, conforme Selznick (1971), uma perspectiva institucional que enfatiza o caráter das instituições como atores que agem estrategicamente no cenário do ambiente social. As organizações são contextos de ação instrumental e as instituições são organismos vivos, consequências históricas que escapam aos possíveis desígnios pragmáticos de seus criadores e adquirem vida própria (PAIXÃO, 1997). Para uma compreensão mais clara e objetiva dos termos organizações e instituições devemos, conforme Paixão (1997), distingui-los sociologicamente. As organizações tem como propósito instrumentos racionais de implementação de objetivos privados, que são consequência da adaptação oportunista a interesses internos e externos lideradas pelo administrador. As instituições têm como propósito totalidades orgânicas infundidas de valores decorrentes do intercâmbio entre organização e meio ambiente social, que são consequência de transformação de práticas espontâneas, conforme regras formalizadas de desenvolvimento de composição social que prezam sua existência, tornando-se fontes de identidade individual para seus participantes e deixando de ser instrumentos racionais para se tornarem realidade simbólica liderada.

Conforme Paixão (1997), as distinções apresentadas anteriormente, que foram realizadas a partir do trabalho de Selznick (1971), opõem explicitamente à ação instrumental e institucionalização. A organização é instrumento tecnicamente ordenado de consecução de fins instrumentais, especialmente de seus proprietários. A institucionalização é o processo de desenvolvimento de estruturas e formas ordenadas, estáveis e socialmente integradas aos padrões de ação coletiva (SELZNICK, 1971).

Para compreensão mais coerente e explícita da ideia sociológica de instituição, vamos recorrer a Prates (2000, p. 91), que a define como:

[...] valores e normas sociais estáveis que impõem restrições à alternativas de ação ou estabelecem “scripts” e rotinas comportamentais adequadas a contextos específicos de interação social. A idéia central do conceito sugere dois aspectos importantes. Primeiro, é o de que instituições reduzem a incerteza no contexto da interação social e, o segundo, aponta para o caráter legítimo, para a sociedade maior, do sistema de valores e normas que constituem a instituição.

A possibilidade e interesse de observação da ação organizacional e social ocorrem como fenômeno presente nas organizações que demandam alternativas para a solução de problemas e redução de incertezas. Tais alternativas são operacionalizadas por meio da análise de processos decisórios que emergem da interação das organizações com seus ambientes sociais. Portanto, a sociologia das organizações discute, além de rotinas e relações intraorganizacionais, fatos institucionais, inclusive organizações burocráticas que passam por processos sociais em que o resultado é a institucionalização organizacional ¹⁰. Conforme Prates (2000), as instituições devem ser compreendidas na esfera primária dos indivíduos, portanto a esfera da vida cotidiana e não somente do indivíduo anônimo maximizador.

A perspectiva institucional da teoria organizacional, no entanto, tem dois momentos em seu processo de construção analítica: o velho e o novo institucionalismo. Conforme Prates (2000), o velho institucionalismo que foi elaborado principalmente por Selznick (1971), que considerou a organização não somente como instrumento, mas como coalizão governada por múltiplas racionalidades e autoridades, ao invés de, simplesmente, um sistema unificado de coordenação. Selznick (1971) denominou esse processo como institucionalização organizacional. No entanto, o novo institucionalismo (CYERT; MARCH, 1964; DIMAGGIO; POWELL, 2005; MARCH; SIMON, 1979; MEYER; ROWAN, 1991; PERROW, 1972; POWELL; DIMAGGIO, 1999) considera que o cálculo racional é provido de dimensões cognitivas e culturais que caracterizam a organização institucionalizada. E nesse

¹⁰ A transformação de uma burocracia tipicamente do modelo weberiano para uma instituição que age como ator político pode ser analisada em PRATES, A. A. P.; ROCHA, D. F. Política pública, burocracia e instituição: o caso do Banco do Brasil. **Revista Sociedade e Estado**, v.12, n.1, p. 119147, jan./jun. 1997.

contexto analítico, quanto mais institucionalizada a organização, maior a congruência entre os objetivos das ações dos indivíduos e das instituições, que se fundem na interação social da vida cotidiana (PRATES, 2000).

As contribuições do institucionalismo no campo da sociologia organizacional partem inicialmente de uma perspectiva de que a instituição é resultado da construção social da realidade. A vida cotidiana apresenta-se como realidade interpretada pelos indivíduos e subjetivamente dotada de sentido para eles à medida que forma um mundo coerente, um roteiro de caráter intencional comum de toda consciência, que se manifesta em realidades do cotidiano desses indivíduos, que estão continuamente em interação e comunicação. As rotinas da vida cotidiana não sendo interrompidas, são aprendidas como não problemáticas. A interação social, por sua vez, possui várias tipificações, que se tornam progressivamente anônimas à medida que se afastam da relação pessoal entre os indivíduos. O conhecimento da vida cotidiana é socialmente distribuído, não se restringindo às relações entre dois indivíduos, mas diferentemente por diversos indivíduos e tipos de indivíduos (BERGER; LUCHMANN, 1990).

O *homo sociologicus*, com sua relação com o ambiente, é submetido a uma contínua interferência socialmente determinada. O ser humano é formado de maneira particular e culturalmente relativo, ou seja, o eu como produto social e a ordem social como produto humano. As origens da instituição nesse contexto estão, assim, nos procedimentos operatórios, que são decorrentes do hábito que forma um padrão que é feito da mesma maneira e com o mesmo esforço econômico. O hábito fornece a direção e a especialização que faltam ao equipamento biológico, libertando o homem, durante a maior parte do tempo, de tomadas de decisões, liberando-o também para processos decisórios em certas ocasiões, como nos momentos organizacionais de inovação. A instituição é uma tipificação não só da ação, mas também dos atores, que pressupõem que cada um seja capaz de produzir as ações do outro, liberando os indivíduos de uma considerável fonte de tensão, que não deixa de ser também uma forma de submissão ao controle social e de reciprocidade (BERGER; LUCHMANN, 1990).

Para o velho institucionalismo, as ações necessárias para processos decisórios em ambientes organizacionais podem ser configuradas, conforme Selznick (1971), como decisões rotineiras ou dinâmicas. Por um lado, as decisões rotineiras são orientadas para resolução de problemas diários de comunicação e comando, de simplificação do trabalho e de seleção de pessoal, portanto, no campo de atuação da organização. Por outro lado, as decisões caracterizadas como dinâmicas possuem dimensões administrativas e políticas, que devem moldar os novos processos organizacionais e demandam de experiência crítica, que é a base da liderança institucional, que ocorre no domínio da política, portanto, no campo da instituição. Essas ações são tomadas por líderes que devem lidar com problemas atuais, não por si mesmos, mas de acordo com suas implicações em longo prazo para o papel e significado do grupo (SELZNICK, 1971).

Para Selznick (1971), a organização não é somente um instrumento, mas uma coalizão governada por múltiplas racionalidades e autoridades, ao invés de simplesmente um sistema unificado de coordenação. E quanto mais institucionalizada a organização, maior é a congruência entre os objetivos das ações dos indivíduos e instituições, que se fundem na interação social da vida cotidiana. A institucionalização organizacional explícita, conforme Paixão (1997), a interpenetração social dos indivíduos, ou seja, o indivíduo desempenha papéis diferenciados em sua vida cotidiana e deve compatibilizar obrigações e responsabilidades correspondentes à sua participação em coletividades diferentes.

Para o novo institucionalismo, as relações da vida cotidiana entre organizações e o trabalho de indivíduos ocorre no desenvolvimento de programas de ação decorrentes dos problemas e soluções que devem ser gerados para o seu desenvolvimento socioeconômico, observando a lógica da racionalidade não por meio da ação de um indivíduo, mas compreendendo empiricamente como é a racionalidade de sua vida cotidiana. Nesse contexto, a economia é parte integrante da sociedade e as alternativas comportamentais individuais são influenciadas por padrões institucionais, induções estruturais e pelo desenvolvimento social. Além de

as organizações sofrerem as limitações e as adaptações decorrentes dos ambientes, estas também podem mudar o ambiente social (POWELL; DIMAGGIO, 1999).

A estrutura organizacional para o novo institucionalismo também é resultado de regras institucionais, como políticas, opiniões de cidadãos e leis, e estas funcionam como mitos racionalizados que são obrigatórios para determinadas organizações. Os mitos geram estruturas organizacionais formais que tem propriedade-chave na institucionalização. À medida que surgem regras institucionais racionalizadas em determinados campos da atividade produtiva, integram-se e ampliam organizações formais como elementos estruturais. A origem e elaboração de estruturas formais organizacionais estão vinculadas à modernização da sociedade com o predomínio dos elementos institucionalizados racionalizados e da complexidade das redes de organização e trocas sociais que se manifestam na presença e elaboração das estruturas formais organizacionais (MEYER; ROWAN, 1991).

A organização reflete a sociedade e absorve os fatores externos ao seu ambiente interno, e ambas incorporam elementos socialmente legitimados e racionalizados em suas estruturas formais, maximizando sua legitimidade e aumentando seus recursos e capacidade de sobrevivência. Esta está vinculada à elaboração de mitos institucionais racionalizados que geram conformidade e eficiência organizacional, que proporciona legitimidade, recursos e, conseqüentemente, sua sobrevivência. Mas as organizações institucionalizadas possuem inconsistências, já que existe geração de conflitos na busca da eficiência, por meio da coordenação e controle rigorosos. Os esforços para coordenar e controlar as atividades das organizações institucionalizadas levam à ocorrência de conflitos e à perda de legitimidade. Portanto, as organizações institucionalizadas para minimizar os efeitos dos conflitos procuram reduzir ao mínimo a inspeção, por parte dos gerentes internos, e a avaliação por atores externos de suas estruturas organizacionais (MEYER; ROWAN, 1991).

A racionalidade humana reside nas organizações em aspectos referentes às suas necessidades, motivos e impulsos que sofrem limitações referentes aos conhecimentos e às suas capacidades de aprendizado e de resolução de problemas (MARCH; SIMON, 1979). O processo decisório, individual ou organizacional, ocupa-se da descoberta e seleção de alternativas satisfatórias. A racionalidade pressupõe a existência de uma realidade objetiva, em que alternativas e utilidades reais estejam presentes. Conforme March e Simon (1979), para o coordenador da organização institucionalizada, quando o estímulo é comum a ação é de rotina e, quando o estímulo é novo, ocorre a necessidade da definição de programas e respectivas estratégias de ação. As organizações em seu modo operante resolvem tanto questões rotineiras quanto questões complexas e estratégicas, por meio de seus programas de ação e de racionalidade individual e coletiva.

O comportamento racional nas organizações institucionalizadas tem relação com a necessidade de conhecimento de eventos futuros, em que mecanismos cognitivos estão relacionados com a imersão na vida cotidiana dos indivíduos na organização e estas com seus ambientes sociais. As informações existentes e necessárias aos processos decisórios são decorrentes de filtros de grupos de unidades organizacionais e profissionais. Os vínculos cognitivos de interdependência ocorrem tanto individualmente com a organização e o ambiente, como também entre os grupos e coletividades que interferem na concretização e definição de seus objetivos (MARCH; SIMON, 1979).

Conforme Cyert e March (1964), as organizações institucionalizadas são sistemas de tomadas de decisão, que dependem do comportamento humano e de suas ações que são seus insumos primários. Os modelos de alternativas decisórias organizacionais pressupõem um *background*, que possibilita o ordenamento de preferências, informações e maximização da expectativa de retorno organizacional. Cada organização, a partir de seus membros e coletividades, pode construir a racionalidade de seus processos decisórios a partir do aprendizado organizacional com sua racionalidade adaptativa (CYERT; MARCH, 1964).

Os processos decisórios na organização institucionalizada são contínuos, sendo o seu início arbitrário e definido por seu coordenador. As decisões de mercado envolvem interesses diversos que demandam, por sua vez, de um sistema para resolução de conflitos, escassez de recursos e redução de riscos. A organização é considerada uma coalizão dos participantes, que têm em sua definição o ordenamento de preferências, que consiste em metas e objetivos organizacionais, que são afetados tanto por variáveis endógenas quanto exógenas ao ambiente organizacional. As adaptações demandadas no nível individual dependem de comportamentos humanos, que são utilizados como instrumentos organizacionais que promovem ajustes necessários nas diferentes fases do processo decisório, que é caracterizado como um processo *step-by-step*, ou seja, passo a passo (CYERT; MARCH, 1964).

A relação da organização institucionalizada com o ambiente social cria problemas para a conformação da organização ideal burocrática weberiana, já que na vida cotidiana as organizações sofrem influências externas e pessoais, uma vez que ocorre constantemente a variação de papéis dentro da sociedade. Conforme Perrow (1972), a tecnologia pode utilizar de rotina devido a um conhecimento suficiente sobre projetos, produção e distribuição de mercadorias, além da verificação da existência de mercados suficientes para absorver o volume de produção. Esse processo gera regras, regulamentos e especialistas, ou seja, uma organização burocrática que é incentivada por necessidades de economias de especialização, controle de características profissionais e não profissionais e de adaptação às mudanças no seu ambiente organizacional. Ambiente esse que tem como gênese a sociedade, que também é constituída de fornecedores, concorrentes, usuários, consumidores, novas tecnologias e o meio político (PERROW, 1972).

A organização institucionalizada considera o comportamento humano para transformar os insumos em um produto desejável, de modo que as pessoas forneçam recursos à organização, paguem para adquirir produtos e, portanto, tornem possível a sua continuidade. Conforme Perrow (1972), as organizações complementam os controles formais com o uso de controles não obstrutivos, como

vocabulários organizacionais, canais de comunicação e interdependências de unidades. Para Paixão (1997) esses controles não obstrutivos incluem “leis-não-escritas” (grifo do autor), que antes de subverterem a racionalidade da organização ajudam a resolver problemas dos limites cognitivos da racionalidade dos atores.

A possibilidade e interesse de observação da ação da organização institucionalizada são tratados como fenômeno em que as organizações demandam a solução de problemas e redução de incertezas, como um sistema de comportamento humano, que é operacionalizado por meio da análise de processos decisórios que emergem da interação de organizações com seus ambientais sociais.

Em síntese, tanto o velho quanto o novo institucionalismo afirmam que a institucionalização representa um processo de desenvolvimento organizacional sustentado na busca de estabilidade, legitimidade e, se possível, mais eficiência com a canalização dos comportamentos, compromissos e lealdades para com os fins organizacionais. Entretanto, esse processo de desenvolvimento organizacional não elimina a forma burocrática, inclusive ele só pode ser observado em ações racionais de formalização, profissionalização, estabelecimentos de rotinas, de impessoalidade e de divisão entre trabalho dirigente e trabalho dirigido, que caracterizam a organização ideal weberiana. Portanto, quando é utilizada a expressão instituição para referir a uma forma de organização social qualquer, seja ela da vida pública ou privada, em mercados formalizados ou não perante a tributação e fiscalização do Estado, devem-se levar em consideração a legitimidade, estabilidade e ordem, que são representações sociais da burocracia e racionalidade.

Independentemente da perspectiva analítica adotada, ou seja, a forma burocrática, a institucionalização organizacional ou a organização institucionalizada não é demais salientar que os interesses individuais, coletivos e o ambiente social não podem, na realidade da vida cotidiana, ser total e racionalmente controlados. A análise da estrutura social de organizações e mercados auxilia a compreensão objetiva da vida

social e pode apresentar realidades de relações entre atores de diversas esferas da vida cotidiana que podem e devem ser interpretadas.

A organização social, entretanto, não é a única forma de análise da ação e das relações sociais em mercados. Portanto, para compreensão de um mercado como construções sociais deveremos no ater a outras possibilidades de categorias analíticas que permitam explicar a sutileza e complexidade da vida social.

4 RELAÇÕES SOCIAIS NOS MERCADOS: RACIONALIDADE E ESTRUTURA

A ação racional é um ponto central das abordagens econômica e sociológica que buscam compreender como são as escolhas de indivíduos em mercados que, por sua vez, são estruturados por meio de redes de relacionamentos sociais que organizam a vida econômica. Por um lado, a abordagem econômica¹¹ tem avançado, principalmente a partir de Schumpeter (1982), com o argumento central de que o capitalismo se mantém e declina com o comportamento de empreendedores que substituem antigos negócios por novos, por meio de novas combinações. Por outro lado, a abordagem sociológica econômica caminha no sentido de descrever como as escolhas individuais ocorrem na vida cotidiana, sendo influenciadas por relações sociais que resultam da ação coletiva.

O problema da relação entre economia e sociedade inicialmente foi resolvido no individualismo estrutural da teoria econômica da escolha racional. Conforme Zafirovski (1999), essa abordagem teórica trata a economia como um sistema independente e separado da sociedade. Para Abramovay (2004), a ciência econômica, clássica e neoclássica observa o mercado como mecanismo de formação de preços e de alocação de recursos, por meio do qual a sociedade se reproduz e se desenvolve. Entretanto, para sociologia o mercado é uma construção social caracterizada por conflitos, dependências, estruturas e imprevisibilidades. O

¹¹ Para uma análise mais abrangente e geral da abordagem econômica referida, ver BECKER, G. S. A note on restaurant pricing and other examples of social influences on price. **The Journal of Political Economy**, v. 99, n.5, p. 1109-1116, oct. 1991; HODGSON, G. M. Institutional economic theory: the old versus new. In: PRYCHITKO, D. (Ed.). **Why economists disagree: an introduction to the alternative schools of thought**. Albany-NY: Suny Press, 1998. p. 155-178; HODGSON, G. M. The return of institutional economics. In: SMELSER, N.; SWEDBERG, R. (Eds.). **The handbook of economic sociology**. Princeton – New York: Princeton University Press, 1994. p. 58-76; MARCH, J. G.; OLSEN, J. P. **Rediscovering institutions: the organizational basis of politics**. New York: The Free Press, 1989; MARCH, J. G.; OLSEN, J. P. **Democratic governance**. New York: The Free Press, 1995; PENROSE, E. **Teoría del crecimiento de la empresa**. Madrid: Aguilar-Madrid, 1995; STIGLER, G.J.; BECKER, G.S. De gustibus non est disputandum. **The American Economic Review**, v. 67, n.2, p. 76-90, Mar. 1977; WILLIAMS, P.L. **The emergence of the theory of the firm: From Adam Smith to Alfred Marshall**. Londres: Macmillan, 1978; WILLIAMSON, O.E. Comparative economic organizations: the analysis of discrete structural alternatives. **Administrative Science Quarterly**, v. 36, p. 269-296, jun.1991; WILLIAMSON, O. E. **Mercados y jerarquías: su análisis y sus implicaciones antitrust**. México: Fondo de Cultura Económica, 1991; WILLIAMSON, O.E. Transaction cost economics and organization theory. In: SMELSER, N.; SWEDBERG, R. (Eds.). **The handbook of economic sociology**. Princeton – New York: Princeton University Press, 1994. p. 77-107.

mercado é, conforme Abramovay (2009), o contrário da autonomia individual, já que pode ser compreendido a partir de grupos que, por meio da cooperação, alcançam seus objetivos funcionais, enquanto, a divisão do trabalho avança para atender a pressões sociais externas aos indivíduos, que são inerentes à complexidade da construção social de mercados, que possuem estruturas e não são simplesmente um ponto de encontro de atores anônimos, impessoais e que se relacionam de maneira efêmera.

O mercado é influenciado por uma realidade que emerge do contexto social, por exemplo, conforme Granovetter (2002), por meio de costumes, hábitos ou normas. A realidade do mercado pode ser observada sociologicamente por meio de ações e interações que os indivíduos procuram permanentemente dotar de significado (ABRAMOVAY, 2009). Além do indivíduo, grupos, relações sociais e outras variáveis, por exemplo gosto, conhecimento, educação, etnia e família, podem influenciar a ação econômica e os interesses individuais (GRANOVETTER, 2002; STEINER, 2006). Para Abramovay (2004), a ação econômica tem significado que não é dado de antemão, mas que é construído na relação entre atores e instituições, que não são vistas como premissas, mas, antes de tudo, como resultados da interação social. A compreensão da ação racional e do mercado deve considerar que os indivíduos interagem uns com os outros e com as pessoas de fora das instituições, estejam esses atores ligados diretamente aos aspectos econômicos ou indiretamente por meio de aspectos históricos, sociais ou culturais.

As análises econômicas de sociólogos como M. Granovetter, R. Swedberg e N. Smelser são decorrentes da observação de fenômenos de médio alcance, especificamente de aspectos estruturais, como as estruturas de mercados de trabalho, desenvolvimento local, formação de grupos etc. Essa delimitação é apropriada para a compreensão do mercado da tecelagem tradicional do município de Resende Costa (MG), que é um fenômeno local, entretanto, não está isolado do mundo que o cerca, ou seja, tanto os indivíduos quanto a sociedade estão conectados com outros indivíduos e grupos de seu tempo social.

4.1 Ação econômica e ação coletiva

As ações econômicas não acompanham somente os caminhos concisos e diretos da maximização, essas acompanham muito mais os caminhos consideravelmente mais complexos das relações sociais. Os economistas estão errados, mas não tanto por conta de razões psicológicas correlacionadas ao *homo economicus* ou, de fato, por quão racionais são ou não as pessoas, mas pelo não reconhecimento da importância da estrutura social da economia (SWEDBERG, 2004).

As perspectivas analíticas econômicas geralmente não têm contribuído para compreender como preferências são formadas, assumidas e o que justificaria as mudanças substanciais que ocorrem no mercado ao longo do tempo. O interesse principal dessa perspectiva é compreender o comportamento humano no mercado de indivíduos anônimos. Entretanto, o *homo economicus* quando age faz uso de informações que possui e identifica na sociedade e estão expressas em suas decisões de mercado.

As atitudes do *homo economicus* são influenciadas por aspectos coletivos que interferem na maximização de seus lucros. Esses aspectos, não econômicos, afetam o comportamento e a racionalidade humana. A racionalidade humana sobre a vida econômica é influenciada pela evolução e comportamento das sociedades, portanto, aspectos não econômicos são fundamentais para a compreensão do comportamento humano e do mercado (BECKER, 1976). A racionalidade humana e institucional considera, conforme Granovetter (2002), as relações sociais não só a partir das transações econômicas que são definidas por cálculos racionais com o objetivo de obtenção do lucro individual. A racionalidade é influenciada por processos que continuamente são construídos e reconstruídos, na realidade da interação entre indivíduos e grupos sociais no mercado. A racionalidade individual é influenciada por grupos em contextos sociais presentes, mas também por outros grupos em outros momentos históricos. As relações sociais possuem arranjos institucionais ou moralidades que estão presentes na produção e na economia por

meio da racionalidade individual imersa em relações sociais (GRANOVETTER, 2002).

O mercado é um fato social que a sociologia econômica busca compreender especificamente a partir da estrutura das redes sociais que influenciam a ação coletiva com a geração e com o contexto cultural do mercado. A ação econômica é influenciada por aspectos racionais e político-econômicos que definem restrições de recursos escassos em estruturas sociais. A economia é parte integrante da sociedade, que é sua base de referência e pode ser analisada a partir de descrições e explicações feitas a partir de métodos históricos comparativos. O modelo sociológico pressupõe que a ação econômica individual é influenciada por padrões institucionais, por induções estruturais e pelo desenvolvimento social, que tem como resultados índices institucionais que conseqüentemente influenciam a racionalidade humana e ajustam os padrões institucionais iniciais (SMELSER; SWEDBERG, 1994).

A escolha humana pode ser compreendida como um conjunto de oportunidades que os indivíduos têm e que não se reduz literalmente a uma única opção racional instrumental de maximização dos lucros. As explicações sobre as ações econômicas podem estar nos desejos e preferências dos indivíduos que estão presentes em seus interesses e que possuem crenças a respeito das oportunidades e fatos. A abordagem sociológica da ação racional considera, portanto, que a racionalidade é influenciada por aspectos como os movidos pelas preferências, que são conseqüências da construção social dos mercados (ELSTER, 1994).

As ações econômicas individuais não estão livres de pressões estruturais e suscetíveis de serem interpretadas dentro da lógica puramente aditiva e mecânica da agregação. As pressões estruturais que pesam sobre a ação econômica não se reduzem às necessidades inscritas, em dado momento do tempo, nas disponibilidades econômicas imediatas ou na instabilidade das interações. Para Bourdieu (2005a,b), existe um campo econômico, uma estrutura social, em que

estão inscritas as disposições sobre a ação econômica, seja na determinação dos preços ou na definição das estratégias publicitárias. O sujeito e sua decisão econômica não se configuram como um indivíduo isolado, mas como um ator coletivo, seja um grupo profissional, familiar ou empresarial, que funciona como um campo. Este pode estar profundamente enraizado no passado sob a forma de disposições, rotinas ou por meio da história dos atores sociais (BOURDIEU, 2005a,b).

A ação econômica, na maioria das vezes, está integrada a um sistema complexo de estratégias de reprodução social, portanto plenas da história de tudo ao que visa perpetuar. Conforme Bourdieu (2005a), dimensões inteiras da existência humana e, em particular, as esferas da família, arte ou literatura, ciência e, mesmo, em certa medida, da burocracia permanecem, pelo menos em grande parte, estranhas à busca da maximização dos lucros materiais. As trocas nunca são completamente reduzidas à sua dimensão econômica, e, como salienta Durkheim (1999), até mesmo os contratos têm sempre questões não contratuais.

Para Bourdieu (2005a), o campo econômico só existe por meio de indivíduos que agem economicamente e possuem vínculos com outros indivíduos, o que confere ao campo uma estrutura de relações sociais. A ação econômica é dotada de subjetividade, produto da história coletiva e individual. No campo econômico, que também pode ser compreendido como estrutura, a racionalidade instrumental é limitada por sua imersão social (BOURDIEU, 2005a).

A ação econômica do ator social não deixa de ser racional, já que tem motivos para agir como age. Para compreendê-la, é preciso entender qual é a atribuição de importância, ou seja, de seu interesse. A noção de que os atores sociais são interessados significa que eles acreditam nas regras do jogo social (RAUD, 2007). Portanto, conforme DiMaggio e Louch (1998), a realidade das assimetrias de informações do mercado comprova que as relações pessoais intervêm frequentemente para diminuir a incerteza e facilitar as transações mercantis. Um, por

exemplo, disso está no uso das relações pessoais, que é mais frequente entre compradores de carros usados do que entre os compradores de carros novos (DIMAGGIO; LOUCH, 1998).

A análise do mercado a partir da ação coletiva permite a incorporação de vários processos sociais para explicar os fenômenos econômicos, que não são possíveis de serem observados a partir da ação econômica do indivíduo anônimo e impessoal. Conforme Elster (1994), a abordagem de fenômenos econômicos a partir da escolha racional de indivíduos não é um mecanismo infalível, uma vez que o indivíduo racional pode escolher apenas o que acredita ser a melhor escolha, que pode estar na relação entre uma crença e a premissa sobre a qual esta é mantida.

Para Elster (1994), uma ação racional deve ser resultado de três decisões ótimas. Primeiro, deve ser o melhor modo de realizar o desejo de uma pessoa, dadas as suas crenças. Depois, essas crenças devem ser elas mesmas ótimas, em razão das evidências disponíveis à pessoa. Finalmente, a pessoa deve reunir quantidade ótima de evidências, nem de mais nem de menos e, mesmo assim, a escolha racional pode falhar por meio da indeterminação. As crenças são indeterminadas quando a evidência é insuficiente para justificar um julgamento sobre a probabilidade dos vários resultados da ação. As probabilidades podem ser inferidas, mas podem não ser confiáveis e, nesse caso, não é racional usá-las como base para a ação.

A racionalidade pode ser compreendida em um contexto social, por meio da imersão estrutural dos indivíduos que possuem e dependem de um sistema cultural propagado por processos difusos ou explícitos. O problema da escolha racional de indivíduos anônimos é a impossibilidade de compreender a interdependência entre os fins pessoais e o meio social, ou seja, o sentido normativo das ações individuais (CARVALHO, 2007).

As limitações e definições normativas podem ser compreendidas no mercado por meio da caracterização social das instituições como mecanismo social de construção de um conjunto de regras. Segundo Elster (1994), as instituições nos afetam, principalmente nos forçando, induzindo ou nos capacitando a agir de alguma maneira, formando mecanismos de valores, crenças e preferências no processo decisório individual e coletivo.

A análise de mercados como construções sociais podem, entretanto, ser realizadas a partir das relações entre atores, grupos e não somente por meio das normas e regras institucionalizadas. Conforme Raud-Mattedi (2005a), a sociologia econômica a partir da década de 1970 retoma a análise sociológica do núcleo da vida econômica, ou seja, o mercado, que é considerado estrutura social. Granovetter (2002) retoma a abordagem sociológica dos fenômenos econômicos com discussões que mostram a influência das relações sociais na ação, resultados e instituições econômicas e impulsionam os estudos com conceitos fundamentais para a análise da vida econômica como rede e imersão.

Como analisado por Coleman (1990), segundo o qual a troca social muitas vezes não ocorre em transações isoladas de dois indivíduos, mas dentro do contexto de sistemas de troca em que existe competição por recursos escassos. Esses mercados sociais lembram, por vezes, mercados econômicos, embora frequentemente demonstrem grandes diferenças, por afirmarem a centralidade das externalidades, ou seja, os aspectos não econômicos como parâmetros essenciais para o exame da interdependência social em ambientes complexos. Como também para compreender comportamentos que não se vinculam ao conceito de racionalidade instrumental, a exemplo das ações emotivas, que apontam para certas satisfações pessoais baseadas nos incentivos e prêmios resultantes da união de indivíduos que procuram um mesmo objetivo (COLEMAN, 1990).

Nesta perspectiva de troca social, a análise de redes de relacionamento tem como vantagem, conforme Swedberg (2004), o fato de constituir uma ferramenta flexível

por meio da qual se pode lidar com um número considerável de fenômenos sociais e econômicos do mercado. A análise de redes tem sido usada, por exemplo, para explorar diversos tipos de interações econômicas que não podem ser classificadas nem como costumes nem como algum tipo de organização econômica. Essas formas sociais intermediárias são, por vezes, referidas como formas de organização em rede (SWEDBERG, 2004).

Essas análises têm, conforme Swedberg (2009), dado ênfase a fenômenos de médio alcance, entretanto mostram que os interesses são socialmente definidos e que só podem ser concretizados por meio de relações sociais. Essas abordagens consideram a economia como um processo que começa na produção, prossegue com a distribuição e acaba com o consumo (SWEDBERG, 2009). Portanto, retomam na esfera econômica da distribuição da produção a fecundidade dos conceitos de Polanyi (2000) de redistribuição, reciprocidade e troca. Segundo Polanyi (2000), a redistribuição costuma ser realizada pelo Estado ou alguma outra autoridade política, em que o que é redistribuído é consumido e o crescimento da economia segue discussões políticas no lugar de uma lógica interna e independente do mercado. Já a reciprocidade implica em uma forma horizontal de distribuição, a exemplo de uma economia familiar ou de parentesco, portanto essa economia tende ao tradicionalismo e a alguma forma de equidade. E a troca é a forma de distribuição da produção que pode levar a um sistema econômico com economia sempre crescente (POLANYI, 2000).

De acordo com Swedberg (2009), a troca caracteriza a organização capitalista da economia, e esse tipo desenvolve sua dinâmica a partir do fato de que a meta final do processo econômico não é exclusivamente o consumo, mas também o lucro. E, quanto mais esse lucro é reinvestido na produção, mais dinâmica será a economia. Portanto, em outras palavras os dois mecanismos-chave desse processo social são a troca organizada, ou seja, o mercado e o ciclo de realimentação do lucro para a produção. A sociologia econômica dos mercados observa as mudanças no mecanismo de troca que alimentam o processo dinâmico do capitalismo e que têm no mercado sua instituição central, entretanto o mercado tem esse papel central

somente quando por ele passa a maior parte do que é produzido para o consumo (SWEDBERG, 2009).

4.2 Estrutura social do mercado: vínculos em redes sociais

O foco de análise da rede é, conforme Smelser e Swedberg (1994), o processo econômico, suas conexões e interações entre economia e sociedade. O mercado é analisado como estrutura social e não simplesmente como processo racional instrumental de definição de preços ou como lugar físico de relações de troca, em que a competição e as informações são perfeitas e definidas em termos de demanda e suprimento. O mercado, portanto, para a sociologia econômica consiste em relações sociais entre indivíduos que podem crescer e diminuir, dependendo das circunstâncias (SWEDBERG, 1994).

Os interesses econômicos de mercado estão para a nova sociologia econômica imersos em redes pessoais e de grupos sociais. O mercado, portanto, não se constitui de firmas isoladas, como nos modelos de concorrência perfeita da ciência econômica, mas de aglomerados de firmas que formam uma estrutura social (SWEDBERG, 1994). Conforme Granovetter (1994), um ponto importante que distingue os grupos econômicos de simples aglomerados financeiros, como os conglomerados, é a existência de solidariedade social e de uma estrutura social entre as firmas que o compõem. Solidariedade essa que está imersa em laços ou vínculos sociais, como os familiares, de amizade ou étnicos. As redes sociais facilitam a circulação de informações e asseguram confiança ao limitar os comportamentos oportunistas, já que o mercado tem estrutura social (GRANOVETTER, 2002).

A sociologia econômica revigorada por Granovetter (2002) resgata e revitaliza noções fundamentais de Polanyi (2000) de que a ação econômica é socialmente situada, portanto o ser humano não deixa de ser social com o *homo economicus*, e

o próprio sistema econômico é mera função da organização social. Conforme Vinha (2001), Polanyi chamou atenção para a existência estrutural de relações sociais no mercado por meio dos princípios de reciprocidade e redistribuição. Entretanto, a nova sociologia econômica analisa o papel de redes nas relações de troca mercantil, como instituições de redistribuição e coordenação que estruturam o mercado.

A análise de redes sociais considera as interações concretas entre indivíduos e grupos, trazendo respostas alternativas a uma série de problemas-chave da teoria econômica. Exemplo disso é o caso do mercado de trabalho, desenvolvimento econômico, êxito de micro e pequenas empresas, grupos econômicos, confiança e oportunismo, ou, ainda, da própria formação de preços, questão central da teoria neoclássica econômica. Para Swedberg e Granovetter (1992), a rede é um conjunto regular de contratos ou conexões sociais similares entre indivíduos e grupos. Por exemplo, o que Granovetter (1973) identifica no mercado de trabalho em que é menos importante estar fortemente inserido numa rede de amigos ou de parentes do que ter acesso, por meio de laços fracos, ou seja, de conhecidos, a várias redes. Os laços fracos são decisivos porque estabelecem pontes entre as redes, permitindo, assim, o acesso a universos sociais diversificados e a uma maior variedade de informações, que configuram a força dos laços fracos (GRANOVETTER, 1973).

É importante salientar que as relações sociais não passam necessariamente por relações pessoais. A dimensão social das relações econômicas decorre do fato de que, no quadro da troca mercantil, os atores econômicos não levam em conta somente seus interesses próprios, mas também o contexto institucional, em particular as regras jurídicas, morais e tradicionais (RAUD-MATTEDI, 2005b).

Para a sociologia, a ação econômica é socialmente situada, e as instituições econômicas são construções sociais (GRANOVETTER, 2002; SWEDBERG; GRANOVETTER, 1992). Essa afirmação significa que os indivíduos não agem de maneira autônoma, mas que suas ações estão imersas em sistemas concretos e contínuos de relações sociais. Portanto, as redes sociais permitem compreender,

conforme Granovetter (2002), a imersão social das ações econômicas, em que, além de objetivos econômicos, os atores perseguem objetivos sociais, como a sociabilidade, o reconhecimento, o estatuto e o poder. As ações dos atores sociais são condicionadas ao fato de pertencerem a redes de relações interpessoais. O mercado, portanto, não consiste num livre jogo de forças abstratas de oferta e procura entre atores anônimos, mas num conjunto de ações estritamente imersas em redes concretas de relações sociais (GRANOVETTER, 2002). Portanto, as redes sociais podem explicar, conforme Mizruchi (2009), a influência estrutural de grupos na ação econômica.

Segundo Raud-Mattedi (2005a), a sociologia contemporânea pode buscar caminhos para aprofundar a reflexão a respeito dos mecanismos pelos quais as estruturas de redes permitem a emergência e a manutenção da confiança. Afirmar simplesmente que a confiança no mercado decorre das relações pessoais é esquecer o papel das normas jurídicas e morais, bem como esquecer que, se muitas relações econômicas passam por relações pessoais, também muitas não passam por elas e que isso não implica obrigatoriamente mais oportunismo (RAUD-MATTEDI, 2005a). Outros caminhos explicativos sobre a vida econômica, no entanto, são possíveis, como a influência da cultura, direito e política na economia (SWEDBERG, 2009) – por exemplo, a partir do conceito de cultura baseado em Weber (2001), que observou que a geração de lucro pode ser vista como negativa em uma religião ou como positiva em outra. Esse mesmo esquema explicativo pode ser, conforme Swedberg (2009), aplicado ao fato de algumas transações monetárias serem vistas como positivas ou negativas, o que também poderia estar relacionado à cultura sobre uma perspectiva weberiana.

Neste trabalho, atentamos para a sociologia das estruturas socioeconômicas. E nesse sentido, portanto, a rede social é um conceito que complementa a discussão de Durkheim (1999), especificamente da estrutura das sociedades industriais, definindo uma tipologia para as relações sociais, que para esta tese constitui uma categoria analítica utilizada de forma conjunta com o processo de divisão do trabalho e que reafirma a importância da coesão, solidariedade, confiança e regulação

coletiva. Um dos aspectos importantes que a perspectiva de rede retoma na discussão da sociologia econômica de Durkheim (1999) é o papel da confiança entre os atores, principalmente como forma social objetiva de regulação das partes. Para Granovetter (1973), a confiança é estimulada e a desconfiança é desestimulada quando as ações no mercado estão inseridas em estruturas mais amplas de relações pessoais e intercâmbios sociais.

O capital social dessas redes seria uma consequência das relações de confiança, portanto uma síntese das relações micro e macrosociais, em que são considerados laços fortes e fracos, com foco na formação e desenvolvimento de redes sociais, observando-se nestas as influências tanto individuais quanto coletivas para a construção social dos mercados. Para Bourdieu (2002), o capital social é uma integração de recursos atuais ou potenciais que estão ligados pela posse de redes duráveis, mais ou menos institucionalizadas, por meio de relacionamentos mútuos de conhecimento e reconhecimento de membros de grupos (étnico, familiar, gênero, classe, geográfico, etc.), a partir de vários sentidos ou de credenciais sociais. Ou seja, as redes de relacionamento produzem estratégias de investimentos, individuais ou coletivas, conscientes ou inconscientes, apontando para o estabelecimento ou a reprodução social de relacionamentos, que são usuais no curto ou no longo prazo, podendo ser internalizado.

A evolução econômica e seus problemas demandam soluções institucionalizadas socialmente. Relações sociais institucionalizadas em arranjos ou moralidades generalizadas, que são responsabilidades da produção e também da vida econômica. A estrutura do mercado, tanto no interior de uma indústria, em sua cadeia de produção ou em determinado território, tanto do lado da demanda quanto do lado do fornecimento de insumos, pode ser compreendida pelos custos de transações que demandam estruturas organizacionais e de grupos sociais. Conforme Granovetter (2002), a estrutura do mercado se materializa em redes de firmas geradas por oportunidades de transações, que não podem ser compreendidas em uma corporação única, pois o mercado se estrutura em integrações verticais e horizontais, que consideram, inclusive, as estruturas

intermediárias entre as firmas que viabilizam sua integração. O comportamento humano nesse contexto socioeconômico não pode ser tratado simplesmente como relação interpessoal e não social do ponto de vista da ação humana (GRANOVETTER, 2002). Portanto, vale ressaltar que as redes sociais, a geração e o contexto cultural têm influência central no mercado, diante de seus problemas e imperfeições (SMELSER; SWEDBERG, 1994).

4.2.1 Estrutura relacional dos mercados: uma influência da nova sociologia econômica

A análise das redes sociais são utilizadas para compreensão de mercados como construções sociais¹², por um lado, de forma interpretativa e, por outro lado, para testar ou apresentar graficamente os relacionamentos pessoais e coletivos que são construídos por vínculos sociais. Portanto, os estudos apresentados nos próximos parágrafos utilizam o conceito de rede social como categoria analítica sociológica para análise de relações sociais que estruturam e influenciam os mercados.

¹² Existem estudos sobre redes sociais que abrangem realidades da vida social que não se restringem à esfera econômica. Para uma análise de redes sociais como fator explicativo da variação de eficácia na ação coletiva, ver PRATES, A. A. P. Redes sociais em comunidades de baixa renda: os efeitos diferenciais dos laços fracos e dos laços fortes. **Revista de Administração Pública**, v.43, n.5, p. 1117-1146, set./out. 2009; PRATES, A. A. P. *et al.* Capital social e redes sociais: conceitos redundantes ou complementares? In: AGUIAR, N. (Org.) **Desigualdades sociais, redes de sociabilidade e participação política**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007, p. 47-59. Para uma análise de redes de organizações não governamentais de tecnologias alternativas agroecológicas para agricultura familiar, ver ABRAMOVAY, R. A rede, os nós, as teias: tecnologias alternativas na agricultura. **Revista de Administração Pública**, v.34, n.6, p. 159-177, nov./dez. 2000. Para uma análise de organizações não governamentais em regiões periféricas de São Paulo (SP) a partir da metodologia de redes sociais, ver LAVALLE, A. G.; CASTELLO, G.; BICHIR, R. M. Atores periféricos na sociedade civil: redes e centralidades de organizações em São Paulo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v.23, n.68, p. 73-96, out. 2008. Para uma análise de relações de intermediação de interesses entre atores públicos e privados nas políticas urbanas do Estado de São Paulo e do Rio de Janeiro a partir da metodologia de redes sociais, ver MARQUES, E.C. Redes sociais e o poder no Estado brasileiro: aprendizados a partir das políticas urbanas. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 21, n.60, p.15-41, fev. 2006; MARQUES, E. C. Redes sociais e instituições na construção do Estado e da sua permeabilidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 41, n. 41, out. 1999. Para uma análise de redes de famílias do Estado do Paraná e da cidade de Curitiba, que possuem poder a partir de relacionamentos econômicos e políticos, ver OLIVEIRA, R. C. Famílias, poder e riqueza: redes políticas no Paraná em 2007. **Sociologias**, ano 9, n.18, p. 150-169, jun./dez. 2007. Para uma análise de redes sociais que interferem nos critérios de escolha das nomeações para o alto escalão do Banco Central do Brasil, ver OLIVIERI, C. Política, burocracia e redes sociais: as nomeações para o alto escalão do Banco Central do Brasil. **Revista de Sociologia Política**, n.29, p. 147-168, nov. 2007. Para uma análise de redes sociais de relacionamentos na internet e governança de políticas públicas, ver PROCOPIUCK, M.; FREY, K. Redes de políticas públicas e de governança e sua análise a partir da Websphere Analysis. **Revista de Sociologia Política**, v. 17, n.34, p. 63-83, out. 2009.

Conforme Raud (2009), tradicionalmente a sociologia econômica desenvolvida no Brasil contemplou temas do trabalho, desenvolvimento e das elites empresariais. Entretanto com o crescimento da nova sociologia econômica novos temas são enfatizados, como a empresa, os mercados, as finanças e o consumo. Os estudos brasileiros têm uma forte tendência analítica para as relações entre economia e política, porém, a análise estrutural e cultural não está ausente nos trabalhos nacionais (RAUD, 2009).

Magalhães e Abramovay (2007), Radomsky e Schneider (2007) e Lopes Júnior (2009) interpretam o fenômeno da construção social de mercados específicos a partir de redes sociais, por meio de pesquisas documentais, bibliográficas e de métodos qualitativos. Magalhães e Abramovay (2007) analisam a trajetória histórica da construção social de um mercado de microfinanças no sertão do Estado da Bahia, que possibilitou a inserção de populações rurais de baixa renda em mercados. Radomsky e Schneider (2007) mostram a importância das relações de reciprocidade para a formação de redes sociais de trabalho no município de Veranópolis (RS) e seus arredores. Lopes Júnior (2009) analisa as redes sociais do crime organizado a partir de transações econômicas e de instituições com a análise de relatórios de operações da Polícia Federal e de Comissões Parlamentares de Inquérito (CPI) da Câmara de Deputados e das Assembleias Legislativas do Estado de São Paulo e do Rio Grande do Sul.

Neves e Helal (2007) e Varanda (2007), a partir de técnicas estatísticas de regressão logística, mostram os efeitos da participação em redes e associações em mercados específicos. Neves e Helal (2004), com o objetivo de analisar o efeito das redes de relacionamento, como capital social no mercado de trabalho da Região Metropolitana de Belo Horizonte (MG), testaram a hipótese de que “[...] mesmo controlando-se por variáveis de capital humano e origem socioeconômica, quanto maior o capital social de um indivíduo maior será sua chance de estar empregado” (p. 65). Chegaram à conclusão de que o capital social apresenta importante efeito na alocação dos indivíduos no mercado de trabalho, entretanto chamaram atenção para o fato de que este “[...] é um recurso que talvez seja melhor instrumentalizado por

aqueles que já têm maior estoque de outros tipos de capital (financeiro, humano ou cultural)” (p. 70). Varanda (2004) analisa o fracasso de ações de modernização do mercado comercial de um centro cultural de uma cidade portuguesa. Especificamente, a ação de modernização se referia à proposição de abertura dos estabelecimentos comerciais aos sábados à tarde. A hipótese formulada e confirmada foi de que, mesmo estando próximos fisicamente, esses segmentos não estavam articulados em uma rede associativa, o que impossibilitou a modernização do mercado.

Minella (2007) e Marques (2009a e 2009b) utilizam a metodologia de análise de redes para representar graficamente estruturas sociais de mercados. Minella (2007) apresenta, graficamente, a estrutura social das relações entre associações representativas de instituições financeiras e a origem dos ocupantes de suas diretorias por instituições, grupos ou conglomerados financeiros, ou seja, o ator econômico privado. O universo de pesquisa desse autor foi composto por um conjunto de 24 associações, que possuíam 229 diretorias e estavam localizadas em 17 países da América Latina. Minella (2007) mostra uma representação gráfica da estrutura social dessa relação e indica os atores econômicos centrais que ligam essas associações em diversos países.

Marques (2009a) mostra representações gráficas de redes sociais de 209 indivíduos pobres e 30 indivíduos de classe média habitando regiões periféricas da cidade de São Paulo (SP), identificando, por meio de estatística descritiva e de análise multivariada de dados, que existem nessas redes associações entre padrões de relação e sociabilidade dos indivíduos no acesso a bens e serviços disponíveis no mercado. Marques (2009b) dá continuidade ao seu estudo sobre famílias pobres da periferia de São Paulo. Entrevista 20 pessoas e observa que o acesso aos bens e serviços obtidos fora do mercado, como construção de habitações, pequenos reparos domiciliares, cuidados com crianças e acompanhamento de pessoas com doenças crônicas, apresenta níveis diferenciados de custos (material e afetivo) e de confiança entre os indivíduos. Em ambos os estudos de Marques (2009a, b), é destacado que o acesso ao primeiro emprego de jovens ou de trabalhadores

emigrantes de outras partes do país e também de trabalhadores com pouca ou nenhuma qualificação depende de relações familiares para o acesso ao mercado de trabalho.

Os estudos apresentados nos parágrafos anteriores utilizam a categoria analítica rede e até mesmo, de forma parcial, a metodologia de redes sociais. Entretanto, nenhum desses trabalhos relaciona a estrutura a medidas que expressam a intensidade dos vínculos, como sua densidade e a posição dos atores na rede. Essas análises quantitativas são possíveis, como mostrado no capítulo 5, com a utilização de análises de dados por meio de *softwares* que representam as estruturas dos vínculos entre atores e mostram o posicionamento destes em suas redes sociais.

5 METODOLOGIA

5.1 Antecedentes: caminho percorrido

Este trabalho aborda sociologicamente um mercado, independente do seu enquadramento econômico como mercado cultural ou criativo¹³, e seu interesse está na realidade da vida cotidiana dos moradores do município de Resende Costa (MG), que constroem o mercado da tecelagem tradicional. A realidade atual desse mercado chama a atenção da sociedade do Campo das Vertentes e, a partir da década de 1990, de uma instituição de ensino superior que nela se localiza, a Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). Entretanto, a especificidade desse fenômeno socioeconômico também chamou a atenção de outras instituições de ensino superior – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) – que a partir do final da década de 2000 e associadas com pesquisadores da UFSJ iniciaram estudos sobre a produção regional associada às atividades econômicas locais.

Santos e Silva (1997) e Santos *et al.* (1998) realizam os primeiros estudos para compreender a produção da tecelagem tradicional do município de Resende Costa (MG). A equipe responsável por esses trabalhos foi composta por docentes e discentes de cursos de graduação da UFSJ. Santos e Silva (1997), analisando aspectos geográficos e históricos do município, identificaram a primeira expansão do número de estabelecimentos comerciais que escoavam a produção têxtil local. Por

¹³ Abordagens que buscam compreender características, similaridades e diferenças entre mercado cultural e criativo podem ser analisadas em: CAVES, R. E. **Criative industries: contracts between art and commerce**. Cambridge: Harvard University Press, 2002; HARTLEY, J. **Creative industries**. Londres: Blackwell, 2005; MILLER, T. A view from a fossil: the new economy, creativity and consumption – two or three things I don't believe in. **International Journal of Cultural Studies**, v. 7, n.1, p.55-65, mar. 2004; OAKLEY, K. Not so cool Britannia: the role of the creative industries en economic development. **International Journal of Cultural Studies**, v. 7, n.1, p.67-77, mar. 2004; POTTS, J.; CUNNINGHAM, S.; HARTLEY, J.; ORMEROD, P. Social network markets: a new definition of the creative industries. **Journal of Cultural Economics**, v.32, n.3, p.167-185, sept. 2008; SEAMAN, B. Competition and the non-profit arts: the lost industrial organization agenda. **Journal of Cultural Economics**, v. 28, n.3, p.167-193, Aug. 2004; SHORTHOSE, J. A more critical view of the creative industries: production, consumption and resistance. **Capital & Class**, v. 84, p. 1-9, 2004; URICCHIO, W. Beyond the great divide: collaborative networks and the challenge to dominant conceptions of creative industries. **International Journal of Cultural Studies**, v. 7, n.1, p.79-90, mar. 2004.

meio da história oral, os referidos autores relacionam a tecelagem do final do século XX com a produção doméstica têxtil herdada pelos moradores do local¹⁴. Santos *et al.* (1998) visitaram moradores de 1.322 domicílios¹⁵, o que correspondeu a aproximadamente 97% dos domicílios registrados no perímetro urbano do município pelo Censo Demográfico de 1991, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com o objetivo de identificar quantos domicílios produziam a tecelagem tradicional desse território.

No início da década de 2000, outros trabalhos monográficos de cursos de graduação e pós-graduação “Lato Sensu” da UFSJ analisaram a produção têxtil do município. Os trabalhos de Resende, L. M. (2000) e Resende, R. L. (2005) fazem uso dos dados apresentados em Santos *et al.* (1998) para indicar possíveis impactos da produção têxtil na economia municipal. Já o trabalho de Resende, A. P. M. (2001) aborda o cotidiano das mulheres do Distrito da Lage que se ocupavam da produção doméstica têxtil na primeira metade do século XIX.

Com uma abordagem regional, Abreu (2002) reconhece alguns municípios do Campo das Vertentes como polos produtivos locais. A tese defendida na UFRJ propõe uma metodologia de ação para o desenvolvimento de redes dinâmicas em aglomerados de empreendimentos de base artesanal¹⁶ de quatro municípios da microrregião de São João Del Rei, em Minas Gerais. A definição da aglomeração de base artesanal é realizada com a atividade coureira nos município de Dolores de Campos e Prados, a tecelagem de Resende Costa e a produção de biscoitos de São Tiago. Esse autor propõe que ações em rede apoiadas por mecanismos de integração poderiam propiciar efeitos multiplicadores de esforços para a criação de ganhos competitivos e de perspectivas de fortalecimento dos atores envolvidos.

¹⁴Foram realizadas entrevistas com quatro artesãs reconhecidas localmente como detentoras dos conhecimentos sobre a tecelagem tradicional com a pioneira na comercialização de retalhos, com um tropeiro que comercializou produtos da tecelagem nas décadas de 1940 e 1950 e com duas proprietárias pioneiras de estabelecimentos comerciais de artigos da produção têxtil.

¹⁵ Esta pesquisa foi não probabilística, composta por uma amostra intencional, a partir do critério de relacionamento direto dos moradores e seus domicílios com alguma etapa do processo produtivo da tecelagem.

¹⁶Para Abreu (2002, p. 58): “Empreendimentos de base artesanal são aqueles que produzem artefatos que emprega a técnica, ou o tirocínio do artesão”.

No final da década de 2000, as dissertações de mestrado de Oliveira (2006) e Pereira (2008)¹⁷ abordam aspectos ergonômicos e do ponto de vista do trabalho dos tecelões diante das exigências competitivas da tecelagem do município de Resende Costa no princípio do século XXI. Os estudos apontam que o atendimento às pressões de demanda por aumento da produção têxtil podem acarretar aos trabalhadores problemas de saúde ocupacional (OLIVEIRA, 2006) e, no processo produtivo da tecelagem, a dispersão do conhecimento tradicional no decorrer das gerações dos moradores do município (PEREIRA, 2008).

Este trabalho pode ser considerado consequência de uma trajetória de formação de um pesquisador no trato de um fenômeno socioeconômico, por estar direta e indiretamente envolvido com a coleta dos dados, estudos e reflexões que foram desenvolvidos entre os anos de 1996 e 2008, especialmente nos referentes à realidade do mercado de produção da tecelagem tradicional do município de Resende Costa.

5.2 Caracterização da pesquisa: tipo, método e estratégia

Este estudo tem como características metodológicas fundamentais o tipo de pesquisa descritivo-analítica que utiliza como método o estudo de caso e tem como estratégia a pesquisa bibliográfica, documental e de dados quantitativos.

O tipo de pesquisa é descritivo-analítica, de acordo com Selltiz *et al.* (1975), por descrever o caso do mercado da tecelagem tradicional como construção social a partir de suas características específicas imersas no município de Resende Costa (MG). Portanto, descrever e analisar esse mercado local, aqui entendido como delimitação espacial, geográfica e temporal, que é estruturado por meio de relações

¹⁷Estes trabalhos são decorrentes do relacionamento e interação entre trabalhadores da Associação de Artesãos de Resende Costa (ASARC), docentes e discentes do Departamento de Engenharia de Produção da UFMG e de docentes e discentes de graduação que participavam da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da UFSJ.

sociais. Esse tipo de pesquisa tem como objetivo primordial a descrição de características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. Uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de dados, como o questionário e a observação sistemática (GIL, 2006; VERGARA, 2007).

A descrição e análise de um mercado caracterizam este trabalho como de estudo de caso que é, conforme Morra e Friedlander (1999), um meio de aprendizagem acerca de um objeto complexo, baseado num amplo entendimento deste, obtido por uma descrição extensiva e de sua análise como um todo em determinado contexto (MORRA; FRIEDLANDER, 1999). Segundo Yin (2005), o estudo de caso é utilizado quando se quer aprofundar o conhecimento sobre determinado objeto de pesquisa, para que se verifiquem seus aspectos característicos contextuais. Portanto, o estudo de caso como método de pesquisa mostra-se, conforme Yin (2005), adequado ao possibilitar descrição minuciosa das dimensões subjetivas do problema, por meio de relação direta e intensa do pesquisador com os sujeitos da pesquisa e de uma análise objetiva da realidade social, o que possibilita o aprofundamento e detalhamento sobre sua compreensão.

Com o objetivo de descrever e analisar o mercado da tecelagem tradicional do município de Resende Costa (MG), a estratégia utilizada foi associar pesquisa bibliográfica e documental com pesquisa quantitativa. A pesquisa pode ser caracterizada, conforme Gil (2006), como bibliográfica, já que para ser desenvolvida foi utilizada análise de material já elaborado, constituído principalmente por dados de pesquisas sobre a tecelagem local, o município e a microrregião do Estado. A pesquisa documental assemelha-se, segundo Gil (2006), à bibliográfica, entretanto, enquanto na bibliográfica a fonte principal de análise são livros e materiais impressos, na pesquisa documental as fontes são muito mais diversificadas e dispersas, podendo ser de documentos que, de alguma forma, já foram analisados, como relatórios de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas, atas de associações etc. Este trabalho contou com a análise de documentos municipais,

estaduais e de indicadores de desenvolvimento humano, social e econômico relacionados ao estudo de caso. A pesquisa utilizou, também, a estratégia quantitativa, por ter como objetivos identificar e analisar a estrutura social do mercado de produção a partir de um conjunto de observações. Conforme Witte e Witte (2005), quando em um conjunto de observações, qualquer observação individual corresponde a um número que representa uma quantidade ou uma contagem, os dados são quantitativos, sendo estes compostos por variáveis discretas e por variáveis contínuas. As variáveis discretas consistem em números isolados separados por lacunas, e as variáveis contínuas consistem em números cujos valores não possuem restrições (WITTE; WITTE, 2005).

5.3 Coleta de dados

5.3.1 Características, planejamento e coleta dos dados primários

Os dados primários da pesquisa são quantitativos e foram coletados a partir de um *survey*, que é, conforme Babbie (1999a), instrumento adequado para a observação sistemática de possíveis regularidades sociais. Como a pesquisa se destinou somente à população relacionada com o mercado da tecelagem, de acordo com Costa Neto (1999), essa pode ser caracterizada como população-objeto da pesquisa. A amostragem dessa população-objeto foi não probabilística e intencional (BABBIE, 1999a; COSTA NETO, 1999; STEVENSON, 1981), por entrevistar indivíduos em domicílios e em estabelecimentos comerciais relacionados diretamente com alguma atividade do processo produtivo ou comercial da tecelagem tradicional do município.¹⁸ A caracterização dos sujeitos da pesquisa como domicílio e estabelecimento comercial de produtos e insumos se deve aos resultados dos trabalhos de Libby (1997), Macedo (2006), Resende (2001), Santos *et al.* (1998) e Teixeira (2006). Conforme Libby (1997) e Macedo (2006), a produção doméstica têxtil é uma realidade mineira desde o século XVIII, e no território em que atualmente se localiza a sede do município de Resende Costa, conforme Resende (2001) e

¹⁸ A coleta de dados foi iniciada com atividades de planejamento no mês de maio e terminou em agosto de 2009.

Teixeira (2006), a produção de tecidos nos domicílios também é uma realidade desde o século XIX. Segundo Rodarte (2008), o domicílio nesse período, pré-industrial, tinha funções de reprodução humana e produção econômica; era o *locus* da produção, uma unidade produtiva que se constituía de familiares ou não do chefe do domicílio. Santos *et al.* (1998) observam, no final do século XX, que o domicílio continua como o *locus* da produção, mas que a organização social do mercado da tecelagem desse território tem como nova estrutura os estabelecimentos comerciais que exercem o papel de distribuir insumos para a produção domiciliar e seus produtos para o consumo.

O planejamento da pesquisa foi composto por quatro conjuntos de atividades: divulgação da pesquisa no município, elaboração do questionário, treinamento dos entrevistadores e estudo-piloto. A divulgação teve como objetivo dar conhecimento à população e ocorreu em maio de 2009, com a participação do autor na VIII Reunião Ordinária da Câmara Municipal de Resende Costa e na reunião de avaliação de governo realizada pelo prefeito e secretários municipais. Posteriormente, a pesquisa foi divulgada com a publicação, em um jornal impresso do município, de um informativo sobre as características da pesquisa (ANEXO A).¹⁹ Na semana que antecedeu o início da coleta de dados e nas duas semanas seguintes foi veiculado na programação diária da emissora de radio difusão comunitária do município um comunicado de utilidade pública informando a população que durante o mês de julho de 2009 entrevistadores estariam percorrendo os domicílios e estabelecimentos comerciais para realização da pesquisa. Nessa mesma emissora, o autor concedeu duas entrevistas, em programas de horários diferentes, para dar esclarecimentos e responder a possíveis dúvidas de ouvintes.

Para a coleta de dados foram elaborados dois questionários estruturados: domiciliar (APÊNDICE A) e comercial (APÊNDICE B). A versão inicial foi elaborada tendo como referência Santos *et al.* (1998) posteriormente avaliada por técnicos do

¹⁹ O informativo foi publicado no seguinte jornal impresso: Jornal das Lajes, Ano VI, n. 74, junho de 2009, p. 5.

Laboratório de Metodologia em Ciências Sociais (LMCS) da UFMG e testada em estudo-piloto antes do envio da versão final para reprodução. Tanto o questionário domiciliar como o comercial têm, ajustados as especificidades de cada unidade de observação, aproximadamente 95 variáveis cada, que foram agrupadas em módulos referentes ao perfil socioeconômico do respondente e da unidade de observação, caracterização das atividades produtiva e comercial, organização do trabalho, características e consumo de insumos e equipamentos, perfil da produção e percepções dos entrevistados sobre o mercado.

A operacionalização da pesquisa de campo contou com a participação de estudantes universitários residentes no município, que foram os responsáveis pelo preenchimento dos questionários, por meio de entrevistas. O recrutamento dos entrevistadores ocorreu por meio de contato inicial por endereço eletrônico (*e-mail*) e após manifestação de interesse por meio de contatos telefônicos²⁰. Foi realizado um seminário de apresentação da pesquisa para aproximadamente 30 estudantes, dos quais 17 manifestaram o interesse de participar da pesquisa como entrevistadores, sendo 11 foram remunerados e 6 voluntários²¹. O treinamento dos entrevistadores teve duração de quatro horas e seu objetivo foi informar os participantes sobre regras gerais para realização de entrevistas e familiarização com o questionário (BABBIE, 1999a).²² O estudo-piloto teve como objetivo verificar a clareza das perguntas, a formatação e redação do questionário, a identificação de dúvidas e padrões de resposta (BABBIE, 1999a). Após a aplicação do estudo-piloto ocorreu um encontro, com duração de aproximadamente 2 horas, em que entrevistadores e coordenador discutiram melhorias para os questionários e foram definidos procedimentos para acompanhamento das entrevistas.

²⁰ A Secretaria de Educação municipal participou da pesquisa em alguns momentos. Inicialmente, disponibilizou uma listagem dos estudantes universitários residentes no município, com nome completo, endereço eletrônico e telefone de contato. Essa lista era composta por estudantes que utilizam de transporte gratuito cedido pela prefeitura para deslocamento até o município de São João Del Rei, onde estão localizadas as instituições de ensino superior. Além de autorizar os estudantes que optassem por participar da pesquisa de forma voluntária, que pudessem apresentar o certificado de participação na pesquisa como forma de contra-partida para a utilização gratuita do transporte e disponibilizar uma sala de treinamentos com todos os recursos audiovisuais necessários para o treinamento dos entrevistados.

²¹ A remuneração foi definida pelo número de questionários aplicados, e a declaração dos voluntários levou em consideração o número de horas de participação.

²² Para a elaboração e desenvolvimento de material de suporte para o treinamento (APÊNDICE C), confecção do "Termo de Compromisso" (APÊNDICE D) e realização do treinamento foram consultados os técnicos do Laboratório de Metodologia em Ciências Sociais (LMCS/UFMG) e o material de suporte para os treinamentos da "Pesquisa por Amostragem Probabilística da Região Metropolitana de Belo Horizonte – BH SURVEY".

As entrevistas foram realizadas entre os dias 1 de julho e 7 de agosto de 2009 no perímetro urbano do município. Para a operacionalização da pesquisa o perímetro urbano foi dividido em seis setores geográficos: sudeste (ANEXO B), sudoeste (ANEXO C), centro e oeste ((ANEXO D), leste (ANEXO E), norte (ANEXO F) e noroeste (ANEXO G). A distribuição dos entrevistadores foi definida, inicialmente, pela proximidade de suas residências e, posteriormente, com o término do setor inicial, eles foram realocados para outros setores. Os entrevistadores foram distribuídos da seguinte forma: 16 para os domicílios e 1 para os estabelecimentos comerciais. As entrevistas foram coordenadas a partir dos seguintes procedimentos: acompanhamento diário *in loco* com visitas aleatórias aos setores; horário de atendimento diário para esclarecimentos aos entrevistados e entrevistadores; uma visita semanal às casas dos entrevistadores para recolhimento e distribuição de questionários; e o coordenador foi convidado a visitar quatro estabelecimentos comerciais para dar esclarecimentos sobre o objetivo da pesquisa.²³ O perímetro urbano do município pode ser visualizado por meio da FIG. 2



Figura 2 – Mapa do perímetro urbano da sede do município de Resende Costa – 2000.

Fonte: Prefeitura Municipal de Resende Costa (2000).

²³ O autor foi responsável pela coordenação das entrevistas, que além do acompanhamento pessoal, contaram como uma ficha de registro de trabalho diário dos entrevistadores (Apêndice E), da qual foi retirada a base de cálculo da remuneração e da declaração de horas de participação.

5.3.2 Características e coleta dos dados secundários

Os dados secundários foram extraídos de pesquisa documental, que contém, conforme Gil (2006), como fonte de coleta de dados documentos que auxiliam a compreensão sobre o objeto de estudo. Os dados selecionados foram definidos a partir da necessidade de compreender o contexto regional do município estudado, portanto, inicialmente, houve a necessidade de delimitação do contexto regional a ser analisado. Optou-se por coletar dados referentes aos quatro municípios da microrregião de São João Del Rei que compõem, segundo Abreu (2002), uma rede dinâmica de aglomerados de empreendedores de base artesanal, que são os municípios de Dores de Campos, Prados, Resende Costa e São Tiago.

As fontes consultadas e os dados coletados sobre os quatro municípios foram: *Software* Atlas do Desenvolvimento Humano para coleta do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) nos anos de 1991 e 2000 (PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO – PNUD; INSTITUTO DE PESQUISA ECONOMICA APLICADA – IPEA; FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO – FJP, 2003); *Software* Índice Mineiro de Responsabilidade Social (IMRS) para coleta do IMRS nos anos de 2000, 2002, 2004 e 2006 (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO – FJP, 2009); *site* Cidades@²⁴ para coleta de dados do produto interno bruto (PIB) *per capita* em 2007, das finanças públicas em 2007, da frota de veículos em 2008, incidência da pobreza e índice de Gini em 2003, do cadastro central de empresas em 2007; do valor adicional bruto dos setores econômicos da agropecuária, indústria e serviços em 2007 (CIDADES@); e contagem da população (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, 2007a).

²⁴ <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>

5.4 Categorias analíticas, organização e análise dos dados

5.4.1 Categorias analíticas

Para Babbie (1999b), a prática da pesquisa social demanda uma definição clara das categorias analíticas, para que não ocorram ambiguidades com relação ao termo e respectivo uso. Portanto, com base no marco teórico apresentado nos capítulos 2, 3 e 4 foram definidas as principais categorias analíticas desta pesquisa, conforme Kerlinger (1980), de formas constitutiva e operacional. A forma constitutiva define o conceito da categoria analítica envolvendo definições de postulados expressos no marco teórico. Já a forma operacional fornece significado para a categoria de análise que, por meio da especificação de parâmetros ou variáveis de análise, permite observá-la empiricamente (KERLINGER, 1980).

Antes de descrever as categorias analíticas a partir de suas formas constitutiva e operacional, é preciso retornar ao objetivo geral desta tese, que é a análise do mercado da tecelagem tradicional de Resende Costa (MG) como construção social. Essa análise foi realizada a partir das seguintes categorias analíticas: divisão do trabalho social, aglomeração produtiva territorial, organização e estrutura social.

Partindo do exposto nos capítulos teóricos que apresentam essas categorias em sua forma constitutiva, estas são apresentadas, nesta seção, de forma sintética, a partir de sua forma operacional, ou seja, como parâmetros que permitem analisar esse mercado como construção social. A divisão do trabalho social foi analisada como categoria que permite identificar uma forma de mediação entre indivíduo e sociedade que ocorre na diferenciação de suas partes, que tem na aglomeração produtiva territorial uma expansão do campo de atuação dessa forma de mediação. A organização burocrática é uma categoria operacional para identificação de formas de racionalização do mercado da tecelagem tradicional analisada. As redes, ou seja,

a estrutura social é analisada como forma de expressão das relações sociais, que são adotadas também como método de identificação e estruturação de vínculos socioeconômicos que permitem a densidade moral desse mercado.

5.4.2 Organização e análise dos dados

Entende-se que o objetivo da análise de dados é descrever, interpretar e explicar os dados coletados de maneira que venham responder às questões formuladas no estudo, sendo a decisão sobre os métodos e técnicas de análise utilizadas dependente da natureza dos dados obtidos e do tipo de informações e relações desejadas.

Os dados secundários são apresentados e analisados no capítulo 6 e têm como objetivo encontrar similaridades e discrepâncias entre os municípios que compõem, segundo Abreu (2002), os aglomerados de empreendimentos de base artesanal da microrregião do Campo das Vertentes. Portanto, os dados secundários coletados foram agrupados e organizados em tabelas com as relações entre os municípios e os seguintes aspectos: população e PIB *per capita*; atividades econômicas; quantidade de empresas, pessoal ocupado, pessoal ocupado assalariado e salário médio mensal; frota de veículos; finanças públicas; incidência da pobreza e índice de Gini; IDHM; e IMRS.

Os dados primários estão apresentados e analisados nos capítulos 7 e 8 e têm como objetivo caracterizar o mercado da tecelagem a partir do perfil da produção, do trabalho e de sua organização, bem como analisar a estrutura social da tecelagem do município de Resende Costa (MG). Os dados primários coletados foram conferidos, organizados e tabulados.

A conferência dos questionários ocorreu em dois momentos, no recebimento semanal dos questionários durante o período de coleta, em que os questionários eram conferidos em conjunto com os entrevistadores. E, após a conclusão do período de coleta de dados, todos os questionários respondidos foram conferidos pelo coordenador da pesquisa.

A organização dos questionários foi uma etapa preparatória para a tabulação, em que duas atividades foram desenvolvidas. Inicialmente, os questionários, coletados por setores geográficos, foram numerados sequencialmente em ordem crescente, como pode ser observado na TAB.1.

Tabela 1 – Setores geográficos, por sequência numérica dos questionários

Setores	Sequência Numérica
Sudeste	1 a 75
Sudoeste	76 a 218
Centro e Oeste	219 a 323
Leste	324 a 470
Norte	471 a 598
Noroeste	599 a 668

Fonte: Elaborado pelo autor.

A outra atividade de organização foi a elaboração do espelho do questionário domiciliar (APÊNDICE F), comercial (APÊNDICE G) e montagem da planilha de tabulação. Pelo fato de os questionários possuírem questões abertas, devido ao desconhecimento de todas as possibilidades de respostas, a elaboração do espelho, além de considerar as opções de respostas já existentes com os respectivos códigos numéricos escritos no instrumento de coleta, demandou a transcrição das categorias de respostas de questões abertas com a respectiva definição de seus códigos numéricos. A planilha de tabulação consistiu na transcrição para o *software Microsoft*

Excel® versão *Office-2003* das variáveis contidas no questionário e que foram transpostas para as colunas de uma planilha.

Para a tabulação dos dados foi necessário contar com o apoio de estudantes da Universidade Federal de Viçosa (UFV).²⁵ O recrutamento dos alunos ocorreu por meio de endereço eletrônico e por visitas do coordenador da pesquisa em sala de aula dos cursos de graduação em Administração e Ciências Contábeis.²⁶ Foi realizado um treinamento para 28 alunos interessados em participar da etapa de tabulação de dados, que consistiu basicamente de uma simulação da tabulação de um questionário. Desses alunos que participaram do treinamento, 12 manifestaram interesse e participaram da etapa de tabulação da pesquisa para qual foram remunerados. A tabulação ocorreu entre os meses de setembro e novembro de 2009 e foi acompanhada por uma estudante e pelo coordenador da pesquisa²⁷. Os 12 estudantes foram divididos em seis duplas²⁸, que tiveram acompanhamento e conferência diária de suas atividades de digitação, o que consistia do esclarecimento de possíveis dúvidas quanto ao que estava escrito no questionário, inclusão de categorias de respostas de variáveis no espelho de tabulação (APÊNDICES F e G), conferência da tabulação e fusão das planilhas por ordem de sequenciamento do número dos questionários.

Algumas variáveis da planilha do *software Microsoft Excel®* versão *Office-2003* foram reorganizadas em outras planilhas do mesmo *software* para a realização de estimativas para mostrar a grandeza monetária, produção de peças e comercialização dos produtos locais da tecelagem tradicional. Para essas estimativas foram selecionadas as seguintes variáveis do questionário domiciliar:

²⁵ Foram recrutados, selecionados e treinados alunos desta instituição de ensino superior pelo fato de o autor ser servidor público dessa organização. Além de contar com a ajuda do corpo docente da UFV, foi fundamental o apoio da Chefia do Departamento de Administração e Contabilidade (DAD), que permitiu que o "Laboratório de Informática" do Departamento fosse utilizado para a realização dos trabalhos de tabulação, que foram agendados a partir da disponibilidade dos tabuladores e do referido laboratório, que é utilizado para as atividades normais de ensino, pesquisa e extensão do DAD.

²⁶ A lista de endereços foi cedida pelos coordenadores dos respectivos cursos de graduação.

²⁷ A estudante que compartilhou com o coordenador o acompanhamento das atividades de tabulação foi escolhida para essa função pelo fato de ter participado como voluntária de várias atividades da pesquisa durante o ano de 2009.

²⁸ A definição da organização da equipe de tabulação em duplas teve como objetivo reduzir a possibilidade de erros na tabulação. A dinâmica consistiu em um aluno ser o responsável pela identificação da opção de resposta e o outro pela digitação na planilha.

número do questionário domiciliar (Nº Q²⁹), principais materiais utilizados (CMP2), quantidade de material utilizado (CMP3), existência de sobras (CMP8), destino das sobras (CMP8), quantidade das sobras (CMP10), peças produzidas ou serviços oferecidos (CPA2), produção (CPA5) e preço de venda do produto ou de remuneração do serviço (CPA6). Também foram selecionadas as seguintes variáveis do questionário comercial: número do questionário comercial (NºQ³⁰), quantidade de produtos artesanais comercializados de outros municípios (CCA1), quantidades de produtos comercializados produzidos no município (CCA2), principais materiais utilizados (CMP3), quantidade de material utilizado (CMP4), destino de sobras (CMP8), quantidade de sobras (CMP9), principais produtos comercializados (CC8a), origem dos produtos (CC8b), quantidade comercializada (CC8c) e preço de venda dos produtos (CC8d). Foram excluídos das estimativas domiciliares e comerciais os questionários que não tiveram uma dessas variáveis respondidas.

Os dados tabulados na planilha do *software Microsoft Excel®* versão *Office-2003* foram importados do *software SPSS 15.0 for Windows®*. Foram também organizados por meio de estatística descritiva, que oferece, conforme Witte e Witte (2005), uma série de ferramentas como tabelas, gráficos e médias, no sentido de organizar e resumir informações com relação a um conjunto de observações. A organização dos dados no *software SPSS 15.0 for Windows®* demandou ajustes, que são normais, como inclusão de categorias de resposta no banco de dados e outros mais específicos desta pesquisa, como a inclusão de uma nova variável. A necessidade da inclusão dessa nova variável no banco de dados referente aos entrevistados da produção domiciliar se deveu à existência de grande variação nas frequências das famílias de origem (CC9³¹) dos entrevistados o que não permitiu a utilização dessa variável como controle para análise dos impactos sobre outras

²⁹ A indicação em parênteses após a denominação das variáveis corresponde ao código da pergunta do questionário domiciliar (APÊNDICE A).

³⁰ A indicação em parênteses após a denominação das variáveis corresponde ao código da pergunta do questionário comercial (APÊNDICE B).

³¹ A indicação em parênteses após a denominação da variável corresponde ao código da pergunta do questionário domiciliar (APÊNDICE A).

variáveis³². Essa é uma variável importante para este trabalho, já que pode confirmar a existência de redes que se estruturam socialmente no mercado a partir de vínculos familiares. Diante dessa possibilidade, foi incluída a variável categórica “grupos de frequência de famílias de origem”, que possui três opções de resposta: alta frequência – famílias de origem com mais de 100 entrevistados; média frequência – famílias de origem com no mínimo 10 e no máximo 99 entrevistados; e baixa frequência – famílias de origem com no mínimo 1 e no máximo 9 entrevistados. As opções de respostas foram definidas a partir da frequência encontrada, subdividida nessas três categorias.

Com o objetivo de preservar a identificação dos entrevistados nos domicílios e dos estabelecimentos comerciais pesquisados, suas denominações foram substituídas por códigos. As famílias de origem tiveram a substituição do sobrenome da família por um código composto pelas letras FO (Família de Origem) e por um numeral representando o sequenciamento numérico do registro do nome das famílias. Os estabelecimentos de comercialização de insumos tiveram a substituição de sua denominação por um código composto pela letra F (Fornecedor) e por um numeral, que representava o sequenciamento numérico do registro do nome dos estabelecimentos. Os compradores da produção dos domicílios tiveram a substituição de sua denominação por um código composto pela letra C (Comprador) e por um numeral representando o sequenciamento numérico do registro do nome dos compradores. Além desses códigos de fornecedores (F_n) e de compradores (C_n), existe o código para um único indivíduo, ou organização, que fornece insumos e compra produtos e serviços dos domicílios. Esse código foi representado pela justaposição do seu código de fornecedor com o seu código de comprador, ou seja, F_nC_n .

Algumas variáveis da planilha do *software Microsoft Excel®* versão *Office-2003* foram reorganizadas para posteriormente serem importadas do *software Ucinet®*

³² A variável categórica família de origem teve como opção de resposta registrada nas planilhas o último sobrenome do pai dos entrevistados. A escolha do último sobrenome dos pais dos entrevistados, como sinônimo da família de origem, se deveu ao fato de ser comum no município a mulher mudar seu último sobrenome a partir do casamento.

6.272 for Windows (BORGATTI *et al.*, 2002). Esse *software* possibilita a representação gráfica e análise sociométrica da densidade da rede e da centralidade dos atores. Vale ressaltar que as redes sociais são uma categoria analítica estrutural fundamental da sociologia econômica e, quando as frequências das variáveis fornecedor (CMP5³³) e comprador (CM3) foram controladas pela variável grupos de frequência de famílias de origem, houve variação na composição dos grupos de fornecedores e compradores que indicou a possibilidade da existência de relacionamentos sociais entre família, fornecedor e comprador, nos momentos de troca para aquisição de insumos e venda de peças ou serviços. Portanto, foi necessário utilizar um método que permitisse melhor compreensão de como o ator família participava das estruturas desse mercado nos momentos que agia economicamente.

Conforme Scott (2000), a análise de redes sociais pode ser realizada a partir da representação gráfica dos vínculos e de medidas sociométricas. Estas medidas, a serem utilizadas, são apropriadas para as características da relação a ser abordada neste trabalho, que é uma relação de dois níveis, ou seja, o ator-família da produção domiciliar que possui vínculos em momentos de fornecimento ou de venda, que pode ser –de acordo com Hanneman e Riddle (2005), Borgatti e Everett (1997) e Breiger (1974) – expressa por meio de uma matriz binária retangular de afiliação, denominada *2-mode*. Essa característica constitutiva da matriz, associada ao tamanho da rede, impossibilita a utilização de todas as medidas e análises disponíveis no *software Ucinet® 6.272 for Windows* (BORGATTI *et al.*, 2002), no entanto permite a representação gráfica e a medição da densidade da rede e da centralidade dos atores (HANNEMAN; RIDDLE, 2005; IZQUIERDO; HANNEMAN, 2006³⁴).

³³ A indicação em parênteses após a denominação das variáveis corresponde ao código da pergunta do questionário domiciliar (APÊNDICE A).

³⁴ IZQUIERDO, L. R.; HANNEMAN, R. A. **Introduction to the formal analysis of social networks using mathematica**. Bugos: University of Burgos, 2006. 29 f. Published in digital format.

A elaboração de matrizes possibilitou, por meio do *software Ucinet® 6.272 for Windows* (BORGATTI *et al.*, 2002), a representação gráfica, a demonstração da densidade da rede e centralidade dos atores. A representação gráfica foi possível com a utilização da funcionalidade *NetDraw do Ucinet 6.272 for Windows*, que representa simbolicamente, por meio da teoria dos grafos³⁵, a matriz binária da relações sociais totais e dos grupos de alta e média frequências de família de origem. Em todas as representações gráficas, os quadrados preenchidos da cor azul referem-se aos fornecedores nas redes de fornecimento e compradores das redes de comercialização e em ambas as redes os círculos vermelhos referem-se aos códigos das famílias de origem. Para a análise da densidade da rede e da centralidade dos atores, foram elaboradas dois tipos de matriz *2-mode*. Um tipo de matriz para as relações totais e outro para os grupos de alta e média frequências das famílias de origem, o que permitiu as análises comparativas das demonstrações de densidade da rede e do grau de centralidade (*degree*), proximidade (*closeness*) e intermediação (*betweenness*) dos atores (HANNEMAN; RIDDLE, 2005).

A densidade da rede é uma proporção de vínculos em relação ao total de vínculos possíveis (HANNEMAN; RIDDLE, 2005). As medidas de centralidade dos atores relacionam-se com as posições ocupadas pelos atores na rede, que podem ser analisadas pelos graus de centralidade, proximidade e intermediação. Para demonstração da centralidade dos atores, tanto da relação econômica de fornecimento de insumos quanto da compra da produção domiciliar, não foram considerados os graus de proximidade (*closeness*) e intermediação (*betweenness*) dos nós (atores) pendentes da representação gráfica, ou seja, graficamente os que não estão ligados aos demais, pelo fato de serem relações pendentes com referência aos demais nós conectados da rede. Os nós que não tiveram suas medidas de proximidade e intermediação consideradas foram FO32 e F25C147O da rede família-fornecedor e FO20, FO37, FO62, FO67, FO69, FO70, FO72, C23, C36, F11C52, C105, C136 e C149 da rede família-comprador.

³⁵ Estuda as propriedades dos grafos, também chamados de propriedades gráficas. Um grafo é um conjunto no vazio de objetos chamados de vértices e uma seleção de pares de vértices chamada de arestas, que podem ser orientadas ou não. Um grafo se representa mediante uma série de pontos, vértices ou nós, conectados por arestas ou linhas. Para melhor compreensão da Teoria dos Grafos, ver BOAVENTURA NETTO, P. O. **Grafos: teoria, modelos, algoritmos**. 4. ed. São Paulo: Edgar Blücher, 2006; SZWARCFITER, J. L. **Grafos e algoritmos computacionais**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

O conceito de centralidade é, conforme Freeman *et al.* (1980), Freeman (2002); Hanneman e Riddle (2005) e Nadel (2002), o mais expressivo indicador a ser extraído de uma rede por mostrar posições desempenhadas pelo ator na estrutura social. O grau de centralidade ou *degree* de um ator varia do valor “0” a “1” e representa as ligações diretas que são definidas pelo número de conexões de um nó (ator) com os demais nós (atores) da rede; quanto maior o grau, maior a centralidade do ator. O *degree*, ou centralidade, de um ponto é simplesmente uma contagem que representa a proporção de vínculos em relação ao total de vínculos possíveis do ator com outros atores. O grau de proximidade, ou *closeness*, de um ator varia do valor “0” a “1” e representa quão perto o ator está de todos os outros atores da rede, incluindo os vínculos diretos e indiretos. Esse grau é definido a partir do somatório dos menores caminhos entre um nó (ator) e no mínimo mais dois nós (atores) da rede; quanto maior o grau, maior a proximidade do ator com os demais. Portanto, é a distância geodésica média (menor caminho entre dois nós) entre um nó (ator) com relação aos demais, pela posição que este ocupa na curva de menor comprimento, que une dois pontos adjacentes. O grau de intermediação, ou *betweenness*, de um ator varia do valor “0” a “1” e representa o número de geodésicos usando o nó (ator) como passagem para outros nós (atores), ou seja, a intermediação significa a posição do ator no caminho mais curto entre pares de atores, portanto numa posição de intermediador da rede social; quanto maior o grau, maior a intermediação do ator com os demais pela posição que ele ocupa na curva de menor comprimento, que une dois pontos adjacentes (FREEMAN *et al.*, 1980; FREEMAN, 2002; HANNEMAN; RIDDLE, 2005; NADEL, 2002).

Para a representação gráfica e demonstração sociométrica proposta, inicialmente foi necessário selecionar as seguintes variáveis do questionário domiciliar na planilha do *software Microsoft Excel®* versão *Office-2003*: número do questionário (N^oQ³⁶), família de origem paterna (CC9), fornecedor (CMP5) e comprador (CM3). Essas variáveis foram agrupadas em duas matrizes binárias: família-fornecedor (CC9-

³⁶ A indicação em parênteses após a denominação das variáveis corresponde ao código da pergunta do questionário domiciliar (APÊNDICE A).

CMP5) e família-comprador (CC9-CM3). Inicialmente, para a elaboração das matrizes foram excluídos os questionários que não responderam a uma das variáveis e os que tinham como resposta da variável da CM3 vários compradores, posteriormente, as famílias de origem foram agrupadas por igualdade de denominação e identificados os relacionamentos de cada família com cada fornecedor e cada comprador, ressaltando-se que, quando existia a relação da família com um fornecedor ou um comprador, era lançado na planilha o valor “1”; e quando não existia a relação, era lançado o valor “0”. Por exemplo, vamos supor que a família de origem FOx não venda para o comprador Cy e venda para o comprador Cn e que a família de origem FOn venda para o comprador Cy e não venda para o comprador Cn, portanto temos a seguinte matriz:

	<i>Cy</i>	<i>Cn</i>
<i>FOx</i>	0	1
<i>FOn</i>	1	0

Foram elaboradas matrizes para analisar as relações familiares com fornecedores e compradores que ocorrem por meio de vínculos de troca no fornecimento de insumos para os domicílios e da venda da produção domiciliar. As duas primeiras matrizes binárias registram a relação entre família-fornecedor e família-comprador. As características dessas matrizes, ou seja, a quantidade de linhas e colunas possibilitaram a representação gráfica e a medida de densidade dessas redes e da centralidade dos atores. Entretanto, foi necessário fracionar as redes pelos grupos de frequência das famílias de origem, pelo fato de estes indicarem influência nas relações de troca, tanto no momento de recebimento de insumos quanto na comercialização da produção domiciliar. Foram elaboradas matrizes binárias das relações família-fornecedor e família-comprador para o grupo de alta e média frequências de famílias de origem que representa 71,4% de todos os entrevistados e

para o grupo de alta frequência que representa 33,9% de todos os entrevistados que responderam sobre a variável família de origem (CC9³⁷).

Portanto, após a descrição metodológica vamos nos debruçar sobre os resultados e respectiva análise. O capítulo 6 aborda o contexto regional dos municípios que herdaram processos produtivos que atualmente fazem parte de sua economia. O capítulo 7 contém os dados do mercado da tecelagem tradicional de Resende Costa e sua análise econômica e organizacional. E o capítulo 8 traz as representações gráficas das redes entre famílias e trocas mercantis com a respectiva posição dos atores que representam a densidade e disciplina moral desse mercado.

³⁷ A indicação em parênteses após a denominação das variáveis corresponde ao código da pergunta do questionário domiciliar (APÊNDICE A)

6 MUNICÍPIOS E CONTEXTO DA AGLOMERAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS DE BASE ARTESANAL: SINGULARIDADE, POPULAÇÃO E ECONOMIA LOCAL

Para compreender o mercado de produção da tecelagem tradicional do município de Resende Costa (MG) e como este está estruturado a partir das interações entre interesses econômicos e relações sociais, torna-se necessária uma análise que permita compreender relativamente quais são as características socioeconômicas desse município e, também, em comparação com outros municípios com alguma similaridade. A partir de dados populacionais, econômicos e sociais foi realizada a comparação entre os municípios da microrregião de São João Del Rei (MG), que podem ser, conforme Abreu (2002), considerados como aglomerados de empreendedores de base artesanal: Dolores de Campos, Prados, Resende Costa e São Tiago. Para Abreu (2002), os municípios de Dolores de Campos e Prados formam um aglomerado da atividade produtiva coureira, o município de Resende Costa um aglomerado da tecelagem artesanal e São Tiago um aglomerado da produção de biscoitos (ABREU, 2002).

Para tanto, torna-se necessária uma introdução aos empreendimentos de base artesanal dos municípios que não fizeram parte do estudo de caso deste trabalho, como Dolores de Campos, Prados e São Tiago, mas que possuíam similaridades em seus mercados produtivos, com o caso de Resende Costa. A atividade coureira em Dolores de Campos e Prados está associada ao fato, conforme Abreu (2002, p. 123), de que este território foi no século XIX “[...] passagem de tropas e boiadas vindas principalmente do Rio de Janeiro em direção à capital de Minas Gerais, Ouro Preto”, o que criou oportunidades econômicas que estimularam a fundação, em 1835, de uma indústria de selas no lugar chamado de Povoador do Patusca, atual município de Dolores de Campos. O mercado da produção da atividade coureira atual nesses municípios é composto, conforme Abreu (2002, p. 87), por: selarias – 37 em Dolores de Campos e 8 em Prados; curtumes – 11 em Dolores de Campos e 1 em Prados; outros artigos em couro – 23 em Dolores de Campos e 14 em Prados.

A produção de biscoitos em São Tiago está associada ao fato, conforme Abreu (2002, p. 123), de que esse território foi, entre os séculos XVIII e XIX, ponto de parada para viajantes que faziam o percurso entre o Rio de Janeiro e as atuais regiões do Triângulo Mineiro e Goiás, e nas fazendas da região existia a tradição de as sinhás-moças e escravas se esmerarem na confecção de guloseimas de forno e fogão para os viajantes. As receitas caseiras dessa época a partir da década de 1990 fomentaram o desenvolvimento de produtos em padarias, que se proliferaram pela sede do município. Abreu (2002) contabilizou, no Serviço de Vigilância Sanitária do município, a existência de 31 padarias registradas e 11 sem registro.

As características históricas de Dolores de Campos, Prados e São Tiago são similares às de Resende Costa e indicam que as atividades produtivas atuais são consequência de uma singularidade herdada pela tradição de seus moradores que ocupam esses territórios, por meio de suas gerações passadas, desde o século XVIII. Os caminhos e fazendas do século XVIII não são uma realidade de um único território, ou seja, os caminhos não passavam somente por Dolores de Campos, Prados e São Tiago, eles também passavam por Resende Costa, que também não era a única que possuía teares, no entanto, a tradição, comum a esses lugares, foi a base que possibilitou sua diferenciação. Esta ocorreu principalmente a partir da década de 1990, em que a expansão do consumo estimulou a divisão do trabalho social não só nos processos de produção de um município, mas o conjunto de aglomerados produtivos também pode ser compreendido como territórios que se especializaram em atividades com origem em processos produtivos caseiros e artesanais, que foram possíveis com a expansão turística do final do século XX (ÁLVARES; CARSLADE, 2005; OLIVEIRA; JANUÁRIO, 2007). Esta atividade econômica propiciou novas oportunidades de desenvolvimento e expansão da diferenciação entre os territórios, que foram solidários na exploração das oportunidades turísticas com o oferecimento de produtos que simbolizam a tradição da colonização dessa região mineira.

Nesses arranjos produtivos locais, o sucesso econômico de cada organização passa a depender, de acordo com Diniz *et al.* (2006), de sua capacidade de especialização naquilo que esses grupos sociais conseguiram estabelecer vantagens comparativas efetivas e dinâmicas, ou seja, territórios em que foram criadas organizações locais de produtos em couro, de biscoitos e tecidos. A relação entre economia e geografia é, de acordo com Lemos (2006), uma realidade que pode ser observada por meio de sistemas de produção territorializados que têm, de acordo com Suzigan *et al.* (2005b), nas economias externas locais o cerne da discussão de *clusters*, porque são elas que determinam a própria existência da aglomeração ao proporcionarem custos reduzidos para os empreendimentos aglomerados.

Como salienta Conti (2005), o território nunca cria redes diretamente, mas favorece a constituição de relações entre atores socialmente próximos. Ao mesmo tempo, as redes de relações locais interagem com outros níveis territoriais (e redes), por meio da interação de atores que pertencem simultaneamente a uma rede local e a uma supralocal. Para o território, o desafio é de natureza organizacional, que envolve a coordenação de atores e de seus princípios de ação e comunicação (CONTI, 2005). Outro fato determinante do desenvolvimento regional, mesmo não sendo objetivo deste trabalho, mas que não pode deixar de considerar, é que a diferenciação entre os sistemas de produção de cada município pode ter sofrido a influência de empreendedores, de acordo com Schumpeter (1982), que substituíram antigos negócios por novos, com novas combinações.

A realidade destes municípios, entretanto, não se restringe a uma única atividade, e muito menos sua população está toda ocupada nessas atividades econômicas. Os dados secundários coletados permitem outras comparações do município de Resende Costa com os municípios de Dores de Campos, Prados e São Tiago. A população dos municípios e o produto interno bruto (PIB) *per capita* podem ser observados na TAB.2.

Tabela 2 – Municípios, por população e PIB *per capita* – 2007

Municípios	População	PIB <i>per capita</i> (R\$)
Dores de Campos	9.276	8.615
Prados	8.128	5.410
Resende Costa	10.537	5.238
São Tiago	10.229	5.828

Fonte: IBGE(2007a) e CIDADES@.

Os dados populacionais e o PIB *per capita* em 2007 mostram que Resende Costa é o município mais populoso e o com menor renda *per capita*. A realidade desses municípios não é vantajosa se comparada com a do PIB *per capita* brasileiro – R\$14.465,00; com o da Região Sudeste – R\$19.277,00; e o do Estado de Minas Gerais – R\$ 12.519,00 (IBGE, 2007b). Para compreender um pouco mais a economia local, foram analisados os dados por setores econômicos da agropecuária, indústria e serviços a partir do valor adicionado bruto que se constitui da receita deduzida dos custos dos recursos adquiridos de terceiros, portanto quanto cada atividade econômica contribuiu para o PIB municipal. Os dados estão apresentados na TAB.3.

Tabela 3 – Municípios, por valor adicionado bruto da agropecuária, indústria e serviços – 2007

Municípios	Valor Adicional			
	Agropecuária	Indústria	Serviços	Total
Dores de Campos	1.566	30.657	36.952	69.175
Prados	5.920	9.925	25.239	41.084
Resende Costa	11.065	5.971	35.592	52.628
São Tiago	14.734	8.650	32.856	56.240

Fonte: CIDADES@.

Esses dados indicam que as atividades econômicas do setor agropecuário, industrial e de serviços contribuem pouco para os PIB municipais, especificamente, para o município de Resende Costa, onde o setor agropecuário e o de serviços se destacam em relação aos dos outros municípios, entretanto o valor adicionado total ao PIB municipal foi o terceiro do grupo de municípios analisados. Os dados sobre a população e a economia local são característicos de pequenos municípios, que geralmente têm nas finanças públicas um fator de destaque na geração de recursos financeiros para a economia local. Para comparação, na TAB. 4, apresenta-se o grupo de municípios a partir de suas receitas orçamentárias realizadas, Fundo de Participação Municipal (FPM), neste caso a principal fonte de receita dos pequenos municípios e o imposto sobre serviços (ISS), que é um imposto que tem como fato gerador uma atividade econômica e que é de competência municipal.

Tabela 4 – Municípios, por receita orçamentária realizada, FPM e ISS – 2007 (R\$)

Municípios	Receita Orçamentária Realizada	FPM	ISS
Dores de Campos	7.922.068,30	3.681.791,78	20.907,97
Prados	6.978.914,53	3.681.791,78	119.890,80
Resende Costa	8.111.386,01	4.909.055,75	58.635,83
São Tiago	8.033.725,89	5.164.110,31	68.584,39

Fonte: CIDADES@.

O município de Resende Costa, em comparação com os demais, possui a maior receita orçamentária realizada, o segundo maior FPM e o terceiro maior recolhimento de ISS no ano de 2007. Esses dados mostram como a arrecadação tributária de competência do município é relativamente pequena e indica uma possível importância dos recursos públicos para a economia local. Mesmo que os dados apresentados não apontem para uma economia ativa e representativa, vamos continuar buscando compreender o perfil da economia desses municípios a partir da

quantidade de empresas que abrigam, pessoal ocupado total, pessoal ocupado assalariado e o salário médio mensal. Os dados estão apresentados na TAB.5.

TABELA 5 – Municípios, por quantidade de empresas, pessoal ocupado total, pessoal ocupado assalariado e salário médio – 2007

Municípios	Quantidade de Empresas	Pessoal Ocupado Total	Pessoal Ocupado Assalariado	Salário Médio (em salários mínimos)
Dores de Campos	311	2.753	2.408	1,4
Prados	203	1.215	999	1,4
Resende Costa	366	1.203	794	1,7
São Tiago	337	1.375	997	1,8

Fonte: CIDADES@.

O município de Resende Costa tem o maior número de empresas, o menor número de pessoal ocupado total e pessoal ocupado assalariado e a segunda maior média salarial do grupo de municípios. Os dados econômicos apresentados apontam que o município analisado possui as piores condições econômicas do grupo, já que tem a maior população, o menor PIB *per capita* e o penúltimo valor adicionado total dos setores produtivos econômicas ao PIB municipal. As finanças públicas são totalmente dependentes de repasses dos governos do Estado de Minas Gerais e da União e, mesmo que para o grupo municipal analisado possua o maior número de empresas cadastradas e o segundo melhor salário médio, ainda assim o município, tem o menor número de pessoal ocupado total e assalariado.

A realidade destes municípios não se restringe aos dados econômicos e de finanças públicas. Portanto, os dados referentes à incidência da pobreza e ao índice de Gini do grupo de municípios foram analisados, cujos dados estão apresentados na TAB.6.

Tabela 6 – Municípios, por incidência da pobreza e índice de Gini – 2003

Municípios	Incidência da Pobreza (%)	Índice de Gini
Dores de Campos	36,34	0,44
Prados	36,02	0,42
Resende Costa	40,67	0,44
São Tiago	42,60	0,43

Fonte: CIDADES@.

Resende Costa é o município que tem a segunda maior incidência de pobreza do grupo e, juntamente com o município de Dores de Campo, tem o pior grau de distribuição segundo a renda domiciliar *per capita*, medido pelo índice de Gini. A realidade desses municípios não é vantajosa, em comparação com a incidência da pobreza e do índice de Gini em 2003 no Brasil – incidência da pobreza de 33,9% e índice de Gini 0,45; e no Estado de Minas Gerais – incidência da pobreza de 26,6% e índice de Gini 0,46 (ESTADOS@).³⁸ A compreensão da realidade desses municípios pode ser concebida com os dados do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), que engloba riqueza, educação e esperança média de vida da população, conforme dados da TAB.7.

Tabela 7 – Municípios, por Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) – 1991 e 2000

Municípios	Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)	
	1991	2000
Dores de Campos	0,656	0,760
Prados	0,667	0,729
Resende Costa	0,661	0,736
São Tiago	0,659	0,727

Fonte: PNUD/IPEA/FJP (2003).

³⁸ <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/>>

O município de Resende Costa em 1991 estava com o segundo pior índice do grupo e, no ano de 2000, passou a ter o segundo melhor índice desse grupo. Todos os municípios melhoraram seus índices, mas foram Dolores de Campos e Resende Costa que se destacaram. A realidade desses municípios não é vantajosa se comparada com a do IDH brasileiro, que em 1991 era de 0,696, 0,766 em 2000 e com o IDH de Minas Gerais que, em 1991, era de 0,697 e em 2000, de 0,773 (PNUD/IPEA/FJP, 2003). Para uma análise mais ampla do desenvolvimento desses municípios, são apresentados os dados do Índice Mineiro de Responsabilidade Social (IMRS), que abrange um conjunto de dados referentes a educação, saúde, segurança pública, emprego e renda, gestão, habitação, infraestrutura e meio ambiente, cultura, lazer e desporto. Os dados estão apresentados na TAB.8.

Tabela 8 – Municípios, por Índice Mineiro de Responsabilidade Social – 2000, 2002, 2004 e 2006

Municípios	Índice Mineiro de Responsabilidade Social (IMRS)			
	2000	2002	2004	2006
Dolores de Campo	0,547	0,581	0,629	0,641
Prados	0,594	0,611	0,622	0,645
Resende Costa	0,577	0,586	0,590	0,608
São Tiago	0,592	0,602	0,618	0,632

Fonte: FJP (2009).

O município de Resende Costa teve o segundo pior índice no ano de 2000 e o pior nos anos de 2002, 2004 e 2006. Todos os municípios melhoraram seus índices, entretanto o de Resende Costa foi o que menos cresceu na comparação do ano de 2006 com o ano de 2000. Os índices apresentados (IDH e IMRS) mostram que os municípios têm melhorado, mas tanto esses índices quanto a incidência da pobreza e o índice de desigualdade, associados às finanças públicas e à esfera econômica, indicam que os municípios, a partir desses aspectos, são similares e que Resende

Costa tem condições menos favoráveis, o que leva a supor que, por exemplo, nesse município seus moradores têm menos acesso ao consumo de bens duráveis. Para analisar essa suposição, apresentam-se os dados da frota de veículos, por tipos mais prováveis de não estarem associados diretamente com as atividades produtivas. Os dados estão apresentados na TAB. 9.

Tabela 9 – Municípios, por frota de veículos por tipos – 2008

Municípios	Tipo de Veículo			
	Automóvel	Caminhonete	Motocicleta	Motoneta
Dores de Campos	1.359	147	736	129
Prados	1.014	90	949	45
Resende Costa	1.994	240	744	36
São Tiago	1.384	172	430	13

Fonte: CIDADES@.

O município de Resende Costa tem a maior frota de automóveis e de caminhonetes, a segunda maior frota de motocicletas e a terceira maior frota de motonetas do grupo de municípios. Esse fato é contraditório aos dados econômicos e até mesmo aos dados sociais apresentados anteriormente, já que pelos dados oficiais não existe nenhuma justificativa objetiva que possa explicar, por exemplo, porque esse município tem aproximadamente 96,64% a mais de automóveis em comparação com o que tem menos (Prados) e aproximadamente 44% a mais de automóveis do que o município que possui a segunda maior frota (São Tiago).

Mesmo que todos esses municípios tenham como fator comum de sua economia, conforme Abreu (2002), os aglomerados de empreendimentos de base artesanal, que são consequência de singularidades tradicionais de todos os municípios, Dores de Campos, Prados e São Tiago construíram um mercado de produção que demanda mais investimentos financeiros, seja para a abertura de um curtume, selaria ou padaria, do que o trabalho das mãos, tesouras e teares de madeira, que

são necessários para o mercado da tecelagem tradicional de Resende Costa. Outro fato é que, mesmo que no município de Resende Costa exista o maior número de empresas, como apresentado no próximo capítulo, a maioria dos moradores envolvidos com esse mercado produz em domicílios de forma autônoma, e a produção nesses locais é informal³⁹, sendo o elo desse mercado, que é formalizado, os estabelecimentos comerciais que possuem papéis sociais, que não se restringem somente ao fornecimento de insumos e escoamento da produção municipal.

³⁹ Neste trabalho não foi analisado nem classificado esse mercado como integrante da economia informal, partindo-se do pressuposto de que é informal, por um lado, pelo fato de as atividades produtivas domiciliares, em grande maioria, não serem formalizadas por meio de personalidade jurídica e, por outro lado, pela maioria dos trabalhadores não ser registrada formalmente em Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS). Para informações sobre uma perspectiva histórica da economia informal peruana, consultar: SOTO, H. **Economia subterrânea** – uma análise da realidade peruana. Rio de Janeiro: Globo, 1987. Para análises da economia informal como uma realidade do desenvolvimento de economias de mercado, consultar: PORTES, A.; SASSEN-KOOB, S. Marking it underground: comparative material on the informal sector in western market economies. **American Journal of Sociology**, v. 93, n. 1, p. 30-61, jul. 1987. PORTES, A. The informal economy and its paradoxes. In: SMELSER, N.; SWEDBERG (Org.). **The handbook of economic sociology**. Princeton – New York: Princeton University Press, 1994. p. 426-452.

7 MERCADO DA TECELAGEM TRADICIONAL DE RESENDE COSTA: PRODUÇÃO DOMICILIAR E ORGANIZAÇÃO COMERCIAL

O mercado da tecelagem tradicional de Resende Costa foi observado sociologicamente nesta tese por meio dos laços sociais que os indivíduos procuram permanentemente dotar de significado. Mas antes de debruçarmos nas relações sociais que o estruturam, temos que identificar no mercado em que aspectos relacionais os vínculos foram estabelecidos. Portanto, temos que caracterizar o mercado da tecelagem tradicional que será realizado por meio de estatística descritiva a partir, como vimos na metodologia, de dados coletados com entrevistados em seus domicílios, os quais deram informações sobre características domiciliares, dos trabalhadores, do trabalho, organizacionais, produtivas e mercadológicas.

Neste capítulo, os dados organizados em tabelas são analisados a partir de sua frequência, médias e estimativas, para o dimensionamento do mercado. Esses dados correspondem a uma amostra intencional de 664 domicílios e 69 estabelecimentos comerciais. Para essa amostra foram visitados 2.655 domicílios no perímetro urbano da sede do município, dos quais 796 foram autodefinidos pelos entrevistados como um domicílio em que existia alguma atividade produtiva da tecelagem tradicional. Desses, 109 moradores não responderam ao questionário, e outros 23 questionários foram excluídos da amostra⁴⁰. Foram visitados 76 estabelecimentos comerciais formais de insumos e produtos da tecelagem do município e que tinham funcionamento diário para atendimento a consumidores, dos quais 69 proprietários responderam ao questionário⁴¹.

⁴⁰ Os questionários excluídos correspondem a 17, que foram aplicados no estudo-piloto; dois de entrevistas, que foram iniciadas, mas os entrevistados optaram por não concluí-las; e quatro que foram excluídos na tabulação, pelo fato de a maioria das questões não estar respondida.

⁴¹ Conforme a Prefeitura Municipal de Resende Costa (2009b), no dia 8 de julho de 2009 existiam 850 registros de contribuintes do cadastro econômico, entre as mais diversas atividades, como serviço de segurança, comércio varejista de óptica, cabeleireiro, motorista de táxi, vendedor ambulante, contador, *lan house*, cirurgião dentistas, atividades associativas, e especificamente relacionadas com o objeto de estudo deste trabalho existiam 95 lojas de artigos de artesanato, 52 artesãos e 16 tecelões.

7.1 Produção domiciliar: localização, características, produção, trabalho e percepções sobre o mercado

7.1.1 Localização e características dos domicílios

A distribuição e a frequência da produção domiciliar são heterogêneas no perímetro urbano do município. A distribuição geográfica dos domicílios pelos setores por frequências dos domicílios visitados, produtores e questionários tabulados pode ser observada na TAB.10

Tabela 10 – Setores, por frequência de domicílios visitados, produtores e questionários tabulados – 2009

Setores	Domicílios Visitados		Domicílios Produtores		Questionários Tabulados	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
Centro e Oeste	634	23,90	133	16,70	105	15,80
Norte	411	15,50	160	20,10	128	19,30
Noroeste	311	11,70	90	11,30	69	10,40
Leste	439	16,50	159	20,00	147	22,10
Sudoeste	427	16,10	155	19,50	140	21,10
Sudeste	433	16,30	99	12,40	75	11,30
Total	2.655	100	796	100	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os setores centro e oeste concentram 23,9% dos domicílios visitados, e setor geográfico de coleta corresponde aos Bairros Canela e Centro da cidade que possuem, conforme a Prefeitura Municipal de Resende Costa (2009a), 1.141 imóveis edificadas, portanto, a concentração das visitas nesse setor era esperada. A distribuição dos domicílios produtores foi similar entre os setores norte, leste e

sudoeste, ressaltando-se que nos setores centro e oeste havia uma concentração intermediária e nos setores sudeste e noroeste concentra-se o menor número de produtores. A proporção dos questionários tabulados foi similar à proporção da distribuição dos domicílios produtores pelos setores. A diferença entre os domicílios produtores e os questionários tabulados se deveu às seguintes exclusões: 109 entrevistados não responderam ao questionário, 17 questionários do estudo-piloto, duas entrevistas paralisadas e não concluídas e quatro questionários incompletos para tabulação. O perfil da infraestrutura dos domicílios dos entrevistados está apresentado na TAB. 11.

Tabela 11 – Infraestrutura dos domicílios, por frequência e incidência sobre o total de entrevistados – 2009

Infraestrutura	Frequência	Incidência sobre o Total de Entrevistados (%)
Rede de água potável	659	99,25
Rede de esgoto	122	18,37
Rede de energia elétrica	656	98,80
Fossa séptica	599	93,01

Fonte: Elaborado pelo autor.

A falta de rede de esgoto na maioria dos domicílios era uma realidade da cidade que não possuía cobertura de todo o perímetro urbano, o que também justifica a alta incidência de fossas sépticas. Os domicílios também podem ser analisados a partir dos bens e utensílios domésticos que os entrevistados alegaram possuir em seus domicílios. Os dados estão apresentados na TAB.12.

Tabela 12 – Bens e utensílios domésticos, por frequência e incidência sobre o total de entrevistados – 2009

Bens e Utensílios	Frequência	Incidência sobre o Total de Entrevistados (%)
Antena parabólica	258	38,86
Aparelho de som	418	62,95
Aparelho de TV em Cores ⁴²	643	96,84
Aparelho de TV de LCD ⁴³	18	2,71
Aparelho de TV de Plasma ⁴⁴	12	1,81
Aparelho de TV PB ⁴⁵	61	9,19
Chuveiro	655	98,64
Computador	212	31,93
DVD	458	62,98
Emissora de TV por assinatura	7	1,05
Fogão a gás	648	97,59
Fogão à lenha	348	51,41
Forno elétrico	83	12,50
Freezer	37	5,57
Geladeira	624	93,97
Máquina de lavar	311	46,84
Micro-ondas	98	14,76
Computador portátil	7	1,05
Vídeocassete	163	24,55

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os bens e utensílios domésticos mais frequentes eram chuveiro (98,64%), fogão a gás (97,59), aparelho de televisão com imagem colorida (96,84%) e geladeira (93,97%). Os bens e utensílios com baixa frequência eram as assinaturas de canais de emissoras de televisão e computadores portáteis (1,05%), aparelhos de televisão

⁴² As imagens retransmitidas pelo aparelho eram em cores.

⁴³ O aparelho possuía um painel fino usado para exibir informações por via eletrônica, que era um *display* de cristal líquido ou *liquid crystal display* (LCD).

⁴⁴ Aparelho possuía uma tela de plasma, um dispositivo baseado na tecnologia de painéis de plasma.

⁴⁵ As imagens retransmitidas pelo aparelho eram em preto e branco (PB).

de plasma (1,81%), aparelhos de televisão de LCD (2,71%), freezer (5,57%) e aparelhos de televisão com imagem em preto e branco (9,19%). A condição do entrevistado com referência à propriedade ou não do domicílio está apresentada na TAB. 13.

Tabela 13 – Condição do entrevistado sobre a propriedade do domicílio, por frequência – 2009

Relação Entrevistado e Propriedade do Domicílio	Frequência	%
Próprio e quitado	553	83,30
Alugado	74	11,14
Emprestado	20	3,01
Próprio e financiado	9	1,35
Não responderam	8	1,20
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A maioria dos entrevistados residia em domicílio próprio e quitado (83,3%), seguido de domicílios alugados (11,14%). O valor do aluguel variava de trinta reais (R\$ 30,00) a quatrocentos e sessenta e cinco reais (R\$465,00), sendo o valor mensal do aluguel médio de cento e setenta reais e setenta e um centavos (R\$170,71). As informações sobre os domicílios apontam que seus moradores possuíam infraestrutura básica oferecida para os moradores do município. Os bens e utensílios eram comuns, exceto o fogão à lenha (51,41%), que faz parte da cultura dos residentes em casas mineiras interioranas, e os entrevistados eram em sua maioria, os proprietários dos domicílios. Estes domicílios não deixam de ser um *locus* da reprodução humana, como unidade de identidade de grupos de parentesco, portanto os códigos dos sobrenomes da origem familiar paterna dos entrevistados nos domicílios por frequência estão apresentados na TAB.14.

Tabela 14⁴⁶ – Códigos da família de origem paterna, por frequência – 2009
(continua)

Código da Família de Origem	Frequência	%
FO12	113	17,50
FO7	112	17,30
FO5	59	8,90
FO1	34	5,10
FO3	28	4,20
FO24	18	2,70
FO11	17	2,60
FO4	16	2,40
FO9	16	2,40
FO14	14	2,10
FO28	13	2,00
FO16	12	1,80
FO23	12	1,80
FO32	10	1,50
FO17	7	1,10
FO20	6	0,90
FO26	6	0,90
FO56	6	0,90
FO8	5	0,70
FO15	5	0,70
FO27	4	0,60
FO30	4	0,60
FO38	4	0,60
FO40	4	0,60

⁴⁶ A tabela com a relação completa dos códigos de sobrenomes paternos dos entrevistados está disponível no APÊNDICE G.

Tabela 14 – Códigos da família de origem paterna, por frequência – 2009
(conclusão)

Código da Família de Origem	Frequência	%
FO43	4	0,60
FO52	4	0,60
FO75	4	0,60
FO78	4	0,60
FO10	3	0,40
FO25	3	0,40
FO39	3	0,40
FO45	3	0,40
FO50	3	0,40
FO60	3	0,40
FO61	3	0,40
FO68	3	0,40
FO71	3	0,40
FO79	3	0,40
Outros ⁴⁷	64	9,90
Não responderam	29	4,50
Total	644	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os sobrenomes paternos dos entrevistados têm distribuição de frequência muito diferenciada. Os códigos FO12 e FO7 representam 33,8% dos sobrenomes paternos dos entrevistados e formam uma categoria de alta frequência, com limite mínimo de frequência 112 e máximo 113. Outros 12 códigos (FO5, FO1, FO3, FO24, FO11, FO4, FO9, FO14, FO28, FO16, FO23 e FO32) representam 38,6% dos sobrenomes paternos dos entrevistados e formam uma categoria de média frequência, com limite mínimo de frequência 10 e máximo 59. Os 69 códigos restantes representam 25% dos sobrenomes paternos dos entrevistados e formam uma categoria de baixa

⁴⁷ Sobrenomes paternos que têm frequência igual a 1 e 2 ou percentual igual ou inferior a 0,3%.

frequência, com limite mínimo de frequência 1 e máximo 7. A frequência dessa variável chama atenção para uma possível imersão social do domicílio produtor por meio da família de origem paterna. Na próxima seção deste capítulo iremos analisar a produção domiciliar a partir das funções dos domicílios, produção, trabalhadores e percepções sobre o mercado. As categorias de frequência dessas famílias serão úteis para analisar relações sociais em momentos de troca mercantil de compra de insumos e venda de produtos, que são vínculos econômicos necessários para as atividades produtivas.

7.1.2 Produção domiciliar: função, trabalhadores, produção e percepções sobre o mercado

A produção neste mercado é analisada no seu *locus* o domicílio, que é um objeto de observação interessante para análise da divisão do trabalho social do mercado da tecelagem tradicional de Resende Costa (MG). A divisão do trabalho social (DTS) que ocorre, de acordo com Parsons (1968), mediante a diferenciação de áreas distintas, dentro das quais diversos grupos de indivíduos estão em mútua competição. Portanto, um processo de desenvolvimento social que faz convergir, conforme Durkheim (1999), às atividades que diferencia, aproxima aqueles que separa. As diversas partes do trabalho divididas têm cada uma papel especial. Esse processo de desenvolvimento social que ocorre com a divisão do trabalho no mercado de produção têxtil não é recente no território mineiro, conforme Libby (1997), já no final do século XVIII existiam domicílios especialistas na atividade de tecer e outros na atividade de fiar. Especificamente sobre o território da sede desse município, Resende (2001) aponta que a produção doméstica têxtil do século XIX no Distrito da Lage também era dividida entre fiadeiras e tecelãs. Santos *et al.* (1998) mostram que a expansão do mercado da produção têxtil nesse local no final do século XX foi possível, por um lado, pela expansão da produção domiciliar, que foi dividida entre o ato de tecer e de picar retalho que substituiu o ato de fiar. Essa expansão contou, também, com a introdução de fornecimento em escala industrial de linhas e refugos de malharias. Por outro lado, como veremos mais detalhadamente na próxima seção, de acordo com Polanyi (2000), a esfera

econômica da distribuição foi modificada com a formalização de uma organização para atender às pressões de fornecimento de insumos e escoamento da produção por meio de trocas mercantis.

O processo de desenvolvimento da divisão do trabalho social observada atualmente não se restringe às constatações que foram apontadas no trabalho de Santos *et al.* (1998). Oliveira (2006) identifica a especialização de domicílios que passam a ter a função para o mercado de produção de urdir e preparar a teia do tear, e Pereira (2008) apresenta mais duas outras divisões com a especialização dos domicílios com a função de acabamento e de pintura de gravuras nas peças. Entretanto, esta tese mostra que os domicílios produtores podem ser, por meio das respostas dos entrevistados, categorizados por funções para o mercado e que estão apresentadas na TAB. 15.

Tabela 15 – Função dos domicílios, por frequência – 2009

Função	Frequência	%
Produtor de peças	429	64,60
Fornecedor de novelos de retalho	137	20,60
Fornecedor de novelos e produtor de peças	40	6,00
Comerciante e produtor de peças	28	4,30
Fornecedor de novelos de fio	9	1,40
Acabamento	2	0,30
Outros	3	0,40
Não responderam	16	2,40
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

O domicílio produtor de peças é o mais frequente e representa 64,6% de todos os domicílios visitados. Existem também os domicílios que associam duas funções, como a de fornecedor de novelos e produtor de peças, representando 6% das

entrevistas. Os entrevistados foram questionados sobre o tempo de envolvimento com suas funções na produção têxtil do município, e os dados estão apresentados na TAB. 16.

Tabela 16 – Tempo de envolvimento na produção, por frequência – 2009

Tempo de Envolvimento	Frequência	%
Menos de 5 anos	244	36,70
Entre 5 e 10 anos	146	22,00
Entre 10 e 20 anos	147	22,10
Mais de 20 anos	123	18,60
Não responderam	4	0,60
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A maioria dos entrevistados (36,7%) está no mercado de produção há menos de cinco anos. Os dados indicam, por meio do aumento gradativo entre 5 e 20 anos de envolvimento e especialmente com o aumento expressivo na categoria de envolvimento há menos de cinco anos, que o mercado da tecelagem tradicional expandiu suas atividades nos últimos 10 anos em 58,7%. Os entrevistados foram questionados sobre o que os motivou a ingressar nesse mercado, e os dados estão apresentados na TAB.17.

Tabela 17 – Motivação para ingressar na tecelagem tradicional, por frequência – 2009 (continua)

Motivação para Ingressar na Atividade	Frequência	%
Completar a renda	352	53,00
Falta de opção de trabalho	122	18,40
Tradição familiar	112	16,90
Realização pessoal	32	4,80
Sugestão de amigos	14	2,10

Tabela 17 – Motivação para ingressar na tecelagem tradicional, por frequência – 2009 (conclusão)

Motivação para Ingressar na Atividade	Frequência	%
Fácil aprendizado e ocupação de tempo ocioso	11	1,60
Tradição familiar e completar a renda	5	0,80
Completar a renda e falta de opção de trabalho	2	0,30
Não responderam	14	2,10
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

O ingresso no mercado, em sua maioria, é motivado pela sobrevivência. Para os entrevistados, a motivação mais frequente é completar a renda (53%) seguida de falta de opções de trabalho e renda no município (18,4%), ou seja, para 71,4% dos entrevistados a tecelagem tradicional é uma alternativa econômica concreta do mercado municipal. A tradição familiar é para os entrevistados a terceira motivação mais frequente (16,9%) de ingresso no mercado de produção. É interessante observar que esses dados podem indicar como é a dinâmica de relacionamento entre sociedade e economia nesse território, em que pessoas necessitam sobreviver economicamente e a imersão da vida cotidiana nas tradições locais ao mesmo tempo limita as opções de escolha, mas também cria a oportunidade dos empreendimentos de base artesanal. Para compreender um pouco mais essa possibilidade, vamos analisar a socialização dos indivíduos no trabalho e o *status* da renda da tecelagem para os entrevistados. Os entrevistados foram perguntados sobre como aprenderam o trabalho exercido em suas atividades diárias de produção. Os dados sobre a socialização nas atividades produtivas nos domicílios estão apresentados na TAB.18.

Tabela 18 – Socialização no trabalho, por frequência – 2009

Socialização no Trabalho	Frequência	%
Com a família	411	61,90
Com vizinhos	155	23,30
Sozinho	32	4,80
Com amigos	20	3,00
Com pessoas que já trabalham no domicílio	17	2,60
Com pessoas da minha igreja	11	1,70
Com conhecidos	3	0,40
Com curso de capacitação	2	0,30
Erro de preenchimento	1	0,20
Não responderam	12	1,80
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os entrevistados foram socializados no trabalho por meio da família em 61,9% dos domicílios e em 23,3% por meio dos vizinhos, o que representa que a maioria dos domicílios foi influenciada, de acordo com Granovetter (2002), principalmente por laços fortes para ser socializada no trabalho, ou seja, o mercado de trabalho está imerso nessas relações familiares. O *status* da renda para o entrevistado da produção domiciliar têxtil é apresentado na TAB. 19.

Tabela 19 – *Status* da renda, por frequência – 2009

Status da Renda	Frequência	%
Principal	420	63,30
Secundária	204	30,70
Sazonal	19	2,90
Não responderam	21	3,20
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Para os entrevistados, os recursos financeiros da produção domiciliar para a família são a principal fonte de renda para 63,3% dos entrevistados, sendo essa secundária para 30,7% e sazonal para 2,9%. A produção domiciliar é secundária para entrevistados que são aposentados e pensionistas (44,6%), empregados de estabelecimentos comerciais diversos (19,6%), empregados na construção civil (6,4%), trabalhadores domésticos⁴⁸ (6,4%), funcionários públicos (4,9%) e outros⁴⁹ (18,1%). Os entrevistados relataram problemas que enfrentaram diariamente na execução das atividades da produção domiciliar (TAB. 20).

Tabela 20 – Problemas com a produção, por frequência – 2009

Problemas com a Produção	Frequência	%
Falta de retalhos	178	26,80
Remuneração pequena	133	20,00
Excesso de concorrentes	59	8,85
Falta de teares	22	3,30
Falta de trabalhadores	21	3,10
Não existem	11	1,70
Falta de retalhos e remuneração	6	0,90
Falta de compradores e dificuldades na venda	6	0,90
Falta de fios	5	0,75
Quebras dos teares	5	0,75
Falta de tempo	5	0,75
Falta de retalhos e muitos concorrentes	3	0,45
Preço do retalho é elevado	3	0,45
Falta de retalhos e trabalhadores	3	0,45
Problemas de saúde	2	0,30
Outros	7	1,05
Não responderam	192	29,00
Não sabem	3	0,50
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

⁴⁸ Estão incluídos em trabalho doméstico: domésticas, diaristas, cuidador de idosos e bábas.

⁴⁹ As outras respostas se referem as seguintes ocupações: lenhador, açougueiro, serrador, marceneiro, lavrador, produtor rural, autônomo etc.

A maior parte dos entrevistados (29%) não quis responder a esse questionamento. Entretanto, para 26,8% dos respondentes o maior problema foi a falta de retalhos, seguido por 20%, que consideram a remuneração baixa. É interessante observar que a maioria dos problemas relacionados com a produção está associada à falta de insumos, equipamentos e de trabalhadores e que somente para 0,9% dos entrevistados o problema do domicílio produtor estava associado a questões de demanda, o que fortalece a suposição de que esse mercado vivencia um momento de expansão. Inclusive, os problemas de mercado não são resolvidos por meio de uma associação formal, já que somente 1,5% dos entrevistados estava ligado diretamente à Associação de Artesão de Resende Costa (ASARC). A falta de participação em associações não pode ser compreendida como falta de ação coletiva, o que pode indicar é que os laços fortes que forjam as ações coletivas desse mercado podem estar vinculados à família, o que é provável, já que a família, como visto, é uma explicação para a socialização dos entrevistados no trabalho e até mesmo uma motivação para o ingresso nas atividades produtivas. Entretanto, os domicílios não são uma unidade exclusiva de trabalho de moradores, e a expansão da produção é sustentada por moradores e trabalhadores de outros domicílios, como mostrado na TAB. 21.

Tabela 21 – Origem domiciliar dos trabalhadores, por frequência – 2009

Origem Domiciliar dos Trabalhadores	Frequência	%
Moradores da casa	606	91,30
Moradores da casa e de outros domicílios	33	5,00
Moradores de outros domicílios	11	1,70
Não responderam	14	2,00
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A maioria, ou seja, 91,3% dos trabalhadores do domicílio produtor era composto de moradores, entretanto existem 5% de domicílios que associam força de trabalho de moradores com trabalhadores de outros domicílios, e 1,7% dos entrevistados definiu

a origem dos trabalhadores como de outros domicílios. Outro dado importante sobre o trabalho era a existência de 1.072 indivíduos trabalhando diretamente com a tecelagem tradicional na produção domiciliar. A maioria das unidades produtoras ocupam, em suas atividades, no mínimo um trabalhador, que representa 38,7% dos domicílios e no máximo 15 trabalhadores, que representam 1,6% dos domicílios. Santos *et al.* (1998) identificaram 811 indivíduos trabalhando diretamente com a produção da tecelagem tradicional, o que, se comparado com a quantidade de trabalhadores em 2009, representa aumento de aproximadamente 32,2% da força de trabalho da produção domiciliar. Os entrevistados, em 2009, afirmam que em 59,2% dos domicílios eles trabalhavam sozinhos, em 25,15% trabalhavam com alguém da família⁵⁰ e as demais formas de associação para o trabalho foram relacionadas ao morador com sua família e trabalhadores de outros domicílios. A ocupação dos trabalhadores dos domicílios produtores está apresentada na TAB.22.

Tabela 22 – Ocupação dos trabalhadores domiciliares, por frequência – 2009
(continua)

Ocupação dos Trabalhadores Domiciliares	Frequência	%
Tece	655	61,10
Enrola novelos de retalho	92	8,60
Pica retalhos	82	7,60
Tece e enrola novelos de retalho	54	5,00
Pica e enrola novelos de retalhos	49	4,60
Tece e pica retalho	32	3,00
Acabamento de peças	25	2,30
Tece e acabamento de peças	25	2,30
Tece, enrola novelos de retalhos e acabamento de peças	17	1,60
Tece, urdi, pica retalhos e enrola novelos de retalhos e linhas e acabamento de peças	10	0,90
Enrola novelos de retalho e acabamento de peças	7	0,70
Monta repasse do tear	4	0,40

⁵⁰ Respostas que associaram o entrevistado com o cônjuge, filho, irmão, pais, netos, sobrinhos etc com a força de trabalho do domicílio.

Tabela 22 – Ocupação dos trabalhadores domiciliares, por frequência – 2009
(conclusão)

Ocupação dos Trabalhadores Domiciliares	Frequência	%
Tece, pica e enrola novelos de retalho	4	0,40
Urdi a teia do tear	4	0,40
Pica, enrola novelos de retalho e acabamento de peças	2	0,20
Tece, urdi, enrola novelo de retalho e monta repasse no tear	2	0,20
Outras ⁵¹	7	0,70
Total	1.072	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

O mercado de produção avança no processo de divisão do trabalho social não só a partir da função especialista do domicílio, mas também das ocupações dos trabalhadores nos domicílios produtores, que confirmam as indicações de novas divisões do trabalho sugeridas por Oliveira (2006) e Pereira (2008). Santos *et al.* (1998) identificaram 811 trabalhadores, e 41,5% eram picadores, 39,6% tecelões e 16,4% se ocupavam das duas atividades. Os trabalhadores em 2009, em sua maioria, eram tecelões (61,1%), enrolavam novelos de retalho (8,6%) e picavam retalho (7,6%). A ocupação de picar identificada por Santos *et al.* (1998) foi desdobrada em duas ocupações, a de picar e a de enrolar os retalhos. As ocupações de acabadores de peças (2,3%), urdidor da teia do tear (0,4%) e montador de repasse (0,4%), foram criadas nos últimos anos e ambas eram atividades associadas à atividade de tecer, registrada por Santos *et al.* (1998).

Essas ocupações eram provisórias para 32,2% dos trabalhadores, e 6% deles pretendiam estudar, 5% trabalhar como doméstica, 2,3% como cabeleireiro e 2,3% como balconista, entre outros, e 11,21% não definiram qual seria sua futura ocupação. A atuação do trabalhador no mercado de produção da tecelagem era a única ocupação já exercida para 52%, e 43,1% dos entrevistados alegaram que os trabalhadores possuíam ocupações anteriores. Dos trabalhadores que possuíam

⁵¹ Associações de mais de uma ocupação que tiveram frequência 1.

ocupações anteriores, 23,15% eram domésticas, 12,6% balconistas, 9,1% trabalhadores rurais, 5,2% babás, 3,5% diaristas, 3,5% serventes de pedreiro etc. A ocupação da produção têxtil doméstica, conforme Resende (2001), no século XIX, nesse território, era exclusividade feminina, o que Santos *et al.* (1998) já não constataram no final do século XX e o que este trabalho, que ocorre no início do século XXI, mostra é que os trabalhadores são, em sua maioria, do gênero feminino (73,8%); entretanto, os homens (26,2%) também têm espaço no mercado de produção da tecelagem tradicional municipal. A escolaridade dos trabalhadores domiciliares está apresentada na TAB. 23.

Tabela 23 – Escolaridade dos trabalhadores domiciliares, por frequência – 2009

Escolaridade dos Trabalhadores Domiciliares	Frequência	%
Ensino fundamental incompleto	586	54,70
Ensino fundamental completo	135	12,50
Ensino médio incompleto	128	12,00
Ensino médio completo	180	16,80
Ensino médio profissionalizante completo	9	0,80
Educação superior incompleta	7	0,70
Analfabeto	27	2,50
Total	1.072	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A maioria dos trabalhadores, ou seja, 54,7% possuía ensino fundamental incompleto, 16,8% ensino médio completo, 12,5% ensino fundamental completo e 12% ensino médio incompleto. Os dados referentes à faixa de idade dos trabalhadores dos domicílios podem ser observados por frequência na TAB. 24.

Tabela 24 – Faixas de idade dos trabalhadores dos domicílios, por frequência – 2009

Faixa de Idade dos Trabalhadores Domiciliares	Frequência	%
De 6 a 14 anos	61	5,70
De 15 a 17 anos	87	8,10
De 18 a 38 anos	507	47,30
De 39 a 59 anos	310	28,90
Mais de 60 anos	107	10,00
Total	1.072	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os trabalhadores são adultos em sua maioria, já que 47,3% estavam na faixa entre 18 e 38 anos e 28,9% entre 39 e 59 anos. Os idosos constituíram a terceira faixa mais expressiva, representando 10% dos trabalhadores. Os dados referentes à frequência da renda em faixas de salários mínimos (SM) dos trabalhadores domiciliares estão apresentados na TAB. 25.

Tabela 25 – Faixas de remuneração dos trabalhadores, em salários mínimos, dos domicílios, por frequência – 2009

Faixa de Remuneração dos Trabalhadores Domiciliares (SM)	Frequência	%
Até ½	577	53,80
De ½ a 1	350	32,70
De 1,5 a 3,5	108	10,00
De 3,5 a 5	9	0,90
Acima de 5	1	0,10
Não responderam	27	2,50
Total	1.072	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A faixa de renda mais frequente foi a de até $\frac{1}{2}$ SM, que representava 53,8% dos trabalhadores, seguida pela faixa de $\frac{1}{2}$ a 1,5 SM, que representava 32,7%; e de 1,5 a 3,5 SM, que correspondeu a 10%. Uma simples estimativa que considere os 1.045 trabalhadores que informaram a faixa de renda feita a partir da multiplicação do limite superior da primeira faixa de renda pela frequência, acrescido da multiplicação dos limites inferiores da segunda, terceira e quarta faixas de renda pela frequência e tendo como valor correspondente o salário mínimo vigente no período de coleta (R\$465,00), indica que o mercado de produção da tecelagem gera aproximadamente R\$307.725,00 por mês de renda para os trabalhadores, o que representa uma renda média mensal de R\$294,47 e um valor anual de renda dos trabalhadores de R\$3.692.700,00. A jornada de trabalho diária em horas pode ser analisada a partir dos dados da TAB. 26.

Tabela 26 – Jornada de trabalho diária nos domicílios, por frequência – 2009

Jornada de Trabalho Diária Domiciliar (horas)	Frequência	%
Até três	109	10,10
Quatro	161	15,00
Cinco	146	13,60
Seis	183	17,00
Sete	74	7,00
Oito	241	22,50
Nove	18	1,70
Dez	51	4,80
Acima de onze	28	2,60
Não responderam	61	5,70
Total	1.072	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A remuneração variável por produtividade dos trabalhadores permite uma jornada de trabalho flexível. A maioria dos trabalhadores, ou seja, 22,5%, tinha uma jornada de oito horas, mas também havia 17% que trabalhavam durante seis horas, 15% quatro

horas, 3,6% cinco horas, 10,1% menos de três horas e 2,6% acima de onze horas. A relação entre o trabalho e a remuneração variável por produtividade, conforme Oliveira (2006), de atividades altamente repetitivas com jornadas de 8 horas diárias para a maioria dos trabalhadores, pode explicar as principais reclamações dos trabalhadores recebidas pelos entrevistados nos domicílios produtores, como apresentado na TAB. 27.

Tabela 27 – Reclamações dos trabalhadores, por frequência – 2009

Reclamações dos trabalhadores	Frequência	%
Dores no corpo	208	31,30
Renda	194	29,20
Insumos	48	7,20
Doenças	30	4,50
Dores no corpo e doenças	18	2,70
Renda e dores no corpo	11	1,70
Tear	6	0,90
Nenhuma	6	0,90
Outras ⁵²	14	2,10
Não responderam	128	19,30
Não sabem	1	0,20
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os entrevistados responsáveis pelos domicílios produtores consideravam como a principal reclamação dos trabalhadores as dores (31,3%), seguidas de baixa renda (29,2%), insumos (7,2%), doenças (4,5%) etc. Oliveira (2006) estudou os postos de trabalho e chamou atenção para o risco de lesões por esforço repetitivo, que podem ser a causa da frequência das reclamações sobre dores. Conforme Oliveira e Echternacht (2005), a organização do trabalho, dividido e especializado, e a remuneração por produtividade interferem com a intensificação e aumento dos

⁵² Respostas com frequência entre 1 e 3 e percentualmente igual ou inferior a 0,5%.

ritmos de trabalho, que tem possivelmente como consequência o aparecimento de sintomas de dores musculoesqueléticas na produção da tecelagem tradicional desse município. As dores, que são mais frequentes nas reclamações dos trabalhadores, são referidas em coluna e costas (66,3%), braços (10%), cabeça (6,25%), coluna e pernas (6,25%), pés (1,7%) etc. A renda, como visto nos dados apresentados na TAB. 24, não chega para maioria dos trabalhadores a meio salário mínimo e, como indicam os dados referentes à produção dos domicílios, ela é muito variável, já que a receita domiciliar também é variável, conforme os produtos, serviços e sua produção. Os insumos são um problema para os trabalhadores, que reclamam de pouca disponibilidade no mercado (56,25%), preço elevado (20,8%), qualidade não satisfatória (6,25%) etc. Conforme as indicações de Oliveira (2006), as doenças também podem estar associadas a questões ocupacionais. As doenças referidas com maior frequência foram rinite, sinusite, bronquite, asma e alergia respiratória (73,33%) e doenças reumáticas (26,67%).

A produção domiciliar da tecelagem tradicional do município apresentava realidades e problemas comuns a qualquer tipo de unidade produtiva, seja da indústria, comércio ou agricultura. Para compreender a dimensão produtiva dessa unidade, que tem como gênese um domicílio, é preciso deter a partir desse ponto de aspectos referentes à produção dos domicílios, especificamente no processo de transformação de insumos em produtos. Os materiais apresentados na TAB. 28 correspondem a 450 entrevistados, que responderam sobre insumos utilizados; outros 94 não responderam, e 120 alegaram que não sabiam definir a quantidade. Os materiais utilizados pelos 450 domicílios, que em alguns casos chegavam a mais de um no processo de transformação, estão apresentados na TAB. 28.

Tabela 28 – Material utilizado na produção domiciliar, por frequência – 2009 (continua)

Material utilizado	Frequência	%
Retalho	422	57,00
Linha e retalho	147	19,90
Linha	122	16,50

Tabela 28 – Material utilizado na produção domiciliar, por frequência – 2009 (conclusão)

Material utilizado	Frequência	%
Retalho e fiado	34	4,60
Lã	3	0,40
Retalho, linha e tinta	2	0,30
Resto de sofá	1	0,10
Retalho, fio, panos e juta	1	0,10
Retalho e algodão	1	0,10
Retalhos, tecidos e tinta	1	0,10
Retalho, teia urdida e linha	1	0,10
Algodão	1	0,10
Erro de preenchimento	5	0,70
Total	741	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

O material mais frequente no processo produtivo da tecelagem é o retalho (57%), seguido pela utilização conjunta da linha e retalho (19,9%), linha (16,5%), retalho e fiado (4,6%), lã (0,4%) etc. A origem do fornecimento desses materiais foi respondida por 658 entrevistados, dos quais 41,79% compravam-nos nos estabelecimentos comerciais do município, enquanto 58,56% não compra esses insumos. Os 385 entrevistados que não adquiriam os insumos tinham acesso a eles por meio do comprador de seus produtos, em 98,16% dos casos.

A introdução do retalho em escala foi importante para que a tecelagem, a partir do final do século XX, atendesse à pressão por expansão do mercado, que foi impulsionada pelo turismo regional, que também potencializou o que Abreu (2002) tipificou de aglomeração de empreendimentos de base artesanal. Conforme Santos e Silva (1997) e Santos *et al.* (1998), a inserção desse material no processo produtivo da tecelagem local propiciou o atendimento da demanda turística por produtos locais, já que haviam insumos abundantes devido a processos de fabricação ineficientes tecnologicamente de malharias, que resultavam em refugos

em excesso. Conforme Santos e Silva (1997), a primeira comerciante de retalhos do município relata que, inicialmente, os retalhos das malharias localizadas em São João Del Rei eram gratuitos, já que as fábricas tinham custos decorrentes da limpeza de seus pátios onde ficavam depositados os refugos. Com o aumento da demanda por retalhos, as fábricas localizadas em São João Del Rei não atendiam mais o fornecimento, o que associado com a expansão da produção local levou os comerciantes locais a identificarem novas fontes de fornecimento, que foram os refugos das malharias de Juiz de Fora e Divinópolis, em Minas Gerais; Petrópolis e Teresópolis, no Rio de Janeiro, e da capital de São Paulo.

A ineficiência tecnológica das malharias foi modificada com a modernização dos processos de corte, que foram mecanizados, e, segundo Pereira (2008), essa adequação refletiu no mercado da tecelagem local, que passou a conviver com a sua escassez. Os dados apresentados apontam que o retalho é para 57% dos entrevistados o principal material da produção domiciliar, como visto na TAB. 27, sua falta é considerada para 26,8% dos entrevistados como principal problema da produção domiciliar e, como apresentado na TAB. 20 sua falta também foi percebida pelos 7,2% de trabalhadores que reclamavam dos insumos, alegando em 56,25% dos casos sua falta. Portanto, a abundância de retalhos associada aos conhecimentos tradicionais locais é um fato que influenciou a formação desse aglomerado, mas atualmente tanto o retalho quanto o conhecimento tradicional podem ser considerados um gargalo produtivo do mercado de produção da tecelagem do município, que vivência a escassez de seu principal insumo e a fragmentação do conhecimento tradicional. Entretanto, essa realidade não explica totalmente a construção social desse mercado, mas indica que, no final do século XX, ele foi organizado e, agora pode estar em um processo de institucionalização. Para compreensão da grandeza em termos absolutos do consumo mensal de materiais dos domicílios produtores, foi realizada uma estimativa a partir das informações dos 450 entrevistados que responderam sobre os materiais utilizados como insumos e a quantidade mensal consumida, e que permite supor um consumo mensal de 20.491 kg de linha, com consumo mínimo por domicílio de 2 kg e máximo

de 4.500 kg e de 103.370 kg de retalho, com consumo mínimo de 1 kg e máximo de 3.000 kg por domicílio.

A origem do material utilizado na produção domiciliar foi informada por 275 entrevistados, que compravam seus insumos de 29 fornecedores locais. Em alguns domicílios, a origem desses insumos era de um único fornecedor, já em outros era realizada por mais de um fornecedor, como pode ser observado na relação de fornecedores por frequência, no APÊNDICE I. O fornecedor de insumos F9C38 destacou-se por abastecer 22% dos 275 domicílios, além de participar de composições com outros 20 fornecedores no abastecimento de mais 40 domicílios (14,5%).

Quando se controla, entretanto, a relação de fornecedores pelos grupos de frequência das famílias de origem dos entrevistados ocorre mudança na representação percentual dos fornecedores por grupos, que não é a mesma da relação geral de todos os entrevistados, como pode ser observado na relação de grupo de famílias de origem, por fornecedor e frequência (APÊNDICE J). O grupo de alta frequência, composto por 96 entrevistados, tinha os seguintes cinco fornecedores mais frequentes, com sua representação percentual: F9C38 – 23%; F27 – 7%; F20C106 – 6%; F9C38 e F16C7 6%; e F10C46 – 5%. O grupo de média frequência, composto por 111 entrevistados, tinha os seguintes cinco fornecedores mais frequentes, com sua representação percentual: F9C38 – 28%; F10C46 – 8%; F18C92 – 5%; F27 – 5%; e F7C31 – 5%. O grupo de baixa frequência, composto por 68 entrevistados, teve os seguintes cinco fornecedores mais frequentes, com sua representação percentual: F9C38 – 16,18%; F27 – 8,82%; F10C46 – 5,88%; F7C31 – 4,41%; e F7C31 e F2C6 – 2,94. Conforme a codificação dos fornecedores, pode-se observar que F27 é o único que somente fornecia insumos; todos os demais eram fornecedores de insumos e compradores da produção domiciliar. O fornecedor mais frequente continua sendo o F9C38, com representações percentuais diferenciadas nos grupos. Outra variação está na alternância de posições nas representações percentuais dos fornecedores por grupos de família de origem.

As 664 unidades de produção domiciliar que consomem aproximadamente 20 t de linha e 103 t de retalho transformaram-nos em vários produtos da tecelagem tradicional, que estavam localizados em ambientes, com equipamentos específicos do processo produtivo. O processo de transformação desses insumos ocorria nos locais de execução da produção domiciliar, conforme apresentado na TAB. 29.

Tabela 29 – Locais de produção e trabalho, por frequência – 2009

Local de Produção e Trabalho	Frequência	%
Em cômodos dos domicílios	291	43,80
Em cômodos específicos construídos nos domicílios	274	41,30
Em cômodos específicos construídos nos lotes com afastamento dos domicílios	81	12,20
Em áreas externas dos domicílios ⁵³	10	1,50
Em cômodos dos domicílios e em específicos construídos nos lotes com afastamento dos domicílios	2	0,30
Não responderam	6	0,90
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A produção da tecelagem tradicional local ocorria principalmente, nos próprios cômodos dos domicílios (43,8%), mas essa atividade também já demandou investimentos na construção de cômodos específicos para a execução da produção domiciliar, como uma extensão dos cômodos do próprio domicílio (41,3%), ou na construção de um cômodo no próprio lote do domicílio, mas afastado da moradia (12,2%). Os equipamentos mais frequentes nos domicílios eram tesouras e teares (69,4%), tesouras (24,7%) e teares (4,8%). Foi informado por 483 entrevistados a existência de 848 teares, com a incidência por domicílio de no mínimo 1 e no máximo 17 teares. 610 entrevistados relataram a existência de 1.396 tesouras, com a incidência por domicílio de no mínimo 1 e no máximo 15 tesouras. A propriedade dos teares informada pelos 483 entrevistados que responderam a essa questão foi de 80,84% dos moradores, entretanto 19,15% dos teares não eram de propriedade

⁵³ Foram considerados como área externa do domicílio o passeio e o quintal.

dos moradores. Os 102 entrevistados que responderam sobre os teares de terceiros informaram que 72,55% eram de propriedade do comprador da produção e que 27,45% eram de propriedade de familiares. A percepção dos entrevistados sobre o crescimento ou não da produção domiciliar nos últimos cinco anos é apresentada na TAB. 30.

Tabela 30 – Percepção sobre o volume de produção domiciliar nos últimos cinco anos, por frequência - 2009

Percepção sobre o Volume de Produção Domiciliar	Frequência	%
Crescimento	268	40,40
Redução	219	33,00
Manutenção	116	17,50
Não responderam	48	7,20
Não sabiam	13	2,00
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A percepção dos entrevistados aponta uma expectativa de que a produção domiciliar cresceu para 40,4% dos entrevistados, manteve a mesma para 17,5% e reduziu para 33%. Para os 268 entrevistados que consideraram que sua produção cresceu, 76 acreditavam que o crescimento foi de 10%, para 59 de 20%, para 28 de 50%, para 25 de 30%, para 9 de 40% e 17 acreditavam que sua produção dobrou etc. Para os 219 entrevistados que consideravam que sua produção reduziu, 62 acreditavam que a redução foi de 10%, para 39 de 20%, para 34 de 50%, para 23 de 30%, para 9 de 70% etc. Em 2009, o principal produto, bem ou serviço, do domicílio produtor por frequência está apresentado na TAB. 31.

Tabela 31 – Principal produto domiciliar, por frequência – 2009 (continua)

Principal Produto Domiciliar	Frequência	%
Serviço de tecer	280	42,10
Peças	192	28,90
Serviço de picar retalho	46	6,90

Tabela 31 – Principal produto domiciliar, por freqüência – 2009 (conclusão)

Principal Produto Domiciliar	Frequência	%
Novelos de retalho	39	5,8
Serviço de enrolar novelo de retalho	31	4,6
Retalhos picados	29	4,4
Acabamento de peças	9	1,4
Serviço de tecer, enrolar novelos e picar retalho	8	1,2
Teias urdidas	3	0,5
Retalho picado e serviço de enrolar novelo de retalho	3	0,5
Peças e serviço de enrolar o novelo de retalho	3	0,5
Outros ⁵⁴	14	2,1
Não responderam	7	1,1
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os entrevistados eram em sua maioria, prestadores de serviços, como os que comercializavam o serviço de tecer, representando 42,1% dos entrevistados. Os que comercializavam o serviço de picar retalho representam 6,9% e os que comercializavam o serviço de enrolar o novelo de retalho representam 4,6% etc. Os entrevistados que produziam produtos eram os que vendiam peças da tecelagem, correspondendo 28,9%; os que comercializavam novelos de retalho representam 5,8%, os que vendiam retalho picado representam 4,4% etc. Dos domicílios visitados, 643 entrevistados responderam sobre as principais peças produzidas, seja prestando o serviço de tecer ou comercializando os produtos (TAB. 32)

Tabela 32 – Peças produzidas em ordem alfabética, por quantidade – 2009 (continua)

Peças Produzidas	Quantidade
Bolsas	90
Cachecol	135

⁵⁴ Respostas com freqüência igual a 1 ou 2 e percentualmente igual ou inferior a 0,3 %.

Tabela 32 – Peças produzidas em ordem alfabética, por quantidade – 2009
(conclusão)

Peças Produzidas	Quantidade
Caminho de mesa	383
Colcha	488
Cortinas	608
Fronhas	90
Guardanapos	4.505
Jogo americano	7.212
Jogo de passadeira	1.762
Mini tapetinho	2.790
Passadeira	2816
Tapetão	1.293
Tapete	49.850
Tapetinho	131.088
Toalha	6.708
Xale para sofá	3.600

Fonte: Elaborado pelo autor.

As peças mais produzidas eram o tapetinho, tapete, jogo americano e guardanapos. O tapetinho⁵⁵ era a peça de maior destaque na produção local, o que já era realidade pontuada por Santos *et al.* (1998) que identificaram uma produção de 38.603 tapetinhos. A produção unitária em 2009, desse principal produto da tecelagem tradicional local, comparada com a de Santos *et al.* (1998), que se refere à produção de 1996, indicou que, nos últimos 12 anos, a produção do tapetinho cresceu aproximadamente 240%. A comparação de outras peças não pode ser realizada devido à falta de padronização das dimensões das peças e da própria nomenclatura de seus tipos.

Outras informações que ajudam a compreender a produção domiciliar é que, dos 644 entrevistados, 12% criavam novas peças, que sua produção se destacava pela

⁵⁵ Esta peça tem aproximadamente 45 cm de largura por 75 de comprimento.

qualidade (51,1%), entrega dentro dos prazos estabelecidos (15,5%), preço (9,8%), origem da família (2,9%) etc. Para os entrevistados a produção deveria ser aprimorada a partir da melhoria da remuneração (50,9%), disponibilidade de insumos (9,8%) e criação de novas peças (7,7%) etc.

Os entrevistados foram questionados sobre a produção e o valor de venda das peças e serviços prestados, e 643 informaram tanto a produção como o valor recebido pelo serviço prestado ou peça vendida. A partir dessas informações, é possível estimar que esses 643 domicílios produtores tinham uma receita mensal de R\$ 393.686,64, com um faturamento domiciliar mínimo de R\$6,90 e máximo de R\$13.500,00, o que para a economia municipal representa um montante de recursos anuais de R\$4.724.239,68. A receita média anual por domicílio a partir da estimativa apresentada é de R\$7.347,18, e se considerar o total de domicílios visitados que estão envolvidos diretamente com a tecelagem local, que são 796, tem-se, portanto, um valor anual de R\$5.848.358,92.

O destino da venda da produção domiciliar foi informado por 532 entrevistados que comercializavam as peças e serviços para 158 compradores locais. A comercialização da produção domiciliar era realizada para um único comprador e, também, para mais de um comprador, como pode ser observado na relação de compradores por frequência (APÊNDICE K). A venda da produção domiciliar é mais diluída do que a aquisição de insumos, entretanto o comprador mais frequente também é o F9C38, que adquiri a produção de 4,4% dos domicílios, além de participar de composições com outros quatro fornecedores para adquirir a produção de mais três domicílios. Entretanto, sua frequência e representação percentual são menores que a descrita no fornecimento dos materiais para a produção domiciliar.

A relação de compradores mais frequentes por grupos das famílias de origem dos entrevistados também tem a representação percentual modificada em relação com os compradores gerais da produção domiciliar, como pode ser observado na relação

dos compradores por grupo de famílias de origem por frequência (APÊNDICE L). O grupo de alta frequência, composto por 185 entrevistados, tem os seguintes cinco compradores mais frequentes, com sua representação percentual: F9C38 – 6,49%; C130 – 5,95%; C40 – 4,32%; C58 – 3,24%; e C80 – 3,24%. O grupo de média frequência, composto por 203 entrevistados tem os seguintes cinco compradores mais frequentes, com sua representação percentual: C40 – 5,91%; C130 – 4,43%; F9C38 – 3,94%; C74 – 3,45%; e F2C6 – 2,96%. O grupo de baixa frequência, composto por 120 entrevistados tem os seguintes cinco compradores mais frequentes, com sua representação percentual: F9C38 – 7,5%; C130 – 6%; C16 – 4,2%; C44 - 3,3%; e C14C70 – 2,5%. Conforme a codificação dos compradores, pode-se observar que, em relação aos fornecedores, a compra da produção domiciliar é realizada na maioria dos casos por compradores e não por fornecedores e compradores. O comprador F9C38 está entre os mais frequentes nos três grupos, entretanto não é o comprador mais frequente do grupo de média frequência de origem familiar e que em cada grupo tem representações percentuais diferenciadas. Outra variação está na composição e na posição representativa proporcional dos cinco compradores mais frequentes por grupos de família de origem.

Os entrevistados nos domicílios possuíam também outras percepções sobre características do mercado da tecelagem tradicional do município, especificamente sobre atividades econômicas que estimulam as vendas e sobre fatores que influenciam a contratação de trabalhadores para a produção domiciliar. Para 92,4% de 500 entrevistados, o turismo é a atividade econômica que mais influencia as vendas da produção local, sendo para 8,6% o volume de comercialização contínuo durante o ano, e o volume de vendas aumenta para 45,2% nas férias escolares de verão, para 28% nas férias escolares de inverno e para 18,2% nos feriados oficiais. Para 508 entrevistados existem critérios que são analisados no momento de selecionar trabalhadores para a produção domiciliar; destes, 49,8% analisam o conhecimento sobre a tecelagem, 19,3% sobre a produtividade, 15,4% sobre o custo da remuneração, 10,4% sobre a família de origem e 5,1% sobre as indicações pessoais.

7.1.3 Análise da produção domiciliar da tecelagem tradicional

O mercado da tecelagem tradicional de Resende Costa pode ser compreendido pela sua representatividade econômica, apresentada monetariamente pelas estimativas de renda por trabalhador e faturamento domiciliar. Essas consideraram os 1.045 trabalhadores que informaram a faixa de renda e os 643 entrevistados que informaram tanto a produção como o valor recebido pelo serviço prestado ou peça vendida e indicam uma possibilidade anual de renda de R\$3.692.700,00 e de faturamento domiciliar de R\$4.724.239,68. É bom lembrar, somente para efeitos de comparação e compreensão da grandeza desses valores para o município em foco, de que no ano de 2007 esse município recebeu como fontes orçamentárias de receita, como descrito no capítulo 6, um FPM de R\$4.909.055,75, sendo sua receita orçamentária realizada de R\$8.111.386,01.

A Prefeitura Municipal de Resende Costa (2009a), por meio do Setor de Cadastros, emitiu um relatório que contabilizou um total de 3.178 imóveis edificadas na sede do município. Desses foram visitados 2.655, e destes aproximadamente 30% são domicílios que no seu dia a dia representam o *locus* da produção da tecelagem tradicional do município. A tecelagem tradicional é uma atividade econômica que, pelas estimativas apresentadas, tem a importância monetária similar à dos repasses públicos, que são as maiores fontes orçamentárias e de recursos financeiros que movimentam a economia municipal, como o Fundo de Participação Municipal (FPM). Como apresentado no capítulo 6, esse aglomerado não é uma ilha, está associado a aglomerações de empreendimentos de base artesanal que alimentam de produtos o turismo da região, que é reconhecido como a atividade econômica que influencia as vendas da produção domiciliar.

Os dados apresentados sobre a produção domiciliar por meio de estatística descritiva permitem realizar conexões com algumas categorias analíticas. As funções por domicílios, apresentadas na TAB. 15, confirmam as observações de Oliveira (2006) e Pereira (2008) de que o processo de divisão continua com áreas distintas, de acordo com Parsons (1968), de grupo de indivíduos, nesse caso de

famílias em seus domicílios, que estão em mútua competição nesse território. Os dados relativos às ocupações dos trabalhadores (TAB. 22) e dos produtos (bens e serviços) dos domicílios (TAB. 31 e 32) indicam que a divisão do trabalho social nesse município avança para dar sustentação à expansão do mercado e garantir a subsistência de parte da população.

A sociedade desse município é, de acordo com Durkheim (1999), dividida pelo trabalho. Entretanto, não é regulada pelo contrato de trabalho formal, já que a produção ocorre nos domicílios de trabalhadores autônomos que, em alguns casos, já possuem trabalhadores não moradores, que possuem relações trabalhistas informais. Esse mercado não pode ser compreendido somente com a observação da divisão do trabalho social, que indica que essa sociedade está dividida, mas não mostra e nem demonstra como está regulada e, muito menos como esse mercado é organizado.

A produção domiciliar é um elo de formação do mercado da tecelagem tradicional do município. Entretanto, esse mercado não foi construído somente a partir da sua produção domiciliar. Existem outros elos que ligam o *locus* da produção, o domicílio, com suas necessidades de fornecimento – a origem dos materiais e equipamentos – o tear, e de escoamento – o destino da produção domiciliar para o consumo final, além de relações sociais que regulam o elo produtor – o domicílio, com o elo organizador – comerciante fornecedor e comprador. De acordo com Swedberg (2009) é possível considerar essa economia como um processo que começa na produção domiciliar, prossegue com a distribuição executada pelos comerciantes locais e consumida por turistas. Entretanto, de acordo com Polanyi (2000), a esfera econômica da distribuição dessa economia tem como forma de transmissão a troca. Portanto, de acordo com Swedberg (2009), a troca como forma de distribuição no mercado desenvolve uma dinâmica caracterizada pelo fato de que a meta final é o lucro, que é reinvestido na produção com a aquisição de insumo e teares para a produção domiciliar.

A produção domiciliar mais frequente é a prestação de serviços, seja de tecer ou preparar material, para distribuidores da produção da tecelagem tradicional do município, que para 58,56% dos entrevistados não eram somente compradores, mas também fornecedores dos materiais e para outros também proprietários dos equipamentos. Esses compradores são o elo entre a produção domiciliar e o consumo da tecelagem tradicional. Uma organização, de acordo com Paixão (1997), que é um instrumento tecnicamente ordenado de consecução de fins instrumentais, especialmente de seus proprietários. A técnica tradicional foi dividida e 68% dos entrevistados não conheciam todo o processo produtivo e eram remunerados a partir da produtividade no trabalho. Esse elo organizacional manipula fontes de insumos e de consumo da produção domiciliar, que de acordo com Crozier (1981), dá a essas organizações possibilidades de predição e resulta em possibilidades de controle e poder hierárquico, por sua posição na estrutura social desse mercado; e de perito, por serem conhecedores de toda a técnica tradicional.

Organização comerciante que na cadeia produtiva da tecelagem tradicional posiciona-se, de acordo com Gereffi e Korzeniewicz (1994), como um *buyer-driver*, ou seja, a cadeia produtiva desse mercado é controlada pelos comerciantes, principalmente os que associam em seus negócios o fornecimento de insumos e a compra da produção domiciliar. Essas são organizações formais que constituem, de acordo com Paixão (1997), instrumentos de implementação de papéis e remuneram economicamente os proprietários. Para tanto, de acordo com Thompson (1976), a racionalidade da organização comerciante é operacionalizada por meio de uma racionalidade técnica em atividades de entrada e saída e por atividades administrativas efetivadas por uma verdadeira organização burocrática, que de acordo com Weber (2002), efetivada por ações racionais para estabelecimento de rotinas impessoais, de divisão do trabalho dirigente e dirigido, que foi fortalecido com a rotina de entrega de insumo e coleta de produção remunerada pela produtividade individual. Entretanto, a organização burocrática de divisão do trabalho, definição de rotinas e remuneração variável em um determinado momento promoveu o atendimento da demanda, mas podem estar gerando, de acordo com Merton (1967), disfunções burocráticas que podem ser a causa do principal problema para os

trabalhadores, ou seja, a dor que sentem causada, em longo prazo, pela busca constante de melhores remunerações.

Os comerciantes que organizaram burocraticamente a tecelagem tradicional desse município no final do século XX também foram responsáveis, de acordo com Selznick (1971), de resolver seus problemas rotineiros, como a distribuição de insumos, aquisição e conseqüente remuneração por serviços. Entretanto, a introdução do retalho em substituição às linhas como o principal insumo da tecelagem tradicional foi uma decisão dinâmica com dimensões administrativas, mas também políticas, por terem moldado novos processos organizacionais e demandarem de experiência crítica. A introdução de um insumo em escala associado com a divisão do trabalho social possibilitou a produção domiciliar em escala. Essa realidade do final do século XX, em comparação com a produção doméstica têxtil que existe nesse território desde meados do século XIX, indicam que a tecelagem tradicional para os moradores locais, de acordo com Paixão (1997), pode ser uma instituição, portanto um processo de desenvolvimento de estruturas e formas coordenadas, estáveis e socialmente integradas aos padrões de ação coletiva. A organização da produção doméstica têxtil de meados do século XIX, de acordo com Selznick (1971), pode ter sido institucionalizada no final do século XX, por meio de decisões dinâmicas, que foram tomadas pelos comerciantes, que organizaram burocraticamente a produção sem modificar o *locus*, ou seja, a produção continua no domicílio, mesmo porque essa característica atendia aos fins de lucratividade dos proprietários dos insumos e detentores dos canais de consumo final da produção da tecelagem tradicional municipal.

A análise da produção domiciliar não possibilita, entretanto, compreender como é o perfil da organização comercial, portanto, na próxima seção, são apresentados os dados referentes aos estabelecimentos comerciais visitados, que permitem compreender um pouco mais sobre as especificidades desse ator socioeconômico do final do século XX, que organizou burocraticamente a tecelagem tradicional do município, por meio da troca mercantil, que proporcionou economia crescente nos últimos 10 anos.

7.2 Organização comercial: função, trabalhadores, comercialização e percepções sobre o mercado

Os 76 estabelecimentos formais representam uma amostra intencional dos compradores e fornecedores da produção domiciliar, sendo o critério de escolha definido por estabelecimentos comerciais formais de insumo e produtos da tecelagem tradicional, que no período de visitas tinham horário de funcionamento diário para atendimento aos consumidores. Esses estabelecimentos eram denominados localmente como “comércio de portas abertas”. Essa denominação pode explicar a diferença entre o número de compradores (158) e fornecedores (29) informados pelos entrevistados nos domicílios, o número de lojas de artigos de artesanato (95) da relação de contribuintes do cadastro econômico da Prefeitura Municipal de Resende Costa (2009b) com o número de estabelecimentos comerciais visitados. A diferença entre essas contagens reside no fato de que vários compradores e fornecedores da produção domiciliar são pessoas físicas que não tem um estabelecimento comercial formal legalizado e registrado como pessoa jurídica. Entretanto, essa realidade dificulta a abordagem de todos os atores, mas não impede que se possa ter um perfil dos que são formais. A análise da organização burocrática da tecelagem tradicional do município foi realizada a partir da limitação de que os dados do *survey* representavam somente uma amostra intencional dos estabelecimentos formais.

O primeiro estabelecimento comercial formal da tecelagem tradicional do município que está ativo na relação de contribuintes do cadastro econômico da Prefeitura Municipal de Resende Costa (2009b) teve o início de suas atividades registrado no dia 1º de junho de 1988. A distribuição da abertura de lojas de artigos de artesanato entre junho de 1988 e julho de 2009 pode ser observada no GRAF. 1.

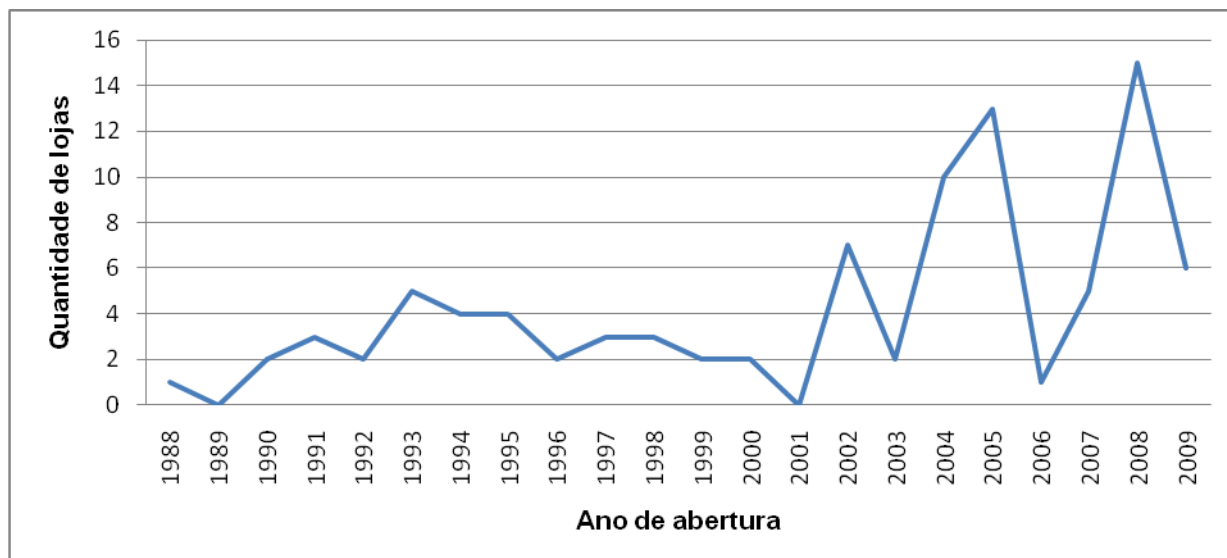


Gráfico 1 – Distribuição entre 1988 e 2009 da abertura de lojas de artigos de artesanato.

Fonte: Prefeitura Municipal de Resende Costa (2009b).

O Gráfico 1 representa 92 lojas de artigo de artesanato da relação de contribuintes do cadastro econômico (PREFEITURA MUNICIPAL DE RESENDE COSTA, 2009b), que contém 95 lojas. A diferença de três lojas a menos nesse gráfico se deve ao fato de que tais estabelecimentos comerciais não têm registrado no relatório o início de suas atividades. A data de início de atividades do primeiro estabelecimento que estava em funcionamento durante a execução da coleta de dados foi de 1988. Entre os anos de 1988 e 1998 foram abertos, e ainda estão em funcionamento até o momento, 29 lojas de artigos de artesanato. Entre os anos de 1999 e 2009 foram abertos, e ainda estão em funcionamento, 63 lojas de artigos de artesanato. A primeira década da organização comercial representa 31,5% das organizações burocráticas atuais e a segunda década, 68,5% das organizações burocráticas do início do século XXI. Esse crescimento da abertura de lojas de artigos de artesanato que ainda estão abertas fortalece a indicação dos dados referentes ao tempo de envolvimento com a produção domiciliar (TAB. 16), que aponta que 58,6% dos entrevistados nos domicílios produzem há menos de 10 anos. Entretanto, nos últimos cinco anos, ou seja, entre 2004 e 2009, ocorreu a maior expansão da tecelagem tradicional, com o envolvimento de 36,7% dos entrevistados responsáveis pela produção domiciliar, e 54,35% de lojas de artigos de artesanato que tiveram sua abertura nesse período. A relação desses elos, a produção domiciliar e as lojas

de artigos de artesanato indicam que na passagem do século XX para o XXI ocorreu mudança na tecelagem tradicional do município, em decorrência do seu processo de desenvolvimento social para atendimento de pressões, sejam de consumo das peças da tecelagem tradicional, sejam de sobrevivência dos moradores desse território.

As organizações burocráticas da tecelagem tradicional podem ser analisadas a partir de sua função, de seus trabalhadores, de sua comercialização e das percepções dos proprietários sobre o mercado local, com a análise descritiva dos dados coletados em entrevistas a 69 proprietários de estabelecimentos comerciais de insumos ou de peças da tecelagem tradicional. Esses estabelecimentos comerciais tinham como proprietários indivíduos pertencentes às estruturas familiares do município tal como os domicílios, entretanto, com algumas diferenças. Os códigos da família de origem paterna dos proprietários estão apresentados na TAB. 33.

Tabela 33 – Códigos de família de origem paterna dos proprietários, por frequência – 2009 (continua)

Códigos de Família de Origem	Frequência	%
FO12	22	31,9
FO7	5	7,2
FO3	4	5,8
FO5	4	5,8
FO9	4	5,8
FO23	3	4,3
FO1	2	2,9
FO24	2	2,9
FO61	2	2,9
FO10	2	2,9
FO14	1	1,4
FO16	1	1,4

Tabela 33 – Códigos de família de origem paterna dos proprietários, por frequência – 2009 (conclusão)

Códigos de Família de Origem	Frequência	%
FO26	1	1,4
FO28	1	1,4
FO35	1	1,4
FO38	1	1,4
FO40	1	1,4
FO41	1	1,4
FO50	1	1,4
FO51	1	1,4
FO78	1	1,4
FO99	1	1,4
FO104	1	1,4
FO105	1	1,4
FO106	1	1,4
FO107	1	1,4
FO108	1	1,4
FO109	1	1,4
Não respondeu	1	1,4
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

As famílias de origem dos proprietários dos estabelecimentos comerciais apresentam frequência e composição diferenciadas em comparação com as dos entrevistados nos domicílios. As cinco famílias de origem paterna mais frequentes com sua representação percentual entre os entrevistados nos domicílios foram: FO12 – 17%; FO7 – 16,9%; FO5 – 8,9%; FO1 – 5,1%; e FO3 – 4,2%. As cinco famílias de origem paterna mais frequentes com sua representação percentual entre os proprietários dos estabelecimentos comerciais foram: FO12 – 31,9%; FO7 – 7,2%; FO3 – 5,8%; FO5 – 5,8%; e FO9 – 5,8%. A família FO1, que estava entre as cinco mais frequentes entre os entrevistados nos domicílios, era a sétima mais frequente entre os proprietários. A família FO9, que estava entre as cinco mais

frequentes entre os proprietários era a nona mais frequente entre os entrevistados nos domicílios. Outra diferença das famílias de origem dos entrevistados nos domicílios e dos proprietários dos estabelecimentos comerciais era a importância relativa das famílias de origem. Por exemplo, as famílias de origem com código FO12 e FO7 eram as mais frequentes entre os entrevistados nos domicílios e entre os proprietários dos estabelecimentos. Entretanto, entre os proprietários 31,9% das famílias dos entrevistados eram do código FO12, e FO7 representava 7,2% dos entrevistados. As funções exercidas pelos estabelecimentos para a tecelagem tradicional por meio de atividades econômicas estão apresentadas na TAB. 34.

Tabela 34 – Funções exercidas pelo estabelecimento na tecelagem tradicional, por frequência – 2009

Funções Exercidas	Frequência	%
Produção e comércio de peças	48	69,6
Comércio de peças	11	15,9
Fornecimento de insumos, produção e comércio de peças	8	11,6
Fornecimento de insumos	1	1,4
Fornecimento de insumos e comércio de peças	1	1,4
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A função dos estabelecimentos comerciais não se restringia ao escoamento da produção. Para 69,6% dos proprietários, sua função era produzir e comercializar as peças, para 15,9% era comercializar as peças e para 11,6% era fornecer insumos, produzir e comercializar as peças, ou seja, um proprietário fornecia insumos e outro, insumos e comercializa peças. Esses dados, em comparação com os de Santos *et al.* (1998), indicam que as organizações burocráticas também estão dividindo o trabalho social, já que, conforme Santos *et al.* (1998), que entrevistaram 37 proprietários e identificaram três tipos de estabelecimentos comerciais, que eram os produtores e comerciantes (65%), comerciantes (11%) e os fornecedores de insumos (24%). Portanto, em aproximadamente uma década surgiram mais duas

especializações das organizações burocráticas locais, que eram os fornecedores, produtores e comerciantes de peças e o fornecedor de insumos e comerciante de peças. Essa análise comparativa e os dados apresentados confirmam a indicação da produção domiciliar de que esses estabelecimentos eram unidades de organização burocrática da tecelagem tradicional, portanto exercendo poder e controle social sobre a produção domiciliar. É importante salientar que, dos proprietários, 60% conheciam todo o processo produtivo da tecelagem tradicional do município, confirmando, de acordo com Crozier (1981), seu poder de perito.

Com referência à continuidade ou não de suas atividades comerciais, 63 entrevistados responderam sobre o *status* de sua ocupação, e para 84% deles a ocupação não era provisória. Os proprietários responderam também sobre a existência de ocupações anteriores à propriedade do estabelecimento comercial, e 59% possuíam ocupações anteriores, sendo 23,7% profissionais autônomos, 23,7% empregados de empresas privadas, 21% vendedores, 15,8% comerciantes e 15,8% funcionários públicos. Essas ocupações eram exercidas em diversos municípios, sendo que 25 pessoas trabalhavam no próprio município de Resende Costa, 3 em Belo Horizonte (MG), 2 em Juiz de Fora (MG), 1 em São Paulo (SP), 1 em Resende (RJ) e 6 em outros municípios mineiros. O tempo de funcionamento em anos desses estabelecimentos está apresentado na TAB. 35.

Tabela 35 – Tempo de funcionamento do estabelecimento comercial, por frequência – 2009

Tempo de Atividade Comercial (anos)	Frequência	%
Menos de 5	30	43,5
De 5 a 10	21	30,4
De 10 a 20	14	20,3
Mais de 20	2	2,9
Não responderam	2	2,9
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados referentes ao tempo em que esses estabelecimentos comerciais exerciam suas funções são condizentes com a expansão da organização burocrática da tecelagem tradicional que ocorreu nos últimos 20 anos e, principalmente, na última década. A maioria dos estabelecimentos, ou seja, 43,5%, estavam exercendo suas funções há menos de cinco anos, seguidos por 30,4% que exerciam entre 5 e 10 anos, 20,3% entre 10 e 20 anos e 2,9% que eram os pioneiros e exerciam suas funções há mais de 20 anos. Portanto, esses dados confirmam que a grande expansão do mercado da tecelagem tradicional ocorreu nos últimos 10 anos (73,9%). Para 87% dos entrevistados, os recursos financeiros auferidos em seu estabelecimento comercial eram sua principal fonte de renda, e 13% tinham seu estabelecimento comercial como fonte de renda secundária, sendo que desses 38% exerciam outras atividades comerciais, 23% eram funcionários públicos, 8% eram aposentados e 31% não responderam. As formas que os proprietários foram socializados em suas atividades comerciais, ou seja, como eles aprenderam as rotinas desenvolvidas no dia-a-dia do estabelecimento comercial estão apresentadas na TAB. 36.

Tabela 36 – Socialização na rotina comercial, por frequência – 2009

Socialização na Rotina Comercial	Frequência	%
Com a família	40	58,0
Sozinho	11	15,9
Com outros comerciantes	6	8,7
Com amigos	4	5,8
Com vizinhos	3	4,3
Curso de capacitação	2	2,9
Outros	1	1,4
Não responderam	2	2,9
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A socialização nas unidades comerciais também foi realizada para a maioria dos entrevistados (58%) pela família, proporcionalmente o aprendizado da atividade por meio de cursos de capacitação (2,9%) é mais expressivo nas unidades comerciais desse mercado do que nas unidades domiciliares. Inclusive, 32% dos proprietários dos estabelecimentos comerciais já haviam participado de algum treinamento, sendo que esses treinamentos em 86% dos casos, tinham como tema a melhoria do atendimento e das vendas, enquanto para 14% dos entrevistados o tema foi sobre associativismo e melhoria no processo produtivo. Os principais problemas vivenciados pelos proprietários dos estabelecimentos comerciais estão apresentados na TAB. 37.

Tabela 37 – Problemas com o comércio, por frequência – 2009

Problemas com o Comércio	Frequência	%
Excesso de concorrentes	20	29,0
Falta de trabalhadores	11	16,0
Remuneração pequena	11	16,0
Falta de retalhos	8	11,6
Inadimplência de clientes	7	10,1
Poucos clients	2	3,0
Falta de novos produtos	1	1,4
Excesso de trabalho	1	1,4
Concorrência de produtos industrializados	1	1,4
Dificuldade em atender à demanda	1	1,4
Não responderam	6	8,7
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

O principal problema relatado pelos proprietários dos estabelecimentos comerciais era o grande número de concorrentes na cidade (29%), remuneração pequena (16%), falta de trabalhadores (16%), falta de retalhos (11,6%) etc. Foi observado que os problemas eram similares aos das unidades produtivas, entretanto a ordem e a

importância relativa eram diferentes, sendo o excesso de concorrentes para os proprietários o principal problema, mesmo porque esse excesso não era percebido somente no escoamento da produção, mas também na captação e organização da produção da tecelagem tradicional. A principal similaridade estava na falta de retalhos, que, como apontado anteriormente, era um problema causado principalmente pela adequação tecnológica do parque fabril das malharias que forneciam este insumo para a produção local.

Uma das formas encontradas para conviver nesse ambiente competitivo foi a afiliação de 41% dos estabelecimentos a alguma associação. Dos 28 comerciantes que se filiaram a uma associação, 78,6% eram afiliados da Associação Empresarial e Turística de Resende Costa (ASSETURC), 5,8% da Associação de Artesãos de Resende Costa (ASARC), 3,6% da Associação Comercial e Industrial de Resende Costa (ACIRC) e 3,6% da Associação do Projeto Mãos de Minas (Mãos de Minas). A busca por uma forma de ação coletiva era muito mais expressiva entre os comerciantes do que entre os produtores, já que somente 1,5% dos entrevistados nos domicílios eram afiliados, sendo todos associados da ASARC. Como a competição acirrada era uma realidade não só por mercados consumidores, mas também pelo mercado de produção, no qual esses proprietários de estabelecimentos comerciais exerciam seu papel de organização burocrática, eles buscavam formas de cooperação para lidar com a competitividade. De acordo com Durkheim (1999), Piore e Sabel (1984) e Reynolds (1994), a diferenciação e competição vem gerando solidariedade entre os comerciantes que são pequenas empresas integradas por laços sociais em redes de pequenas organizações que dependem de cooperação, mas também de competição. A confiança necessária para o desenvolvimento da tecelagem tradicional desse território foi proporcionada, de acordo com Amato Neto (2000), Haddad (2004) e Suzigan *et al.* (2007), por uma aglomeração de unidades interligadas num *mix* de competição e cooperação.

Os estabelecimentos comerciais e produtivos necessitam de trabalhadores para seu funcionamento, inclusive, como visto, a falta de trabalhadores era o segundo

problema mais frequente vivenciado pelos proprietários. A origem dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais está apresentada na TAB. 38.

Tabela 38 – Origem dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais, por frequência – 2009

Origem dos Trabalhadores	Frequência	%
Familiares e empregados	26	37,8
Familiares	17	24,6
Empregados	13	18,8
Não responderam	13	18,8
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os trabalhadores eram em sua maioria, da própria família do proprietário, entretanto, em comparação com os dados da produção domiciliar, nos estabelecimentos comerciais havia mais empregados, portanto com seguridade social como um direito por meio da relação contratual decorrente do seu registro na Carteira de Trabalho e Previdência Social. No tocante às ocupações e à quantidade de trabalhadores nos estabelecimentos comerciais, estas foram respondidas por 68 proprietários, cujos dados estão apresentados na TAB. 39.

Tabela 39 – Ocupação dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais, por frequência – 2009 (continua)

Ocupações dos Trabalhadores Comerciais	Frequência	%
Vendedor	77	39,1
Gerente e proprietário	74	37,6
Vendedor e proprietário	7	3,6
Vendedor e tecer	7	3,6
Serviços gerais	7	3,6
Costureira	6	3,0

Tabela 39 – Ocupação dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais, por frequência – 2009 (conclusão)

Ocupações dos Trabalhadores Comerciais	Frequência	%
Tecelão	5	2,5
Acabamento de peças	3	1,5
Aprendiz	3	1,5
Tecelão e proprietário	2	1,0
Motorista	2	1,0
Assistente administrativo	2	1,0
Secretaria	1	0,5
Viajante	1	0,5
Total	197	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

As ocupações mais frequentes estavam relacionadas com a atividade principal do estabelecimento, que era realizar a comercialização e a organização burocrática da produção, portanto 39,1% eram vendedores e 37,6% os gerentes e proprietários. As ocupações permitem compreender um pouco mais a dinâmica de funcionamento do mercado da tecelagem tradicional, que necessita de serviços administrativos (2 assistentes administrativos e 1 secretaria) de coletar a produção diluída nos domicílios (2 motoristas), além de ocupações destinadas a vendas no varejo (1 viajante). Outras ocupações destinavam-se a limpeza e manutenção dos estabelecimentos comerciais (serviços gerais – 3,6%) e ocupações relacionadas diretamente com a produção de peças (6 costureiras, 5 tecelões e 3 acabadores de peças). Das pessoas ocupadas nos estabelecimentos comerciais, 70% eram do gênero feminino e 30% do gênero masculino. A escolaridade dos trabalhadores que se ocupavam nos estabelecimentos comerciais está apresentada na TAB. 40.

Tabela 40 – Escolaridade dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais, por frequência – 2009

Escolaridade dos Trabalhadores	Frequência	%
Ensino fundamental incompleto	18	9,3
Ensino fundamental completo	31	16,1
Ensino médio incompleto	10	5,2
Ensino médio completo	110	57,0
Educação superior incompleto	5	2,6
Educação superior completo	17	8,8
Não responderam	2	1,0
Total	193	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A maioria, ou seja, 57%, tinha o ensino médio completo, 26,1% o ensino fundamental completo, 9,3% o ensino fundamental incompleto, 8,8% a educação superior completa, 5,2% o ensino médio incompleto, 2,6% a educação superior incompleta e 1% não respondeu. A distribuição dos trabalhadores pelas categorias de escolaridade mostra um perfil diferenciado dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais em comparação com os trabalhadores dos domicílios, que estavam concentrados em 54,7% na escolaridade de ensino fundamental incompleto, existindo, inclusive, 2,5% de analfabetos. Esses dados indicam que os anos de estudo tinham influência no setor de atuação dos trabalhadores nesse mercado, portanto mais anos de estudos podem definir as possibilidades de ocupação daqueles trabalhadores. As faixas de idade em anos dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais estão apresentadas na TAB. 41.

Tabela 41 – Faixas de idade em anos dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais, por frequência – 2009

Faixas de idade dos trabalhadores (anos)	Frequência	%
De 15 a 17	7	3,6
De 18 a 38	136	70,5
De 39 a 59	48	24,9
Mais de 60	2	1,0
Total	193	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os indivíduos ocupados nos estabelecimentos comerciais estavam em sua maioria (70,5%) na faixa de idade entre 18 e 38 anos, 24,9% entre 39 e 59 anos, 3,6% entre 15 a 17 anos e 1% com mais de 60 anos. Na distribuição dos trabalhadores entre as faixas de idade, também foi possível identificar similaridades e diferenças, em comparação com os trabalhadores dos domicílios. A ordem decrescente de faixas com maior concentração era similar, ou seja, a faixa mais frequente nos domicílios era a mesma nos estabelecimentos comerciais, entretanto a representação percentual nas faixas era diferente, e nos estabelecimentos comerciais não havia trabalho infantil e sim menos idosos trabalhando. As faixas de renda em salários mínimos (SM) dos indivíduos ocupados nos estabelecimentos comerciais estão apresentadas na TAB. 42.

Tabela 42 – Faixas de remuneração dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais, em salários mínimos, por frequência – 2009

Faixa de Remuneração (SM)	Frequência	%
Até ½	8	4,2
De ½ a 1	84	43,5
De 1,5 a 3,5	76	39,4
De 3,5 a 5	13	6,7
Acima de 5	5	2,6
Não responderam	7	3,6
Total	193	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A distribuição dos trabalhadores pelas faixas de renda foi de 43,5% na faixa de meio a 1 salário mínimo, 39,4% na faixa de 1,5 a 3,5 salários mínimos, 6,7% na faixa de 3,5 a 5 salários mínimos, 4,2% na faixa de até meio salário mínimo, 2,6% na faixa acima de 5 salários mínimos e 3,6% não responderam. A distribuição dos trabalhadores pelas categorias de faixa de renda mostra um perfil diferenciado dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais em comparação com os trabalhadores dos domicílios, que estavam concentrados em 53,8% na faixa de

renda de até meio salário mínimo. Outra diferença expressiva em comparação com a renda dos trabalhadores da produção domiciliar é a baixa representação percentual, em comparação com as faixas de renda dos trabalhadores dos estabelecimentos comerciais, nas faixas entre 1,5 e acima de 5 salários mínimos. Esses dados indicam que as ocupações nos estabelecimentos comerciais possuíam relações de trabalho formais, e os trabalhadores eram mais bem remunerados, o que pode ser uma das justificativas da escolha dos que tinham mais anos de estudos pelas ocupações dos estabelecimentos comerciais.

Dentro de uma estimativa que considera os 186 trabalhadores que informaram a faixa de renda obtida a partir da multiplicação do limite superior da primeira faixa de renda pela frequência, acrescida da multiplicação dos limites inferiores da segunda, terceira e quarta faixas de renda pela frequência, tendo como valor correspondente o salário mínimo de 2009, que era de R\$465,00, tem-se que o mercado de produção da tecelagem tradicional gera nos estabelecimentos comerciais aproximadamente R\$107.182,50 por mês de renda para os trabalhadores, o que representa uma renda média de R\$ 576,25 e um valor anual de renda dos trabalhadores de R\$ 1.286.190,00. É bom ressaltar que, somente para efeitos de comparação e compreensão da grandeza desses valores para esse município, o valor de renda anual dos estabelecimentos comerciais, somado com o da renda gerada nos domicílios, representa R\$4.978.890,00 e que, no ano de 2007, o município recebeu como fontes orçamentárias de receita, como descrito no capítulo 6, um FPM de R\$4.909.055,75, e sua receita orçamentária realizada foi de R\$8.111.386,01. A partir dos dados da estimativa da renda média há indicação de que os ocupados nos estabelecimentos comerciais tinham renda maior em aproximadamente 95,7% em comparação com a renda média dos trabalhadores da produção domiciliar. A jornada de trabalho diária em horas nos estabelecimentos comerciais está apresentada na TAB. 43.

Tabela 43 – Jornada de trabalho diária nos estabelecimentos comerciais, por frequência – 2009

Jornada de Trabalho Diária (horas)	Frequência	%
Quatro	17	8,8
Cinco	9	4,7
Seis	11	5,7
Sete	4	2,1
Oito	122	63,2
Nove	13	6,7
Dez	4	2,1
Doze	12	6,2
Não respondeu	1	0,5
Total	193	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A jornada diária de trabalho dos ocupados nos estabelecimentos comerciais foi de oito horas para 63,2%, quatro horas para 8,8%, nove horas para 6,7%, doze horas para 6,2%, seis horas para 5,7%, cinco horas para 4,7%, sete horas para 2,1%, dez horas para 2,1% e 0,5% não respondeu sobre a jornada de trabalho. Em comparação com a jornada de trabalho da produção domiciliar, existiam nos estabelecimentos comerciais maior representação percentual nas jornadas acima de oito horas diárias e menor nas jornadas abaixo de 7 horas diárias.

Como relatado no final da seção anterior, os estabelecimentos comerciais exerciam, entretanto, papel no mercado de organização burocrática. Assim, suas relações com trabalhadores não se restringiam somente aos que estavam formalmente vinculados aos estabelecimentos comerciais. Tal fato fica evidente com a informação dada por 54 proprietários de que estes possuíam 543 fornecedores, sendo que havia estabelecimentos com no mínimo de 1 fornecedor, no máximo de 65 fornecedores e média de 10 fornecedores por estabelecimento comercial. Do total de fornecedores, 66,5% eram do município de Resende Costa, e havia estabelecimentos com no mínimo 1 fornecedor local, no máximo 36 fornecedores locais e esse grupo,

composto por 49 estabelecimentos comerciais, apresentava uma média de 7,4 fornecedores locais por estabelecimento.

A existência de fornecedores do município e de outras localidades se devia ao fato de que os estabelecimentos comerciais do mercado local possuíam produtos em suas prateleiras que não se restringiam à produção da tecelagem tradicional do município. Essa realidade era incentivada com a escassez de insumos característicos, como o retalho, que era um problema do mercado local apontado por 26,8% dos entrevistados nos domicílios (TAB. 20) e por 7,2% dos trabalhadores da produção domiciliar e também reforçado pela falta de criação de novas peças. Essa realidade foi constatada com relação aos produtos dos estabelecimentos comerciais, que tinham no total 2.323 tipos de artigos em 53 estabelecimentos comerciais, sendo que a quantidade mínima de variedade de produtos por estabelecimento comercial era de dois tipos e no máximo 466. Do total de tipos de produtos existentes nos 53 estabelecimentos comerciais, 54,33% desses eram originários da produção domiciliar de Resende Costa (MG). As reclamações dos proprietários sobre o mercado da tecelagem tradicional do município estão apresentadas na TAB. 44.

Tabela 44 – Reclamações dos proprietários, por frequência – 2009

Reclamações dos Proprietários	Frequência	%
Insumos	27	39,1
Remuneração	14	20,3
Dores pelo corpo	4	5,8
Outras ⁵⁶	4	5,8
Não responderam	20	29,0
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

⁵⁶ As reclamações referem-se à falta de apoio do poder público, a trabalhar nos finais de semana e à qualificação dos trabalhadores.

Para 39,1% dos proprietários a reclamação mais freqüente era referente aos insumos, e especificamente em 55,56% das reclamações estavam se referindo à falta de insumos, 18,5% à baixa qualidade, 7,4% ao preço elevado e 18,5% associavam as três causas. Os 20,3% de proprietários que reclamavam da remuneração se referiam à pouca remuneração, 5,8% reclamavam de dores pelo corpo, que eram autorreferidos a dores nas costas, colunas e braços. Provavelmente os problemas vivenciados com a falta de insumos relatados pelos entrevistados e trabalhadores da produção domiciliar e pelos proprietários dos estabelecimentos comerciais eram um dos fatores que influenciavam na modificação do portfólio de produtos da frente comercial do município, que atualmente não é mais formado por estabelecimentos comerciais de peças da tecelagem tradicional de Resende Costa (MG), como foi identificado por Santos *et al.* (1998). A tecelagem tradicional do município movimentava quantidade expressiva de material como mostrado na seção anterior sobre a produção domiciliar. Pelas informações relatadas por 13 proprietários a respeito de tipos e quantidade de insumos adquiridos para a produção local, pode-se estimar que somente eles consumiam por mês 5.695 kg de linha, 500 kg de lã e 31.300 kg de retalho, ou seja, qualquer problema de falta de fornecimento de insumos era um grande problema para esse mercado. Esses insumos eram destinados à produção das peças da tecelagem tradicional, comercializadas nos estabelecimentos dos proprietários entrevistados, que estão apresentados na TAB. 45.

Tabela 45 – Local de produção dos produtos da tecelagem tradicional comercializados no estabelecimento, por freqüência – 2009

Local de Produção dos Produtos da Tecelagem Tradicional	Frequência	%
Domicílio dos fornecedores	28	40,6
Domicílio dos fornecedores e em galpão do proprietário do estabelecimento	11	16,0
Domicílio do proprietário do estabelecimento	5	7,2
Domicílio dos fornecedores e no do proprietário do estabelecimento	4	5,8
Galpão do proprietário do estabelecimento	2	2,9
Estabelecimento commercial	2	2,9
Não responderam	17	24,6
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

As peças da tecelagem tradicional do município que compunham o portfólio de produtos dos estabelecimentos comerciais eram produzidas, conforme os proprietários, nos seguintes locais: 40,6% nos domicílios dos fornecedores, 16% nos domicílios dos fornecedores e em galpão do proprietário do estabelecimento, 7,2% no domicílio do proprietário do estabelecimento, 5,8% nos domicílios dos fornecedores e no do proprietário do estabelecimento, 2,9% em galpão do proprietário do estabelecimento, 2,9% no próprio estabelecimento comercial e 24,6% dos proprietários não responderam sobre o local de produção. Esses dados confirmam que a produção domiciliar compunha um dos elos da cadeia de produção do mercado da tecelagem tradicional local, como discutido na seção anterior. Entretanto, tais dados apresentam uma realidade que não era considerada anteriormente, ou seja, de que os proprietários dos estabelecimentos comerciais estavam investindo em ativos fixos, ou seja, os galpões de produção, modificando a característica domiciliar da produção local.

O galpão não era o único tipo de ativo fixo que os proprietários tinham investido nesse mercado, posto que, dos 69 proprietários entrevistados, 42 afirmaram possuir teares e destes 38 relataram que possuíam um total de 230 teares, tendo cada proprietário no mínimo 1, no máximo 23 e em média 6 teares. Os proprietários dos estabelecimentos comerciais que afirmaram possuir teares (42 entrevistados) também informaram que 33% desses equipamentos estavam nos domicílios dos fornecedores, 26,1% nos seus próprios domicílios, 19,5% nos domicílios dos fornecedores e em galpão de sua propriedade, 14,3% em galpão de sua propriedade e 7,1% nos domicílios dos fornecedores e no estabelecimento comercial. Esses investimentos em ativos fixos que vinham sendo realizados pelos proprietários dos estabelecimentos comerciais não foram identificados por Santos *et al.* (1998) e podem ter como uma de suas causas a expansão recente do mercado de produção da tecelagem tradicional do município. Portanto, de acordo com Polanyi (2000), a troca de insumo, produtos e serviços entre comerciantes e produtores levou o mercado da tecelagem tradicional a uma economia crescente, em que, reportando Swedberg (2009), o lucro proveniente da troca era em parte reinvestido na produção local.

A economia local pode ser considerada crescente a partir dos dados referentes à percepção de crescimento da produção domiciliar pelos entrevistados, que foi de 40,4%; o crescimento da abertura de lojas de artigo de artesanato entre 2004 e 2009 foi de 54,35% (PREFEITURA MUNICIPAL DE RESENDE COSTA, 2009b); 36,7% dos entrevistados nos domicílios produziam há menos de cinco anos (TAB. 16); e 43,5% dos proprietários abriram seus estabelecimentos comerciais há menos de cinco anos (TAB. 35). Esses dados indicam que houve uma expansão recente que pode ter pressionado os comerciantes a investirem seu capital em ativos fixos, portanto justificando tanto o investimento na construção civil dos galpões quanto na aquisição dos teares. A realidade de expansão desse mercado também pode ser confirmada a partir dos dados referentes à percepção que 40 proprietários dos estabelecimentos comerciais entrevistados tinham do mercado nos últimos cinco anos, em que para 82,5% dos proprietários o mercado cresceu e para 17,5%, reduziu. Os fatores que influenciavam os proprietários dos estabelecimentos comerciais na escolha dos fornecedores da tecelagem tradicional do município estão apresentados na TAB. 46.

Tabela 46 – Fatores considerados na escolha de fornecedores locais, por frequência – 2009

Fatores Considerados na Escolha de Fornecedores	Frequência	%
Conhecimento do trabalho	23	33,3
Preço	11	16,0
Qualidade da peça ou do serviço	5	7,3
Indicações pessoais	4	5,8
Preço e qualidade	4	5,8
Qualidade dos insumos	2	2,9
Família de origem	1	1,4
Preço e produtividade	1	1,4
Não responderam	18	26,1
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

O conhecimento do trabalho foi o fator mais freqüente, correspondendo a 33,3% das respostas dos entrevistados, seguido pelo preço (16%), qualidade da peça ou serviço (7,3%), indicações pessoais (5,8%), preço e qualidade (5,8%) etc. O conhecimento do trabalho pode ser o fator mais frequente devido à pressão para atender à demanda, portanto o proprietário não tinha tempo de capacitar os trabalhadores e, por ser uma técnica tradicional, a probabilidade de o trabalhador ser socializado pela família também reduzia o custo de transação de treinamento do trabalhador. Claro que essas suposições se referem a um ambiente social que vivenciou nos últimos anos, por um lado a pressão para atendimento de demanda e, por outro lado, a pressão por sobrevivência de indivíduos em sua comunidade. Mas, objetivamente, qual seria a representação numérica dessa comercialização? Por exemplo, no ano 2009, qual era a comercialização de produtos destes estabelecimentos comerciais? As entrevistas com 51 proprietários permitiram a realização de algumas estimativas a partir de dados sobre as principais peças comercializadas, suas quantidades, preços e origem do município fornecedor. O faturamento bruto mensal estimado dos 51 estabelecimentos comerciais dos proprietários que responderam aos questionamentos foi de R\$605.440,50, sendo o faturamento mínimo de R\$230,00, o máximo de R\$110.600,00 e o médio de R\$11.871,38. O tapetinho foi o produto mais comercializado, totalizando 45.350 unidades/mês, sendo comercializadas mensalmente 109.620 peças da tecelagem tradicional do município, ao preço de venda unitário mínimo de R\$1,80 – guardanapo; e máximo de R\$129,00 – conjunto de cortinas. Entretanto, produtos de outras origens eram comercializados pelos estabelecimentos comerciais, a exemplo das lojas de artigos de artesanato: 230 colchas e cortinas de Borda da Mata (MG), 1600 colchas e 300 redes do Estado de Pernambuco. Nas lojas de insumos eram vendidos 13.700 kg de retalhos vindos de Belo Horizonte, Juiz de Fora e Paraopeba, em Minas Gerais; e dos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro, além de linhas de Fortaleza (CE). Além de tecidos, os estabelecimentos comercializavam móveis, outras peças de decoração, bijuterias e acessórios do vestuário.

Entretanto, é importante salientar que aproximadamente 27% dos entrevistados não responderam sobre as reclamações dos proprietários (TAB. 44), o local de produção das peças comercializadas (TAB. 45) e sobre os critérios de escolha de fornecedores (TAB. 46). Os mercados consumidores dos produtos comercializados pelos proprietários entrevistados estão apresentados na TAB. 47.

Tabela 47 – Destino da comercialização dos estabelecimentos, por frequência – 2009

Destino da Comercialização	Frequência	%
Lojistas de outros estados	44	64,0
Turistas que frequentam a loja	14	20,2
Lojistas de outros municípios de Minas Gerais	3	4,3
Lojistas de Resende Costa (MG)	2	2,9
Lojistas de outros municípios de Minas Gerais e de outros estados	2	2,9
Turistas que frequentam a loja, para lojistas de outros municípios e estados	1	1,4
Vendedores ambulantes	1	1,4
Não responderam	2	2,9
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

O mercado consumidor da tecelagem tradicional do município nos últimos anos passou por uma modificação no perfil do consumo. Essa mudança está no fato de que, atualmente, 20,2% do destino da comercialização era para turistas que frequentavam os estabelecimentos. Já no estudo de Santos *et al.* (1998) a comercialização se destinava somente a lojistas de outros municípios e estados. Tal fato não descaracteriza os estabelecimentos comerciais de artesanato, que podem ser tipificados como atacadistas, já que a comercialização em 64% dos estabelecimentos tinham como destino os lojistas de outros estados, sendo 4,3% lojistas de outros municípios de Minas Gerais, 2,9% lojistas de Resende Costa, 2,9%

lojistas de outros municípios de Minas e outros estados etc. Os lojistas dos Estados do Rio de Janeiro e de São Paulo eram os principais compradores, entretanto havia comercialização frequente para o Distrito Federal e para os Estados da Bahia, do Espírito Santo, de Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, do Rio Grande do Sul, de Santa Catarina e do Paraná. Os municípios citados pelos proprietários como destino da comercialização para lojistas mineiros foram Belo Horizonte, Congonhas, Guaranésia, Juiz de Fora, Prados, São João Del Rei, Sete Lagoas e Tiradentes. Os proprietários dos estabelecimentos tinham suas próprias percepções sobre o mercado da tecelagem tradicional do município. Essas percepções se referiam a aspectos mercadológicos de identificação de diferencial do estabelecimento em comparação com a concorrência, possibilidades de melhoria e fatores e atividades econômicas que podem ser associados a aumento de vendas. As opiniões dos proprietários sobre o diferencial de seus estabelecimentos perante os concorrentes no mercado da tecelagem tradicional do município estão apresentadas na TAB. 48.

Tabela 48 – Diferencial perante os estabelecimentos comerciais concorrentes, por frequência – 2009

Diferencial Perante os Concorrentes	Frequência	%
Qualidade dos produtos	32	46,4
Preço dos produtos	11	16,0
Atendimento dos compradores	9	13,0
Originalidade dos produtos	3	4,4
Origem da família de quem fornece	2	2,9
Vendas a atacado	1	1,4
Produtos exclusivos	2	2,9
Variedade de produtos	1	1,4
Não sabem	6	8,7
Não responderam	2	2,9
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

A qualidade dos produtos comercializados pelos estabelecimentos é para os proprietários o principal fator de competitividade e corresponde a 46,4% de suas opiniões, seguido pelo preço dos produtos (16%), atendimento dos compradores (13%), originalidade dos produtos (4,4%) etc. Como os produtos da tecelagem tradicional eram similares, os comerciantes não conseguiam ter diferenciais de competitividade no preço dos produtos, e o processo de divisão do trabalho social dificultava a criação e originalidade das peças. Entretanto, a forma de organização burocrática que ocorreu, principalmente a partir do final do século XIX, criou as condições para que os comerciantes exercessem controle social da produção domiciliar para alcançar o diferencial competitivo de qualidade dos produtos, já que eles detinham as fontes de fornecimento de insumos e do mercado de consumo e controlavam a produção domiciliar. O atendimento dos compradores se referia à cordialidade no atendimento dos lojistas no estabelecimento comercial atacadista, que oferecia possibilidades de formas de pagamento diferenciadas e garantia da entrega dos pedidos dentro dos prazos estabelecidos entre os estabelecimentos comerciais atacadistas de Resende Costa e os varejistas de outros municípios e estados. Alguns proprietários, ou seja, 49, identificaram quais aspectos poderiam ser melhorados na tecelagem tradicional do município, cujos dados estão apresentados na TAB. 49.

Tabela 49 – Aspectos a serem melhorados na tecelagem tradicional, por frequência – 2009

Aspectos a Serem Melhorados	Frequência	%
Criação de novas peças e serviços	24	34,8
Remuneração	6	8,7
Materiais utilizados	6	8,7
Qualidade dos produtos	6	8,7
Cumprimento do prazo de fornecimento	4	5,8
Outro	3	4,3
Não responderam	13	18,9
Não sabem	7	10,1
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Para 34,8% dos proprietários entrevistados, o aspecto que deve ser melhorado na tecelagem tradicional era a criação de novas peças e serviços, seguida da remuneração (8,7%), material utilizado (8,7%), qualidade dos produtos (8,7%), cumprimento dos prazos de fornecimento (5,8%) etc. A organização burocrática estimulou a divisão do trabalho social na produção domiciliar e até mesmo entre os estabelecimentos comerciais, por meio da especialização de trabalhadores e ocupações na produção domiciliar, que são controlados por sua produtividade, que é a base de sua remuneração. Essa rotina foi eficiente economicamente para o atendimento das pressões de demanda do mercado consumidor. Entretanto, de acordo com Merton (1967), na tecelagem tradicional atual existem disfunções burocráticas que se manifestam na dor que os trabalhadores sentem e na perda de capacidade de criação de novas peças, já que as ações passadas que obtiveram bons resultados na esfera da eficiência econômica estão redundando em reações inapropriadas para novas realidades organizacionais.

Para os proprietários entrevistados o mercado da tecelagem tradicional é influenciado por alguns aspectos econômicos, como outras atividades econômicas e períodos de venda. O turismo era para 46 proprietários a atividade econômica que mais influência o mercado local, para três entrevistados não existia nenhuma relação de alguma atividade econômica com a tecelagem, para 3 a indústria, agricultura, pecuária, serviços de educação e saúde, 16 não responderam e um não sabia responder sobre esses fatores, que podem influenciar o volume de vendas. Para os entrevistados, havia aumento de venda em períodos do ano, conforme apresentado na TAB. 50.

Tabela 50 – Períodos de aumento de vendas, por frequência – 2009

Períodos de Aumento de Vendas	Frequência	%
Férias escolares de inverno	33	48.0
Férias escolares de verão	21	30.4
Férias de verão e inverno	5	7.2
Feriado da Paixão de Cristo e Páscoa	3	4.3
Feriado de Natal	2	2.9
Datas comemorativas e feriados nacionais	1	1.4
Não responderam	4	5.8
Total	69	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme a opinião dos proprietários dos estabelecimentos comerciais, as férias escolares eram os períodos do ano em que acontecia o maior volume de vendas. As férias escolares de inverno, ou seja, no mês de julho, eram o período de maior venda para 48% dos entrevistados; e as férias de verão, ou seja, entre os meses de dezembro e janeiro, eram o período de maior venda para 30,4%. Feriados e datas comemorativas, na opinião dos proprietários, também eram períodos em que se registrava aumento de vendas.

O mercado da tecelagem tradicional do município de Resende Costa (MG) nas últimas duas décadas passou por uma série de transformações no trabalho e na sua organização social. Essas mudanças foram organizadas burocraticamente pelos proprietários dos estabelecimentos comerciais que detinham as fontes de fornecimento e consumo e controlavam socialmente a produção domiciliar, por meio da remuneração variável. Essa realidade de fato era uma mudança econômica da produção doméstica têxtil de meados do século XIX para uma produção em massa que se fundamentava na troca mercantil do início do século XXI. Entretanto, a descrição e análise dos dados apresentados neste capítulo não explicam como a ordem social foi mantida nesse período de intensas pressões sociais que ocorreram nas últimas duas décadas. Os dados, principalmente os de relacionamento de fornecimento e de compra da produção domiciliar, frequência com alta variação das famílias de origem paterna dos entrevistados, tanto no domicílio quanto nos estabelecimentos comerciais, socialização as atividades produtivas e comerciais, por meio das famílias, indicam que esse mercado pode estar imerso em relações familiares. Portanto, o próximo capítulo aborda os resultados da aplicação da metodologia de análise de redes sociais para explicar a imersão social do mercado da tecelagem tradicional desse município, que ocorre por meio de laços fortes, especificamente dos vínculos sociais familiares.

8 ESTRUTURA SOCIAL DO MERCADO DA TECELAGEM TRADICIONAL DE RESENDE COSTA: REDE FAMÍLIA-FORNECEDOR E FAMÍLIA-COMPRADOR

Como visto no capítulo 7, as mudanças que ocorreram nos domicílios e especificamente na produção doméstica têxtil do século XVIII são consequências de incorporações na vida cotidiana dos moradores desse município de pressões do mercado que foram atendidas não só pela diferenciação do trabalho social nos domicílios, mas também pela organização burocrática da tecelagem tradicional, que, por sua vez, foram consequências das pressões sociais por trabalho e renda que viabilizaram a sobrevivência de parte dos indivíduos desse território. A realidade desse mercado tem como consequência a singularidade tradicional desse território povoado no século XVIII, em que moradores se vestiam e sobreviviam com a produção doméstica têxtil e no final do século XX souberam aproveitar as oportunidades do mercado turístico regional com a associação do conhecimento tradicional, da demanda por produtos turísticos e abundância de oferta de refugos de malharias, que possibilitou a transformação de uma produção doméstica para uma produção domiciliar em massa distribuída pela troca para seu consumo final.

Os dados apresentados não explicam, entretanto, qual é a estrutura social do mercado da tecelagem tradicional do século XXI. Como visto, existem dois atores sociais principais, as famílias que produzem em seus domicílios e os comerciantes que fornecem insumos, controlam e escoam a produção. O estudo das frequências das variáveis dos questionários apresentado no capítulo 7 indicou que as famílias são uma possível base de densidade moral, estruturada por vínculos relacionais que, por exemplo, possibilitaram a socialização do conhecimento do trabalho e a formação de redes sociais, por meio de relações econômicas de fornecimento de insumos e compra da produção domiciliar.

A indicação de diferenciação das relações de fornecimento e venda das unidades produtivas desse mercado pode ser uma sinalização de que os laços familiares estruturam socialmente esse mercado e influenciam os processos sociais por meio

da posição dos atores na rede. Este capítulo tem como objetivos identificar e demonstrar a estrutura social do mercado de produção da tecelagem tradicional de Resende Costa (MG) a partir dos vínculos familiares nas relações sociais e econômicas dos seus moradores. O método da análise de rede será utilizado para que se possa compreender a dimensão social das relações econômicas que decorrem do fato de que, no quadro da troca mercantil, de acordo com Raud-Mattedi (2005a,b), os atores econômicos não levam em conta somente seus interesses próprios, mas também, em particular nesse mercado, o contexto institucional tradicional, ou seja, a instituição família, que pode propiciar condições de coesão social, exercendo o papel de regulação do contrato e de garantia dos direitos individuais daqueles que estão envolvidos diretamente com o processo produtivo.

A análise da estrutura social desse mercado terá como ponto de observação a produção domiciliar, que como visto é o elo do mercado local que mais preserva uma singularidade da tecelagem tradicional desse território, já que o elo comercial caminha em um processo de transformação de um atacadista e varejista de produtos da tecelagem tradicional do município para um atacadista e varejista de artigos artesanais e de produção manual.

8.1 Rede família-fornecedor da produção domiciliar

Como o *locus* da observação é a produção domiciliar, inicialmente analisa-se a rede de fornecimento de insumos para os domicílios produtores, portanto, a representação gráfica e sociométrica se referem aos 275 entrevistados, que informaram sobre seus 29 fornecedores. Entretanto, como descrito no capítulo 5, os entrevistados foram agrupados conforme os sobrenomes de origem paterna, o que representou 57 famílias de origem, que informaram possuir 28 fornecedores. A diferença entre os 29 fornecedores do capítulo 7 com os 28 que compunham as relações com as famílias se deve ao fato de que um dos fornecedores informados anteriormente era de um entrevistado que não informou o sobrenome de sua família,

portanto esse questionário foi excluído. A rede geral de relacionamento da família de origem com os fornecedores de insumos está na FIG. 3.

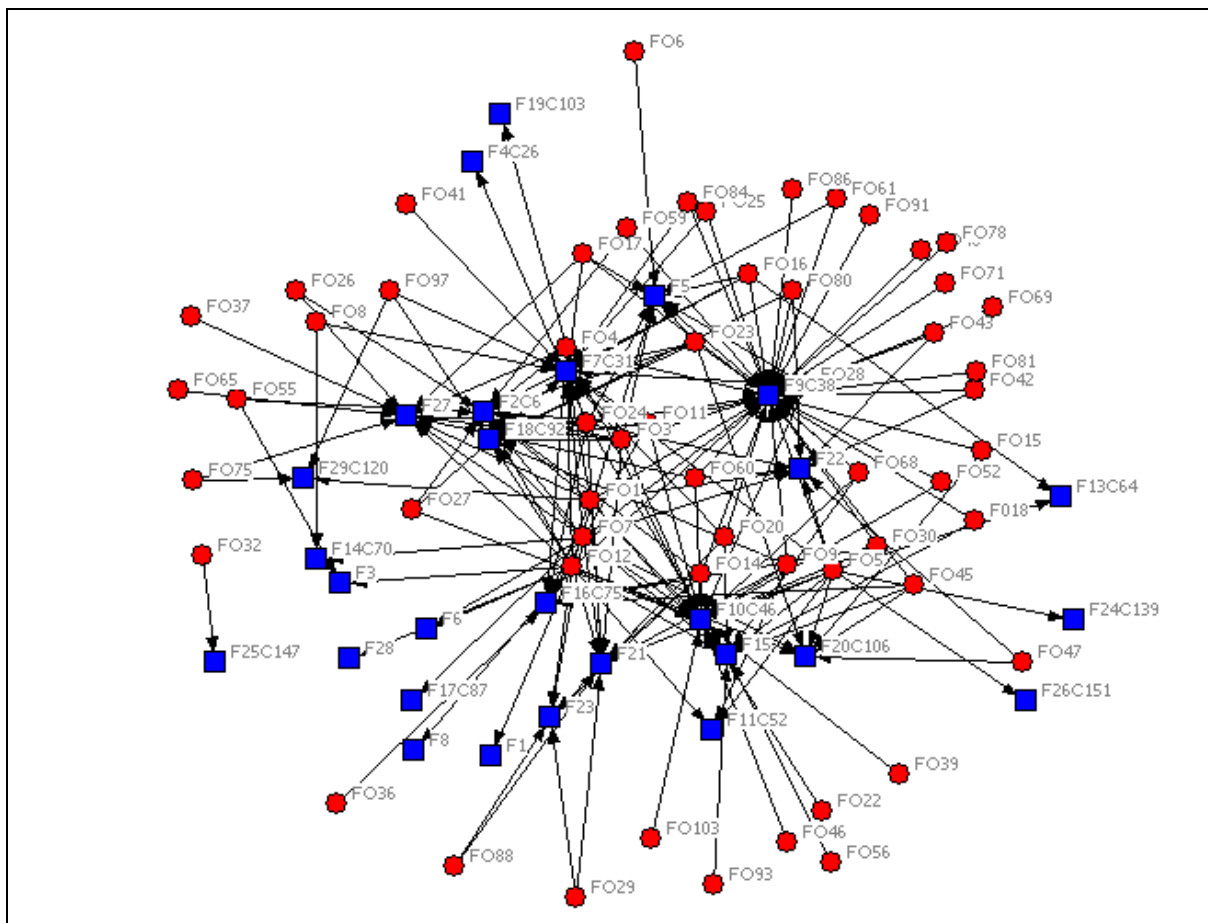


Figura 3 – Rede geral família-fornecedor.

- Fornecedores.
- Família de origem.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A rede geral de família-fornecedor de insumo possui no máximo 1.596 relações, entretanto a rede representada graficamente na FIG. 3 tem densidade de 0,123, ou seja, representa 196 vínculos entre seus atores. Nessa representação, chama atenção a posição do fornecedor F9C38, que centraliza várias relações. Essa posição pode ser mais bem visualizada com a representação da rede com o destaque do seu principal componente, como mostrado na FIG. 4.

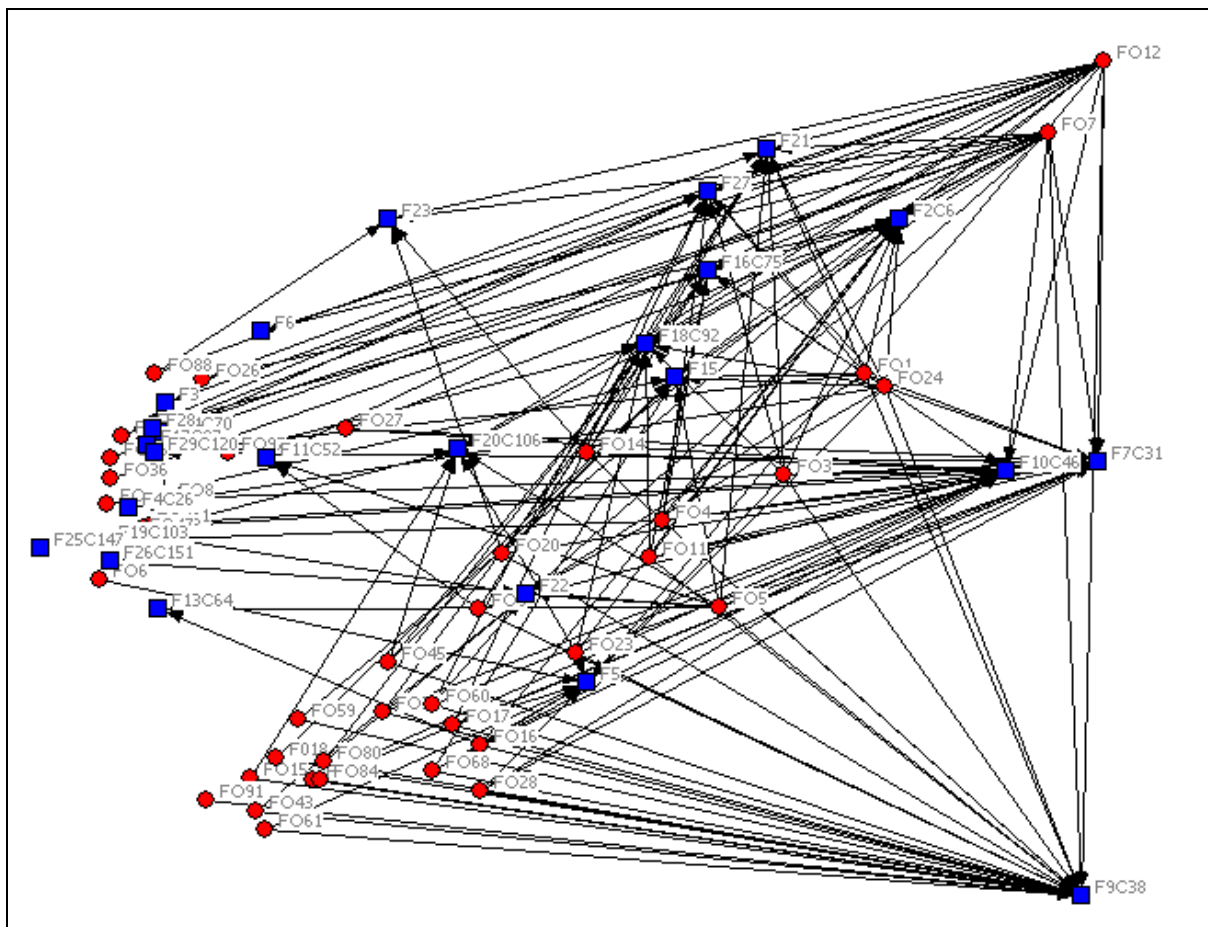


Figura 4 – Rede geral família-fornecedor, com o destaque do principal componente.

- Fornecedores.
- Família de origem.

Fonte: Elaboração própria.

Essa representação gráfica confirma os dados de frequência de fornecimento que mostram que o fornecedor F9C38 tem posição importante na rede que também pode ser observada com a rede ego centrada nesse ator, conforme representado na FIG. 5.

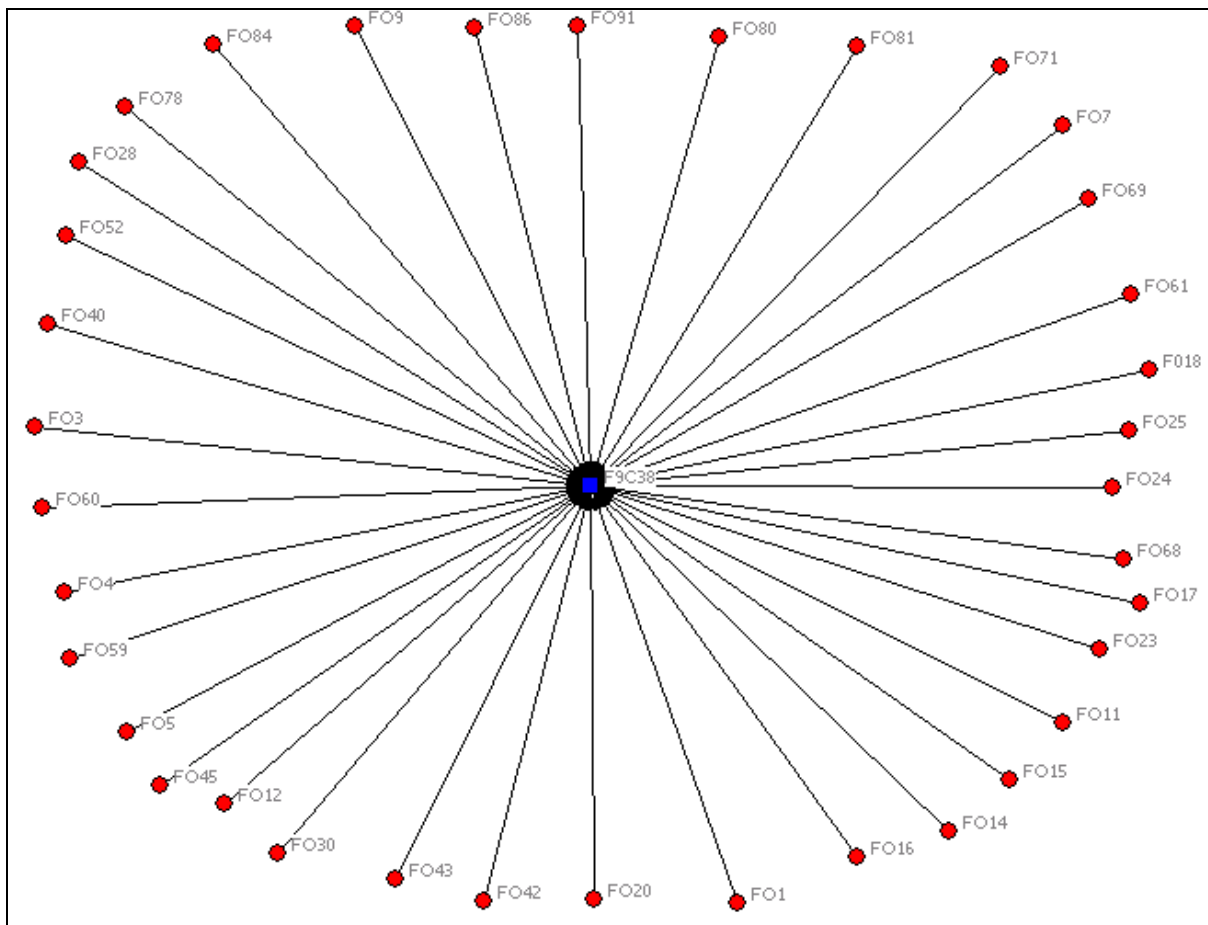


Figura 5 – Rede ego centrada em F9C38 e famílias de origem.

- F9C38.
- Família de origem.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Como representado na FIG. 5, o ator F9C38 fornecia para 36 famílias de origem, e essa informação confirma a indicação da frequência com que esse ator da rede poderia ter uma posição diferenciada. Entretanto, para realizar afirmações sobre a posição dos atores na rede, há que definir suas medidas de centralidade, ou seja, seu grau de centralidade, proximidade e intermediação. A rede geral de família-fornecedor tem a seguinte sequência dos 10 atores-família de origem⁵⁷ que possuíam os maiores graus de centralidade (*degree*): FO12 – 0,643; FO7- 0,536; FO5 e FO24 – 0,393; FO1 – 0,357; FO3 – 0,286; FO4 – 0,250; e FO11, FO14 e

⁵⁷ Os 10 maiores graus de centralidade (*degree*) desses atores dessa rede estão destacados em negrito na TAB. 60 do APÊNCICE M.

FO23 – 0,214 (APÊNDICE M). A sequência dos 10 atores-fornecedor⁵⁸ dessa rede que possuem os maiores graus de centralidade é a seguinte: F9C38 – 0,632; F7C31 e F10C46 – 0,333; F2C6 – 0,246; F27 – 0,211; F15 e F21 – 0,193; F5 e F16C75 – 0,175; e F18C92 – 0,158 (APÊNDICE N). A posição dos atores-famílias de origem e fornecedores mostra que na rede geral o fornecedor F9C38 tem a posição mais central. Entretanto, o nível da rede dos atores-famílias de origem registra os maiores graus de centralidade, sendo o menor grau registrado nesse nível da rede de 0,036. O nível da rede dos fornecedores tem como destaque F9C38, entretanto entre os outros nove maiores graus existem valores absolutos menores que os registrados no nível das famílias de origem, e o menor grau de centralidade registrado nesse nível é de 0,018. Portanto, pode-se afirmar, no que se refere a posição de centralidade dos atores que estruturam a rede geral família-fornecedor que os do nível família de origem são mais centrais em relação a todos os outros que os do nível fornecedor da rede, exceto o fornecedor de código F9C38.

A rede geral de família-fornecedor tem a seguinte sequência dos 10 atores-família de origem⁵⁹ que possuem os maiores graus de proximidade (*closeness*): FO12 – 0,903; FO7- 0,859; FO1 – 0,809; FO24 – 0,791; FO5 e FO3 – 0,765; FO4 – 0,71; FO11 – 0,711; FO14 – 0,704; e FO23 – 0,690 (APÊNDICE M). A sequência dos 10 atores-fornecedor⁶⁰ dessa rede que possuíam os maiores graus de proximidade é a seguinte: F9C38 – 0,750; F7C31 – 0,610; F10C46 – 0,603; F2C6 – 0,566; F15 e F21 – 0,555; F27 – 0,550; F16C75 – 0,539; F18C92 – 0,529; e F5 – 0,524 (APÊNDICE N). A posição dos atores famílias de origem e fornecedores mostra que, na rede geral, o fornecedor F9C38 é o mais próximo dos demais atores. Entretanto, o nível da rede dos atores-famílias de origem registra os maiores graus de proximidade, sendo o menor grau registrado nesse nível da rede de 0,488. O nível da rede dos fornecedores tem como destaque F9C38, entretanto, entre os outros nove maiores graus existem valores absolutos menores que os registrados no nível das famílias de origem, e o menor grau de proximidade registrado nesse nível é de

⁵⁸ Os 10 maiores graus de centralidade (*degree*) desses atores dessa rede estão destacados em negrito na TAB. 61 do APÊNDICE N.

⁵⁹ Os 10 maiores graus de proximidade (*closeness*) desses atores dessa rede estão destacados em negrito na TAB. 60 do APÊNDICE M.

⁶⁰ Os 10 maiores graus de proximidade (*closeness*) desses atores dessa rede estão destacados em negrito na TAB. 61 do APÊNDICE N.

0,411. Portanto, pode-se afirmar, no que se refere à posição de proximidade dos atores que estruturam a rede geral família-fornecedor, que os do nível família de origem são mais próximos de todos os outros que os do nível fornecedor dessa rede, exceto o fornecedor F9C38.

A rede geral de família-fornecedor tem a seguinte sequência dos 11 atores-família de origem⁶¹ que possuíam os maiores graus de intermediação (*betweenness*): FO12 – 0,179; FO7- 0,117; FO5 – 0,089; FO24 – 0,063; FO1 – 0,059; FO4 – 0,041; FO3 – 0,027; FO14 – 0,015; FO16 – 0,014; e FO11 e FO23 – 0,012 (APÊNDICE M). A sequência dos 10 atores-fornecedor⁶² dessa rede que possuíam os maiores graus de intermediação é a seguinte: F9C38 – 0,364; F10C46 - 0,138; F7C31 – 0,115; F27 – 0,087; F15 0,066; F2C6 – 0,061; F21 – 0,047; F16 – 0,038; F5 0,037; e F22 0,029 (APÊNDICE N). A posição dos atores-famílias de origem e fornecedores confirma que na rede geral a família de origem FO7 e FO12 exerciam papéis de intermediação entre os demais atores. Entretanto, o nível da rede dos atores-fornecedores registra maiores graus de intermediação que o nível de famílias de origem. Portanto, pode-se afirmar, no que se refere à posição de intermediação dos atores que estruturam a rede geral família-fornecedor, que os do nível fornecedor tinham o papel de intermediar mais vínculos que os do nível família de origem dessa rede, exceto as famílias de origem de códigos FO7 e FO12.

A rede geral de família-fornecedor tem, portanto, como atores centrais e mais próximos FO7, FO12 e F9C38. E na posição de intermediação da rede se destacam do nível fornecedor os atores F9C38 (0,364) e F10C46 (0,138), entretanto não se pode desconsiderar, do nível família de origem, da rede FO12 (0,179) e FO7 (0,117), que possuíam graus próximos dos maiores entre os atores do nível fornecedor da rede. Portanto, os atores mais bem posicionados na rede eram FO12, FO7 e F9C38, que inclusive tinham os maiores graus de centralidade, proximidade e intermediação e, além do destaque desses atores no que se refere aos demais, pode-se observar

⁶¹ Os 10 maiores graus de intermediação (*betweenness*) desses atores dessa rede estão destacados em negrito na TAB. 60 do APÊNDICE M.

⁶² Os 10 maiores graus de intermediação (*betweenness*) desses atores dessa rede estão destacados em negrito na TAB. 61 do APÊNDICE N.

Na representação gráfica da rede de fornecimento controlada pelos grupos de alta e média frequências, o ator F9C38 passa a conviver com outros componentes principais, que são os atores FO5, FO7 e FO12. A rede representada na FIG. 6 tinha 14 famílias de origem e 28 fornecedores, o que representa uma possibilidade máxima de 392 vínculos, entretanto a densidade dessa rede era de 0,288, ou seja, havia 113 vínculos entre famílias de origem e fornecedores. A rede de fornecimento das famílias de alta frequência está apresentada na FIG. 7.

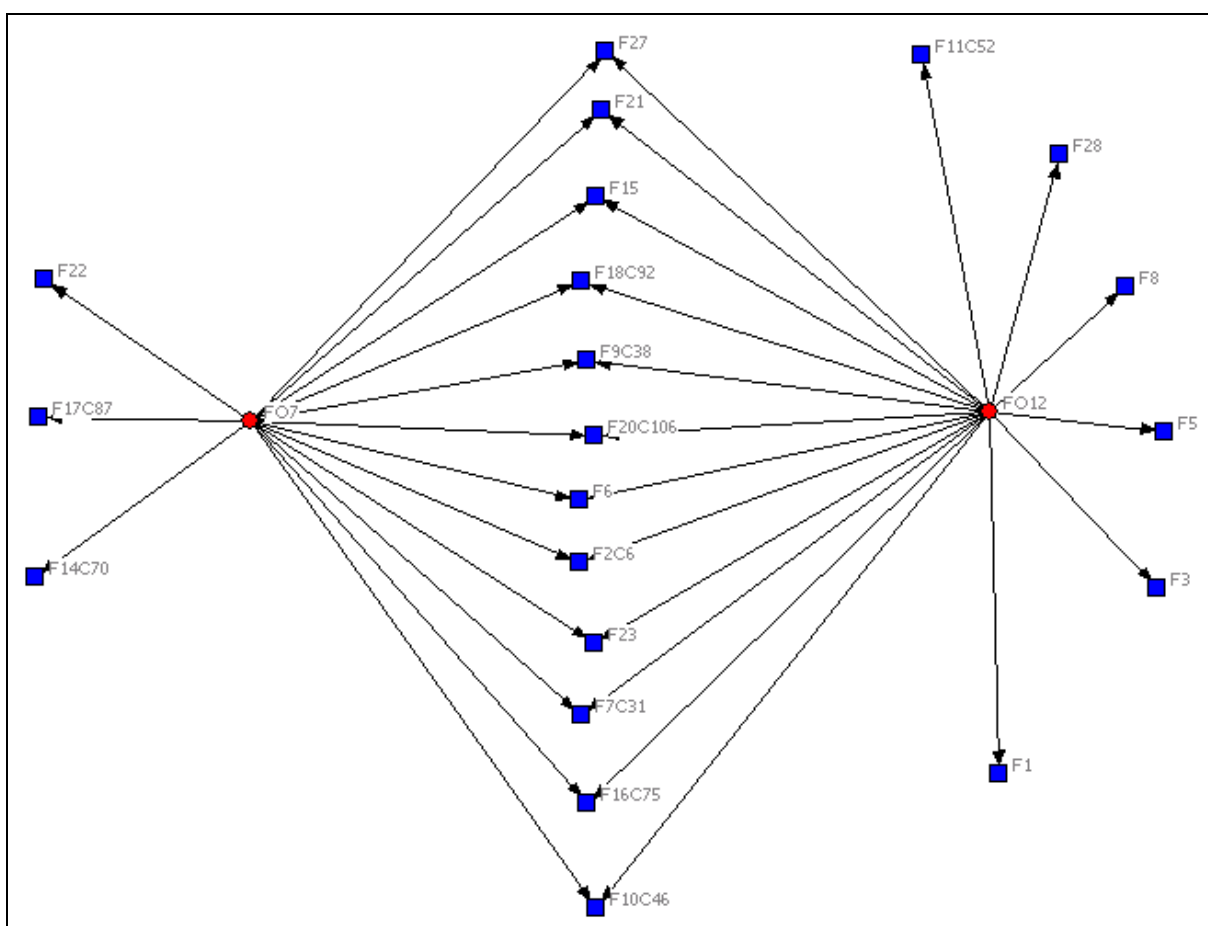


Figura 7 – Rede do grupo de alta frequência familiar e fornecedores de insumos.

- Fornecedores.
- Família de origem.

Fonte: Elaborado pelo autor.

As famílias de origem de códigos FO7 e FO12 tinham 21 fornecedores, o que representava uma possibilidade máxima de 42 vínculos, entretanto a densidade dessa rede era de 0,786, ou seja, haviam 33 vínculos entre essas famílias de origem e seus fornecedores. É evidente que a redução tanto de famílias quanto de fornecedores tem impacto direto na densidade das redes, entretanto se pode constatar, por um lado, que a rede geral família-fornecedor, em comparação com a rede do grupo de alta e média frequências familiares e de fornecedores, existia a manutenção da quantidade de fornecedores e uma redução de aproximadamente 75% das famílias de origem e, por outro lado, aumento aproximado de 134% da densidade da rede. Com relação à rede do grupo de alta frequência familiar e de fornecedores, por um lado, existe redução aproximada de 96,5% do número de famílias e de 25% dos fornecedores, em comparação com a rede geral família-fornecedor, e havia uma redução de 86% no número de famílias e de 25% dos fornecedores, em comparação com a rede dos grupos de alta e média frequências familiares e de fornecedores. Por outro lado, entre a rede do grupo de alta frequência familiar e de fornecedores em comparação com a rede geral família-fornecedor havia aumento aproximado da densidade de 639%, e em comparação com a rede do grupo de alta e média frequências familiares e de fornecedores existia um aumento aproximado da densidade de 173%.

A rede do grupo de alta e média frequências familiares e de fornecedores possibilita melhor compreensão da estrutura do mercado da tecelagem tradicional do município, e as medidas de centralidade, proximidade e intermediação confirmaram a posição diferenciada de FO12, FO7 e F9C38 (APÊNDICES O e P). Principalmente a rede do grupo de alta e média frequências familiares e de fornecedores destacava a posição do ator F9C38 (APÊNDICE P), que possuía medidas de centralidade maiores que os dois atores do nível familiar (APÊNDICE O). A rede do grupo de alta frequência familiar e de fornecedores de insumo não apresentava medidas representativas (APÊNDICES Q e R), pelo fato de existirem poucos vínculos, entretanto as medidas mostraram como a ligação com os atores modificava a proximidade e intermediação, por exemplo o fornecedor F1 tinha medidas de proximidades (0,840) maiores que as do fornecedor F22 (0,750), pelo fato de F1

estar conectado a FO12, que é mais central, próximo e intermediador do que FO7, além de representar a intermediação dos atores do nível de fornecimento que estão entre as famílias.

A rede família-fornecedor tinha como ator principal o fornecedor F9C38. Essa característica dessa rede expressa um possível reflexo estrutural de problemas e reclamações tanto de entrevistados quanto de trabalhadores da produção domiciliar sobre a falta de insumos. Entretanto, por um lado, a análise em separado da rede dos grupos de alta e média frequências de famílias de origem, que representavam 71,4% de todos os entrevistados, pode-se observar o destaque das famílias de origem de códigos FO5, FO7 e FO12. Por outro lado, quando foi montada a rede do grupo de alta frequência de famílias de origem, que representavam 33,9% de todos os entrevistados, as famílias de códigos FO7 e FO12 eram a base da estrutura da rede. Portanto, a representação gráfica mostra, de acordo com Bourdieu (2005a), que o campo econômico do fornecimento era composto por uma rede de atores em dois níveis, que eram a família e o fornecedor, e os atores F9C38, FO12 e FO7 eram os mais bem posicionados. Essa troca mercantil indica, de acordo com Granovetter (2002), que os indivíduos entrevistados estavam imersos em laços familiares que influenciavam sua racionalidade, principalmente por meio da posição de intermediação da família, que encurta o caminho entre os atores da rede família-fornecedor.

8.2 Rede família-comprador da produção domiciliar

A rede de compradores da produção domiciliar das famílias era uma representação gráfica e sociométrica que se referia aos dados extraídos dos questionários sobre os 635 entrevistados que o fizeram sobre 88 famílias de origem e dos 532 entrevistados que responderam sobre os compradores da produção domiciliar. Como descrito no capítulo 5, os entrevistados foram agrupados conforme os sobrenomes de origem paterna, o que representou 78 famílias de origem, e essas informaram vender para

154 compradores. A diferença entre os valores absolutos de famílias e compradores que compunham as relações representadas graficamente e medidas se deviam ao fato de que 10 entrevistados de 10 famílias não informaram sobre compradores, duas categorias de compradores foram excluídas, por representarem vários compradores e viajantes ou vendedores ambulantes, além de duas categorias de compradores que não estavam associadas a famílias de origem, pelo fato de essa informação não estar registrada nos respectivos questionários. A rede geral de relacionamento família de origem e compradores está representada na FIG. 8.

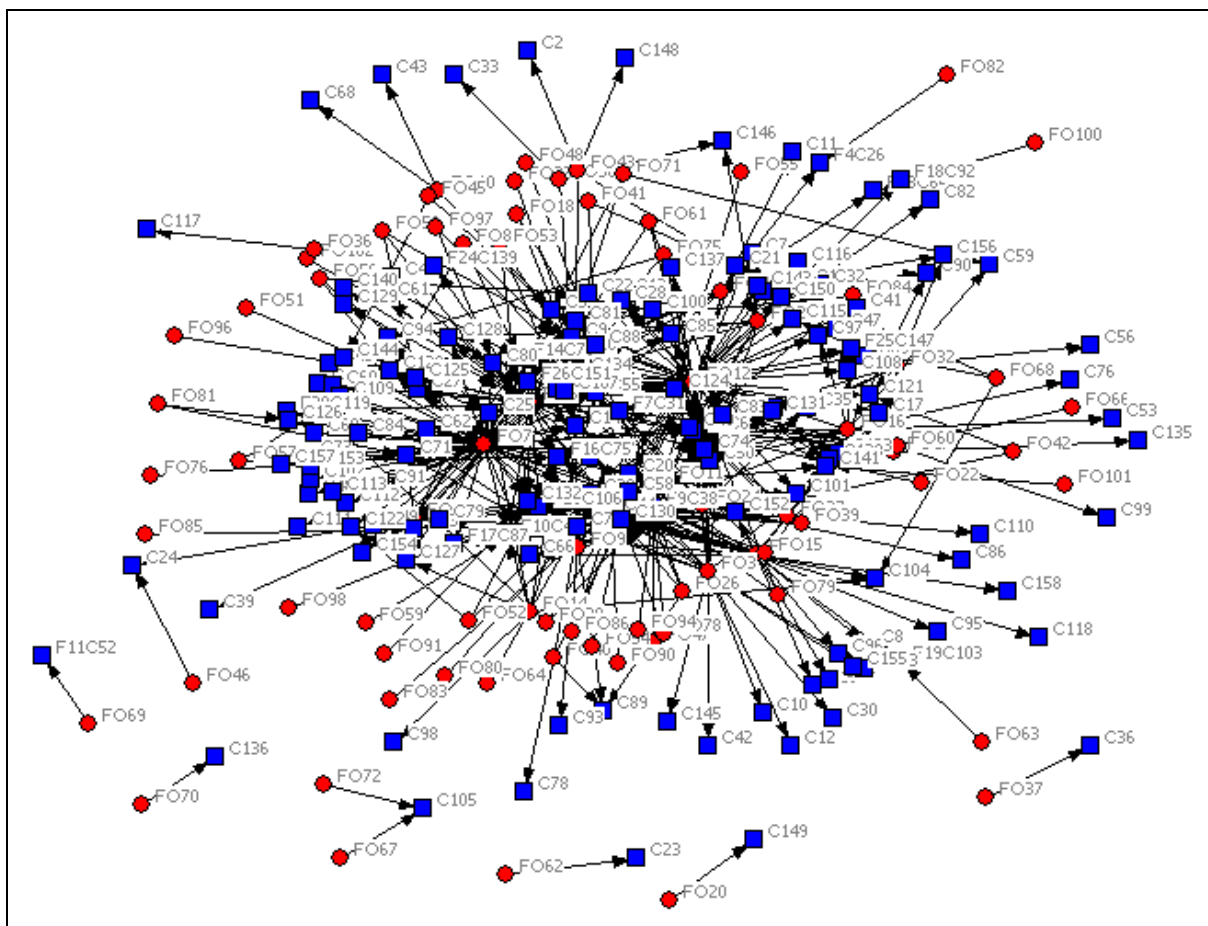


Figura 8 – Rede geral família-comprador.

- Compradores.
- Família de origem.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A representação gráfica confirma os dados de frequência de famílias de origem partena que possibilita identificar que as famílias FO12, FO7 e FO5 eram as mais frequentes e tinham posição importante na estrutura da rede que também pode ser observada com a rede ego centrada desses atores, conforme representado nas FIG.10, 11 e 12.

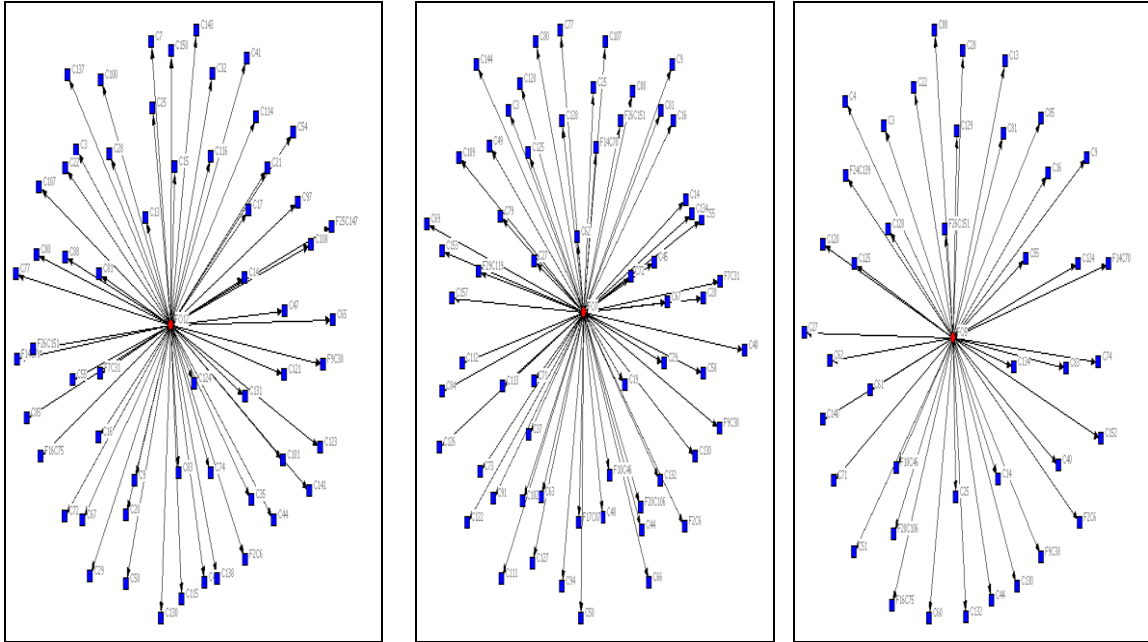




Figura 10 – Rede ego centrada em FO12 e famílias de origem. Figura 11 – Rede ego centrada em FO7 e famílias de origem. Figura 12 – Rede ego centrada em FO5 e famílias de origem.

-  Compradores.
-  Família de origem.

Fonte: Elaborado pelo autor.

O ator FO12 vendia para 58 compradores (FIG. 10), FO7 vendia para 62 (FIG. 11) e FO5 vendia para 41 (FIG. 12). Essas informações confirmam a indicação da frequência de que esses atores poderiam ter uma posição diferenciada. Entretanto, para fazer afirmações sobre a posição dos atores na rede, é preciso definir suas medidas de centralidade, ou seja, seu grau de centralidade, proximidade e intermediação. A rede geral família-comprador apresentava a seguinte sequência dos 10 atores-família de origem⁶³ que possuíam os maiores graus de centralidade

⁶³ Os 10 maiores graus de centralidade (*degree*) desses atores dessa rede estão destacados em negrito na TAB. 66 do APÊNCICE S.

(*degree*): FO7 – 0,403; FO12 – 0,377; FO5 – 0,266; FO1 – 0,162; FO3 – 0,130; FO24 – 0,110; FO9 – 0,097; FO4 – 0,084; e FO11 e FO16 – 0,078 cada (APÊNDICE S). A sequência dos 10 atores-comprador⁶⁴ dessa rede que possuíam os maiores graus de centralidade era a seguinte: F9C38 – 0,192; C130 – 0,179; C16, C40 e F2C6 – 0,154 cada; C44 – 0,141; C55 – 0,115; e C72, C74 e C14C70 – 0,103 cada (APÊNDICE T). A posição dos atores-famílias de origem e compradores confirma que na rede geral as famílias de origem FO7, FO12 e FO5 tinham uma posição central, sendo FO7 o ator mais central da rede. O nível da rede dos atores-famílias de origem registrava os maiores graus de centralidade, entretanto possuía o menor grau registrado em toda a rede, que era 0,006. O nível da rede dos compradores tinha como destaque F9C38 e o fato de que os graus com valores absolutos eram menores que os registrados no nível das famílias de origem. Entretanto, entre os atores compradores o menor grau de centralidade registrado (0,018) foi maior que o menor do nível família de origem (0,006). Portanto, pode-se afirmar, no que se refere à posição de centralidade dos atores que estruturam a rede geral família-comprador, que FO7, FO12 e FO5 eram mais centrais que todos os outros atores da rede, entretanto havia atores no nível comprador que eram mais centrais que alguns atores do nível família de origem.

A rede família-comprador tinha a seguinte sequência dos 10 atores-família de origem⁶⁵, que possuíam os maiores graus de proximidade (*closeness*): FO7 – 0,644; FO12 – 0,629; FO5 – 0,588; FO1 – 0,510; FO3 – 0,498; FO24 – 0,490; FO11 – 0,487; FO4 – 0,481; FO9 – 0,471; e FO16 – 0,461 (APÊNDICE S). A sequência dos 10 atores-comprador⁶⁶ dessa rede que possuíam os maiores graus de proximidade era a seguinte: C40 e F2C6 – 0,743 cada; F9C38 – 0,734; C130 – 0,723; C44 – 0,707; C16 – 0,694; C55 – 0,680; C81 – 0,675; C72 – 0,668; e F14C70 – 0,666 (APÊNDICE T). As medidas de posição de proximidade dos atores-famílias de origem e compradores apontaram que, na rede geral, os compradores C40 e F2C6 eram os mais próximos dos demais atores, e no nível da rede dos atores-famílias de

⁶⁴ Os 10 maiores graus de centralidade (*degree*) desses atores dessa rede estão destacados em negrito na TAB. 67 do APÊNDICE T.

⁶⁵ Os 10 maiores graus de proximidade (*closeness*) desses atores dessa rede estão destacados em negrito na TAB. 66 do APÊNDICE S.

⁶⁶ Os 10 maiores graus de proximidade (*closeness*) desses atores dessa rede estão destacados em negrito na TAB. 67 do APÊNDICE T.

origem os maiores graus eram de FO7 e FO12. O nível da rede dos compradores registra os maiores graus de proximidade, sendo o menor grau registrado nesse nível da rede 0,413. O nível da rede das famílias de origem tinha como destaque FO7, entretanto entre os outros nove maiores graus existiam valores absolutos menores que os registrados no nível dos compradores, e o menor grau de proximidade registrado nesse nível foi 0,287. Portanto, pode-se afirmar, no que se refere à posição de proximidade dos atores que estruturavam a rede geral família-comprador, que os atores do nível comprador eram mais próximos de todos os outros atores.

A rede geral família-comprador teve a seguinte sequência dos 10 atores-família de origem⁶⁷ que possuíam os maiores graus de intermediação (*betweenness*): FO7 – 0,306; FO12 – 0,275; FO5 – 0,149; FO1 – 0,099; FO3 – 0,068; FO4 – 0,056; FO24 e FO16 – 0,031; FO23 0,28; e FO9 – 0,025 (APÊNDICE S). A sequência dos 10 atores-fornecedor⁶⁸ que possuíam os maiores graus de intermediação era a seguinte: F9C38 – 0,061; F2C6 – 0,057; C40 – 0,053; C130 – 0,049; C16 – 0,047; C44 – 0,038; C72 e C81 – 0,033 cada; F14C70 – 0,032; e C55 – 0,027 (APÊNDICE T). Na rede geral família-comprador, os atores FO7, FO12 e FO5 exerciam o papel de intermediação entre os demais atores, ou seja, eles viabilizavam os menores caminhos da rede. O nível da rede dos atores famílias de origem registrava maiores graus de intermediação que o nível compradores. Portanto, pode-se afirmar, no que se refere à posição de intermediação dos atores que estruturam a rede geral família-comprador, que os atores do nível família de origem tinham o papel de intermediar mais vínculos que os do nível comprador dessa rede.

Portanto, a rede geral de família-comprador tinha como atores mais centrais os do nível família de origem, principalmente os atores FO7, FO12 e FO5; como atores mais próximos os do nível comprador, sobretudo, os atores C40, F2C6 e F9C38; e como atores mais intermediadores, os do nível de família de origem, principalmente

⁶⁷ Os 10 maiores graus de intermediação (*betweenness*) desses atores dessa rede estão destacados em negrito na TAB. 66 do APÊNDICE S.

⁶⁸ Os 10 maiores graus de intermediação (*betweenness*) desses atores dessa rede estão destacados em negrito na TAB. 67 do APÊNDICE T.

os atores FO7 e FO12. Portanto, os atores que mais se destacaram na rede foram, por um lado, do nível de família de origem FO7, FO12, FO5 e, por outro, do nível comprador C40, F2C6 e F9C38. Entretanto, no que se refere aos demais atores podê-se observar certa alternância da sequência decrescente em cada medição dos graus de centralidade, proximidade e intermediação da rede. Outro fato é que, de forma geral, os atores dos dois níveis eram mais próximos do que centrais e de intermediação, como pode ser constatado pelo valor absoluto das medidas de centralidade, proximidade e intermediação.

Como foram indicadas mudanças de fornecedores pela análise de frequência controlada pelos grupos de alta e média frequência de família de origem, a seguir está representada graficamente a rede de fornecimento dos grupos de alta e média frequências, com destaque para os principais componentes (FIG.13).

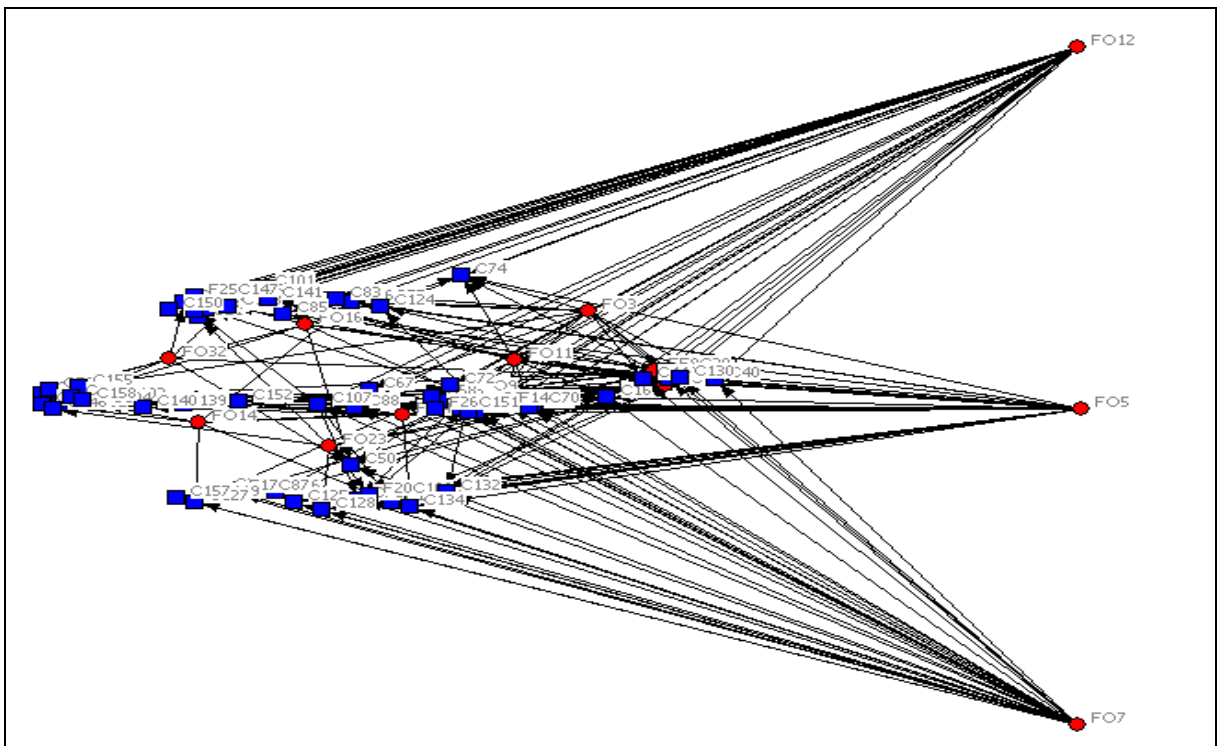


Figura 13 – Rede do grupo de alta e média frequência familiar e de compradores, com destaque para os principais componentes.

- Compradores.
- Família de origem.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Na representação gráfica da rede do grupo de alta e média frequências das famílias de origem e dos compradores da produção domiciliar os componentes principais permaneciam sendo FO7, FO12 e FO5. A rede mostrada na FIG. 13 tem 14 famílias de origem e 139 compradores, o que representa uma possibilidade máxima de 1.946 vínculos, entretanto a densidade desta rede é de 0,160, ou seja, existiam 311 vínculos entre famílias de origem e compradores. A rede do grupo de alta frequência familiar e de compradores está apresentada na FIG. 14.

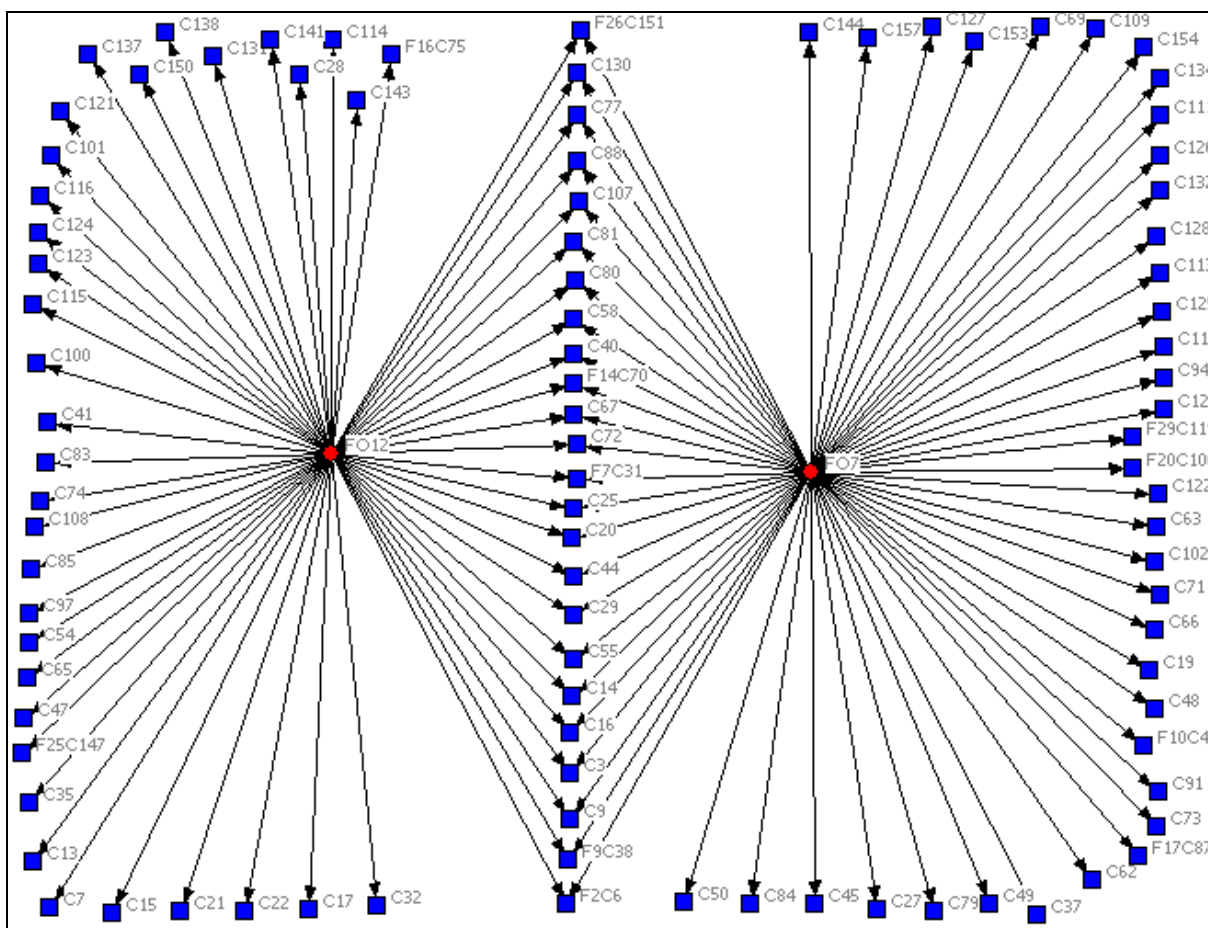


Figura 14 – Rede do grupo de alta frequência familiar e de compradores.

- Compradores.
- Família de origem.

Fonte: Elaborado pelo autor.

As famílias de origem de códigos FO7 e FO12 tinham 96 compradores, o que representa uma possibilidade máxima de 192 vínculos, entretanto a densidade dessa rede é de 0,625, ou seja, existiam 120 vínculos entre essas famílias de origem e seus compradores. É evidente que a redução tanto de famílias quanto de fornecedores tem impacto direto na densidade das redes, entretanto se pôde constatar, por um lado, que a rede geral família-comprador, em comparação com a rede do grupo de alta e média frequências familiares e de compradores, apresentou uma redução de aproximadamente 11% da quantidade de compradores e 82% das famílias de origem e, por outro lado, um aumento aproximado de 344% da densidade da rede. Com relação à rede do grupo de alta frequência familiar e dos compradores, por um lado, existe queda aproximada de 97,5% do número de famílias e de 38% dos compradores em comparação com a rede geral família-comprador, houve redução aproximada de 86% do número de famílias e de 31% dos compradores, em comparação com a rede do grupo de alta e média frequências familiares e de compradores. Todavia, a rede do grupo de alta frequência familiar e de compradores, em comparação com a rede geral família-comprador, havia aumento aproximado da densidade de 1.636% e, em comparação com a rede do grupo de alta e média frequências familiares e de compradores houve aumento aproximado da densidade de 291%.

A rede do grupo de alta e média frequências familiares e de compradores possibilita uma melhor compreensão da estrutura do mercado da tecelagem tradicional do município, e as medidas de centralidade, proximidade e intermediação confirmam a posição diferenciada no nível da família de origem de FO7, FO12 e FO5 e no nível do comprador de C40, F2C6 e F9C38 (APÊNDICE U e V). A rede do grupo de alta frequência familiar e de compradores não apresentava medidas representativas (APÊNDICES Q e R), pelo fato de existirem poucos vínculos em comparação com a rede geral, entretanto as medidas mostravam como a ligação com os atores modificavam a proximidade e intermediação, por exemplo, do comprador C19, que tinha medidas de proximidade (0,733) maiores que as do comprador C21 (0,711), pelo fato de C19 estar conectado a FO7, que era mais central, próximo e

intermediador do que FO12, além de representar a intermediação dos atores do nível de fornecimento que estão entre as famílias.

A rede geral de família-comprador tinha como destaque os componentes principais, que eram os atores FO7, FO12 e FO5. Essa característica dessa rede expressava um possível reflexo estrutural de características do mercado da tecelagem tradicional de Resende Costa (MG). Os dados apresentados na TAB. 17 indicam que 16,9% dos entrevistados definiam a tradição familiar como a principal motivação para ingressar no mercado, já os dados apresentados na TAB. 18 apontam que 61,9% dos entrevistados foram socializados no trabalho com familiares e, principalmente, na mudança dos principais compradores, quando essa variável foi controlada pelos grupos de frequência de famílias de origem. Portanto, os resultados das medidas dos atores na rede geral família-comprador que identificam os atores do nível família de origem como os mais centrais e encurtam os caminhos da rede com sua intermediação confirmam a indicação de frequência que apontava a família como o laço de influência da ação econômica, mas também identificam os atores do nível comprador como os mais próximos de todos os atores, por propiciarem o escoamento da produção da maioria dos domicílios.

As redes representadas graficamente mostram, portanto, a estrutura social do mercado da tecelagem tradicional, especificamente a partir de relações de troca mercantil nos momentos de compra de insumos e venda da produção domiciliar. Essa estrutura, entretanto, não é a única, de acordo com Smelser e Swedberg (1994), já que o foco de análise da rede nesses processos econômicos permite afirmar que as redes de famílias mais frequentes eram mais densas e aproximavam mais as conexões e interações entre a economia e a sociedade. A posição dos atores de origem, principalmente FO7 e FO12, em especial na posição de intermediação, mostra que esses encurtavam os caminhos entre todos os outros atores e indicam que, de acordo com Granovetter (1973), as ações nesse mercado estavam inseridas em estruturas familiares de relações e intercâmbios socioeconômicos.

9 CONCLUSÕES, CONTRIBUIÇÕES E CONTINUIDADE

Os colonizadores de meados do século XVIII da região do município analisado ao introduzirem o conhecimento e a técnica artesanal possibilitaram o desenvolvimento de produtos para abastecer o vilarejo e as propriedades rurais desse território. Nesse sentido, o perfil do trabalhador e para quem os produtos eram destinados está ligado a um mercado específico desse período. As variáveis históricas do município têm sua origem em 1749, quando foi erguida uma capela no lugar denominado “Lage”. A origem atual do nome do município está no fato de dois de seus primeiros moradores terem ligado seus nomes à história de Minas Gerais e do país com o envolvimento na Inconfidência Mineira. Essas variáveis históricas são decorrentes da herança da colonização portuguesa e da exploração do ouro que trouxe escravos, senhores de engenho e, também, seus teares para Resende Costa (SANTOS; SILVA, 1997).

A compreensão das pressões sociais que demandaram alternativas de soluções e suas conseqüentes decisões pode ser feita a partir da análise do processo de transformação não só da produção tradicional como uma organização que busca a eficiência econômica, mas da comunidade local desde sua ocupação em meados do século XVIII. A localidade que atualmente é o município de Resende Costa (MG) já teve várias atividades produtivas que fomentaram organizações para atender não só a demanda de um mercado temporal, mas, principalmente, às necessidades da comunidade não só por mercadorias, ou seja, para o consumo, mas para atender às demandas sociais da comunidade de geração de trabalho e renda, que viabilizaram a subsistência dos trabalhadores locais. Por exemplo, no século XVIII as organizações locais eram elos verticais do sistema de exploração do ouro, abastecendo de produtos agropecuários Tiradentes e São João Del Rei. No século XX eram elos verticais da indústria têxtil mineira, principalmente a partir da proximidade com o município de São João Del Rei, o que possibilitou o reaproveitamento do refugio de malharia de seu parque fabril obsoleto (SANTOS; SILVA, 1997). Essa localidade vivenciou, em seu processo histórico, organizações sociais que lidaram com relações de trabalho-escravo até a produção domiciliar e a

organização burocrática comercial do mercado da tecelagem tradicional do município neste início do século XXI.

A característica tradicional e familiar desse mercado não inibiu uma organização informal que conjuga talento artístico, contratações, aquisição de matérias-primas, produção e lucro por meio de uma produção têxtil tradicional nesse território, que propicia melhoria da qualidade dos produtos e de vida dos grupos sociais envolvidos. A gestão desses negócios utiliza atualmente práticas como a divisão das tarefas e a especialização do trabalho, controle rígido da produção e salário baseado em produtividade.

As redes de família-fornecedor e família-comprador da produção domiciliar desse mercado não ocorreram via ator de fomento regional. Inclusive, a falta de um ator responsável pela regulamentação e garantia dos direitos individuais dos trabalhadores fortalecem a imersão tradicional da instituição familiar nessas redes, mas que não garante a negociação para a resolução das disfunções burocráticas apontadas pelos dados. O ponto de convergência que possibilitou a aglomeração de empreendimentos de base artesanal são aspectos referentes à sua singularidade tradicional e oportunidades econômicas imersas em laços fortes, mas que também foram organizadas burocraticamente, o que propiciou o estabelecimento e estruturação de um mercado municipal de tecelagem tradicional.

O desenvolvimento socioeconômico desse mercado pode ser compreendido a partir dos empreendimentos que se materializaram em novas combinações desenvolvidas pelos comerciantes locais, que atuam com sua racionalidade empreendedora e burocrática. Por exemplo, a proximidade geográfica de polos produtivos da indústria têxtil mineira de meados do século XX como São João Del Rei, Divinópolis e Juiz de Fora possibilitou o aproveitamento do refugo das malharias como matéria-prima para sua produção na tecelagem tradicional (SANTOS; SILVA, 1997). Essa nova combinação da ferramenta tear de madeira com o refugo da indústria têxtil é fruto de

tomadas de decisões, que foram realizadas por comerciantes com o intuito de viabilizar a produção em massa. Atualmente ocorrem novas combinações dos fatores de produção e de novas formas de organização do trabalho executadas pelos comerciantes locais, o *homo economicus* imerso nesse território municipal repleto de relacionamentos sociais. Nas últimas décadas, o sistema de produção da tecelagem tradicional desse município vem sofrendo modificações em sua cadeia de produção. Não só em relação aos insumos, como o algodão, que antes era cultivado na região e hoje não é mais, como também no perfil do trabalho e nas características dos processos. O processo de divisão e especialização do trabalho que vem ocorrendo nas últimas duas décadas nesse mercado foi gerado pela busca de uma produção em grande escala ou em massa para atender às demandas sociais do mercado turístico regional.

A divisão e especialização são um fato importante para compreender a realidade das mudanças que estão ocorrendo e viabilizando ganhos de produtividade via escala e diversificação de produtos nas organizações do mercado local. Além de ser uma contradição que se coloca ao sistema de produção tradicional, já que o artesanato clássico vem sendo substituído por classes de trabalhadores especializados em determinadas atividades do processo de produção ou, até mesmo, por produtos. O processo de divisão e especialização ocorreu nas atividades tecnológicas da organização e viabilizou a criação e padronização de rotinas de trabalho. Essas ações foram possíveis com a racionalização das entradas e a potencialização e expansão das saídas viabilizadas pelo desenvolvimento do polo turístico de São João Del Rei e Tiradentes. Essa realidade da cadeia produtiva turística regional foi associada com questões logísticas, como o desenvolvimento da malha de transporte terrestre em meados da década de 1980 nessa região, da expansão dos serviços dos correios e de transportadoras locais que viabilizaram uma distribuição mais eficiente da produção local.

O que se observa nas relações de trabalho e produtivas do mercado analisado é que há uma conciliação, mesmo que assimétrica, do interesse individual do *homo*

economicus e da população local. Os comerciantes buscaram maximizar seus lucros, a partir de uma base comum de conhecimento tradicional que viabilizou a remuneração da força de trabalho local, que é a detentora desse saber e, com isso, proporcionou a melhoria da qualidade de vida da população e evitou movimentos migratórios para grandes centros urbanos brasileiros na busca por trabalho. Tanto o trabalhador do sistema de produção da tecelagem tradicional quanto os proprietários dos fatores de produção foram afetados em suas ações e atitudes por relações sociais, como no recrutamento de trabalhadores ou na subcontratação de subunidades de certas famílias ou de indivíduos de certas localidades da zona rural do município que têm reconhecimento local de *background* artesanal. A base familiar e dos demais grupos sociais geraram, também, aumento da confiança entre os atores que compõem essa rede social.

A hierarquia que foi formalizada em um sistema de produção gerou consequências sociais, principalmente no aspecto das ocupações e do perfil dos trabalhadores. Os tecelões e fiadores do século XVIII no final do século XX eram trabalhadores especializados do sistema de produção que se dividiu e se especializou para viabilizar a produção em massa de mercadorias de baixo custo unitário. As transações entre as subunidades especializadas foram identificadas por famílias de tecelões que no momento exerciam a função social de proprietário dos estabelecimentos comerciais que coordenavam uma organização produtiva informal hierarquizada entre o comerciante e os produtores. Os comerciantes exercem seu poder hierárquico a partir do conhecimento sobre os canais de fornecimento e consumo, portanto representam um elo entre a demanda e a oferta do mercado com a produção domiciliar.

A estruturação ou reestruturação do mercado da tecelagem tradicional local em uma rede semiautônoma hierarquizada de atores sociais, com papéis definidos no sistema produtivo, ocorreu com a divisão e especialização do trabalho, que é um acervo comum do conhecimento produtivo tradicional, que foi organizado burocraticamente pelos proprietários dos estabelecimentos comerciais e regulado

pela força dos laços fortes. Essa transformação de produção doméstica para uma das principais atividades econômicas do município decorreu de sua singularidade tradicional nos últimos dois séculos. A busca pela sobrevivência de indivíduos em sua terra natal tornou natural o processo de transformação da produção doméstica em uma genuína manufatura têxtil, que é estruturada sutilmente por meio de uma teia de relações familiares. Essa produção estava instalada em domicílios, e sua organização gerava conflitos de poder econômico entre seus atores.

A racionalização burocrática da estrutura social e produtiva do mercado da tecelagem tradicional local ocorreu em uma manufatura de produção em massa de baixo custo unitário, que foi um diferencial competitivo que viabilizava seu sucesso e sobrevivência. Entretanto, essa racionalização técnica produtiva e burocrática pode ter estimulado disfunções como a perda do conhecimento produtivo bicentenário, que foi herdado da singularidade tradicional desse mercado. O sistema produtivo que se configura de forma semiautônoma era controlado pela organização burocrática com uma técnica racional e intencional de remuneração variável a partir da produtividade, que levou, também, à ocorrência da disfunção do adoecimento dos trabalhadores. Entretanto, a atuação da organização burocrática nesse contexto local não foi a única forma de controle social, que também era exercido por famílias que encurtavam os caminhos para a comercialização daqueles que pretendiam sobreviver nesse mercado, estruturado em redes de família-fornecedor e família-comprador.

A absorção da lógica de padronização da produção como solução ótima do setor produtivo capitalista é contraditória à especificidade desse sistema, que tomava essa realidade como verdadeira sem sequer questionar sua aplicabilidade para a realidade social em que estava imersa, além de desconsiderar sua capacidade de inovação comprometida com a transformação em andamento, que buscava simplificação e padronização do processo produtivo e decisório do mercado local. O caso desse mercado indica que a organização econômica informal não impediu o desenvolvimento e eficiência econômica de uma organização burocrática que estava

implícita na formalização de um estabelecimento comercial, mas que seus tentáculos se espalhavam por várias organizações produtivas domiciliares informais no perímetro urbano do município. Esse mercado foi construído socialmente desde meados do século XVIII com a produção domiciliar autônoma, que teve o trabalho social dividido e especializado durante aproximadamente dois séculos, o qual foi organizado burocraticamente no final do século XX e teve garantido seu funcionamento normal, mesmo em momentos como da grande expansão da década de 2000, com a ordem social, de acordo com Durkheim (1999), por meio da disciplina moral que foi proporcionada por redes familiares que regulavam e garantiam os direitos dos indivíduos que pretendiam ingressar nesse mercado por meio de atores centrais, próximos e que exerciam a intermediação dos seus interesses econômicos.

As organizações na rede analisada são elos entre a microesfera econômica e a sociedade local, que durante seu processo de desenvolvimento tiveram, por meio de suas organizações burocráticas, que resolver problemas que foram estímulos de programas de ações organizacionais influenciadas por valores e normas sociais. Os conceitos de redes sociais foram importantes para compreender o processo decisório de desenvolvimento econômico desse mercado local.

O processo de burocratização pode ser visto, conforme Prates (2000), como de dominação e disciplina da força de trabalho, por um lado, como tentativa de reestruturação da base de autoridade no interior organizacional e, por outro lado, tentativa de ocupar espaço mais central na sociedade política, para legitimar sua autoridade na sociedade global. A busca pela burocratização das organizações do mercado da tecelagem tradicional local pode ser compreendida da mesma forma, ou seja, pode ter sido motivada pela absorção da lógica, de forma comparativa, por parte do comerciante de que, dividido e especializado, o trabalho vivo poderia ser controlado, além de ser dominado pela falta de conhecimento de todo o processo produtivo. A utilização da racionalidade técnica ou a opção por essa escolha então não seria justificada simplesmente pela eficiência econômica, mas, também, pela

relação de poder na coletividade envolvida e institucionalizada no sistema de produção têxtil tradicional. Entretanto, não se pode esquecer de que a divisão do trabalho social nesse mercado, de acordo com Durkheim (1999), não uniu os indivíduos só por alguns instantes. Esta organização estava imersa na vida dos moradores desses domicílios produtores, portanto são consequência, também, de uma ação coletiva e reguladora de suas famílias de origem.

A organização social desse mercado era caracterizada por produção domiciliar dispersa e organização burocrática central que controlava os serviços produtivos. Entretanto, a construção social desse mercado demandou laços e, conseqüentemente, confiança entre os elos da cadeia de produção da tecelagem tradicional local e, também, internamente nos elos entre os indivíduos que a compõem e que foram coordenados pelos fornecedores de insumos e compradores da produção domiciliar. A localização dos elos do mercado da tecelagem tradicional analisada configura a materialização e legitimação de uma identidade regional que ocorre com a articulação entre o capital social das famílias e as demandas do mercado de consumo.

A construção social desse mercado foi concretizada pela divisão do trabalho social dos moradores do município em seus domicílios, que foram organizados burocraticamente pelos comerciantes e regulados moralmente pelos laços familiares. Entretanto, as disfunções e os problemas vivenciados tanto pelos produtores quanto pelos comerciantes indicam a necessidade de políticas públicas em prol do desenvolvimento local sustentável e para a resolução dos problemas coletivos. Portanto, esta tese explica o desenvolvimento econômico da tecelagem tradicional do município mineiro de Resende Costa, considerando o mercado como construção social e contribui teoricamente para nova sociologia econômica, com a aplicação de um método quantitativo que representa, graficamente, a estrutura social do mercado e demonstra a centralidade de seus atores. Seu principal resultado é a identificação da conexão existente entre tradição e modernidade, que foi possível com a inserção social da família no mercado turístico regional, que teve ênfase nos fornecedores de

insumos do processo produtivo tradicional têxtil que foi estruturado em redes de famílias e comerciantes com densidades diferenciadas a partir da especificidade deste mercado como uma construção social. Nesse mercado ficou evidente, de acordo com Abramovay (2009), que o comportamento dos indivíduos, com relação ao uso de seus recursos materiais e financeiros, não se formou sobre a base da autonomia da esfera econômica na vida social. As ações e interações dos indivíduos nesse território referentes ao mercado da tecelagem tradicional mostraram que a ação econômica tem significado e foi construída na relação entre atores e instituições.

Entretanto, a análise do mercado da tecelagem tradicional de Resende Costa (MG) como construção social deixa uma curiosidade sobre esse e duas dúvidas sobre sua organização. Esse mercado continua em construção e como um processo social, vai-se desenvolver; e nesse sentido reside a curiosidade, que está na constatação de qual será o caminho escolhido pelos atores locais. As dúvidas estão na essência da discussão de Selznick (1971) sobre o processo de institucionalização organizacional. Portanto, será que a tecelagem tradicional passou por um processo de institucionalização organizacional? Se a resposta for positiva, quem foi a liderança administrativa?

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. Anticapitalismo e inserção social dos mercados. **Tempo Social - Revista de sociologia da USP**, v. 21, n. 1, p. 65-87, jun. 2009.

ABRAMOVAY, R. Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social – Revista de Sociologia da USP**, v. 16, n. 2, p. 35-64, nov. 2004.

ABREU, J. C. **Estratégia e oportunidades locais: um estudo sobre rede dinâmica em aglomerados de empreendedores de base artesanal**. 2002. 349 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

ÁLVARES, L. C.; CARSALARDE, F. de L. Planejamento e gestão de políticas públicas para o turismo sustentável: o caso do Programa Estrada Real. **Puc Minas – Revista de Turismo**, v. 1, n. 1 – Nov. 2005. Disponibilidade e acesso: <http://www.turismo.pucminas.br/r1n1/artigo_10.pdf> Acesso em: 16 jan. 2008.

AMATO NETO, J. **Redes de cooperação produtiva e clusters regionais: oportunidades para as pequenas e médias empresas**. São Paulo: Atlas/Fundação Vanzolini, 2000.

BABBIE, E. **Métodos de pesquisas de survey**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999a.

BABBIE, E. **The practice of social research**. 8. ed. Califórnia: Wadsworth Publishing, 1999b.

BAIR, J. Analysing economic organization: embedded networks and global chains compared. **Economy and Society**, v. 37, n.3, p. 339-364, aug. 2008.

BAIARDI, A.; LANIADO, R. N. Redes e associativismo em uma sociedade globalizada: novas atitudes da classe empresarial na Bahia. **Caderno CRH**, Salvador, v. 19, n.46, p. 111-121, jan. –abr. 2006.

BARNARD, C. I. Considerações preliminares sobre os sistemas cooperativos. In: BARNARD, C. I. **As funções do executivo**. São Paulo: Editora Atlas, 1971. p. 13-76.

BECKER, G. S. **The economic approach to human behavior**. Chicago-IL: The University of Chicago Press, 1976.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. 8. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1990. p. 35-172.

BORGATTI, S. P.; EVERETT, M. G. Network analysis of 2-mode data. **Social Networks**, v.19, n.3, p. 243-269, aug. 1997.

BORGATTI, S. P.; EVERETT, M. G.; FREEMAN, L. C. **UCINET 6 for Windows – Software for Social Network Analysis**. Harvard: Harvard Analytic Technologies, 2002.

BOURDIEU, P. O campo econômico. **Política & Sociedade**, v.1, n.6, p.15-57, abr., 2005a.

BOURDIEU, P. **The social structures of the economy**. Cambridge: Polity Press, 2005b.

BOURDIEU, P. The forms of capital. In: BIGGART, Nicole (Org.). **Readings in economic sociology**. Malden-MA: Blackwell Publishers, 2002. p. 280-291.

BREIGER, R. The duality of persons and groups. **Social Forces**, v. 53, n. 2, p. 181-190, dec. 1974.

CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M. O enfoque em sistemas produtivos e inovações locais. In: FISCHER, T. **Gestão do desenvolvimento e poderes locais: marcos teóricos e avaliação**. Salvador: Casa da Qualidade, 2002. p. 61-76.

CARVALHO, B. S. As condições sociais da ação instrumental: problemas na concepção sociológica da Teoria da Escolha Racional. **Dados**, v. 50, n. 4, p.827-862, 2007.

CIDADES@. Desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Apresenta a compilação e tratamento de várias bases de dados do IBGE, inclusive com funcionalidade de comparação de dados entre municípios do mesmo Estado. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>> Acesso em 18 fev. 2010.

COLEMAN, J. S. **Foundations of social theory**. Cambridge: Havard University Press, 1990.

CONTI, S. Espaço global *versus* espaço local: perspectiva sistêmica do desenvolvimento local. In: DINIZ, C. C.; LEMOS, M. B. (Org.). **Economia e território**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005. p. 209-252.

COSTA NETO, P. L. O. **Estatística**. 17. reimp. São Paulo: Ed. Edgard Blücher LTDA, 1999.

CROCCO, M. A; GALINARI, R.; SANTOS, F.; LEMOS, M. B.; SIMÕES, R. Metodologia de identificação de aglomerações produtivas locais. **Nova Economia**, v. 16, n. 2, p.211-241, maio-ago. 2006.

CYERT, R. M.; MARCH, J. The behavioral theory of the firm: a behavioral science – economics amalgam. In: COOPER, W. W.; LEAVITT, H. J.; SHELLY II, M.W. (Ed.). **New perspectives in organization research**. New York, John Wiley, 1964. p. 289-299.

CROZIER, M. **O fenômeno burocrático**. Brasília: Ed. Universitária de Brasília, 1981.

DICKEN, P.; KELLY, P. F.; OLDS, K.; YEUNG, H. W.-C. Chains and networks, territories and scales: towards a relational framework for analyzing the global economy. **Global Networks**, v. 1, n. 2, p. 89-112, 2001.

DIMAGGIO, P; LOUCH, H. Socially embedded consumer transactions: for what kinds of purchases do people most often use networks? **American Sociological Review**, v. 63,p.656-673, 1998.

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. A gaiola de ferro revisada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 45, n. 2, p. 74-89, abr./jun. 2005.

DINIZ, C. C.; SANTOS, F.; CROCCO, M. A. Conhecimento, inovação e desenvolvimento regional/local. In: DINIZ, C. C.; CROCCO, M. (Org.) **Economia regional e urbana: contribuições teóricas recentes**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p.87-122.

DURKHEIM, É. **Da divisão do trabalho social**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ELSTER, J. **Peças e engrenagens das ciências sociais**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

ESTADOS@. Desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Apresenta a compilação e tratamento de várias bases de dados do IBGE sobre o Brasil e seus Estados confederados. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/>> Acesso em: 22 fev. 2010.

EVANS, P. **Autonomia e parceria: Estados e transformação industrial**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

FREEMAN, L. C. Centrality in social networks: conceptual clarification. In: SCOTT, J. (Ed.) **Social network: critical concepts in sociology**. London: Routledge, 2002. p. 238-263. (Volume I).

FREEMAN, L.C.; ROEDER, D.; MULHOLLAND, R. R. Centrality in social networks: ii. experimental results, **Social Networks**, v.2, n.2, p. 119-141, 1980.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO – FJP. *Software livre*. Versão 2009. Belo Horizonte, 2009. Disponível em: <<http://www.fjp.gov.br/index.php/servicos/82-servicos-cepp/956-indice-mineiro-de-responsabilidade-social-imrs>> Acesso em: 7 jan. 2010.

FUKUYAMA, F. **Confiança**: as virtudes sociais e a criação da prosperidade. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

GALDÁMEZ, E. V. C.; CARPINETTI, L. C. R.; GEROLAMO, M. C. Proposta de um sistema de avaliação do desempenho para arranjos produtivos locais. **Gestão & Produção**, v. 16, n. 1, p. 133-151, jan./mar. 2009.

GEREFFI, G. The organization of buyer-driven global commodity chains: how U.S. retailers shape overseas production. In: GEREFFI, G.; KORZENIEWICZ, M. **Commodity chains and global capitalism**. London: Praeger Publishing, 1994. p. 95-122.

GEREFFI, G., KORZENIEWICZ, M.; KORZENIEWICZ, R. P. Introduction: Global Commodity Chains. In: GEREFFI, G.; KORZENIEWICZ, M. **Commodity chains and global capitalism**. London: Praeger Publishing, 1994. p. 1-14.

GEROLAMO, M. C.; CARPINETTI, L. C. R.; FLESCHUTZ, T.; SELIGER, G. Clusters e redes de cooperação de empresas e médias empresas: observatório europeu, caso alemão e contribuições ao caso brasileiro. **Gestão & Produção**, v.15, n. 2, p. 351-365, maio/ago. 2008.

GIDDENS, A. **Capitalismo e moderna teoria social**: Uma análise das obras de Marx, Durkheim e Max Weber. 3. ed. Lisboa: Presença, 1990.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2006.

GRANOVETTER, M. Business groups. In: SMELSER, N.; SWEDBERG, R. (Eds.). **The handbook of economic sociology**. Princeton – New York: Princeton University Press, 1994. p. 453-475.

GRANNOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. In: BIGGART, N. (Eds.). **Readings in economic sociology**. Malden-MA: Blakwell Publishers, 2002. p.154-167.

GRANNOVETTER, M. The sociological and economic approaches to labor market analysis: a social structural view. In: GRANNOVETTER, M.; SWEDBERG, R. (Eds.). **The sociology of economic life**. Boulder: Westview Press, 1992. p. 233-264.

GRANNOVETTER, M. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, v. 78, n. 06, p. 1360-1380, may 1973.

HADDAD, P. R. Força e fraqueza dos municípios de Minas Gerais. **Cadernos BDMG**, n.8, p.7-46, abril 2004.

HANNEMAN, R. A.; RIDDLE, M. **Introduction to social network methods**. Riverside, CA: University of California, Riverside, 2005. Disponível em: <http://www.faculty.ucr.edu/~hanneman/nettext/> Acesso em 18 de maio de 2009.

HASSLER, M. The global clothing production system: commodity chains and business networks. **Global Networks**, v. 3, n. 4, p. 513-531, 2003.

HOPKINS, T. K.; WALLERSTEIN, I.. Commodity chains in the capitalism world-economy prior to 1800. In: GEREFFI, G.; KORZENIEWICZ, M. (Ed.). **Commodity chains and global capitalism**. London: Praeger Publisher, 1994. p. 17-50.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo Demográfico 2000**. Estatísticas. Brasília, 2000. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/default.php> Acesso em: 7 fev. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Contagem da População**. Estatísticas. Brasília, 2007a. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/default.shtm> Acesso em: 10 nov. 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Produto Interno Bruto do Municípios Brasileiros**. Estatísticas. Brasília, 2007b. Disponível

em:

http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/pibmunicipios/2003_2007/defaulttab.shtm Acesso em: 15 fev. 2009.

JACKSON, P. Commercial cultures: transcending the cultural and the economic. **Progress in Human Geography**, v. 26, n.1, p. 3-18, 2002.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: EPU, 1980.

KIELY, R. Globalization, post-fordism and the contemporary context of development. **International Sociology**, v. 13, n.1, p. 95-115, 1998.

KORZENIEWICZ, M. Commodity chains and marketing strategies: nike and the global athletic footwear industry. In: GEREFFI, G.; KORZENIEWICZ, M. **Commodity chains and global capitalism**. London: Praeger Publishing, 1994. p. 247-265.

LEMOS, M. B. Desenvolvimento econômico e a regionalização do território. In: DINIZ, C. C.; CROCCO, M. (Org.) **Economia regional e urbana: contribuições teóricas recentes**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p. 173-194.

LIBBY, D.C. Notas sobre a produção têxtil brasileira no final do século XVIII: novas evidências de Minas Gerais. **Estudos Econômicos**, v. 27, n.1, p. 97-125, jan-abr 1997.

LIN, N. Building a network theory for social capital. In: LIN, N.; COOK, K.; BURT, R. **Social Capital: Theory and Research**. Nova York: Aldine de Gruyter, 2001. p. 3-29.

LOPES JÚNIOR, E. As redes sociais do crime organizado: a perspectiva da nova sociologia econômica. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 24, n.69, p. 53-68, fev. 2009.

MACEDO, C. V. A indústria têxtil suas trabalhadoras e os censos da população de Minas Gerais do século XIX: uma reavaliação. **Varia Historia**, v. 22, n. 35, p. 207-232, jan/jun 2006.

MAGALHÃES, R. S.; ABRAMOVAY, R. A formação de um mercado de microfinanças no sertão da Bahia. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 22, n. 63, fev. 2007.

MARCH, J. G.; SIMON, H. A. Limites cognitivos da racionalidade. In: MARCH, J. G.; SIMON, H. A. **Teoria das organizações**. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1979. p. 192- 238.

MARKUSEN, A. Mudança econômica regional segundo o enfoque centrado no ator. In.: DINIZ, C.C.; LEMOS, M.B. **Economia e território**. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2005. p.57-76.

MARQUES, E. C. As redes sociais importam para pobreza urbana? **Dados –Revista de Ciências Sociais**, v. 52, n.2, p. 471-505, 2009a.

MARQUES, E. C. As redes importam para acesso a bens e serviços obtidos fora de mercados? **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 24, n. 71, p. 25-40, out. 2009b.

MARQUES, E. C. Redes sociais e instituições na construção do Estado e da sua permeabilidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 14, n. 41, p. 45-67, out. 1999.

MARTINS, P. H. As redes sociais, o sistema da dívida e o paradoxo sociológico. **Caderno CRH**, v. 17, n.40, jan./abr. 2004.

MERTON, K.R. Estrutura burocrática e personalidade. In: ETZIONI, A, (Ed.), **Organizações complexas**. São Paulo: Ed. Atlas, 1967. p. 271-283.

MEYER, J.; ROWAN, B. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. In: MEYER, J.; ROWAN, B. **The new institucionalism in organizational analysis**. Chicago: University of Chicago Press. 1991. p. 41-62.

MINELLA, A. C. Representação de classe do empresariado financeiro na América Latina: a rede transassociativa no ano de 2006. **Revista de Sociologia Política**, n.28, p. 31-56, jun. 2007.

MIZRUCHI, M. S. Análise de redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais. In: MARTES, A. C. B. (Org.). **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: EdUFSCAR, 2009. p.131-159.

MOLM, L. D.; COLLETT, J. L.; SCHAEFER, D. R. Building solidarity through generalized exchange: a theory of reciprocity. **American Journal of Sociology**, v. 113, n. 1, p. 205-242, jul. 2007.

MORRA, L.; FRIEDLANDER, A. C. **Case study evaluations**. Washington, DC: World Bank, 1999. (working papers series, 2.).

NADEL, S. F. Degrees of abstraction. In: SCOTT, J. (Ed.) **Social network: critical concepts in sociology**. London: Routledge, 2002. p.53-59 (Volume I).

NEVES, J. A. B.; HELAL, D. H. Associativismo, capital social e mercado de trabalho. In.: AGUIAR, N. (Org.) **Desigualdades sociais, redes de sociabilidade e participação política**. Belo Horizonte: UFMG, 2007. p. 61.-71.

OLAVE, M.E.L.; AMATO NETO, J. Redes de cooperação produtiva: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas. **Gestão & Produção**, v. 8, n. 3, p. 289-303, dez. 2001.

OLIVEIRA, A. B. **A reestruturação produtiva em um cluster da tecelagem artesanal e os impactos no conteúdo do trabalho**: elementos para compreensão da relação saúde-trabalho. 2006. 117 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

OLIVEIRA, A. B.; ECHTERNACHT, E. H. O. A organização do trabalho de um aglomerado produtivo de base artesanal como determinante na produção das

DORT. 2ª Jornada de Ergonomia da Universidade Federal de Juiz de Fora (MG), **Anais...** set. 2005. 7p.

OLIVEIRA, S. T.; JANUÁRIO, M. V. da C. O turismo em São João Del Rei – Minas Gerais: uma análise preliminar. **Cultur** – Revista de Cultura e Turismo – Universidade Estadual de Santa Cruz, BA, Ano 1, n. 1 –out/2007. Disponibilidade e acesso: < <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao1/artigo1.pdf>> Acesso em: 16 jan. 2008.

PARSONS, T. **La estructura de la acción social I**. Madrid: Ediciones Guadarrama, 1968.

PAIXÃO, A. L. Ação, organização e instituição: problemas de teoria. **Teoria e Sociedade**. Revista dos Departamentos de Ciência Política e de Sociologia e Antropologia. n. 1. p. 87-104, 1997.

PEREIRA, M. **O ponto de vista do trabalho dos artesãos diante das exigências competitivas em um *cluster* de tecelagem artesanal**. 2008. 157 f. (Mestrado em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

PERROW, C. **Análise organizacional**: um enfoque sociológico. São Paulo: Ed. Atlas, 1972. p. 74-119.

PINTO, R. G. **Os Inconfidentes José de Resende Costa (Pai e Filho) e o Arraial da Laje**. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 1992.

PIORE, M. J.; SABEL, C. F. **The second industrial divide**: possibiliteis for prosperity. USA: BasicBooks, 1984.

POLANYI, K. **A grande transformação**: as origens de nossa época. 8. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

PORTES, A. Social capital: its origins and applications in modern sociology. **Annual Review of Sociology**, v. 24, p. 1-24, 1998.

POWELL, W. W.; DIMAGGIO, P. J. (Org.) **El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional**. México: Fondo de Cultura Económica, 1999. p.79-125.
PRATES, A. A. P. Organização e instituição no velho e novo institucionalismo. In: RODRIGUES, S. B.; CUNHA, M. P. (Ed.). **Novas perspectivas na administração de empresas**. São Paulo: Ed. Iglu, 2000. pp. 90-105.

PRATES, A. A. P.; PAIXÃO, A. L.; FREITAS, R. S. **Temas contemporâneos de sociologia clássica**. Belo Horizonte: UFMG-FAFICH, 1991.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RESENDE COSTA. **Relatório de Imóveis por Bairros** – edificados. Resende Costa, MG: Setor de Arrecadação, 2009a. 84p. Relatório.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RESENDE COSTA. **Relatório de Contribuintes do Cadastro Econômico**. Resende Costa, MG: Setor de Arrecadação, 2009b. 18p. Relatório.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RESENDE COSTA. **Relatório de Contribuintes por Atividade Econômica** – loja de artigos de artesanato. Resende Costa, MG: Setor de Arrecadação, 2009c. 3p. Relatório.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RESENDE COSTA. **Planta de Referência Cadastral**. Resende Costa, MG: Setor de Arrecadação, 2000. (Mapa cadastral. Escala 1:2.500).

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO – PNUD; INSTITUTO DE PESQUISA ECONOMICA APLICADA – IPEA; FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO – FJP. **Software** livre. Versão 1.0.0, 2003. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/atlas/instalacao/index.php> . Acesso em: 14 de out. de 2009.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

RADMSKY, G.; SCHNEIDER, S. Nas teias da economia: o papel das redes sociais e da reciprocidade nos processos locais de desenvolvimento. **Sociedade e Estado**, v. 22, n. 2, p. 249-284, maio/ago. 2007.

RAUD, C. Bourdieu e a nova sociologia econômica. **Tempo Social**, v. 19, n. 2, p.203-232, nov. 2007.

RAUD, C. Dimensões da sociologia econômica no Brasil. In MONDADORE, A. P. C. *et al.*(org.) **Sociologia econômica e das finanças: um projeto em construção**. São Carlos: EdUFSCAR, 2009. p. 345-364.

RAUD-MATTEDI, C. Análise crítica da sociologia econômica de Mark Granovetter: os limites de uma leitura do mercado em termos de redes e imbricação. **Revista Política & Sociedade**, n. 6, p. 59-82, abril 2005.

RAUD-MATTEDI, C. A construção social do mercado em Durkheim e Weber: análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 20, n. 57, p.127-208, fev. 2005.

RAYNOLDS, L. T. Institutionalizing flexibility: a comparative analysis of fordist and post-fordist models of third world agro-export production. In: GEREFFI, G.; KORZENIEWICZ, M. **Commodity chains and global capitalism**. London: Praeger Publishing, 1994.

REIS, B.P.W. Capital social e confiança: questões de teoria e método. **Revista de Sociologia e Política**, n. 21, p. 35-49, nov. 2003.

RESENDE, R. L. **Impactos da atividade artesanal em Resende Costa**. 2005. 57 f. Monografia (Bacharelado em Ciências Econômicas) – Departamento de Ciências Econômicas, Universidade Federal de São João Del Rei, São João Del Rei, 2005.

RESENDE, A. P. M. **Entre fios e panos: mulheres nas Minas Gerais**. 2001. 72 f. Monografia (Especialização em História de Minas do Século XIX) – Departamento de Ciências Sociais, Fundação de Ensino Superior de São João Del-Rei, São João Del Rei, 2001.

RESENDE, L. M. **Artesanato têxtil: uma alternativa econômica para Resende Costa**. 2000. 63f. Monografia (Bacharelado em Ciências Econômicas) –

Departamento de Ciências Econômicas, Fundação de Ensino Superior de São João Del Rei, São João Del Rei, 2000.

RODARTE, M. M. S. **O trabalho do fogo**: perfis de domicílios enquanto unidades de produção e reprodução na Minas Gerais Oitocentista. 2008. 365 f. Tese (Doutorado em Demografia) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

SANTOS, M. C. L.; SILVA, G. M. **Tear**: Artesanato de Resende Costa. São João Del Rei: Ed. Funrei, 1997.

SANTOS, M. C. L.; SILVA, G. M.; MORETTI, A. R. **Artesanato**: contando teares. São João Del Rei: Ed. Funrei, 1998.

SCOTT, J. **Social network analysis**. 2. ed. London: Sage Publications, 2000.

SCHUMPETER, J.A. O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico. In: _____ **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982, p. 43-66 (Os economistas).

SELZINICK, P. **A liderança na administração**: uma interpretação sociológica. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1971.

SELLTIZ, C.; JAHODA, M.; DEUTSCH, M.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: EPU/EDUSP, 1975.

SMELSER, N.; SWEDBERG, R. The sociological perspective on the economy. In: SMELSER, N.; SWEDBERG, R. (Org.). **The handbook of economic sociology**. Princeton – New York: Princeton University Press, 1994. p. 03-26.

SOUZA, S. D. C.; ARICA J. Mudança tecnológica e estratificação competitiva em um arranjo produtivo do setor ceramista. **Produção**, v.16, n. 1, p. 088-099, jan./abr. 2006.

SOUZA, Y. S.; SOUZA, K. G. A. de. Relações cooperativas entre pequenas e médias empresas: um estudo de caso no arranjo coureiro calçadista do Vale dos Sinos (RS-BRASIL). In: do 3º Encontro de Estudos Organizacionais (ENEO), **Anais...** São Paulo, SP: ENEO, 2004.

STEINER, P. **A sociologia econômica**. São Paulo: Atlas, 2006.

STEVENSON, W. J. **Estatística aplicada à administração**. São Paulo: Harper & Row do Brasil, 1981.

SUZIGAN, W.; GARCIA, R.; FURTADO, J. Estruturas de governança em arranjos ou sistemas locais de produção. **Gestão & Produção**, v. 14, n. 2, p. 425-439, maio-agost. 2007.

SUZIGAN, W.; CERRÓN, A. P. M.; DIEGUES JUNIOR, A.C. Localização, inovação e aglomeração: o papel das instituições de apoio às empresas no Estado de São Paulo. **São Paulo em Perspectiva**, v. 19, n. 2, p. 86-100, abr./jun. 2005a.

SUZIGAN, W.; GARCIA, R.; FURTADO, J. Sistemas locais de produção/inovação: metodologia para identificação, estudos de casos e sugestões de políticas. In: DINIZ, C. C.; LEMOS, M. B. **Economia e território**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005b. p. 287-320.

SUZIGAN, W.; GARCIA, R.; FURTADO, J. **Clusters ou sistemas locais de produção e inovação**: identificação, caracterização e medidas de apoio. Maio 2002. Disponível em http://geein.fclar.unesp.br/atividades/pesquisacluster/IEDI_20030516_clusters.pdf. Acesso em: 7 fev. 2009.

SWEDBERG, R. A sociologia econômica do capitalismo: uma introdução e agenda de pesquisa. In: MARTES, A. C. B. (org.) **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: EdUFSCAR, 2009. p. 161-197.

SWEDBERG, R. Markets as social structures. In: SMELSER, N.; SWEDBERG, R. (Eds.). **The handbook of economic sociology**. Princeton – New York: Princeton University Press, 1994. p. 255-282.

SWEDBERG, R. Sociologia econômica: hoje e amanhã. **Tempo Social**, v. 16, n.2, p.7-34, nov. 2004.

SWEDBERG, R.; GRANOVETTER, M. Introduction. In: GRANOVETTER, M.; SWEDBERG, R. (Eds.). **The sociology of economic life**. Boulder: Westview Press, 1992. p. 1-26.

TEIXEIRA, K. H.; AMARAL FILHO, J.; MAYORGA, R. D.; MAYORGA, M. I. O. Território, cooperação e inovação: um estudo sobre o arranjo Pingo D'água. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 44, n. 3, p. 573-594, jul./set. 2006.

TEIXEIRA, M. L. R. C. **Família escrava e riqueza na comarca do Rio das Mortes: O Distrito da Lage e o Quarteirão do Mosquito**. São Paulo: Annablume, 2006.

THOMPSON, J. D. **Dinâmica organizacional: fundamentos sociológicos da teoria administrativa**. São Paulo: McGraw-Hill, 1976.

VARANDA, M. P. Ação colectiva entre pequenos empresários: uma análise de redes sociais. **Análise Social**, v. 42, n. 182, p. 207-230, 2007.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

VIEIRA FILHO, N. A. Q.; DUARTE, G; SOUZA, T. R. Os impactos turísticos sobre a arte e artesanato em Tiradentes, Minas Gerais. In: IV Seminário de Turismo do Mercosul, **Anais...Caxias do Sul, RS, Brasil, 7 e 8 de Julho de 2006**. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/posgraduacao/strictosensu/turismo/seminarios/seminario_4/arquivos_4_seminario/GT04-10.pdf > Acesso em: 8 jul. 2006.

VINHA, V. Polanyi e a nova sociologia econômica: uma aplicação contemporânea do conceito de enraizamento social. **Econômica**, v. 3, n. 2, p. 207-230, dez. 2001.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. 5. Ed. Lisboa: Ed. Presença, 2001.

WEBER, M. Burocracia. In: GERTH, H. H.; MILLS, W. (Org.) **Ensaio de Sociologia**. 5ª ed. Rio de Janeiro: LTC Editora, 2002. p.138-170.

WIDEGREN, Ö. Social solidarity and social exchange. **Sociology**, v. 31, n. 4, p. 755-771, Nov. 1997.

WITTE, R. S.; WITTE, J. S. **Estatística**. 7 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

YIN, R. K. **Estudo de caso**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZAFIROVSKI, M. Economic sociology in retrospect: in search of its identity within economics and sociology. **American Journal of Economics and Sociology**, New York, v. 58, n.4, p. 583-627, oct. 1999.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário domiciliar

MÓDULO DE IDENTIFICAÇÃO DO UNIVERSO (MORADORES/TRABALHADORES DO ARTESANATO EM TEAR)

IU1-Nesta casa tem algum morador ou empregado que nela trabalha com alguma atividade produtiva do artesanato em tear?

1. Sim

2. Não

IU2 – Você pode responder algumas perguntas sobre suas atividades produtivas?

1. Sim

2. Não

ATENÇÃO ENTREVISTADOR:

a) Se a resposta de IU2 for a opção 1 (SIM) inicie a entrevista.

b) Certifique-se que a pessoa que o atendeu é morador e que tem condições de responder o questionário.

MÓDULO DE IDENTIFICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

IQ1 - Número do questionário: _____

IQ2 - Data de aplicação: ___/___/___ e Hora de início: _____h _____ minutos

Nome do entrevistado: _____

Endereço: _____

PROCEDIMENTO PARA O INÍCIO DA ENTREVISTA (LER O TEXTO ABAIXO!)

Esta entrevista é completamente voluntária. Suas repostas são sigilosas e seu nome não será associado a elas. Nós registramos seu nome e endereço somente para que a supervisão da pesquisa possa verificar o meu trabalho.

Algumas pessoas entrevistadas serão contatadas posteriormente para que as informações, como nome e endereço do entrevistado, sejam conferidas. Durante a entrevista, por favor, diga se houver alguma questão que você não queira responder, e eu passarei para a questão seguinte.

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DA CASA

Vamos iniciar a entrevista com algumas perguntas sobre os bens que você possui e sobre sua família.

CC1 – Quais das opções abaixo de bens, utensílios domésticos e de infra-estrutura sua casa possui? (LER OPÇÕES)

Rede de

Rádio

Fossa

Fogão

Antena

Esgoto

à lenha

Parabólica

- Rede de água Geladeira Computador TV Preto e Branco TV Cores
 Instalação elétrica Chuveiro Fogão à gás Vídeo Cassete DVD
 TV por assinatura Microondas Freezer Máquina de lavar 20. Aparelho de som
21. Forno elétrico 22. TV LCD 23. TV Plasma 24 .Notebook 77.NR

CC2 – Esta casa é?

1. Própria e quitada 2. Própria financiada 3. Hipotecada 4. Empréstada
5. Alugada. Qual o valor do aluguel? R\$ _____
77.NR

CC3 – Algum(a) morador(a) desta casa possui veículo?

- 77.Sim: Quantos? :____ 2. Não 77. NR

CC4 – Algum(a) morador(a) desta casa possui imóveis?

1. Construídos na sede do município. Quantos? _____(VÁ PARA CC7)
2. Construídos na zona rural do município. Quantos? _____(VÁ PARA CC7)
3. Em construção no município. Quantos? _____(VÁ PARA CC7)
4. Em construção na zona rural do município. Quantos? _____(VÁ PARA CC7)
5. Construídos fora do município. Quantos? _____(VÁ PARA CC5)
6. Em construção fora do município. Quantos? _____(VÁ PARA CC6)
77. NR

CC5 – Em que município(s) está o imóvel construído? _____(VÁ PARA CC7)

CC6 – Em que município(s) está o imóvel em construção? _____

CC7 - Algum(a) morador(a) possui algum investimento financeiro?

1. Sim (VÁ PARA CC8) 2. Não (VÁ PARA CC9)

CC8 – Qual é o tipo de investimento financeiro?

1. Renda fixa (CDB/RDB) 2. Caderneta de Poupança
3. Bolsa de Valores 4. Outros. Qual? _____
77. NR

ATENÇÃO ENTREVISTADOR:

a) Se o morador(a) for solteiro ou separado, ou seja, mora sozinho a resposta de CC9 é referente somente ao entrevistado, OPÇÕES 1 e2.

b) Se o morador(a) for casado(a), viúvo(a) ou com união estável, ou seja, vive com outra pessoa a resposta de CC9 é referente ao casal, OPÇÕES 1,2,3 e 4.

CC9 – Qual é o nome dos antepassados dos moradores desta casa?

1. Pai do entrevistado(a): _____
2. Mãe do entrevistado(a): _____
3. Pai do(a) companheiro(a): _____
4. Mãe do(a) companheiro(a): _____

77.NR

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE PRODUTIVA

Neste módulo serão feitas perguntas sobre a caracterização da casa, dos moradores e de empregados da casa que exerçam atividades produtivas do artesanato em tear.

CAP1- Qual é a função que o(s) morador(es) e/ou empregados desta casa desempenham no artesanato em tear?

1. Produtor de peças
2. Fornecedor de novelos de fio
3. Fornecedor de novelos de retalho
4. Comerciante e produtor de peças
5. Fornecedor de novelos e produtor de peças

77.NR

CAP2 – Qual é a mão-de-obra utilizada para execução da produção artesanal nesta casa?

- | | |
|----------------------|-----------------------------------|
| 1. Moradores da casa | 2. Moradores da casa e empregados |
| 3. Empregados | 77. NR |

CAP3- Qual é a ocupação principal exercida pelos moradores e/ou empregados da casa?

- | | |
|--|----------------------------------|
| 1 . Tece | 8 . Urdir |
| 2 . Tece e pica retalhos | 9 . Montagem do repasse |
| 3 . Pica retalhos | 10 . Acabamento as peças |
| 4 . Enrola novelo de fio industrial | 11 . Tece e acabamento das peças |
| 5 . Enrola novelo de fio industrial e tece | 12 . Pinta as peças |
| 6 . Enrola novelo de retalho | 13 . Tece e pinta as peças |
| 7 . Enrola novelo de retalho e tece | 77 . NR |

CAP4 – Há quanto tempo esta casa desenvolve atividades produtivas do artesanato em tear?

1. a menos de 5 anos
2. de 5 a 10 anos
3. de 10 a 20 anos
4. a mais de 20 anos

77.NR

CAP5 – O ramo de atividade exercido pelos moradores e/ou empregados no artesanato em tear é sua renda:

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| 1. Secundária (VÁ PARA CAP6) | 2.Sazonal (VÁ PARA CAP7) |
| 3. Principal (VÁ PARA CAP8) | 77. NR |

CAP6 – Qual é sua principal fonte de trabalho e renda? _____(VÁ PARA CAP8)

CAP7 - Qual é o período do ano, do mês ou da semana que vocês trabalham com o artesanato em tear? _____

CAP8- Qual das opções abaixo foi o principal motivo para vocês iniciarem na atividade artesanal?

- | | |
|---|---|
| 1.Tradição da família | 6.Insistência de vizinhos |
| 2. Insistência de amigos do trabalho | 7.Falta de opção de trabalho e renda no município |
| 3.Completar a renda | 8.Outro. Qual? _____ |
| 4.Realização pessoal | 77. NR |
| 5.Insistência de amigos da minha religião | |

CAP9 – Como os trabalhadores desta casa aprenderam o trabalho do artesanato em tear?

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1.Com a família | 5.Com conhecidos que encontro em minhas atividades religiosas (missas, cultos, etc) |
| 2.Com outros trabalhadores na casa | 6.Outra. Qual? _____ |
| 3.Com vizinhos | |
| 4. Com curso de capacitação | |

77.NR

CAP10- Algum(a) morador(a) freqüentou algum curso ou treinamento voltado para os trabalhadores do artesanato em tear do município?

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA CAP11) | 2. Não (VÁ PARA CAP12) |
|------------------------|------------------------|

CAP11- Marque a opção abaixo que define o tema central do treinamento?

- | | |
|---------------------------------------|-----------------------|
| 1.Associativismo | 6. Melhorar as vendas |
| 2.Formação de preço | 7.Outro. Qual? _____ |
| 3.Fazer novas peças | 77.NR |
| 4.Melhorar o processo produtivo | 99. NS |
| 5.Melhorar o atendimento aos clientes | |

CAP12 – Qual é o principal problema relacionado com o artesanato em tear que esta casa vivencia no seu dia-a-dia?

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| 1.Falta de tear | 6. Quebras dos teares |
| 2.Falta de retalhos | 7.Pagamento recebido pelo trabalho |
| 3.Falta de fios | 6.Outro. Qual? _____ |
| 4.Falta de trabalhadores/mão-de-obra | 77. NR |
| 5.Muitos concorrentes | |

CAP13 – Os moradores têm outras fontes de renda?

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA CAP14) | 2. Não (VÁ PARA CAP15) |
|------------------------|------------------------|

CAP14 – Qual é a outra fonte de renda dos moradores desta casa?

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| 1. Aposentadoria | 4. Outra. Qual? _____ |
| 2. Produção rural | 77. NR |
| 3. Funcionalismo público | |

CAP15 – Algum(a) morador(a) da casa é filiado a alguma associação relacionada ao artesanato em tear?

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA CAP16) | 2. Não (VÁ PARA CAP17) |
|------------------------|------------------------|

CAP16- Qual é a associação? _____

CAP17 – Algum(a) morador(a) ou empregado(a) já contou com algum apoio de órgãos públicos ou de empresa particular relacionados com artesanato em tear?

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA CAP18) | 2. Não (VÁ PARA COT1) |
|------------------------|-----------------------|

CAP18 – Qual é o órgão público ou empresa particular? _____

CAP19 – Qual foi o tipo de apoio utilizado pelo morador ou empregado que o órgão público ou empresa particular ofereceu?

1. Curso ou treinamento
2. Compra conjunta de retalhos, fios e outras matérias-primas
3. Dinheiro para ajudar na participação de feiras e eventos
4. Dinheiro para melhoria do ambiente físico de trabalho na casa
5. Compra de equipamento que melhoraram o trabalho
6. Outra. Qual? _____

77.NR

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO E DO TRABALHO

Neste módulo serão feitas perguntas sobre a caracterização da organização e do trabalho do artesanato em tear nesta casa.

COT1 – Quem trabalha com a produção do artesanato em tear nesta casa?

Somente você trabalha (VÁ PARA COT4)

1. Você e companheira(o) (VÁ PARA COT4)
2. Você, companheira(o) e filhos(as) (VÁ PARA COT4)
3. Aprendizes, ou seja, pessoas que estão aprendendo o trabalho (VÁ PARA COT2)
4. Você e aprendizes (VÁ PARA COT2)
5. Você, companheira(o) e aprendizes (VÁ PARA COT2)
6. Você, companheira(o), filhos(as) e aprendizes (VÁ PARA COT2)
7. Empregados (as) (VÁ PARA COT3)
8. Você e empregados(as) (VÁ PARA COT3)
9. Você, companheira(o) e empregados(as) (VÁ PARA COT3)
10. Você, companheira(o), filhos(as) e empregados(as) (VÁ PARA COT3)
11. Você, aprendizes e empregados(as) (VÁ PARA COT2 E COT 3)
12. Você, companheira(o), aprendizes e empregados(as) (VÁ PARA COT2 E COT3)
13. Você, companheira(o), filhos(as), aprendizes e empregados(as) (VÁ PARA COT2 E COT3)
14. Outro. Qual? _____

77. NR (VÁ PARA COT8)

COT2 – Quantos aprendizes você tem em sua casa? _____

COT3 – Quantos empregados(as) você tem em sua casa? _____

COT4 – Nesta casa existe algum trabalhador das atividades do artesanato em tear que seja aposentado?

1. Sim (VÁ PARA COT5)
2. Não (VÁ PARA COT6)

COT5 – Quantos trabalhadores(as) são aposentados? _____

COT6 – Você tem algum trabalhador com alguma deficiência física ou mental?

1. Sim (VÁ PARA COT7)
2. Não (VÁ PARA COT8)

COT7- Qual é a deficiência física ou mental do trabalhador(a)? _____

COT16 – As faltas somadas destes moradores e/ou empregados no último ano correspondem aproximadamente a quantos dias de trabalho?

- | | |
|--------------------|-------------------------|
| 1 . Um dia | 5 . Até 60 dias |
| 2 . Até uma semana | 6 .Outros. Quais? _____ |
| 3 . Até 15 dias | 77 . NR |
| 4 . Até 30 dias | |

COT17 – Os moradores e/ou empregados utilizam algum tipo de Equipamento de Proteção Individual ou Coletivo?

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA COT18) | 2. Não (VÁ PARA COT19) |
|------------------------|------------------------|

COT18 – Qual é o equipamento de proteção utilizado? _____

COT19 – Algum(a) morador(a) e/ou empregados(as) sabe realizar todas as etapas da produção do artesanato em tear, ou seja, sabem picar retalho, enrolar fios e retalhos, urdir, montar repasse, tecer todos os tipos de peças, fazer o acabamento das peças e pintá-las?

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA COT20) | 2. Não (VÁ PARA COT21) |
|------------------------|------------------------|

COT20 – Quantos moradores(as) e /ou empregados(as) sabem todas as etapas? ____

COT21 – As atividades exercidas pelos moradores(as) e/ou empregados no artesanato em tear nesta casa são provisórias?

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA COT22) | 2. Não (VÁ PARA COT23) |
|------------------------|------------------------|

COT22 – Qual é a ocupação que este morador(a)/empregado(a) pretende ter? _____

COT23 – ATENÇÃO ENTREVISTADOR VÁ PARA A PLANILHA DA PÁGINA 10

COT24 – Algum(a) morador(a) e/ou empregado(a) tinha outra tipo de trabalho antes de atuar no artesanato em tear?

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA COT25) | 2. Não (VÁ PARA CMP1) |
|------------------------|-----------------------|

COT25 - Qual era a ocupação anterior? _____

COT26 – Qual o município em que trabalhava? _____

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DA MATÉRIA-PRIMA

Neste módulo serão feitas perguntas sobre a caracterização dos materiais utilizados nesta casa para a produção do artesanato em tear.

CMP1- Qual é o maior problema enfrentado por você no seu dia-a-dia no que se refere a sua matéria-prima, ou seja, o retalho ou o fio industrializado?

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. Falta de material | 5. Outro. Qual? _____ |
| 2. Falta de variedade | 77. NR |

3. Preço alto

99. NS

4. Qualidade ruim

CMP2 – Quais são os principais materiais que você utiliza na produção artesanal de sua casa? _____

CMP3- Qual é a quantidade de material consumido por semana ou mês? _____

CMP4 – Você adquire seus materiais no comércio?

1. Sim (VÁ PARA CMP5) 2. Não (VÁ PARA CMP6)

CMP5 - Em que comércio você adquire estes materiais? _____

CMP6 – Quem fornece os materiais que você utiliza em seu trabalho diário?

1. Comprador de sua produção
2. Comerciante. Qual? _____
3. Outro. Qual? _____

CMP7 – Qual é o local que você armazena estes materiais? _____

CMP8 – Existe sobra destes materiais?

1. Sim (VÁ PARA CMP7) 2. Não

CMP9 – Qual é o destino destas sobras? _____

CMP10 – Qual é a quantidade das sobras por semana ou mês? _____

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DA PRODUÇÃO

Neste módulo serão feitas perguntas sobre a caracterização da produção do artesanato em tear nesta casa.

CP1- Qual é o local de trabalho em que as atividades produtivas artesanais são executadas no dia-a-dia desta casa?

1. Nos próprios cômodos da casa
2. Em cômodo específico, que foi construído junto a casa.
3. Em cômodo específico, que foi construído no terreno, mas afastado da casa.
4. Outro. Qual? _____

77.NR

CP2 – Qual equipamento ou utensílio é característico das atividades produtivas artesanais desenvolvidas nesta casa?

1. Tear (VÁ PARA CP3) 3. Teares e tesouras (VÁ PARA CP3)
2. Tesouras (VÁ PARA CP7) 4. Outro. Qual? _____ (VÁ PARA CP6)

77.NR (VÁ PARA CP6)

COT23 – Quais são as funções, o número de pessoas, sexo, escolaridade, idade, renda e carga horária diária de trabalho dos moradores e/ou empregados? (Preencha cada linha/número para uma pessoa)

	Quais são as funções?	Qual é o número de pessoas?	Qual é o Sexo?		Qual é a escolaridade?							
			M	F	1º Grau		2º Grau		Nível médio Profissional	3º Grau	Analf.	
					C	I	C	I				
1												
2												
3												
4												
5												

	Qual é a idade (anos)					Qual é a renda em salários mínimos por mês?					Quantas horas de trabalho por dia?
	6-14	15-17	18-38	39-59	+ 60	Até ½	1/2 – 1	1,5 – 3,5	3,5 – 5	+ 5	
1											
2											
3											
4											
5											

ATENÇÃO ENTREVISTADOR! VOLTE PARA A PÁGINA 8, QUESTÃO COT24.

CP3 – Qual é o tipo de tear que você tem?

- | | |
|------------|-----------------------|
| 1. Pequeno | 3. Pequeno e duplo |
| 2. Duplo | 4. Outro. Qual? _____ |

77.NR (VÁ PARA CP6)

CP4 - Quantos teares você tem em sua casa? _____

CP5 – Estes teares são seus?

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA CP7) | 2. Não (VÁ PARA CP6) |
|----------------------|----------------------|

CP6 – Quem é o proprietário do tear?

1. Comprador das peças
2. Morador da casa (companheiro (a) ou filho (a))
3. Outro. Qual? _____

77.NR

CP7 – Quantas tesouras você tem em sua casa para a produção artesanal? _____

CP8 – Nos últimos 5 anos a produção artesanal de sua casa:

- | | |
|--------------------------|---------------------------|
| 1. Cresceu (VÁ PARA CP9) | 2. Reduziu (VÁ PARA CP10) |
|--------------------------|---------------------------|

CP9 – Sua produção artesanal cresceu aproximadamente em:

- | | | | |
|--------|--------|------------------|---------------------------|
| 1. 10% | 5. 50% | 9. 90% | 13. Outro. Qual?
_____ |
| 2. 20% | 6. 60% | 10. Dobrou | |
| 3. 30% | 7. 70% | 11. Triplicou | 77. NR |
| 4. 40% | 8. 80% | 12. Quadriplicou | 99. NS |

CP10 – Sua produção artesanal reduziu aproximadamente em:

- | | | | |
|--------|--------|------------------|---------------------------|
| 1. 10% | 5. 50% | 9. 90% | 13. Outro. Qual?
_____ |
| 2. 20% | 6. 60% | 10. Dobrou | |
| 3. 30% | 7. 70% | 11. Triplicou | 77. NR |
| 4. 40% | 8. 80% | 12. Quadriplicou | 99. NS |

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DO PRODUTO ARTESANAL

Neste módulo serão feitas perguntas sobre a caracterização do produto artesanal desta casa.

CPA1 – Qual é o principal produto artesanal desta casa?

- | | |
|--|--|
| 1. Peças artesanais (VÁ PARA CPA2) | 8. Serviço de enrolar o novelo de fio industrializado (VÁ PARA CPA5) |
| 2. Serviço de tecer peças (VÁ PARA CPA2) | 9. Teias urdidas (VÁ PARA CPA5) |
| 3. Retalho picado (VÁ PARA CPA5) | 10. Serviço de urdir teias (VÁ PARA CPA5) |
| 4. Serviço de picar retalho (VÁ PARA CPA5) | 11. Teias montadas (VÁ PARA CPA5) |
| 5. Novelos de retalho (VÁ PARA CPA5) | 12. Serviço de montar teias (VÁ PARA CPA5) |
| 6. Novelos de fio industrializado (VÁ PARA CPA5) | 13. Outro. Qual? (VÁ PARA CPA5) |
| 7. Serviço de enrolar o novelo de retalho (VÁ PARA CPA5) | 77. NR (VÁ PARA CPA8) |

CPA2 – Quais são as peças do artesanato em tear que são produzidos nesta casa?

CPA3 – Vocês criam peças novas?

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA CPA4) | 2. Não (VÁ PARA CPA5) |
|-----------------------|-----------------------|

CPA4 – Como vocês criam essas peças novas?

- | | |
|-------------------------------|--|
| 1. Criação própria | 4. Copio de fontes como jornais, revistas e feiras |
| 2. Encomenda do comprador | 5. Outra. Qual? |
| 3. Copio de outros produtores | 77. NR |

CPA5 – Qual é a produção semanal ou mensal destas peças ou serviços?

CPA6 – Qual é o preço de venda destes produtos ou da remuneração dos serviços prestados?

CPA7 - Qual é a peça ou o serviço que você considerada como o principal produto da sua casa?

CPA8 – Qual é o principal valor, diferencial, característica de venda da sua peça ou serviço?

- | | |
|----------------------------|-----------------------|
| 1. Preço | 5. Outro. Qual? _____ |
| 2. Qualidade | 77. NR |
| 3. Origem da família | 99. NS |
| 4. Entrega dentro do prazo | |

CPA9 – Qual é a característica da sua peça ou serviço que você acredita que pode ser melhorada?

- | | |
|----------------------------|---------------------------------------|
| 1. Preço | 6. Criação de novas peças ou serviços |
| 2. Materiais utilizados | 7. Outro. Qual? _____ |
| 3. Qualidade | 77. NR |
| 4. Entrega dentro do prazo | 99. NS |
| 5. Beleza | |

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO

Neste módulo serão feitas perguntas sobre a caracterização do mercado artesanal em que esta casa está inserida.

CM1- Qual é a principal dificuldade que prejudica você na melhoria da atividade econômica artesanal?

- | | |
|---|---------------------------------|
| 1. Falta de matéria-prima | 7. Falta de trabalhadores |
| 2. Falta de financiamento | 8. Renda da atividade é pequena |
| 3. Falta de treinamento para ajudar a administrar meu negócio | 9. Outra. Qual? _____ |
| 4. Falta de treinamento para desenvolver novos produtos | 77. NR |
| | 99. NS |
| 5. Falta de divulgação em feiras e outros eventos | |
| 6. Alto valor da renda dos trabalhadores | |

CM2 – Qual é o destino comercial da produção desta casa?

1. Comércio do município (VÁ PARA CM3)
 2. Para outros municípios (VÁ PARA CM5)
 3. Para outros estados (VÁ PARA CM6)
 4. Para outros países (VÁ PARA CM7)
 5. Outro. Qual? _____ (VÁ PARA CM8)
77. NR

CM3 – Qual é o nome da loja ou do seu dono que é seu maior comprador?

CM4 – Qual é a frequência de venda para estes estabelecimentos, por exemplo, 1 vez por semana, de 15 em 15 dias, etc? _____

CM5 - Você vende para que município? _____

CM6 - Você vende para que estados? _____

CM7 – Você vende para que países? _____

CM8 – Qual das opções abaixo pode ser associada ao aumento de suas vendas?

- | | |
|---|-----------------------|
| 1. Feiras | 7. Festa de carnaval |
| 2. Festa de natal | 8. Semana Santa |
| 3. Dia das mães | 9. Outra. Qual? _____ |
| 4. Dia dos pais | 77. NR |
| 5. Férias escolares de dezembro e janeiro | 99. NS |
| 6. Férias escolares de julho | |

CM9 – Para você que outras atividades econômicas da região do município de Resende Costa refletem no aumento de suas vendas?

- | | |
|----------------------|-------------------------|
| 1. Pecuária | 5. Serviços de educação |
| 2. Agricultura | 6. Outra. Qual? _____ |
| 3. Indústria | 77. NR |
| 4. Turismo | 99. NS |
| 5. Serviços de saúde | |

CM10 – Você tem ou poderá ter empregados em atividades artesanais para trabalhar na sua casa. Para você qual é o principal fator para definição de com quem manter relação de trabalho para produção do artesanato em sua casa?

1. Família de origem (VÁ PARA CM11)
2. Conhecimento do trabalho (FIM)
3. Preço (FIM)
4. Produção diária (FIM)
5. Indicações pessoais (VÁ PARA CM12)
6. Outro. Qual? _____ (FIM)
77. NR (FIM)
99. NS (FIM)

CM11 – Quais as famílias que você tem relação e que confia para contratação de empregados?

CM12 – As indicações pessoais que você confia estão relacionadas com conhecidos do:

- | | |
|-------------|-----------------------|
| 1. Trabalho | 4. Outro. Qual? _____ |
|-------------|-----------------------|

2. Religião

77.NR

3. Vizinhança

Hora exata de término da entrevista: _____h_____ minutos

Observações:

- | | | | | |
|-------------------------|----------------|-----------------|----------------------|---------------------|
| 11. Instalação elétrica | 12. Chuveiro | 13. Fogão à gás | 14. Vídeo Cassete | 15. DVD |
| 16. TV por assinatura | 17. Microondas | 18. Freezer | 19. Máquina de lavar | 20. Aparelho de som |
| 21. Forno elétrico | 22. TV LCD | 23. TV Plasma | 24. Notebook | 78. NR |

PSPC2 – Sua casa é?

1. Própria e quitada 2. Própria financiada 3. Hipotecada 4. Emprestada
5. Alugada. Qual o valor do aluguel? R\$ _____ 77. NR

PSPC3 – Você ou se for casado sua esposa e se houver seus filhos possuem veículo?

1. Sim: Quantos?: _____ 2. Não 77. NR

PSPC4 – Você ou se for casado sua esposa e se houver seus filhos possuem imóveis?

1. Construídos no município. Quantos? _____ (VÁ PARA PSPC7)
2. Em construção no município. Quantos? _____ (VÁ PARA PSPC7)
3. Construídos fora do município. Quantos? _____ (VÁ PARA PSPC5)
4. Em construção fora do município. Quantos? _____ (VÁ PARA PSPC6)
77. NR

PSPC5 – Em que município(s) está o imóvel construído? _____ (VÁ PARA PSPC7)**PSPC6 – Em que município(s) está o imóvel em construção? _____****PSPC7 - Você ou se for casado sua esposa e se houver seus filhos possuem algum investimento financeiro?**

1. Sim (VÁ PARA CC6) 2. Não (VÁ PARA PSPC9)

PSPC8 – Qual é o tipo de investimento financeiro?

1. Renda fixa (CDB/RDB) 4. Outros. Qual? (anotar) _____
2. Caderneta de Poupança 77. NR
3. Bolsa de Valores

ATENÇÃO ENTREVISTADOR:

a) Se o comerciante for solteiro ou separado, ou seja, mora sozinho a resposta de PSPC9 é referente somente ao entrevistado, OPÇÕES 1 e 2.

b) Se o morador(a) for casado(a), viúvo(a) ou com união estável (vive junto de um companheiro), ou seja, vive com outra pessoa a resposta de PSPC9 é referente ao casal, OPÇÕES 1, 2, 3 e 4.

PSPC9 – Qual é o nome dos seus antepassados e se for o caso de sua/seu companheiro (a)? (LER OPÇÕES)

1. Pai do entrevistado(a): _____
2. Mãe do entrevistado(a): _____
3. Pai do(a) companheiro(a): _____
4. Mãe do(a) companheiro(a): _____

77.NR

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE COMERCIAL

Neste módulo serão feitas perguntas sobre a caracterização da atividade comercial e de empregados da casa que exerçam atividades produtivas do artesanato em tear.

CAC1- Qual é a atividade que este estabelecimento desempenha no artesanato municipal?

1. Comércio de artesanato (VÁ PARA CAC3)
2. Produção e comércio de artesanato (VÁ PARA CAC2)
3. Fornecedor de matéria-prima (VÁ PARA CAC3)
4. Fornecedor de matéria-prima, produção e comércio de artesanato (VÁ PARA CAC2)
5. Fornecedor de matéria-prima e comércio de artesanato (VÁ PARA CAC3)

77.NR

CAC2 – Qual é a mão-de-obra utilizada para execução da produção artesanal?

- | | |
|---------------|----------------------------|
| 1. Familiares | 2. Familiares e empregados |
| 3. Empregados | 77. NR |

CAC3- Há quanto tempo este estabelecimento está de portas abertas?

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 1. a menos de 5 anos | 4. a mais de 20 anos |
| 2. de 5 a 10 anos | 77. NR |
| 3. de 10 a 20 anos | |

CAC4 – Esta atividade comercial é sua fonte de renda: (LER OPÇÕES)

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| 1. Secundária (VÁ PARA CAC5) | 2. Sazonal (VÁ PARA CAC6) |
| 3. Principal (VÁ PARA CAP7) | 77. NR |

CAC5 – Qual é sua principal fonte de trabalho e renda? _____ (VÁ PARA CAC6)

CAC6- Qual das opções abaixo foi o principal motivo para você iniciar a atividade de comércio de artesanato? (LER OPÇÕES)

- | | |
|--|--|
| 1. Tradição da família | 6. Insistência de vizinhos |
| 2. Insistência de amigos do trabalho | 7. Falta de opção de trabalho e renda no município |
| 3. Completar a renda | 8. Outro. Qual? _____ |
| 4. Realização pessoal | 77. NR |
| 5. Insistência de amigos da minha religião | |

CAC7 – Como você aprendeu o trabalho, ou seja, a rotina e os afazeres do comércio de artesanato?

1. Com a família
 2. Com outros comerciantes
 3. Com vizinhos
 4. Com curso de capacitação
 5. Com conhecidos que encontro em minhas atividades religiosas (missas, cultos, etc)
 6. Outra. Qual? _____
77. NR

CAC8- Você e/ou algum(a) empregado(a) freqüentou algum curso ou treinamento voltado para o comércio de artesanato?

1. Sim (VÁ PARA CAC09)
2. Não (VÁ PARA CAC10)

CAC09- Marque a opção abaixo que define o tema central do treinamento?

- | | |
|--|----------------------------------|
| 1. Associativismo | 2. Formação de preço |
| 3. Fazer novas peças | 4. Melhorar o processo produtivo |
| 5. Melhorar o atendimento aos clientes | 6. Melhorar as vendas |
| 7. Administração financeira | 8. Administração de pessoas |
| 9. Outro. Qual? _____ | 77. NR |

99. NS

CAC10 – Qual é o principal problema relacionado com o seu comércio de artesanato?

- | | |
|---------------------------------------|---|
| 1. Falta de tear | 8. Falta de novos produtos |
| 2. Falta de retalhos | 9. Poucos clientes |
| 3. Falta de fios | 10. Inadimplência (não pagamento de prestações de clientes) |
| 4. Falta de trabalhadores/mão-de-obra | |

5. Muitos concorrentes

11. Outro.Qual?(ANOTAR)_____

6. Quebras dos teares

77. NR

7. Pequeno lucro

CAC11 – Você tem outra fonte de renda?

1. Sim (VÁ PARA CAC13)

2. Não (VÁ PARA CAC14)

CAC12 – Qual é a outra fonte de renda?

1. Aposentadoria

2. Funcionalismo público

3. Produção rural

4. Outra.Qual?_____

77.NR

CAC13 – Você ou seu estabelecimento comercial é filiado a alguma associação?

1.Sim (VÁ PARA CAC14)

2. Não (VÁ PARA CAC15)

CAC14- Qual é a associação? _____

CAC15 – Você já contou com algum apoio de órgãos públicos ou de empresa particular relacionados com artesanato?

1. Sim (VÁ PARA CAC16)

2. Não (VÁ PARA COT1)

CAC16 – Qual é o órgão público ou empresa particular? _____

CAC17 – Qual foi o tipo de apoio utilizado pelo morador ou empregado que o órgão público ou empresa particular ofereceu?

1. Curso ou treinamento

2. Compra conjunta de matérias-primas

3. Financiamento para aplicação no seu empreendimento

4. Dinheiro para ajudar na participação de feiras e eventos

5. Dinheiro para melhoria do ambiente físico do seu estabelecimento comercial ou das condições do ambiente físico de produção

6. Compra de equipamentos que melhoraram o trabalho

7. Outra. Qual?_____

77.NR

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO E DO TRABALHO

Neste módulo serão feitas perguntas sobre a caracterização da organização e do trabalho do seu empreendimento comercial.

COT1 – Quem trabalha no seu comércio?

1. Somente você trabalha (VÁ PARA COT4)

2. Você e sua companheira(o) (VÁ PARA COT4)

3. Você, sua companheira(o) e filhos(as) (VÁ PARA COT4)

4. Aprendizes, ou seja, pessoas que estão aprendendo o trabalho (VÁ PARA COT2)
5. Você e aprendizes (VÁ PARA COT2)
6. Você, sua companheira(o) e aprendizes (VÁ PARA COT2)
7. Você, sua companheira(o), filhos(as) e aprendizes (VÁ PARA COT2)
8. Empregados(as) (VÁ PARA COT3)
9. Você e empregados(as) (VÁ PARA COT3)
10. Você, sua companheira(o) e empregados(as) (VÁ PARA COT3)
11. Você, sua companheira(o), filhos(as) e empregados(as) (VÁ PARA COT3)
12. Você, aprendizes e empregados(as) (VÁ PARA COT2)
13. Você, sua companheira(o), aprendizes e empregados(as) (VÁ PARA COT2)
14. Você, sua companheira(o), filhos(as), aprendizes e empregados(as) (VÁ PARA COT2)
77. NR (VÁ PARA COT8)

COT2 – Quantos aprendizes você tem no seu comércio? _____

COT3 – Quantos empregados(as) você tem no seu comércio? _____

COT4 – Existe algum trabalhador do comércio artesanal que seja aposentado?

1. Sim (VÁ PARA COT5)

2. Não (VÁ PARA COT6)

COT5 – Quantos trabalhadores (as) são aposentados? _____

COT6 – ATENÇÃO ENTREVISTADOR VÁ PARA A PLANILHA DA PÁGINA 7

COT7- Você tem quantos fornecedores de produtos artesanais? _____

COT8 – Deste total de fornecedores, quantos são de produtos artesanais do tear de Resende Costa? _____

COT9 – Você tem algum trabalhador/fornecedor com alguma deficiência física ou mental? 1. Sim (VÁ PARA COT10) 2. Não (VÁ PARA COT11)

COT10- Qual é a deficiência física ou mental do trabalhador(a)? _____

COT6 – Quais são as funções, o número de pessoas, sexo, escolaridade, idade, renda e carga horária diária dos trabalhadores do seu comércio?

	Quais são as funções?	Qual é o número de pessoas?	Qual é o Sexo?		Qual é a escolaridade?						
			M	F	1º Grau		2º Grau		Nível médio Profissional	3º Grau	Analf .
					C	I	C	I			
1											
2											
3											

	Qual é a idade (anos)					Qual é a renda em salários mínimos por mês?					Quantas horas de trabalho por dia?
	6-14	15-17	18-38	39-59	+ 60	Até ½	1/2 – 1	1,5 – 3,5	3,5 – 5	+ 5	
1											
2											
3											

ATENÇÃO ENTREVISTADOR! VOLTE PARA A PÁGINA 6, QUESTÃO COT7

COT11 – Para a melhoria das condições de trabalho e de produção devemos identificar quais são as principais fontes de reclamações dos trabalhadores do artesanato em tear de Resende Costa. Qual é a principal reclamação dos trabalhadores/fornecedores do artesanato do seu comércio?

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| 1. Renda (VÁ PARA COT20) | 5. Doenças (VÁ PARA COT15) |
| 2. Tear (VÁ PARA COT12) | 6. Outra. Qual?____(VÁ PARA COT20) |
| 3. Matéria-prima (VÁ PARA COT13) | 77. NR (VÁ PARA COT20) |
| 4. Dores no corpo (VÁ PARA COT14) | |

COT12 – Qual é o problema com o tear? _____(VÁ PARA COT20)

COT13 – Qual é o problema com a matéria-prima? _____ (VÁ PARA COT20)

COT14 – Com relação à dor qual é o local do corpo que os trabalhadores mais reclamam? (AO MARCAR UMA OPÇÃO VÁ PARA COT16)

- | | | |
|-----------|-------------------|----------------------|
| 1.Cabeça | 6. Coluna | 11.Outro.Qual? _____ |
| 2.Pescoço | 7. Dedos das mãos | 77. NR |
| 3.Ombro | 8. Abdômen | 99. NS |
| 4.Braços | 9. Pernas | |
| 5. Mãos | 10. Pés | |

COT15- Qual é o problema de saúde mais freqüente entre os moradores e/ou empregados deste comércio?

1. Rinite, sinusite, bronquite, asma e alergia respiratória
 2. Coceiras e/ou alergia de pele, micoses e feridas
 3. Obesidade
 4. Artrites, artrose, dores de coluna e de esforço repetitivo
 5. Outro. Qual? _____
- 77.NR
99. NS

COT16 – Qual é o medicamento mais utilizado pelo trabalhador para tratamento ou alívio? _____

COT17- No último ano estas dores ou doenças causaram falta de fornecimento de produtos para seu comércio?

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| 1.Sim (VÁ PARA COT18) | 2. Não (VÁ PARA COT20) |
|-----------------------|------------------------|

COT18 – Quantas pessoas prejudicaram o fornecimento por estes motivos?

COT19 – As faltas de fornecimento somadas destes trabalhadores no último ano correspondem aproximadamente a quantos dias de trabalho?

- | | |
|-------------------|-------------------------|
| 1. Até uma semana | 4. Até 60 dias |
| 2. Até 15 dias | 5. Outros. Quais? _____ |
| 3. Até 30 dias | 77. NR |

COT20 – Os trabalhadores utilizam algum tipo de Equipamento de Proteção Individual ou Coletivo?

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA COT21) | 2. Não (VÁ PARA COT22) |
|------------------------|------------------------|

COT21 – Qual é o equipamento de proteção utilizado? _____

COT22 – Algum(a) trabalhador/fornecedor de artesanato de Resende Costa sabe realizar todas as etapas da produção do artesanato em tear, ou seja, sabem picar retalho, enrolar fios e retalhos, urdir, montar repasse, tecer todos os tipos de peças, fazer o acabamento das peças e pintá-las?

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA COT23) | 2. Não (VÁ PARA COT24) |
|------------------------|------------------------|

COT23 – Quantos trabalhadores sabem todas as etapas? _____

COT24 – Para você as atividades exercidas pelos trabalhadores do artesanato em tear de Resende Costa são provisórias?

- | | |
|--------|--------|
| 1. Sim | 2. Não |
|--------|--------|

COT25 – Você tinha outro tipo de trabalho antes de atuar no comércio artesanal?

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA COT26) | 2. Não (VÁ PARA CMP1) |
|------------------------|-----------------------|

COT26 - Qual era a ocupação anterior? _____

COT27 – Qual o município em que trabalhava? _____

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DA MATÉRIA-PRIMA

Neste módulo serão feitas perguntas sobre a caracterização dos materiais utilizados para a produção do artesanato em tear.

CMP1- Você fornece matéria-prima para os produtores de artesanato em tear de Resende Costa?

- | |
|--------------------------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA CMP2) |
| 2. Não (VÁ PARA CP1- PRÓXIMO MÓDULO) |

CMP2 - Qual é o maior problema enfrentado por você no seu dia-a-dia no que se refere à matéria-prima, ou seja, o retalho ou o fio industrializado?

- | | |
|----------------------|-------------------|
| 1. Falta de material | 4. Qualidade ruim |
|----------------------|-------------------|

2. Falta de variedade
3. Preço alto
5. Outro. _____ Qual?

77.NR

CMP3 – Quais são os principais materiais que você utiliza na produção artesanal em tear? _____

CMP4- Qual é a quantidade de material consumido por semana ou mês? _____

CMP5 – Qual é o local, município e comércio, em que você adquire estes materiais?

CMP6 – Qual é o local que você armazena estes materiais?

CMP7 – Existe sobra destes materiais?

2. Sim (VÁ PARA CMP7) 2. Não

CMP8 – Qual é o destino destas sobras? _____

CMP9 – Qual é a quantidade das sobras por semana ou mês? _____

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DA PRODUÇÃO

Neste módulo serão feitas perguntas sobre a caracterização da produção do artesanato em tear.

CP1- Qual é o local de trabalho em que as atividades produtivas artesanais em tear de Resende Costa são executadas para o abastecimento deste comércio?

1. Nas casas dos trabalhadores
2. Em galpão de minha propriedade
3. Nas casas e em galpão de minha propriedade
4. Outro. Qual? _____

77.NR

CP2 – Você tem teares?

1. Sim (VÁ PARA CP3) 2. Não (VÁ PARA CP5)

CP3 – Qual é o tipo de tear que você tem?

1. Pequeno 4. Outro. Qual? _____
3. Duplo 77. NR (VÁ PARA CP5)
4. Pequeno e duplo

CP4- Quantos teares você tem? _____

CP5 – Estes teares estão distribuídos na:

1. Nas casas dos trabalhadores

2. Em galpão de minha propriedade
3. Nas casas e em galpão de minha propriedade
4. Outro. Qual? _____

77.NR

CP6 – Nos últimos 5 anos a produção artesanal em tear que você coordena:

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1. Cresceu (VÁ PARA CP7) | 2. Reduziu (VÁ PARA CP8) |
|--------------------------|--------------------------|

CP7 – Sua produção artesanal cresceu aproximadamente em:

- | | | | |
|--------|--------|------------------|---------------------------|
| 1. 10% | 5. 50% | 9. 90% | 13. Outro. Qual?
_____ |
| 2. 20% | 6. 60% | 10. Dobrou | 77. NR |
| 3. 30% | 7. 70% | 11. Triplicou | 99. NS |
| 4. 40% | 8. 80% | 12. Quadriplicou | |

CP8 – Sua produção artesanal reduziu aproximadamente em: (LER OPÇÕES)

- | | | | |
|--------|--------|------------------|---------------------------|
| 1. 10% | 5. 50% | 9. 90% | 13. Outro. Qual?
_____ |
| 2. 20% | 6. 60% | 10. Dobrou | 77. NR |
| 3. 30% | 7. 70% | 11. Triplicou | 99. NS |
| 4. 40% | 8. 80% | 12. Quadriplicou | |

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DO COMÉRCIO ARTESANAL

Neste módulo serão feitas perguntas sobre a caracterização do comércio artesanal.

CCA1 – Qual é a quantidade total dos tipos de peças e produtos artesanais que você tem em seu comércio? _____

CCA2 – Qual é a quantidade total de peças do tear de Resende Costa que você tem em seu comércio? _____

CCA3 – Vocês criam peças novas?

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. Sim (VÁ PARA CCA4) | 2. Não (VÁ PARA CCA5) |
|-----------------------|-----------------------|

CCA4 – Como vocês criam essas peças novas?

- | | |
|-------------------------------|--|
| 1. Criação própria | 4. Copio de fontes como jornais, revistas e feiras |
| 2. Encomenda do comprador | 5. Outra. Qual? _____ |
| 3. Copio de outros produtores | 77. NR |

CCA5 – Qual é o produto que você considerada como sendo o principal do seu comércio? _____

CCA6 – Qual é o principal diferencial do seu comércio em comparação com seus concorrentes?

- | | |
|----------------------------|-----------------------|
| 1. Preço | 5. Outro. Qual? _____ |
| 2. Qualidade | 77. NR |
| 3. Origem da família | 99. NS |
| 5. Entrega dentro do prazo | |

CCA7 – Qual é a característica do seu comércio e dos produtos que você comercializa que você acredita que pode ser melhorada?

- | | |
|----------------------------|---------------------------------------|
| 1. Preço | 6. Criação de novas peças ou serviços |
| 2. Materiais utilizados | 7. Outro. Qual? _____ |
| 3. Qualidade | 77. NR |
| 4. Entrega dentro do prazo | 99. NS |
| 5. Beleza | |

CCA8 – ATENÇÃO ENTREVISTADOR VÁ PARA A PLANILHA DA PÁGINA 15

MÓDULO DE CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO

Neste módulo serão feitas perguntas sobre a caracterização do mercado artesanal deste município.

CM1- Qual é a principal dificuldade que prejudica você na melhoria da atividade econômica artesanal? (LER OPÇÕES)

1. Falta de matéria-prima
 2. Falta de financiamento
 3. Falta de treinamento para ajudar a administrar meu negócio
 4. Falta de treinamento para desenvolver novos produtos
 5. Falta de divulgação em feiras e outros eventos
 6. Alto valor da renda dos trabalhadores
 7. Falta de trabalhadores
 8. Lucro da atividade é pequeno
 9. Outra. Qual? _____
77. NR

CM2 – Qual é o destino comercial de seus produtos? (LER OPÇÕES)

1. Clientes que freqüentam a loja (VÁ PARA CM6)
2. Lojistas de outros municípios no Estado (VÁ PARA CM3)
3. Lojistas de outros estados (VÁ PARA CM4)
4. Lojistas de outros países (VÁ PARA CM5)
5. Outro. Qual? _____ (VÁ PARA CM6)

77.NR

CM3 - Você vende para lojistas de que municípios? _____

CM4 - Você vende para lojistas de que estados? _____

CM5 – Você vende para lojistas de que países? _____

CM6 – Qual das opções abaixo pode ser associada ao aumento de suas vendas?

- | | |
|--|-----------------------------|
| 1.Feiras | 6.Férias escolares de julho |
| 2.Festa de natal | 7.Festa de carnaval |
| 3. Dia das mães | 8.Semana Santa |
| 4.Dia dos pais | 9.Outra. |
| 5.Férias escolares de dezembro e janeiro | Qual? _____ |

77. NR

99. NS

CM7 – Para você que outras atividades econômicas da região do município de Resende Costa refletem no aumento ou na diminuição de suas vendas?

- | | |
|---------------------|------------------------|
| 1.Pecuária | 5.Serviços de educação |
| 2.Agricultura | 6.Outra. Qual? _____ |
| 3.Indústria | 77.NR |
| 4.Turismo | 99. NS |
| 5.Serviços de saúde | |

CM8 – Para você qual é o principal fator para definição de com que manter relações de fornecimento de artesanato em tear de Resende Costa? (LER OPÇÕES)

3. Família de origem (VÁ PARA CM9)
4. Conhecimento do trabalho (FIM)
5. Preço (FIM)
6. Produção diária (FIM)
7. Indicações pessoais (VÁ PARA CM10)
8. Outro. Qual? _____ (FIM)

77.NR (FIM)

CCA8 – Quais são os principais produtos comercializados, sua cidade de origem, a quantidade vendida por me e o preço de venda unitário?

	Quais são os produtos (CC8a)?	Qual é a origem do produto (CC8b)?	Quantidade vendida por mês (CC8c)?	Qual é o preço de venda unitário (CC8d)?
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

ATENÇÃO ENTREVISTADOR! VOLTE PARA A PÁGINA 12, QUESTÃO CM1

APÊNDICE C – Manual sintético de instruções para entrevistadores

APRESENTAÇÃO

Este manual de instruções para entrevistadores tem como objetivo definir de forma clara e simples os procedimentos para aplicação do questionário, como também a postura e comportamento dos entrevistadores.

Este documento tem como referências as experiências do Centro de Pesquisa Quantitativa em Ciências Sociais da Universidade Federal de Minas Gerais, que teve como referência as experiências do Institute for Social Research (ISR) da Universidade de Michigan. Estas experiências possibilitam e indicam vários procedimentos padrões na condução de *surveys*, como o questionário que iremos aplicar na população envolvida diretamente com a produção artesanal em tear de Resende Costa (MG).

I - INTRODUÇÃO

O entrevistador é a única pessoa que tem contato direto com o entrevistado. Ele é a ligação entre a coordenação da pesquisa e o entrevistado, pois é quem reporta as informações obtidas, as atitudes do entrevistado e as circunstâncias das entrevistas.

O trabalho do entrevistador é fazer uma coleta completa e apurada de dados. Para tanto este deve:

- 1) Fazer com que o entrevistado se sinta confortável para responder as questões propostas da forma mais franca e completa possível;
- 2) Conhecer bem o questionário para ser capaz de ler as questões de forma adequada e em sua ordem correta, e, assim, coletar e registrar todas as informações necessárias;
- 3) Transferir as informações registradas à coordenação da pesquisa de modo que possam ser entendidas e interpretadas corretamente.

Se não houvesse entrevistadores, também não haveria *surveys*. O entrevistador é literalmente a pedra de torque do projeto, pois a qualidade dos dados coletados depende, em grande extensão, de sua habilidade nos procedimentos acima mencionados.

II – QUESTÕES ÉTICAS

Como entrevistador (a), você está submetido (a) a certas obrigações éticas, tais como:

- 1) Confidencialidade – Você deverá ler a declaração de confidencialidade para o entrevistado:

“Esta entrevista é completamente voluntária. Suas respostas são confidenciais e o seu nome não será associado a elas”.

Você deverá assegurar ao entrevistado que as respostas são estritamente confidenciais. Se necessário, explique que, na divulgação dos resultados da pesquisa, os dados não são apresentados de forma individualizada e, sim de forma agrupada, isto é, por meio de percentuais de respostas comuns.

Você não poderá partilhar as respostas do entrevistado com ninguém, exceto com a coordenação da pesquisa.

- 2) Não use a situação de entrevista para obter ganhos pessoais – Não use a entrevista para divulgar ou defender suas próprias convicções políticas, sociais ou religiosas.
- 3) Não dê conselhos ao entrevistado – Não dê conselhos ou orientações ao entrevistado sobre quaisquer tipos de problemas por ele (a) mencionados durante a entrevista. Se ele (a) solicitar diretamente a sua ajuda, você pode citar nomes de instituições conhecidas, mas sem fazer nenhuma recomendação.
- 4) Não peça nenhum tipo de ajuda ou favor ao entrevistado.
- 5) Mantenha a distância profissional entre você e o entrevistado – Isto não impede que você aceite um cafezinho durante a entrevista, mas você não poderá iniciar ou aceitar convites para contatos sociais fora da entrevista.

ATENÇÃO ENTREVISTADOR(A)!

Tenha sempre presente que você está participando de um projeto de pesquisa que envolve uma instituição de ensino superior - UFMG. E que você não poderá adotar atitudes que possam comprometer esta instituição ou você mesmo, em sua integridade física, moral e emocional.

III – COMO REALIZAR UMA ENTREVISTA

a) Preparação

- 1) Participe atentamente do treinamento e estude o material da pesquisa;
- 2) Esclareça suas dúvidas com a equipe de coordenação da pesquisa;
- 3) Confira todo o material que você vai utilizar devidamente organizado: questionário, manual de instruções e esclarecimentos, caneta, lápis e borracha;
- 4) Leve sua identidade e o crachá;
- 5) Vista-se de forma apropriada;
- 6) Esteja preparado e motivado!

b) Apresentação

- 1) Apresente-se ao entrevistado;
- 2) Pergunte se ele (ela) está sabendo da pesquisa, se ouviu as entrevistas e divulgação da rádio, leu a reportagem do jornal ou conversou com as lideranças, vereadores, prefeito e secretários da prefeitura que estão apoiando a pesquisa;
- 3) Apresente o tema da pesquisa de forma objetiva;
- 4) Lembre-se que as melhores introduções são breves.

IV – O CONTATO COM O ENTREVISTADO

Inicialmente, a coordenação da pesquisa divulgou sua execução no Jornal das Lages, na Rádio Inconfidentes, com a participação em dois programas e por meio de pequenas inserções na programação diária. Além da utilização dos meios

de comunicação municipais o projeto de pesquisa foi apresentado para Câmara de Vereadores e para Prefeitura Municipal. Mesmo assim a pessoa a ser entrevistada deve ser informada do assunto da pesquisa e do motivo de sua escolha. Assim, você deve apresentar-se de forma confiante diante do entrevistado e fazer sua apresentação pessoal e da pesquisa.

O importante é que você se sinta confortável em sua apresentação. Para tanto, refaça o modelo usando suas próprias palavras e treine com a ajuda de um amigo ou de outro entrevistador, lembrando-se sempre de enfatizar:

1) QUEM VOCÊ É E QUE INSTITUIÇÃO ESTÁ REPRESENTANDO

- a) Você é um entrevistador que não está tentando vender nada;
- b) Você está participando de um projeto de pesquisa de instituições confiáveis e respeitáveis;

2) A IMPORTÂNCIA DO PROJETO

Informe sobre a importância do projeto para o entrevistado dizendo algo como: “Este estudo é importante porque procura conhecer a realidade dos trabalhadores e da produção do artesanato em tear de Resende Costa”.

3) COMO O ENTREVISTADO FOI SELECIONADO PARA A PESQUISA

As casas que serão abordadas, nas diversas partes da cidade, foram escolhidas por terem moradores que trabalham com alguma atividade do processo de produção das peças artesanais ou de retalhos e fios para o tear.

4) ESTÁ É UMA PESQUISA DE OPINIÃO, NÃO UM TESTE

O que nós queremos são as opiniões dos entrevistados. Para nós não há resposta certa ou errada, pois isto não é um teste de conhecimento e, sim, uma pesquisa de opiniões e experiências de trabalho dos verdadeiros conhecedores do artesanato em tear de Resende Costa.

5) COMO AS INFORMAÇÕES SERÃO USADAS

As informações coletadas neste estudo serão usadas por pesquisadores com o objetivo de identificar e compreender quais os assuntos e problemas são

importantes para os trabalhadores e comerciantes da produção artesanal de Resende Costa.

6) CONFIDENCIALIDADE

Esclareça ao entrevistado que as informações coletadas são codificadas e processadas para análise. Os resultados da pesquisa são divulgados de forma agrupada e não de forma individual.

7) REMARCANDO A ENTREVISTA – COMBINE O MELHOR HORÁRIO PARA A ENTREVISTA

Havendo dificuldades para o entrevistado, ouça o que ele diz e compartilhe o problema com ele dizendo: “Eu entendo que você seja muito ocupado, mas nós precisamos conversar com todas as pessoas envolvidas na produção e comercialização do artesanato em tear, incluindo os muitos ocupados, para que suas opiniões sejam representadas na pesquisa. Nós podemos fazer a entrevista quando for de sua conveniência.”

V – TÉCNICAS GERAIS DE ENTREVISTA

- 1)** Estabeleça empatia – Proceda de forma amistosa, demonstrando interesse no que o entrevistado diz, sem denotar qualquer atitude negativa em relação ao que é dito. Isto é importante para fazer o entrevistado sentir-se confortável com você e motivado a compartilhar suas opiniões com honestidade.
- 2)** Seja cortês - Trate o entrevistado e suas respostas com respeito.
- 3)** Seja imparcial – Não julgue, aceite as respostas do entrevistado como legítimas e com isenção.
- 4)** Seja um ouvinte atencioso – Escute atentamente o que o entrevistado está tentando dizer. Se não entender a resposta, volte à pergunta e verifique se a fez de forma correta. Se necessário, use de algumas perguntas, como veremos logo à frente, até que o significado da resposta esteja claro. Demonstre sua atenção ao que o entrevistado diz; isto o fará sentir que suas informações/opiniões são importantes.

- 5) Encoraje o entrevistado a dar respostas completas – De maneira neutra, de modo a não afetar o conteúdo da resposta, você deve demonstrar interesse naquilo que o entrevistado está dizendo. Use expressões de reforço como: “Estou entendendo”, “Compreendo”, e adote posturas corporais receptivas, como balançar a cabeça, por exemplo.
- 6) Permaneça neutro – Não deixe o entrevistado perceber o que você sente/pensa acerca de quaisquer das opiniões/comentários feitos por ele. Isto pode afetar seriamente a confiabilidade da resposta, pois ele poderá alterá-la com o objetivo de responder aquilo que ele acredita que você gostaria de ouvir.
- 7) Não debata o tema da entrevista com o entrevistado ou outra pessoa presente – Não demonstre suas opiniões e sentimentos em relação às respostas. Mantenha a objetividade.
- 8) Deixe o entrevistado confortável para dar respostas sobre atitudes e crenças – Acentue que a opinião do entrevistado é importante.
- 9) Não se desanime – Há a expectativa de que as entrevistas sejam fáceis, mas algumas podem ser bem difíceis ou “duras”. Algumas pessoas não necessitam ser motivadas a falar e, na verdade, você precisa limitar suas respostas, enquanto outras necessitam ser muito encorajadas.
- 10) Remarcando entrevistas – O entrevistado pode ser obrigado a interromper a entrevista devido a um compromisso anterior ou por uma situação inesperada. Procure deixar acertado um novo horário para terminar a entrevista. Isto será mais fácil se você tiver conseguido uma boa empatia com o entrevistado.
- 11) Não se envolva em discussões – Você poderá entrevistar pessoas em situações desagradáveis, ou que respondam de forma grosseira. Tente ser simpático, sensível e procure não se envolver, tendo sempre em mente o objetivo da entrevista.
- 12) Ajuste o ritmo da entrevista aos diferentes perfis de entrevistado – Se você falar muito devagar o entrevistado pode se chatear e, se falar rápido demais, ele poderá não entender a questão. Esteja atento ao caso de pessoas mais velhas, pois elas demandam um ritmo especial de entrevista.

13)Agradeça ao final da entrevista – Agradeça o tempo disponibilizado para a pesquisa e seja cordial para responder o entrevistado sobre questões relativas à entrevista. Alguns entrevistados podem querer fazer perguntas e comentários acerca de sua própria entrevista.

VI – A CONDUÇÃO DA ENTREVISTA

Os mecanismos de coleta de informações e de seu registro são partes fundamentais do trabalho do entrevistador. A seguir, estão descritas instruções para a obtenção de dados completos e confiáveis.

A. Como usar o questionário?

- 1) Leia as questões exatamente da maneira e na ordem em que aparecem no questionário. É importante que as perguntas sejam feitas exatamente da mesma forma e na mesma ordem para todos os entrevistados. Portanto, o entrevistador não pode fazer as perguntas com suas próprias palavras, parafrasear ou omitir parte da questão, ou mudar a sua ordem.
- 2) Leia a questão inteira antes de aceitar a resposta.
- 3) Não pule nenhuma questão. Faça todas as perguntas na ordem, mesmo que a resposta já tenha sido dada pelo entrevistado. Neste caso, esclareça “*Nós já tocamos neste assunto antes, mas eu preciso fazer todas as questões na ordem em que elas aparecem no questionário*”.
- 4) Muitas vezes uma questão ou uma seqüência de questões não se aplica a situação do entrevistado. Nestes casos, o entrevistador é orientado a saltar algumas questões. Leia atentamente e siga as orientações que aparecem nas caixas de orientação.
- 5) Use um tom de voz agradável, transmitindo segurança, interesse e profissionalismo.
- 6) Evite referências diretas a respostas anteriores.
- 7) Não ajude o entrevistado a responder a nenhuma questão. A resposta deverá ser apenas dele.

B. Como fazer as anotações?

- 1) Nas questões com respostas já definidas, marque um X na opção escolhida pelo entrevistado.
- 2) Nas questões com opções já definidas existem duas siglas que são respectivamente a opção **77. NR, não respondeu** e **99. NS, não sabe**.
- 3) Nas questões que pedem para você escrever uma informação específica, tal como, valor numérico, idade, quantidade ou tempo, escreva apenas o número.
- 4) Nas questões abertas, não resuma e tampouco parafraseie as respostas. Caso contrário, você poderá, mesmo sem intenção, mudar o significado das respostas.
- 5) Anote as respostas completas. Registre as respostas com as palavras do próprio entrevistado para evitar perder informações, já que um novo contato com o entrevistado seria muito difícil.
- 6) Escrevas as respostas à medida que o entrevistado as responde. Uma boa técnica para manter o entrevistado interessado enquanto você anota suas respostas é começar a repetir em voz alta aquilo que você está escrevendo. Isso faz com que o entrevistado tenha confiança nas suas anotações e veja que você está prestando atenção nele. Essa técnica serve para estimular o entrevistado, pois ao escutar suas próprias palavras, poderá se sentir estimulado a ampliar sua resposta.
- 7) Use letra legível ao escrever as respostas. Após terminar a entrevista, releia suas anotações e reescreva aquelas palavras que não estão claras e legíveis e que podem não ser entendidas pelo codificador.
- 8) Tome cuidado com as abreviações que fizer. Você poderá usar as suas próprias siglas para anotar o que está sendo dito, mas deixe registrado o significado de tais siglas para que outras pessoas possam entender suas anotações.

C. Como conferir o questionário?

- 1) A primeira coisa que você deve fazer depois da entrevista é conferir todo o questionário para ter certeza de que todas as questões estão preenchidas. É

importante também que você releia as questões abertas, verificando se as repostas estão legíveis, completas e em condições de serem entendidas. Lembre-se de que outras pessoas terão que ler seus questionários.

- 2) Você deve registrar quaisquer referências ou observações que ajudem a entender a situação e facilitem a codificação. Estas observações devem ser feitas sempre entre parênteses.
- 3) Repasse toda a entrevista e reescreva qualquer palavra ilegível ou abreviada, assegurando-se de que todas suas anotações estão claras e em condições de serem entendidas.
- 4) Verifique se você coletou todos os dados necessários do entrevistado e do local da entrevista.
- 5) Confira a identificação do domicílio ainda no local da entrevista.

VII – ESCLARECIMENTOS DE PERGUNTAS E RESPOSTAS

Sendo uma técnica bem estruturada, o *survey* utiliza procedimentos padronizados para garantir o compartilhamento de significados entre entrevistador e entrevistado e, assim, assegurar a comparabilidade das perguntas feitas e das respostas dadas pelos diferentes entrevistadores e entrevistados. A busca de clarificação das perguntas e das respostas pode partir tanto do entrevistador quanto do entrevistado.

A. Quando a dúvida ou o pedido de esclarecimento parte do entrevistado

Algumas vezes o entrevistado poderá pedir informações adicionais para responder alguma questão. Nesses casos, você poderá adotar algum dos procedimentos padronizados colocados abaixo.

- 1) Repetir o enunciado da questão;
- 2) Repetir as opções de resposta;
- 3) Definir o significado do enunciado;
- 4) Definir o significado das opções de resposta.

A seguir, algumas orientações que o entrevistador deve seguir ao dar esclarecimentos:

- 1) Se existe qualquer dúvida de que o entrevistado escutou a questão inteira, repita a questão toda.
- 2) Se lhe for pedido, repita o marco de referência temporal (ex.: nas últimas semanas, no ano passado, etc).
- 3) Quando lhe é pedido para repetir uma opção de resposta, releia todas as opções de resposta da questão, a menos que o entrevistado já tenha eliminado uma ou mais opções explicitamente.

B. Quando a dúvida ou o esclarecimento parte do entrevistador

No caso de entrevistador antecipar a necessidade de esclarecimentos e no caso de dúvidas por parte do entrevistador, podemos utilizar o recurso de questões padronizadas adicionais, estas questões são denominadas *probes*. A seguir, alguns exemplos dos principais questionamentos utilizados para melhorar a relação e esclarecimento de pontos da entrevista.

- 1) Quando o entrevistador não entender a resposta do entrevistado use “O que você quer dizer?” ou “Você quer dizer como?” ou “Como assim?” ou “Em que você está pensando?”.
- 2) Quando a resposta do entrevistado não for clara ou der margem a mais de uma interpretação use “Você pode me falar um pouco mais sobre isso?”.
- 3) Quando a resposta começar por “Não sei...” use “O que você acha?” ou “O que você pensa?” ou “O que você espera?”.
- 4) Quando o entrevistado ficar em dúvida entre duas respostas ou quando ele quiser escolher mais opções use “Qual se aproxima mais?” ou “Qual se aproxima mais de como você se sente/pensa?”.
- 5) Lembre-se de que sentenças maiores encorajam mais informações do que frases curtas. A frase “Existem outras razões para que você pense assim?” dá ao entrevistado tempo para pensar e demonstra a importância do pedido. Um simples “Algo mais?” ou “Alguma outra?” provavelmente será seguido de uma resposta negativa.

6) Além dos questionamentos acima mencionados, há ainda os seguintes exemplos de perguntas que podem ser feitas ao entrevistado para auxiliar o seu trabalho:

Você pode me falar um pouco mais sobre o que isso significa para você?;

Em que você está pensando?;

Como você se sente em relação a isso?;

O que aconteceu?;

Por que foi assim?;

Você pode me dar um exemplo?;

Mas, em geral, o que você pensa?

Espero que este manual seja utilizado como um instrumento de auxílio ao trabalho de vocês e que tenha reflexo na qualidade da coleta de dados, que será realizada por meio do questionário apresentado a vocês e que iremos discutir e testar antes do início efetivo da pesquisa de campo.

Desejo que todos os participantes tenham um ótimo dia e um excelente trabalho pela frente. Estou inteiramente à disposição para conversarmos e discutirmos o desenvolvimento desta pesquisa. Vocês podem entrar em contato por meio do e-mail gustavomelosilva@yahoo.com.br ou dos telefones (31) 8681-6869 e (32) 9996-6654. Além de pessoalmente, já que estarei no período de execução das entrevistas a disposição na Biblioteca Municipal.

APÊNDICE D – Termo de compromisso

Comprometo-me não revelar a ninguém, exceto à coordenação da Pesquisa “Desenvolvimento Socioeconômico Local, Mudanças Organizacionais e do Trabalho: Estudo de Caso da Indústria Criativa Artesanal Têxtil de um Município Mineiro”:

1. O nome, endereço ou outras informações que identifiquem qualquer entrevistado;
2. O conteúdo das respostas que possam ser associadas aos nomes dos entrevistados;

Asseguro que não entrarei em contato com qualquer entrevistado (ou membro de sua família, empregador, ou outra pessoa a ele relacionado), a não ser com autorização da coordenação da pesquisa.

Comprometo-me a realizar o trabalho de aplicação dos questionários conforme os procedimentos estabelecidos pela coordenação e supervisão da pesquisa e repassados em treinamento do qual participei.

Assino este Termo de Compromisso entendendo que seu cumprimento é condição para continuidade da minha participação nesta pesquisa da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Resende Costa (MG), 29 de junho de 2009

Entrevistador:

Carteira de Identidade:

CPF:

APÊNDICE F – Espelho de tabulação do questionário domiciliar

NºQ = Digitar o número do questionário

CC1 – Quais das opções abaixo de bens, utensílios domésticos e de infra-estrutura sua casa possui? Respondeu?

1= Sim 77= NR

CC1.1= Rede de esgoto	1= sim	2=não
CC1.2= Rádio	1= sim	2=não
CC1.3= Fossa	1= sim	2=não
CC1.4= Fogão à lenha	1= sim	2=não
CC1.5= Antena Parabólica	1= sim	2=não
CC1.6= Rede de água	1= sim	2=não
CC1.7= Geladeira	1= sim	2=não
CC1.8= Computador	1= sim	2=não
CC1.9= TV Preto e Branco	1= sim	2=não
CC1.10= TV Cores	1= sim	2=não
CC1.11= Instalação elétrica	1= sim	2=não
CC1.12= Chuveiro	1= sim	2=não
CC1.13= Fogão a gás	1= sim	2=não
CC1.14= Vídeo Cassete	1= sim	2=não
CC1.15= DVD	1= sim	2=não
CC1.16= TV por assinatura	1= sim	2=não
CC1.17= Microondas	1= sim	2=não
CC1.18= Freezer	1= sim	2=não
CC1.19= Máquina de lavar	1= sim	2=não
CC1.20= Aparelho de som	1= sim	2=não
CC1.21= Forno elétrico	1= sim	2=não
CC1.22= TV LCD	1= sim	2=não
CC1.23= TV Plasma	1= sim	2=não
CC1.24= Notebook	1= sim	2=não

CC2 – Esta casa é?

CC4.6= Em construção fora do município 1= sim 2= não

CC4.6.1= Quantos? (LANÇAR A QUANTIDADE)

CC5 - Em que município(s) está o imóvel construído?

1 = São Paulo

2=São Tiago

3=Passa Tempo

4= Caxias (RJ)

CC6 - Em que município(s) está o imóvel em construção?

CC7 - Algum(a) morador(a) possui algum investimento financeiro?

1= Sim

2= Não

77= NR

CC8 - Qual é o tipo de investimento financeiro?

1= Renda fixa (CDB/RDB)

2= Caderneta de Poupança

3= Bolsa de Valores

4= Outros

5= Renda fixa e caderneta de poupança

6= Erro de preenchimento

77= NR

CC9 - Qual é o nome dos antepassados dos moradores desta casa?

1=FO01

32=FO32

60=FO60

87=FO87

2=FO02

33=FO33

61=FO61

88=FO88

3=FO03

34=FO34

62=FO62

89=Erro de

5=FO05

35=FO35

63=FO63

preenchimento

6=FO06

36=FO36

64=FO64

90=FO90

7=FO07

37 = FO37

65=FO65

91=FO91

8=FO08

38 = FO38

66=FO66

91=FO91

9=FO09

39=FO39

67=FO67

92=FO92

10=FO10

40=FO40

68=FO68

93=FO93

11=FO11

41=FO41

69=FO69

94=FO94

12=FO12

42=FO42

70=FO70

95=FO95

14=FO14

43=FO43

71=FO71

96=FO96

15=FO15	45=FO45	72=FO72	97=FO97
16=FO16	46=FO46	73=FO73	98=FO98
17=FO17	47=FO47	74=FO74	99=FO99
18=FO18	48=FO48	75=FO75	100=FO100
20=FO20	49=FO49	76=FO76	101=FO101
21=FO21	50 = FO50	77=NR	102=FO102
22=FO22	51=FO51	78=FO78	103=FO104
23=FO23	52=FO52	79=FO79	104=FO104
24=FO24	53=FO53	80=FO80	105=FO105
25=FO25	54=FO54	81=FO81	106=FO106
26=FO26	55=FO55	82=FO82	107=FO107
27=FO27	56=FO56	83=FO83	108=FO108
28=FO28	57 = FO57	84=FO84	109=FO109
29=FO29	58=FO58	85=FO85	
30=FO30	59=FO59	86=FO86	

CAP1- Qual é a função que o(s) morador(es) e/ou empregados desta casa desempenham no artesanato em tear?

1= Produtor de peças

2= Fornecedor de novelos de fio

3= Fornecedor de novelos de retalho

4= Comerciante e produtor de peças

5= Fornecedor de novelos e produtor de peças

6=Fornecedor de novelos de retalho e acabamento de peças

7=Fornecedor de novelos de fio e de retalho

8= Produtor de peças, fornecedor de novelos de fio e retalho e comerciante

9=Fornecedor de novelos de fio, comerciante e produtor de peças

10=Acabamento

77= NR

CAP2 – Qual é a mão-de-obra utilizada para execução da produção artesanal nesta casa?

a. Moradores da casa

3=Empregados

2=Moradores da casa e empregados

77= NR

CAP3- Qual é a ocupação principal exercida pelos moradores e/ou empregados da casa?

1= Tece

2= Tece e pica retalhos

3= Pica retalhos

4= Enrola novelo de fio industrial

5= Enrola novelo de fio industrial e tece

6= Enrola novelo de retalho

7= Enrola novelo de retalho e tece

8= Urdir

9= Montagem do repasse

10= Acabamento as peças

11= Tece e acabamento das peças

12= Pinta as peças

13=Tece e pinta as peças

14= Pica e enrola retalho

15=Tece,enrola novelo de retalho, montagem de repasse e acabamento de novelos

16=Pica e enrola novelo de retalhos

17= Enrola retalhos e acabamento de peças

18= Tece e vende retalho

19=Tece, urdi, monta repasse e acabamento de peças

20=Tece, montagem de repasse e acabamento de peças

21=Tece, enrola fio e retalho, acabamento de peças

22=Tece e enrola novelo de retalho e fio

23=Tece, pica e enrola retalho

24=Tece e Urdir

25=Enrola novelo de retalho, tece e acabamento de peças

26=Tece, pica retalhos e acaba as peças

27=Tece, pica retalhos, urdir e acabamento das peças

77= NR

CAP4 – Há quanto tempo esta casa desenvolve atividades produtivas do artesanato em tear?

1= a menos de 5 anos

4=a mais de 20 anos

2= de 5 a 10 anos

77= NR

3= de 10 a 20 anos

CAP5 – O ramo de atividade exercido pelos moradores e/ou empregados no artesanato em tear é sua renda:

1= Secundária

3= Principal

2= Sazonal

77=NR

CAP6 – Qual é sua principal fonte de trabalho e renda?

1= Terraplanagem

25=Lenhador

2= Auxiliar de enfermagem

26=Artesanato em semi-jóias

3= Aposentado(a)

27=Doméstica

4= Balconista

28=produzir toalhinhas

5= Pedreiro

29=Artesanato

6= Auxiliar de almoxarifado

30=Salário do marido

7= Lavrador

31=Autônomo

8= Comerciante

32=babá

9= Cabeleireira

33=Açougueiro

10= Funcionário público

34=Servente

11= Marceneiro

35=Faxineira/diarista

12= Auxiliar de enfermagem e balconista

36=Manicure

13=Aposentado e garçom

37=Professor

14=Operador de retro-escavadeira

38=Cuidador de idosos

15=Pintor e lavrador

39=Comércio de artesanato

16=Confeiteiro

40=aposentadoria e pedreiro

17=Mecânico

41=Outro

18= Artesanato em gesso e madeira

42=Funcionário de empresa privada

19= Auxiliar de supermercado

43=Bolsa Família

20=Serrador

44=Doméstica e tratorista

21=Pensionista

45=Comerciante e aposentadoria

22=Vendedor

23=Segurança

24=Manicure e depiladora

46=Erro de preenchimento

47=Produtor rural

77= NR

CAP7 - Qual é o período do ano, do mês ou da semana que vocês trabalham com o artesanato em tear?

1= de segunda a sexta-feira

2= 1 vez por mês

3= ano todo

4= segunda a sábado

5= 2 semanas por mês

6= de segunda a quinta-feira

7= três vezes por semana

8= dois dias por semana

9= 1 vez por semana

10= mês inteiro

11= de Junho a agosto

12= 8 dias por mês

77= NR

CAP8- Qual das opções abaixo foi o principal motivo para vocês iniciarem na atividade artesanal?

1= Tradição da família

2= Insistência de amigos do trabalho

3= Completar a renda

4= Realização pessoal

5= Insistência de amigos da minha religião

6= Insistência de vizinhos

7= Falta de opção de trabalho e renda no município

8= Fácil acesso

9= Insistência de amigos

10=Ocupação de tempo ocioso

11=Completar a renda, falta de opção de trabalho e renda no município

12=Tradição da família e falta de opção de retalho e renda no município

13=Tradição da família e completar a renda

14=Insistência de amigos do trabalho, falta de opção de trabalho e renda no município

15=Entretenimento

77= NR

CAP9 – Como os trabalhadores desta casa aprenderam o trabalho do artesanato em tear?

- | | |
|---|---------------------------------|
| 1= Com a família | 6=Sozinho |
| 2= Com outros trabalhadores na casa | 7=Amigos |
| 3= Com vizinhos | 8=Erro de preenchimento |
| 4= Com curso de capacitação | 9=Com conhecidos |
| 5= Com conhecidos que encontro em
minhas atividades religiosas (missas,
cultos, etc | 10= Observando outros
77= NR |

CAP10- Algum(a) morador(a) freqüentou algum curso ou treinamento voltado para os trabalhadores do artesanato em tear do município?

- | | |
|--------|--------|
| 1= sim | 2= não |
|--------|--------|

CAP11- Marque a opção abaixo que define o tema central do treinamento?

- | | |
|---|---|
| 1= Associativismo | 7=Outro |
| 2= Formação de preço | 8=Dificuldade de venda |
| 3= Fazer novas peças | 9=Combinação de cores |
| 4= Melhorar o processo produtivo | 10=Associativismo, melhorar o
atendimento aos clientes e melhorar as
vendas |
| 5= Melhorar o atendimento aos
clientes | 77= NR |
| 6= Melhorar as vendas | 99= NR |

CAP12 – Qual é o principal problema relacionado com o artesanato em tear que esta casa vivencia no seu dia-a-dia?

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 1= Falta de tear | 17=Trabalho doméstico |
| 2= Falta de retalhos | 18=Problemas de saúde |
| 3= Falta de fios | 19=Qualidade do retalho |
| 4= Falta de trabalhadores/mão-de-obra | 20= Não é visitado pelos compradores |
| 5= Muitos concorrentes | 21=Falta de tempo |

- | | |
|--|--|
| 6= Quebras dos teares | 22=Teia embaraça muito |
| 7= Pagamento recebido pelo trabalho | 23=Falta de tear, retalhos, fios, mão de obra, muitos concorrentes, quebra dos teares e pagamento recebido pelo trabalho |
| 8= Falta de retalhos e muitos concorrentes | 24=Baixa remuneração e concorrência |
| 9=Dificuldade na venda dos produtos | 25=Falta de trabalhador/mão de obra e concorrência |
| 10= Preço alto do retalho | 26=Falta de retalhos e falta de fios |
| 11= Falta de retalhos e pagamento recebido pelo trabalho | 27= Erro de preenchimento |
| 12=Poeira do retalho | 77= NR |
| 13=Preço dos produtos | 99= NS |
| 14=Falta de retalhos e trabalhadores | |
| 15=Falta de compradores | |
| 16=Nenhum | |

CAP13 – Os moradores têm outras fontes de renda?

1= sim

2= não

77= NR

CAP14 – Qual é a outra fonte de renda dos moradores desta casa?

- | | |
|--------------------------|---|
| 1=Aposentadoria | 49=Empresa própria |
| 2=Produção rural | 50=Entregador |
| 3=Funcionalismo público | 51=Caminhoneiro |
| 4=Auxiliar de enfermagem | 52=Faxineira e pedreiro |
| 5=Autônomo | 53=Pedreiro e copeira |
| 6=Mecânico | 54=Benefício social |
| 7=Comércio | 55= Aluguel |
| 8=Bolsa escola | 56=Vendedor e auxiliar administrativo |
| 9=Pensão/Pensionista | 57=Oficina de eletrônica |
| 10=Açougue/Açougueiro | 58=Ajudante |
| 11=Viajante/comerciante | 59=Ajudante de caminhão |
| 12=Bico | 60=Ajudante e funcionário público |
| 13=Balconista | 61=Lavrador, doméstica e montador de móveis |
| 14=Vendedor | 62=Produtor rural e pintor |
| 15=Servente de pedreiro | |

16=Pedreiro	63=Taxi
17=Marceneiro	64= Aluguel e comércio
18=Construção civil	65=Erro de preenchimento
19=Motorista e balconista	66=Balconista e secretário associado
20=Funcionário público e marceneiro	67=Pintor
21=Auxiliar de enfermagem e balconista	68=Organização do terceiro setor
22=Doméstica	69=Carvoaria
23=Aposentadoria e cabeleireira	70=Motorista
24=Produtor rural e balconista	71=Costureira
25=Outro	72=Comércio e artesanato
26=Auxiliar de almoxarifado	73=Funcionário de empresa privada
27=Produtor rural e comércio	74=Pedreiro e aposentadoria
28=Manicure	75=Pedreiro e lavrador
29=Cozinheira	76=Vendedor de retalho
30=Encarregado administrativo	78=Trabalhador rural e servente
31=Operador de moto-serra	79=Militar
32=Lavrador	80=Lavrador e doméstica
33=Padeiro	81=Carreto
35=Segurança	82=Ajudante de vendedor
36=Lenhador	83=Armador
37=Serralheiro	84=Cozinheiro e Pedreiro
38=Confeiteiro	85=Lavadeira
39=Auxiliar de serviços	86=Operador de caixa
40=Ajudante de marceneiro	87=Olaria
41=Motorista de máquina agrícola	88=Funcionário público e motorista
42=Operador de retro-escavadeira	89=Doméstica e tratorista
43=Eletricista e pintor	90=Doméstica e comerciante
44=Faxineira	91=Comerciante e aposentadoria
45=Garçom e aposentado	92=Teceção
46=Professor	93=Diarista e servente
47=Artesanato em semi-jóias	94=Borracheiro
48=Secretaria e cabeleireira	95=Cabeleireira
	77=NR

CAP15 – Algum(a) morador(a) da casa é filiado a alguma associação relacionada ao artesanato em tear?

1= sim 2= não

CAP16- Qual é a associação? 1=ASARC

CAP17 – Algum(a) morador(a) ou empregado(a) já contou com algum apoio de órgãos públicos ou de empresa particular relacionados com artesanato em tear?

1= sim 2= não

CAP18 – Qual é o órgão público ou empresa particular?

1=SEBRAE 2=Dora linhas

CAP19 – Qual foi o tipo de apoio utilizado pelo morador ou empregado que o órgão público ou empresa particular ofereceu?

1= Curso ou treinamento

2= Compra conjunta de retalhos, fios e outras matérias-primas

3= Dinheiro para ajudar na participação de feiras e eventos

4= Dinheiro para melhoria do ambiente físico de trabalho na casa

5= Compra de equipamento que melhoraram o trabalho

6= Outra

7= Compra de retalhos

77= NR

COT1 – Quem trabalha com a produção do artesanato em tear nesta casa?

1= Somente você trabalha

15= Você e filho(a)

2= Você e companheira(o)

16= Você e vizinho

3= Você, companheira(o) e filhos(as)

17= Você, filho e cunhada

4= Aprendizes, ou seja, pessoas que estão aprendendo o trabalho

18= Companheiro

19= Você e sua mãe

5= Você e aprendizes

20= Você e irmã(o)

6= Você, companheira(o) e aprendizes

21= Você e tia(o)

7= Você, companheira(o), filhos(as) e aprendizes

22= Você e neta(o)

23= Você e filha(o)

- | | |
|------------------------------------|---------------------------|
| 3= Matéria-prima | 15= Matéria-prima e dores |
| 4= Dores no corpo | 16= Preço alto |
| 5= Doenças | 17= Falta de tempo |
| 6= Falta de opção | 18= Nenhuma |
| 7= Falta de apoio público | 19= Falta de retalhos |
| 8= Poeira | 20= Varizes |
| 9= Dores no corpo e doença | 21= Instabilidade |
| 10= Renda, dores no corpo e doença | 22= Cansaço |
| 11= Renda e dores no corpo | 23= Renda e tear |
| 12= Matéria-prima, dores e doenças | 77= NR |
| | 99= NS |

COT9 – Qual é o problema com o tear?

- | | | |
|-------------|------------------|-------------|
| 1=Quebra | 3=Ruim | 5=Desajuste |
| 2=Cansativo | 4=Desconfortável | 6=Velho |

COT10 – Qual é o problema com a matéria-prima?

- | | |
|------------------------------------|------------------------|
| 1=Preço alto | 5=Falta e má qualidade |
| 2=Falta | 6=Retalho pequeno |
| 3=Falta e preço alto | 7=Retalho ruim |
| 4= Preço alto e falta de variedade | 8=Qualidade |

COT11 – Os moradores e/ou empregados mais reclamam de dores em quais locais, partes do corpo?

- | | |
|------------------|--|
| 1= Cabeça | 18=Coluna e perna |
| 2= Pescoço | 19=Ombro, braços e coluna |
| 3= Ombro | 20=Pescoço, braços, mãos, coluna e pés |
| 4= Braços | 21=Corpo todo |
| 5= Mãos | 22=Ombro, braços e Coluna/costas |
| 6= Abdômen | 23=Pescoço, braços, mãos, Coluna/costas e pernas |
| 7= Coluna/costas | 24=Coluna, perna e pés |
| 8= Pernas | 25=Braços, coluna e perna |
| 9= Pés | |
| 10= Outro | |

11= Ombro, mãos e pernas	26=Braços e abdome
12= Pescoço, ombro e abdômen	27=Ombros e perna
13= Coluna e joelho	28=Mãos, coluna/costas e pés
14= Cabeça, coluna e olhos	29=Braços e pernas
15= Coluna e pés	30=Ombro, coluna e costas
16= Braço e coluna	77= NR
17= Cabeça, pescoço, ombro, braços, mãos, coluna e pés	99= NS

COT12- Quais são os problemas de saúde mais freqüentes entre os moradores e/ou empregados desta casa? ⁶⁹

1= Rinite, sinusite, bronquite, asma e alergia respiratória	10= Rinite, sinusite, bronquite, asma, alergia respiratória, artrites, artrose, dores de coluna e de esforço repetitivo
2= Coceiras e/ou alergia de pele, micoses e feridas	
3= Obesidade	11= Coração
4= Artrites, artrose, dores de coluna e de esforço repetitivo	13= Cólicas e pressão alta
5= Outro	14= Pressão alta e coração
6= Diabetes	15= Fibromialgia
7= Reumatismo	16= Obesidade e pressão alta
8= Rins	17= Hipertensão
9= Pressão alta	18= Erro de preenchimento
99= NS	19= Rinite e tendinite
	77= NR

COT13 – Quais são os medicamentos mais utilizados pelo morador e/ou empregado para tratamento ou alívio? ⁷⁰

⁶⁹ Para os lançamentos no programa SPSS foram considerados os códigos numéricos abaixo, entretanto para as análises os códigos foram agrupados em Hipertensão arterial sistêmica e cardiopatias (9, 11, 14 e 17) e doenças reumáticas (4, 7 e 15), os demais isoladamente.

⁷⁰ Para os lançamentos no programa SPSS os códigos numéricos abaixo foram considerados, porém para as análises os códigos foram agrupados segundo seus princípios ativos ou indicação. 1, 2, 3, 5, 6, 18, 33, 51, 55, 58, 62 foram classificados como Relaxantes musculares (mio-relaxantes); 21, 30, 31, 43, 52, 59, 60 como Anti-hipertensivos; 12, 13, 19, 48, 63, como Analgésicos; 8, 9, 22, 46 como Antiinflamatórios; 11, 38, 39, 42 como Broncodilatadores; 14, 15, 53 como Antibióticos; 25, Broncodilatador e antiinflamatório; 45 e 64 Mio-relaxantes e analgésicos; 32 e 16 como Anti-depressivos e ansiolíticos; 17 e 57 Antialérgicos; 24, Antialérgicos e analgésicos; 47, antialérgico e mio-relaxante; 29, Antibióticos e analgésicos; 4, Anti-espasmódico; 40, Antiespasmódico, antiulceroso, antiflatos; 54, Antifúngico; 20 como Anti-inflamatórios e anti-reumático ; 10, 26, 56; para dor; entre

- | | |
|--|-------------------------------------|
| 1=Dorflex | 31=Capotem |
| 2= Dorflex e Sedilac | 32=Anti-depressivo |
| 3= Dorflex e Dorilax | 33=Gelol |
| 4= Buscopam | 34=Injeção de bronquite |
| 5=Tandrilax | 35=Pronavila (cogumelo japonês) |
| 6=Meorflex A | 36=Vários |
| 7= Não usa/toma | 37=Erro de preenchimento |
| 8=Maxsulid e Desnalogen | 38=Aerogold |
| 9= Dicoflenaco | 39=Subtamol |
| 10=Medicamento para dor de cabeça | 40=Buscopan, Luftal e Omeprazol |
| 11= Teolongi | 41=Clorana e injeção a cada 2 meses |
| 12= Analgésicos | 42=Medicamentos para nebulização |
| 13= Dipirona | 43=Propranolol, adalat e Furosimida |
| 14=Bezantacil | 44=Vitamina para ossos |
| 15=Antibióticos | 45=Dorflex e outros analgésicos |
| 16=Rivoltril | 46=Voltarem |
| 17=Antialérgicos | 47= Dorflex e anti-alérgicos |
| 18= Cedrelax/cedilax | 48=Tilenol |
| 19=Anador | 49=Injeção |
| 20=Artroline e troflam | 50=Dorflex e xaropes |
| 21=Propalonal e Calosona | 51=Sedilax e tandrilax |
| 22=Anti-inflamatório | 52=Captopril, propranolol e clorana |
| 23=Remédios manipulados | 53=Amoxicilina |
| 24=Noex, diprospam, analgésicos | 54=Cetoconazol |
| 25=Simbicorte/Anti-inflamatório | 55=Cidrilax |
| 26=Comprimidos para dor de cabeça e muscular | 56=Medicação para dor manipulado |
| 27=Coquetel de remédios | 57=Sorin |
| 28=Bliconil | 58=Dolamim flex |
| 29=Antibióticos e analgésicos | 59=Colorana e Verpanio |
| 30=Hidromed | 60=Colorana e propranolol |
| | 77=NR |

outros com maior dificuldade de categorização, como: mio-relaxante e não identificado, 50; antialérgico e não identificado, 61; anti-hipertensivo e não identificado, 41; manipulados, 23 e 56; injetáveis, 49 e 41; e outros, 27 e 36.

99=NS

COT14- No último ano estas dores ou doenças causaram falta ao trabalho do morador e/ou empregado das suas funções no artesanato em tear?

1= sim 2= não

COT15 – Quantas pessoas faltaram ao trabalho por estes motivos?

Respondeu: 1= sim 77=NR 99=NS

COT15.1 – Quantas pessoas faltaram? (LANÇAR A QUANTIDADE)

COT16 – As faltas somadas destes moradores e/ou empregados no último ano correspondem aproximadamente a quantos dias de trabalho?

1= Um dia	11= 2 dias
2= Até uma semana	12= 2 anos
3= Até 15 dias	13= Não é constante
4= Até 30 dias	14= Mais de 30 dias
5= Até 60 dias	15= 3 anos
6= Aproximadamente 1 ano	16= 6 a 7 meses
7= Direto	17= Erro de preenchimento
8= 3meses	18= 3dias
9= 10 meses	77= NR
10= 6 meses	99=NS

COT17 – Os moradores e/ou empregados utilizam algum tipo de Equipamento de Proteção Individual ou Coletivo? 1= sim 2= não

COT18 – Qual é o equipamento de proteção utilizado?

1= Máscara 2= Máscara e meias

COT19 – Algum (a) morador (a) e/ou empregados (as) sabe realizar todas as etapas da produção do artesanato em tear, ou seja, sabe picar retalho, enrolar fios e retalhos, urdir, montar repasse, tecer todos os tipos de peças, fazer o acabamento das peças e pintá-las?

1= sim 2= não

COT20 – Quantos moradores (as) e /ou empregados (as) sabem todas as etapas?
(LANÇAR A QUANTIDADE)

COT21 – As atividades exercidas pelos moradores (as) e/ou empregados no artesanato em tear nesta casa são provisórias?

1= sim 2= não 99=NS

COT22 – Qual é a ocupação que este morador (a)/empregado(a) pretende ter?

1=Servente de Pedreiro	22=Teecer
2=Indefinido/não sabe	23=modelo
3=Estudante	24=Cabeleireiro
4=Doméstica	25=Engenheiro
5=Funcionário público	26=Artesanato
6= Marceneiro	27=Balconista
7=Aposentado	28=Outra
8=Professor	29=Micro-empresário
9=Bicos	30=Atriz/Ator
10=Enrolar retalho	31=Atendente
11=Depiladora	32=Cozinheiro
12=Policial	33=Manicure
13=Advogado	34=Picar retalho
14=Segurança	35=Secretária
15=Confeiteiro	36=Veterinário
16=Contador	37=Trabalho em jornal
17=Professor de educação física	38=Costureira
18=Auxiliar de enfermagem	39=Trabalhador de nível superior ou técnico
19=Profissional da área de saúde	40=Enfermeira
20= Comerciante	41=Babá
21= Outros	42=Enfermagem ou pedagogia
77=NR	43=Erro de preenchimento
99=NS	44=Administrador (a)

COT23 – Quais são as funções, o número de pessoas, sexo, escolaridade, idade, renda e carga horária diária de trabalho dos moradores e/ou empregados?

1=sim 2= erro de preenchimento 77=NR

COT 23a vai até j- Qual é a função?

1=Teecer	15=tece, emenda teia, acerta, embala, enche canela
2=Amarrar ou acabar/dobrar	16=enrolar, picar, tecer, repassar e amarrar/acabar
3= Picar	17=tecer e amarrar/acabar
4= Enrolar	18=tecer, picar e urdir
5= Tecer e picar	19=tecer, enrolar e picar
6= Tecer e urdir	20=urdir
7= Tecer e enrolar	21=tecer, urdir, e amarrar/acabar
8= Enrolar e amarrar	22=tecer, produção de bolsas e urdir
9= Tecer, urdir, enrolar e repassar	23=tecer, picar, enrolar e emendar teias
10=Picar/enrolar e acabamento	24=tecer, picar, repassar, urdir e etc.
11=Picar e enrolar	25=venda de retalho
12=Teecer, enrolar retalhos e acabamento de peças	26=tecer, urdir, picar, enrolar retalho, enrolar fio e acabamento
13=Teecer e acabamento de peças	77=NR
14=Montagem de repasse/repassar	

COT23a.1= sexo

1= feminino

2= masculino

COT23a.2= seção escolaridade

1= 1º grau C

5= Nível Médio profissionalizante

2= 1º grau I

6= 3º grau

3= 2º grau C

7= Analfabeto

4= 2º grau I

COT23a.3= seção idade

1= de 6 a 14

4= de 39 a 59

2= de 15 a 17

5= mais de 60

3= de 18 a 38

COT23a.4.= Salários Mínimos / renda

1= até ½

4= 3,5 a 5

2= de ½ a 1

5= acima de 5

3= 1,5 a 3,5

99= NS

COT23a.5 = Quantas horas trabalhadas dia? (LANÇAR A QUANTIDADE)

COT24 – Algum(a) morador(a) e/ou empregado(a) tinha outra tipo de trabalho antes de atuar no artesanato em tear? 1= sim 2= não

COT25 - Qual era a ocupação anterior?

1=Auxiliar de engenharia

34=Cobrador de ônibus

2=Serviços gerais

35=Balconista de comércio artesanal

3=Doméstica

36=Funcionário de empresa privada

4=Servente de pedreiro

37=Cuidador de idosos

5=Picador de retalho

38=Funcionário público

6=Comerciante

39=Babá e doméstica

7=Padeiro

40=Alfaiate e técnico de laboratório

8=Autônomo

41=Caixa de comércio

9=Servente escolar

42=Telefonista

10=Doméstica e lavrador

43=Copeira

11=Produtor rural

44=Cantineira

12=Bordadeira

45=Faxineira/diarista

13=Caixa de supermercado

46=Teceão

14=Metalúrgico

47=Motorista

15=Lavrador

48=Cozinheira

16=Confeiteira

49=Secretaria

17=Marceneiro

50=Professor

18=Auxiliar de enfermagem e balconista

51=Costureira

52=Artesanato

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| 19=Babá | 53=Urdideira |
| 20=Auxiliar de enfermagem | 54=Crochê |
| 21=Balconista/Atendente de loja | 55=Bordadeira e balconista |
| 22=Artesão de crochê | 56=Vigilante |
| 23=Escultura de madeira e gesso | 57=Estudante |
| 24=Ourives e escultor em madeira | 58=Agente de saúde/PSF |
| 25=Vendedor | 59=Auxiliar/Assistente Administrativo |
| 26=Pintor de automóveis | 60=Doceira |
| 27=Manicure | 61=Operário |
| 28=Lenhador | 62=Manicure e balconista |
| 29=Militar | 63=Serralheiro |
| 30=Lavrador e motorista | 64=Cozinheiro(a) e doméstica |
| 31=Vendedor e babá | 65=Salão e balconista |
| 32=Sacoleira | 66=Operador de máquina |
| 33=Segurança | 67=Costureira e tecia |
| | 68=Retireiro |
| | 77= NR |

COT26 – Qual o município em que trabalhava?

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 1= Barroso | 17=Itú (SP) |
| 2= Resende Costa | 18=Formiga |
| 3= Belo Horizonte | 19=Resende Costa e Guarulhos (SP) |
| 4= Coronel Xavier Chaves | 20=Caxias (RJ) |
| 5= São Paulo | 21=Entre Rios de Minas |
| 6=Barbacena | 22=Belo Horizonte, Rio de Janeiro e outros |
| 7=São Lourenço | 23=Rio de Janeiro e Resende Costa |
| 8=Lagoa Dourada | 24=São Carlos (SP) e Belo Horizonte |
| 9=Diadema (SP) | 25=São Paulo e Ouro Branco |
| 10=São João/São João Del-Rei | 26=Lima Duarte |
| 11=Rio de Janeiro | 27=Resende Costa e São Paulo |
| 12=Resende Costa e Cláudio | 28=Belo Horizonte e São Paulo |
| 13=Belo Horizonte e Resende Costa | 29=Rolin (RO) |
| 14=Ouro Branco | |

15=São Tiago

30=Conselheiro Lafaiete

16=Passa Tempo

77= NR

CMP1- Qual é o maior problema enfrentado por você no seu dia-a-dia no que se refere a sua matéria-prima, ou seja, o retalho ou o fio industrializado?

1= Falta de material

13= Falta de material, variedade, preço alto e qualidade ruim

2= Falta de variedade

14= Preço alto e falta de variedade

3= Preço alto

15= Tempo disponível

4= Qualidade ruim

16= Baixa remuneração

5= Demora na entrega do material

17= Nenhum

6= Falta de material, de variedade e preço alto

18= Falta de variedade e preço alto

7= Falta de material e variedade

19= Retalho mal picado

8= Poeira

20= Erro de preenchimento

9= Desvalorização

21= Preço alto e qualidade ruim

10= Falta de material e preço alto

77= NR

11= Melhoria dos fios

99= NS

12= Falta de material, preço alto e qualidade ruim

CMP2 – Quais são os principais materiais que você utiliza na produção artesanal de sua casa?

1= Linha/fio

9= Erro de preenchimento

2= Linha/fio e retalho

10= Retalho e algodão

3= Retalho/ retalho corda

11= Retalhos, tecidos e tinta

4= Retalho e fiado

12= Lã

5= Juta

13= Juta e fio de algodão

6= Retalho, linha e tinta

14= Retalho, teia urdida e fio/linha

7= Resto de sofá

15= Algodão

8= Retalhos, fio, panos e juta

99= NS

CMP3- Qual é a quantidade de material consumido por semana ou mês?

Respondeu?

1= sim
 2=Erro de preenchimento
 3=Sem quantidade definida

77=NR

99=NS

CMP3.1= Quantidade de material? (LANÇAR A QUANTIDADE)

Atenção: padronizar respostas por mês, quando a resposta estiver por semana multiplicar por 4,5 e por dia 22

CMP4 – Você adquire seus materiais no comércio? 1= sim 2= não

CMP5 - Em que comércio você adquire estes materiais?

1=F27	27=F20C106 eF3	51=F15 e F20C106
2=F18C92	28=F9C38 e F10C46	52=F10C46 e F7C31
3=F9C38	29=F6	53=F9C38 e F23
4= F20C106	30=F8	54=F28, F15 e F3
5=F2C6 e F16C75	31=F2C6, F21 e F15	55=F10C46 e F5
6=F12	32=F15	56=F16C75, F9C38 e F2C6
7=F7C31	33=F25C147	57=F7C31 e F5
8=F26C151	34=F28, F15, F3 e F1	58=F7C31, F5 e F9C38
9=F9C38 e F18C92	35=F24C139, F13C64, F21	59=F7C31 e F22
10=F10C46	36=F18C92 e F21	60=F13C64 e F9C38
11=F7C31 e F2C6	37=F9C38, F5, F15, F18C92	61=F2C6 e F5
12=F14C70	38=F19C103	62=F9C38 e F15
13=F10C46	39=F10C46 e F22	63=F9C38, F7C31 e F5
14=F9C38 e F22	40=F16C75	64=F9C38, F18C92 e F22
15=F2C6	41=F20C106 e F22	65=F18C92 e F22
16=F7C31, F15 e F21	42=F21 e F7C31	66=F9C38, F10C46 e F22
17=F23 e F21	43=F9C38 e F16C75	67=F4C26
18=F2C6, F21 e F7C31	44=F2C6 e F20C106	68=F29C120
19=f10C46 e F9C38	45=F9C38 e F7C31	69=F18C92 e F7C31
20=F21 e F20C106	46=F1	70=F9C38 e F5
21=F9C38 e F2C6		71=F7C31, F29C120 e
22= F9C38 e F2C6		

23F23 e F7C31	47=F9C38 e F20C106	F18C92
24=F15	48=F11C52	72=F21 e f16C75
25=F17C87	49=F10C46 e F21	77=NR
26=F5	50=F2C6 e F3	

CMP6 – Quem fornece os materiais que você utiliza em seu trabalho diário?

1= Comprador de sua produção	6=Pessoa para quem o respondente trabalha
2= Comerciante	7=F7C31
3= Comprador	8=Amigo
4= Irmã da entrevistada	9=Ambulante
5= Parte é fornecida pelo comprador	10=Vendedor de Fora

CMP7 – Qual é o local que você armazena estes materiais?

1= Casa	10= Laje/Terraço
2= Casa de familiar	11=Quarto
3= Garagem	12=Outro
4= Cômodo próximo da residência	13=Casa do comprador
5= Porão da casa	14=Não armazena
6= Sala de casa	15=Casa do vizinho
7=Cômodo na casa	77=NR
8= Cômodo específico/galpão	99=NS
9=Nos fundos da casa/quintal	

CMP8 – Existe sobra destes materiais? 1= sim 2= não

CMP9 – Qual é o destino destas sobras?

1= Devolve para o comprador	10=Doa para tecelões
2=Lixo	11=Doa para acender fogo
3=Reaproveita/mistura	12=Lixo e reaproveita
4=Revende e/ou devolve	13=Tece tapetinho
5=Queima	14= Faz travesseiro
6=Comercializa	15=Guarda em casa

7=Reaproveita ou vende

16=Revende

8= Queima ou reaproveita

99=NS

9=Doa para bordadeiras

CMP10 – Qual é a quantidade das sobras por semana ou mês?

Respondeu? 1= sim

77= NR

99= NS

CMP10.1- Quantidade das sobras? (LANÇAR A QUANTIDADE)

Atenção: padronizar respostas por mês, quando a resposta estiver por semana multiplicar por 4,5 e por dia multiplicar por 22

CP1- Qual é o local de trabalho em que as atividades produtivas artesanais são executadas no dia-a-dia desta casa?

1= Nos próprios cômodos da casa

2= Em cômodo específico, que foi construído junto a casa

3= Em cômodo específico, que foi construído no terreno, mas afastado da casa

4= Varanda

5= Passeio da casa

6= Garagem

7= Terraço da casa

8= Porão

9= Terreiro/horta

77= NR

CP2 – Qual equipamento ou utensílio é característico das atividades produtivas artesanais desenvolvidas nesta casa?

1= Tear

6= Teares, tesouras e urdideiras

2= Tesouras

7= Agulha e tesoura

3= Teares e tesouras

8= Teares, tesouras e máquinas de costura

4= Mãos/Manual

9= Urdideira

5= Tesouras e agulhas

77= NR

CP3 – Qual é o tipo de tear que você tem?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| 1= Pequeno | 6=Pequeno, duplo e médio |
| 2= Duplo | 7=Grande/duplo e pequeno |
| 3= Pequeno e duplo | 8=Grande/duplo e médio |
| 4= Médio | 77= NR |
| 5= Pequeno e médio | |

CP4- Quantos teares você tem em sua casa? (LANÇAR A QUANTIDADE)

CP5 – Estes teares são seus?

- 1= sim 2= não 3= 1 sim outro não 4= 2 sim e 2 não

CP6 – Quem é o proprietário do tear?

- | | |
|--|-----------|
| 1= Comprador das peças | 5=Vizinho |
| 2= Morador da casa (companheiro (a) ou
filho (a)) | 6=Mãe |
| 3= Pessoa da Família | 7=Sogra |
| 4= Amigo | 77= NR |

CP7 – Quantas tesouras você tem em sua casa para a produção artesanal?
(LANÇAR A QUANTIDADE)

CP8 – Nos últimos cinco anos a produção artesanal de sua casa:

- | | |
|------------|--------|
| 1= Cresceu | 77= NR |
| 2= Reduziu | 99=NS |
| 3= Manteve | |

CP9 – Sua produção artesanal cresceu aproximadamente em:

- | | | | |
|--------|--------|-----------------|------------------|
| 1=10% | 5= 50% | 9=90% | 13. Outro. Qual? |
| 2=20% | 6= 60% | 10= Dobrou | 14 =5% |
| 3=30% | 7=70% | 11=Triplicou | 77=NR |
| 4 =40% | 8=80% | 12=Quadriplicou | 99= NS |

CP10 – Sua produção artesanal reduziu aproximadamente em:

1=10%	5=50%	9=90%	13=Outro. Qual?
2=20%	6=60%	10=Dobrou	14=15%
3=30%	7=70%	11=Triplicou	77=NR
4=40%	8=80%	12=Quadriplicou	99= NS

CPA1 – Qual é o principal produto artesanal desta casa?

- 1= Peças artesanais
- 2= Serviço de tecer peças
- 3= Retalho picado
- 4= Serviço de picar retalho
- 5= Novelo de retalho
- 6= Novelo de fio industrializado
- 7= Serviço de enrolar o novelo de retalho
- 8= Serviço de enrolar o novelo de fio industrializado
- 9= Teias urdidadas
- 10= Serviço de urdir teias
- 11= Teias montadas
- 12= Serviço de montar teias
- 13= Tecer e enrolar retalhos
- 14= Peças artesanais e serviço de tecer
- 15=Picar retalho
- 16= Acabamento de peças
- 17= Serviço de tecer e acabar peças
- 18= Tecer e fazer liso
- 19= peças artesanais, serviços de tecer peças e retalho picado
- 20=Montagem de repasse
- 21=Pica retalho e vende tapetes
- 22=retalho picado e serviço de enrolar o novelo de retalho
- 23=peças artesanais e serviço de enrolar o novelo de retalho
- 24=Serviço de tecer peças e teias urdidadas
- 25=Serviço de tecer peças e de enrolar novelos de retalho
- 26=Serviço de tecer peças e de picar retalho
- 27=Serviço de tecer peças e novelo de retalho

77= NR

CPA2 – Quais são as peças do artesanato em tear que são produzidos nesta casa?

- | | |
|--|--|
| 1=Jogo americano, trilha cigana, toalha de lavabo, toalha de mão | 40=Puxa saco e tapetinho |
| 2= Xale para sofá | 41=Tapetes, bolsas, fronhas e almofadas |
| 3= Jogo americano | 42=Tapete, jogo americano, e jogo de bico |
| 4=Tapetes | 43=joguinhos, passadeiras e tapetes |
| 5= Tapetes médio | 44=Tapete e tapete de bico |
| 6= Tapetinho | 45=Tapetes e cortinas |
| 7=Amarrar tapetes | 46=novelo de retalho e tapete de Box |
| 8= Tapetinho, Tapetão e Colcha | 47=Tapete médio xadrez |
| 9= Novelos de retalho | 48= Picar retalho |
| 10= Fronha | 49=tapete médio com bico |
| 11= Tapetinho e passadeiras | 50=colcha e toalha |
| 12=Tapetes de 2 fios e tapete xadrez | 51=jogo americano, tapetinho e tapetinho xadrez |
| 13= Tapetinho e jogo americano | 52=Teias urdidadas |
| 14= Mini tapete | 53=Jogos |
| 15= Tapetão | 54=Cortinas |
| 16= Jogos americanos e paninho de bandeja | 55=Tapetinhos, tapetes de sala, passadeiras de beira de cama |
| 17=Guardanapos | 56=Joguinhos e passadeiras |
| 18= Tapetinho e tapete médio | 57=Tapetinho de bico |
| 19= Tapetinho, tapete peludo e mini-tapete | 58=Colcha de linha |
| 20= mini-tapete, passadeiras e tapetinho | 60=Tapetinho, tapete xadrez e mini-tapetinho |
| 21=Tapetinho, Jogo americano e toalha | 61=Tapetão, passadeira e tapetinho |
| 22=Tapetinho e liso | 62=Tapete de bico |
| 23=Toalha | 63=Tapetinho mini xadrez |
| 24=Tapete médio de bico, xadrez e tapetinho | 64=Tapetão e tapetinho |
| 25= Jogos de tapetes | |

- | | |
|---|---|
| 26=Tapete médio, colcha, jogo americano e tapetinho | 65=Tapetinho Felpudo |
| 27=Caminho de mesa | 66= Tapete baixeiro |
| 28=Jogo de passadeira | 67=Porta-copos |
| 29=Jogos de bico | 68=Tapetão de bico, cortinas e mantas para sofá |
| 30=Toalhas e jogo americano | 69=Colcha de bico |
| 31=Colcha de retalho | 70=Cachecol |
| 32=Tapete e colcha | 71=colcha grande |
| 33=Passadeira de bico | 72=Amarrar toalhas |
| 34=Tapetinho e cortina | 73=Montagem de repasse |
| 35=Passadeira | 74=Tapete xadrez |
| 36=Tapetinho, jogo de passadeira, tapetão e colcha | 75=Teias |
| 38=Tapetinho, jogo americano e tapetinho de bico | 77=NR |
| 39=jogo americano, tapetinho, tapete médio e passadeira | 80=Cortina grande |
| | 81=Cortina média |

CPA3 – Vocês criam peças novas?

1= sim

2= não

CPA4 – Como vocês criam essas peças novas?

- | | |
|--|--|
| 1= Criação própria | 7=Criação própria, encomenda de comprador, cópia de outros produtores, cópia de fontes como jornais, revistas e feiras |
| 2= Encomenda do comprador | 8=Criação própria e encomenda do comprador |
| 3= Cópia de outros produtores | 77= NR |
| 4= Cópia de fontes como jornais, revistas e feiras | |
| 5= outro | |
| 6=Cópia de fontes da rede internet | |

CPA5 – Qual é a produção semanal ou mensal destas peças ou serviços?

Respondeu?

1= sim 2=Erro de preenchimento

77= NR

99= NS

CPA5.1- Qual é a produção? (LANÇAR A QUANTIDADE)

Atenção: padronizar respostas por mês, quando a resposta estiver por semana multiplicar por 4,5 e por dia multiplicar por 22

CPA6 – Qual é o preço de venda destes produtos ou da remuneração dos serviços prestados?

Respondeu? 1= sim 2=Erro de preenchimento 77= NR 99= NS

CPA6.1- Qual é o preço de venda? (LANÇAR A QUANTIDADE)

CPA7 - Qual é a peça ou o serviço que você considerada como o principal produto da sua casa?

- | | |
|-------------------------|---|
| 1=Jogo americano | 27=Caminho e jogo americano |
| 2=Tapete médio | 28=Tapetão |
| 3= Enrolar novelos | 29=Cesto de pão |
| 4=Tapetes | 30=Tapetinho de bico |
| 5=Tapetinhos | 31=Passadeira de bico |
| 6= Tapete de 2 fios | 32=Cortina |
| 7=Novelo de retalho | 33=Picar retalho |
| 8= Guardanapo | 34=urdir |
| 9=Acabamento | 35=novelo de retalho e tapete Box |
| 10=Manta de sofá | 36=tapetinho, tapetinho de bico e jogo americano de rosinha |
| 11=Tapetão | 37=tapete médio xadrez |
| 12=Tapete médio de bico | 38=tapetinho e jogo de passadeira |
| 13=Funcionários | 39=teias urdidadas |
| 14=Fios | 40=novelo e tapetinho |
| 15=Tesoura | 41=jogos/joguinho |
| 16=Retalho e fios | 42= Tecer |
| 17=Retalho | 43= Cortinas |
| 18=Mãos | 44=Tapete liso e bico |
| 19=Artesanato | 45=Colcha de linha |
| 20=Jogo passadeira | 46=Emendar retalho |
| 21=Toalha | |

22=Erro de preenchimento

23=Colcha

24=Retalho e mãos

25=Novelo e tapete

26=Jogo americano e tapete

77=NR

47=Tapete/Tapetinho xadrez

48=Tapetinho mini xadrez

49=Amarrar

50=Mini tapete

51=Porta-copos

52=Caminho de mesa

CPA8 – Qual é o principal valor, diferencial, característica de venda da sua peça ou serviço?

1= Preço

2= Qualidade

3= Origem da família

4= Entrega dentro do prazo

5= Outro

6=Preço e qualidade

7=Qualidade e entrega dentro do prazo

8=Qualidade e origem da família

77= NR

99= NS

CPA9 – Qual é a característica da sua peça ou serviço que você acredita que pode ser melhorada?

1= Preço

2= Materiais utilizados

3= Qualidade

4= Entrega dentro do prazo

5= Beleza

6= Criação de novas peças ou serviços

7= Preço e materiais utilizados

8= Preço e criação de novas peças ou serviços

9= Preço e qualidade

10= Materiais utilizados e criação de novas peças ou serviços

77= NR

99= NS

11=Entrega no prazo e criação de novas peças

12=Preço e materiais utilizados

13=Disponibilidade de tempo

14=Preço, materiais utilizados, qualidade, entrega dentro do prazo e beleza

15=Remuneração

16=Aumentar a produção

17=Nenhuma

18=Qualidade e beleza

19=Melhoria continua

20=Preço, materiais utilizados e qualidade

CM1- Qual é a principal dificuldade que prejudica você na melhoria da atividade econômica artesanal?

1= Falta de matéria-prima

2= Falta de financiamento

3= Falta de treinamento para ajudar a administrar meu negócio

4= Falta de treinamento para desenvolver novos produtos

5= Falta de divulgação em feiras e outros eventos

6= Alto valor da renda dos trabalhadores

7= Falta de trabalhadores

8= Renda da atividade é pequena

9= Concorrência

10=Tempo/Passar o tempo

11=Aperfeiçoamento do trabalho

12=Dificuldade de entrega

13=Falta de matéria-prima, financiamento, divulgação e de renda

14=Falta de matéria-prima, divulgação e de renda

15=Falta de matéria-prima e trabalhadores

16=Falta de compradores

17=Falta de financiamento e treinamento

18=Falta de financiamento, treinamento administrativo, de divulgação em feiras e a renda da atividade é pequena

19=Falta de treinamento de desenvolvimento de novos produtos, de divulgação e a renda da atividade é pequena

20=Falta de financiamento e a renda da atividade é pequena

21=Falta de divulgação em feiras e a renda da atividade é pequena

22=Falta de financiamento e de divulgação em feiras

23=Qualidade dos materiais

24=Nenhuma

25=Doença/Problemas de saúde

26=Falta de treinamento administrativo e de desenvolvimento de novos produtos

27=Falta de matéria-prima e a renda da atividade é pequena

28=Falta de trabalhadores e renda da atividade é pequena

29=Erro de preenchimento

77= NR

99= NS

CM2 – Qual é o destino comercial da produção desta casa?

- | | |
|--|--|
| 1= Comércio do município | 6=Outros municípios e Estados |
| 2= Para outros municípios | 7=Comércio do município e de outros municípios |
| 3= Para outros estados | 8=Outros estados e países |
| 4= Para outros países | 77= NR |
| 5= Para Resende Costa e outros Estados | |

CM3 – Qual é o nome da loja ou do seu dono que é seu maior comprador?

- | | | |
|------------|----------------------|-------------------|
| 1 = C96 | 70 = C142 | 139 = C125 |
| 2 = C40 | 71=C115 | 140 = F20C106 e |
| 3 = C127 | 72 = C121 | F29C119 |
| 4 = F16C75 | 73 =C29 | 141 = C44 |
| 5 = C50 | 75 = C144 | 142 = C123 |
| 6 = C158 | 76 = C21 | 150 = C155 |
| 7= C12 | 77=NR | 151= F25C147 |
| 8 = C95 | 78 = C28 | 152 = C34 |
| 9 = C93 | 79 = C13 | 153 = e C128 |
| 10 = C43 | 80 =C143 | 154 = C58 e F2C6 |
| 11 = C45 | 81= C47 | 155 = C21 |
| 12 = C40 | 82 = C30 | 156 = C141 |
| 13 = F9C38 | 83 = C14, C16 e C132 | 157 = C10 e F4C26 |
| 14 = C69 | 84 = C58 | 158= C65 |
| 15 = C74 | 85 = C20 | 159 = F4C126 |
| 16 = C16 | 86 = C24 | 160 = C32 |
| 17 = C124 | 87 = C13 e C20 | 161= F7C31 |
| 18 = C124 | 88 = C133 | 162 = C53 |
| 19=F2C6 | 89 = C141, F2C6 e C8 | 163 = C74 e C76 |
| 20 = C58 | 90 = C15 | 163 C=74 e C76 |
| 21= C18 | 91=C72, C141 e C124 | 164 = C107 e C50 |
| 22 = C41 | 92 =C51 | 165 = C59 |

23 = C7	93 = C85	166 = F2C6 e C108
24 = C152	94 = C68	167 = C134 e C44
25 = F26C151	95 = C130	168 = C126
26 = F13C64	96 = C107	169 = C113
27 = F10C46	97 = F24C139	170 = C146
28 =C9	98 = C19 e C107	171 = C124 e C115
29 = C11	99=NS	172 = C122
30 = F14C70	100 = C136	173 = C72 e C81
31 =F20C106	101= C55 e C3	174 = C24 e C137
32 = C40 e C35	102 = C134	175 = C77
33 = C98	103 = C114	176 = C128 e C55
34=C55	104 = C128	177 = C91
35 = C97	105 = C71	178 = C156 e C56
36 = C58	106 = C58 e C14	179 = F9C38 e C77
37= C82	107 = C145	180 = C74 e C9
38 =C10	108= F11C52	181 = C2
39 – C116	109 = C104	182 = C86
40 = C130	109 = C104	183 = C94
41= C17	110 = C137	184 = C134 e C62
42 = C83	111=C54	185 = C134 e F18C92
43 = C67	112 = C105	186 = C140
44 = C42	113 = C132	187 = C110
45 = C49	114= C60	188 = C101
46 = C108	115 = C36	189 = C120
47=C57	116 = F19C103	190 = C132
48 = C3	117 =C84	191= C80 e C55
49 = C81	118 = F11 e C52	192 = C63
50 = C154	119 = C73	193 = C150
51= C14	120 = C23	194 = C119
52 = C72	121=C112	195 = C79
53 =C25	122 = C80	195 = C79
54 = C33	123 = C58	196 = C156
55 = C44	124 = C111	197= C66

56 = C27	125 = C40 e C25	198 = C66 e C9
57 = C100	126=C4	199=Erro de
58 = C88	127 = C9 e C73	preenchimento
59= C89	128 = C102	200 = C153
60 = C1 e C5	129 = F9C38 e C30	201= C78
61= F17C87	130 = C109 e F16C75	202=C74, F9C38 e C85
62 = C14 e C17	131 = C156	203 =F9C38 e C129
63 = C39	132= C56	204 = C29 e F10C46
64 =C48	133 = C128 e C55	205 = C135
65 = F17C87	134 = F2C6 e C99	206 = C149
66 = C131	135 = C117	
67 = C3 e C67	136 = C109	
68 = C40 e F2C6	137 = F2C6 e C69	
69 = C148	138 = C37	

CM4 – Qual é a frequência de venda para estes estabelecimentos, por exemplo, 1 vez por semana, de 15 em 15 dias, etc?

1= Mês inteiro/toda semana	13= 2 em 2 meses
2= 1 vez por semana	14= 3 em 3 semanas
3= 15 em 15 dias	15= por encomenda
4= 2 vezes por semana	16= 8 em 8 dias
5= Todos os dias	17= de 10 em 10 dias
6= 1 vez por mês	18= 3 vezes por semana
7= 2 em 2 semanas	19= Variado
8= 20 em 20 dias	20= 3 em 3 dias
10= de 2 em 2 dias	77=NR
11= Solicita recolhimento do comprador quando existe volume	

CM5 - Você vende para que município?

1= São Paulo e Rio de Janeiro	16=Lavras
2= Boa Esperança	17=Tiradentes, Belo Horizonte, Mariana e Sabará
3=Ouro Preto e Congonhas	18=Belo Horizonte e São Paulo (SP)
4= Vários	

- | | |
|---|---|
| 5=Viajantes | 19=Rio de Janeiro, Teresópolis, Juiz de Fora e Belo Horizonte |
| 6= Ouro Preto, Ouro Branco e Conselheiro Lafaiete | 20=Congonhas e outros |
| 7=Oliveira | 21=Lagoa Dourada e São Gotardo |
| 8=São Brás do Suaçuí | 22=Belo Horizonte |
| 9= São João Del Rei | 23=São Sebastião do Oeste (MG) |
| 10= Sul de Minas e Tiradentes | 24=Guapé (MG) |
| 11=Pedro Leopoldo | 25=Capela Nova (MG) |
| 12=Tiradentes, Lavras, Sabará e Muriaé | 26=Carandaí (MG) |
| 13=São Paulo, Belo Horizonte e Lages | 27=Divinópolis (MG) |
| 14=São Gotardo, Ibiá, Matutina e Rio Paranaíba | 28=Resende Costa, Teresópolis, juiz de Fora e Belo Horizonte |
| 15=Montes Claros | 99=NS |

CM6 - Você vende para que estados?

- | | | |
|-------------------|----------------------|--------------------|
| 1=SP e RJ | 5= SP, RJ, MT e BA | 9=SP |
| 2=SP, RJ, BA e DF | 6= Todos | 10=DF |
| 3=RJ | 7=SP, RJ, PR,ES e RS | 11=SP, RJ, AM e RS |
| 4=SP, RJ e MT | 8=SP e MG | 2=DF e RJ |

CM7 – Você vende para que países?

- 1= Alemanha, Chile e França

CM8 – Qual das opções abaixo pode ser associada ao aumento de suas vendas?

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1= Feiras | 23= Ano inteiro |
| 2= Festa de natal | 24= Festividades do final de ano |
| 3= Dia das mães | 25= Todas as festas |
| 4= Dia dos pais | 26= Férias escolares e carnaval |
| 5=Férias escolares de dez./jan. | 27= Festa de natal e dias das mães |
| 6= Férias escolares de julho | 28= Feiras, dia das mães, férias escolares de julho e semana santa |
| 7= Festa de carnaval | 29= Carnaval e Semana Santa |
| 8= Semana Santa | 30= Férias escolares de julho e |
| 9= Feriados | |

10=Janeiro a Março	Semana Santa
11=Férias escolares de julho e dez/jan.	31= Férias escolares de dez/jan.
12=Dia das mães, férias escolares e Semana Santa	Carnaval e Semana Santa
13=Natal e férias escolares	32= Natal e Semana Santa
14=Férias escolares e Semana Santa	33= Natal, férias escolares de julho, Carnaval e Semana Santa
15=Venda contínua sem efeitos sazonais na comercialização	34= Dias das mães e férias escolares de dez/jan.
16=Festas de natal, férias escolares, Carnaval e Semana Santa	35= Natal, Carnaval e Semana Santa
17=Feiras e férias escolares de julho	36= Vendas constantes (volume de vendas igual)
18=Férias escolares de dezembro e janeiro, Natal e Semana Santa	37= Erro de preenchimento
19= Dias das mães, férias escolares de julho e Semana Santa	38= Junho a dezembro
21= Férias de dezembro, Natal, Semana Santa e feriados prolongados	39= Final do ano
22= Festa de natal, Dia das mães, dos pais, férias escolares, carnaval e Semana Santa	40= Férias escolares de julho, festa de Carnaval e Semana Santa
	77= NR
	99. NS

CM9 – Para você que outras atividades econômicas da região do município de Resende Costa refletem no aumento de suas vendas?

1= Pecuária	8=Pecuária e festas religiosas
2= Agricultura	9=Pecuária e turismo
3= Indústria	10=Pecuária e agricultura
4= Turismo	77=NR
5= Serviços de saúde	99=NS
6=Serviços de educação	
7=Conhecimento do trabalho e produção diária	

CM10 – Você tem ou poderá ter empregados em atividades artesanais para trabalhar na sua casa. Para você qual é o principal fator para definição de com quem manter relação de trabalho para produção do artesanato em sua casa?

- | | |
|---|---|
| 1= Família de origem | 12=Conhecimento do trabalho e preço |
| 2= Conhecimento do trabalho | 13=Família de origem e indicações pessoais |
| 3= Preço | 14=Responsabilidade |
| 4= Produção diária | 15=Não pretendo ter empregados |
| 5= Indicações pessoais | 16=Estiver precisando de empregado |
| 6= Outro | 17=Honestidade |
| 7=qualidade de serviço | 18=Honestidade e responsabilidade |
| 8=Conhecimento do trabalho e produção diária | 19=Responsabilidade |
| 9=Preço e produção diária | 20=Feiras, Natal, dia das mães e dos pais, férias escolares de dezembro a janeiro |
| 10=Família de origem e conhecimento do trabalho | 77= NR |
| 11=Conhecimento do trabalho e produção diária | 99= NS |

CM11 – Quais as famílias que você tem relação e que confia para contratação de empregados?

- | | |
|----------------------------|-----------------------|
| 1=Parentes/família/própria | 2=Irmãos |
| 3=Filhos | 4=Convívio Social |
| 5=Vizinhos | 6=Amigos |
| 7=As que confiam | 8= Família e vizinhos |
| 9=Famílias conhecidas | 77=NR |

CM12 – As indicações pessoais que você confia estão relacionadas com conhecidos do:

- | | |
|--------------|-------------|
| 1= Trabalho | 2= Religião |
| 3=Vizinhança | 4= Outro |
| 5=Geral | 77= NR |

APÊNDICE G – Espelho de tabulação do questionário comercial

IU2 – Quais são os dias de funcionamento do seu comércio?

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1=Todos os dias | 4=Quarta a domingo |
| 2=Segunda a sábado | 5=Terça a domingo |
| 3=Segunda a sexta | 6=Alternativo |

IU2.1-Quais são os horários?

- 1= 08:00 as 18:00
- 2=09:00 as 11:00 e 12:00 as 18:00
- 3= 07:00 as 17:00
- 4=09:00 as 18:00
- 5=Segunda a sexta de 08:00 as 18:00 e sábados e domingos de 09:00 as 17:00
- 6= Segunda a sábado de 08:00 as 18:00 e domingo de 09:00 as 15:00
- 7=Segunda a sábado de 09:00 as 18:00 e domingo de 09:00 as 16:00
- 8= Segunda a sábado de 08:30 as 18:00 e domingo de 09:00 as 16:00
- 9=Segunda a sábado de 08:30 as 18:00 e domingo de 09:00 as 17:00
- 10=Segunda a sábado de 08:30 as 18:00 e domingo de 10:00 as 16:00
- 11=08:30 as 11:30 e 12:30 as 18:00
- 12=Seg a sábado 09:00 as 18:00 e domingo de 09:00 as 14:00
- 13=Seg a sábado de 08:30 as 18:00 e domingo de 10:00 as 17:00
- 14=Segunda a sexta 08:as 17:00 e sábado de 08:00 as 16:00
- 15=08:30 as 18:00
- 16=08:00 as 17:30
- 17=Segunda a sábado e 08:00 as 18:00 e domingo de 08:00 as 12:00
- 18=Segunda a sábado de 08:00 as 18:00 e domingo de 09:00 as 16:00
- 19=Segunda a sábado de 09;00 as 18:00 e domingo de 10:00 as 16:00
- 20=Segunda a sábado de 08:00 as 17:00 e domingo de 08:30 as 16:00
- 21=09:30 as 17:30
- 22=10:00 as 17:30
- 23=09:00 as 19:00
- 24=Segunda a sexta de 09:00 as 18:00 e domingo de 10:00 as 17:00
- 25=08:30 as 18:30

26=Segunda a sábado de 09:00 as 12:00 e 13:00 as 18:00 e domingo de 10:00 as 12:00 e 13:00 as 17:00

27=08:00 as 17:00

28=09:00 as 17:30

29=12:00 as 18:00

30=09:00 as 17:00

31=07:30 as 17:00

32=Segunda a sexta 08:00 as 11:00, 12:00 as 18:00e sábado de 08:00 as 11:00

33=Alternativo

PSPC1 – Quais das opções de bens, utensílios domésticos e de infra-estrutura sua casa possui?

Respondeu? **1= Sim** **77= NR**

PSPC1.1= Rede de esgoto	1= sim	2=não
PSPC 1.2= Rádio	1= sim	2=não
PSPC1.3= Fossa	1= sim	2=não
PSPC1.4= Fogão à lenha	1= sim	2=não
PSPC1.5= Antena Parabólica	1= sim	2=não
PSPC 1.6= Rede de água	1= sim	2=não
PSPC 1.7= Geladeira	1= sim	2=não
PSPC 1.8= Computador	1= sim	2=não
PSPC 1.9= TV Preto e Branco	1= sim	2=não
PSPC 1.10= TV Cores	1= sim	2=não
PSPC 1.11= Instalação elétrica	1= sim	2=não
PSPC 1.12= Chuveiro	1= sim	2=não
PSPC 1.13= Fogão a gás	1= sim	2=não
PSPC 1.14= Vídeo Cassete	1= sim	2=não
PSPC 1.15= DVD	1= sim	2=não
PSPC 1.16= TV por assinatura	1= sim	2=não
PSPC 1.17= Microondas	1= sim	2=não
PSPC 1.18= Freezer	1= sim	2=não
PSPC 1.19= Máquina de lavar	1= sim	2=não
PSPC 1.20= Aparelho de som	1= sim	2=não

PSPC 1.21= Forno elétrico	1= sim	2=não
PSPC 1.22= TV LCD	1= sim	2=não
PSPC 1.23= TV Plasma	1= sim	2=não
PSPC 1.24= Notebook	1= sim	2=não

PSPC2 – Sua casa é? (LER OPÇÕES)

- | | | |
|----------------------|-----------------------|--------------------------|
| 1. Própria e quitada | 2. Própria financiada | 3. Hipotecada |
| 4. Emprestada | 5. Alugada | 6. Erro de preenchimento |
- 77= NR

PSPC2.1- Qual o valor do aluguel? (LANÇAR O VALOR)

PSPC3 – Você ou se for casado sua esposa e se houver seus filhos possuem veículo?

1= Sim 2= Não 3=Erro de preenchimento 77= NR

PSPC3.1- Quantos veículos? (LANÇAR A QUANTIDADE)

PSPC4 – Você ou se for casado sua esposa e se houver seus filhos possuem imóveis?

1 = Sim 77= NR

PSPC4.1= Construídos na sede do município: 1= sim; 2= não

PSPC4.1.1= Quantos? (LANÇAR A QUANTIDADE)

PSPC4.2= Construídos na zona rural do município: 1= sim; 2= não

PSPC4.2.1= Quantos? (LANÇAR A QUANTIDADE)

PSPC4.3= Em construção no município: 1= sim; 2= não

PSPC4.3.1= Quantos? (LANÇAR A QUANTIDADE)

PSPC4.4= Em construção na zona rural do município: 1= sim; 2= não

PSPC4.4.1= Quantos? (LANÇAR A QUANTIDADE)

PSPC4.5= Construídos fora do município: 1=sim; 2=não

PSPC4.5.1= Quantos? (LANÇAR A QUANTIDADE)

PSPC4.6= Em construção fora do município: 1=sim; 2=não

PSPC4.6.1= Quantos? (LANÇAR A QUANTIDADE)

PSPC5 – Em que município(s) está o imóvel construído?

5=Ritápolis

8=São João Del Rei

6=Sabará

9=Belo Horizonte

7=Juiz de Fora

PSPC6 – Em que município(s) está o imóvel em construção?

PSPC7 - Você ou se for casado sua esposa e se houver seus filhos possuem algum investimento financeiro?

1= Sim

2= Não

77= NR

PSPC8 – Qual é o tipo de investimento financeiro? (LER OPÇÕES)

1= Renda fixa (CDB/RDB)

7=Ourocap

2= Caderneta de Poupança

77= NR

PSPC9 – Qual é o nome dos seus antepassados e se for o caso de sua/seu companheiro (a)?

1=FO1

16=FO16

38=FO38

99=FO99

3=FO3

23=FO23

40=FO40

100=FO100

5=FO5

24=FO24

41=FO41

101=FO101

7=FO7

25=FO25

50=FO50

102=FO102

9=FO9

26=FO26

51=FO51

103=FO103

12=FO12 28=FO28 61=FO61 104=FO104

14=FO14 35=FO35 78=FO78 105=FO105

CAC1- Qual é a atividade que este estabelecimento desempenha no artesanato municipal?

- 6. Comércio de artesanato
- 7. Produção e comércio de artesanato
- 8. Fornecedor de matéria-prima
- 9. Fornecedor de matéria-prima, produção e comércio de artesanato
- 10. Fornecedor de matéria-prima e comércio de artesanato
- 78. NR

CAC2 – Qual é a mão-de-obra utilizada para execução da produção artesanal?

- 2. Familiares 2. Familiares e empregados
- 4. Empregados 4. Familiares e parcerias
- 77. NR

CAC3- Há quanto tempo este estabelecimento está de portas abertas?

- 4. a menos de 5 anos 4. a mais de 20 anos
- 5. de 5 a 10 anos 77. NR
- 6. de 10 a 20 anos

CAC4 – Esta atividade comercial é sua fonte de renda: (LER OPÇÕES)

- 2. Secundária 2. Sazonal
- 4. Principal 77. NR

CAC5 – Qual é sua principal fonte de trabalho e renda?

- 3= Aposentado(a) 46=Deposito material de construção
- 8= Comerciante 47=Auxiliar da educação do estado
- 22=Vendedor 48=Salão de cabeleireira
- 29=Artesanato 77= NR
- 37=Professor

CAC6- Qual das opções abaixo foi o principal motivo para você iniciar a atividade de comércio de artesanato?

- 16= Tradição da família 3=Completar a renda 4=Realização pessoal

CAC7 – Como você aprendeu o trabalho, ou seja, a rotina e os afazeres do comércio de artesanato? (LER OPÇÕES)

- 1=Com a família 4=Com curso de capacitação 11= Outros
 2=Com outros comerciantes 6= Sozinho 77= NR
 3=Com vizinhos 9= com conhecidos

CAC8- Você e/ou algum(a) empregado(a) freqüentou algum curso ou treinamento voltado para o comércio de artesanato?

2. Sim 2. Não

CAC9- Marque a opção abaixo que define o tema central do treinamento?

- 1=Associativismo
 4=Melhorar o processo produtivo
 5=Melhorar o atendimento aos clientes
 6=Melhorar as vendas
 11= Melhorar o atendimento aos clientes, formação de preço, melhorar as vendas, administração financeira, administração de pessoas
 12= Associativismo, formação de preço, fazer novas peças, melhorar o processo produtivo, melhorar o atendimento aos clientes, melhorar as vendas, administração financeira, administração de pessoas
 77= NR
 99= NS

CAC10 – Qual é o principal problema relacionado com o seu comércio de artesanato?

- | | |
|---|---|
| 2. Falta de retalhos | 11. Carga Horária de Trabalho |
| 4. Falta de trabalhadores/mão-de-obra | 12. Influência do produto industrializado |
| 5. Muitos concorrentes | 13. Dificuldade em atender a demanda |
| 7. Pequeno lucro | 14. Falta de preço base |
| 8. Falta de novos produtos | 15. Alta velocidade na frente do comércio |
| 9. Poucos clientes | 16. Falta de material |
| 12. Inadimplência (não pagamento de prestações de clientes) | 77.NR |

CAC11 – Você tem outra fonte de renda?

2. Sim 2. Não 77=NR

CAC12 – Qual é a outra fonte de renda?

1=Aposentadoria	81=Carreto
2=Produção rural	95=Investimentos
3=Funcionalismo público	96=Vidraceiro
7=Comércio	97=Contador
14=Vendedor	98=Auto Socorro
17=Marceneiro	99=Revendedora de roupas
55=Aluguel	100=Posto de gasolina
77=NR	101=Salão de cabeleireiro

CAC13 – Você ou seu estabelecimento comercial é filiado a alguma associação?

2. Sim 2. Não

CAC14- Qual é a associação?

1. ASARC 2.Asseturc 3.Acirc 4.Mãos de Minas (centro CAPE)

CAC15 – Você já contou com algum apoio de órgãos públicos ou de empresa particular relacionados com artesanato?

1. Sim 2. Não

CAC16 – Qual é o órgão público ou empresa particular?

- 3=Outras empresas artesanais 4=Centro de artesanato mineiro

CAC17 – Qual foi o tipo de apoio utilizado pelo morador ou empregado que o órgão público ou empresa particular ofereceu?

- 4=Dinheiro para ajudar na participação de feiras e eventos
6=Compra de equipamento que melhoraram o trabalho
9=Participação em feiras e eventos
78.NR

26=Vendedor	38=Secretaria
27=Balconista e proprietário	39=Vendedor e artesão
28=Proprietário	40=Recepcionista e vendedor
29= Balconista	41= Proprietário e artesão
30=Proprietária e tecelã	42=Vendedor e balconista
31=Proprietária e vendedora	43=Viajante
32=Faxineira	44=Auxiliar
33=Costureira	45=Atendente e tecelã
34=Aprendizes	46=Assistente geral
35=Serviços Gerais	77=NR

COT6a.1= sexo

1= feminino

2= masculino

COT6a.2= seção escolaridade

1= 1º grau C

4= 2º grau I

7= Analfabeto

2= 1º grau I

5= Nível Médio profissionalizante

3= 2º grau C

6= 3º grau

COT6a.3= seção idade

1= de 6 a 14

4= de 39 a 59

2= de 15 a 17

5= mais de 60

3= de 18 a 38

COT6a.4.= Salários Mínimos / renda

1= até ½

4= 3,5 a 5

2= de ½ a 1

5= acima de 5

3= 1,5 a 3,5

99= NS

COT6a.5 = Quantas horas trabalhadas dia? (LANÇAR A QUANTIDADE)

COT7- Você tem quantos fornecedores de produtos artesanais? (LANÇAR A QUANTIDADE)

7=Coluna/costas

99= NS

COT15- Qual é o problema de saúde mais freqüente entre os moradores e/ou empregados desta casa? (LER OPÇÕES)

77= NR

99= NS

COT16 – Qual é o medicamento mais utilizado pelo trabalhador para tratamento ou alívio?

13= Dipirona

77=NR

99=NS

COT17- No último ano estas dores ou doenças causaram falta de fornecimento de produtos para seu comércio?

2. Sim

2. Não

COT18 –Prejudicaram o fornecimento por estes motivos?

1= sim

77=NR

99=NS

COT18.1 – Quantas pessoas prejudicaram? (LANÇAR A QUANTIDADE)

COT19 – As faltas de fornecimento somadas destes trabalhadores no último ano correspondem aproximadamente a quantos dias de trabalho?

77= NR

99=NS

COT20 – Os trabalhadores utilizam algum tipo de Equipamento de Proteção Individual ou Coletivo?

2. Sim

2. Não

COT21 – Qual é o equipamento de proteção utilizado?

1= Máscara

3=Óculos, máscara e luva

4=Máscara e protetor de ouvido

COT22 – Algum(a) trabalhador/fornecedor de artesanato de Resende Costa sabe realizar todas as etapas da produção do artesanato em tear, ou seja, sabem picar retalho, enrolar fios e retalhos, urdir, montar repasse, tecer todos os tipos de peças, fazer o acabamento das peças e pintá-las?

2. Sim

2. Não

COT23 – Quantos trabalhadores sabem todas as etapas? (LANÇAR A QUANTIDADE)

COT24 – Para você as atividades exercidas pelos trabalhadores do artesanato em tear de Resende Costa são provisórias?

2. Sim 2. Não 99=NS
3. Erro de preenchimento

COT25 – Você tinha outro tipo de trabalho antes de atuar no comércio artesanal?

2. Sim 2. Não

COT26 - Qual era a ocupação anterior?

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 6=Comerciante | 69=Açougueiro |
| 14=Metalúrgico | 70=Pedreiro |
| 17=Marceneiro | 71=Bancaria |
| 21=Balconista/Atendente de loja | 72=Frentista |
| 25=Vendedor | 73=Auxiliar de contabilidade |
| 38=Funcionário público | 74=Arquivista |
| 45=Faxineira/diarista | 75=Auxiliar de educação |
| 46=Teceão | 76=Balconista e frentista |
| 47=Motorista | 77= NR |
| 49=Secretaria | 78=Caminhoneiro, pedreiro e vidraceiro |
| 50=Professor | 79=Cabeleireiro |
| 51=Costureira | 80=Açougueiro e motorista |
| 59=Auxiliar/Assistente Administrativo | |

COT27 – Qual o município em que trabalhava?

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| 2= Resende Costa | 28=Juiz de Fora |
| 3= Belo Horizonte | 29=Sabará |
| 5= São Paulo | 30=Resende Costa e outros |
| 10=São João/São João Del-Rei | 31=Ritópolis |
| 13=Belo Horizonte e Resende Costa | 32=Resende (RJ) e Resende Costa |
| 27=Betim | 77= NR |

CMP1- Você fornece matéria-prima para os produtores de artesanato em tear de Resende Costa?

1. Sim 2. Não

CMP2 - Qual é o maior problema enfrentado por você no seu dia-a-dia no que se refere a matéria-prima, ou seja, o retalho ou o fio industrializado? (LER OPÇÕES)

- | | |
|------------------------|------------------------------|
| 12= Falta de material | 20=Custo devido aos impostos |
| 13= Falta de variedade | 77= NR |
| 14= Preço alto | 99= NS |
| 15= Qualidade ruim | |

CMP3 – Quais são os principais materiais que você utiliza na produção artesanal em tear?

- | | |
|--------------------------|------------------------|
| 1=Linha/fio | 14=Resto de malhas |
| 2=Retalho/ retalho corda | 15=Fio industrializado |
| 10=Algodão | 16=Chenile |
| 12=Lã | 99=NS |
| 13=Fio de algodão | |

CMP4- Qual é a quantidade de material consumido por semana ou mês?

- | | |
|-------------------------|-------|
| 1= sim | 77=NR |
| 2=Erro de preenchimento | 99=NS |

CMP4.1= Quantidade de material? (LANÇAR A QUANTIDADE)

Atenção: padronizar respostas por mês, quando a resposta estiver por semana multiplicar por 4,5 e por dia 22

CMP5 – Qual é o local, município e comércio, em que você adquire estes materiais?

- | | |
|--------------------------------|---|
| 2=F18C92 | 78=Petrópolis e Juiz de Fora |
| 13=F10C46 | 79=Resende Costa |
| 15=F2C26 | 80=Petrópolis e Santa Catarina |
| 26=F5 | 81=Paraopeba |
| 55=F5 e F10C46 | 82=Fortaleza |
| 73=F30 | 83=São Paulo, Rio de Janeiro e
Divinópolis |
| 74=Itaguara | |
| 75=São Paulo, Rio de Janeiro e | 84=Belo Horizonte |

Fortaleza

76=F10C46, F9C38 e F31C21

77=Nordeste

85=Petrópolis, Juiz de Fora, Santa

Catarina, Belo Horizonte

86=F9C38

CMP6 – Qual é o local que você armazena estes materiais?

1= Casa

8= Cômodo específico/galpão

16=Própria loja

17=Casa do trabalhador

77=NR

99=NS

CMP7 – Existe sobra destes materiais?

3. Sim

2. Não

CMP8 – Qual é o destino destas sobras?

2=Lixo

3=Reaproveita/mistura

7=Reaproveita ou vende

17=Doa para reciclagem

99=NS

CMP9 – Qual é a quantidade das sobras por semana ou mês?

1= sim

77= NR

99= NS

CMP9.1- Quantidade das sobras? (LANÇAR A QUANTIDADE)

Atenção: padronizar respostas por mês, quando a resposta estiver por semana multiplicar por 4,5 e por dia multiplicar por 22

CP1- Qual é o local de trabalho em que as atividades produtivas artesanais em tear de Resende Costa são executadas para o abastecimento deste comércio?

1. Nas casas dos trabalhadores

2. Em galpão de minha propriedade

3. Nas casas e em galpão de minha propriedade

4.Nas casas dos trabalhadores e na própria casa

5.Na própria loja

6.Na própria casa

77.NR

CP2 – Você tem teares?

1. Sim

2. Não

CP3 – Qual é o tipo de tear que você tem?

1=Pequeno

5=Pequeno e médio

77= NR

3=Pequeno e duplo

6=Pequeno, duplo e médio

CP4- Quantos teares você tem? (LANÇAR A QUANTIDADE)**CP5** – Estes teares estão distribuídos na:

- | | |
|---|--------------------------------|
| 1. Nas casas dos trabalhadores | 4. Na sua casa |
| 2. Em galpão de minha propriedade | 5. Nas casas dos trabalhadores |
| 3. Nas casas e em galpão de minha propriedade | 77. NR |

CP6 – Nos últimos 5 anos a produção artesanal em tear que você coordena:

1=Cresceu

77= NR

2=Reduziu

99=NS

CP7 – Sua produção artesanal cresceu aproximadamente em:

- | | | | |
|--------|--------|-----------------|------------------|
| 1=10% | 5= 50% | 9=90% | 13. Outro. Qual? |
| 2=20% | 6= 60% | 10= Dobrou | 14 =5% |
| 3=30% | 7=70% | 11=Triplicou | 77=NR |
| 4 =40% | 8=80% | 12=Quadriplicou | |

CP8 – Sua produção artesanal reduziu aproximadamente em:

- | | | | |
|--------|--------|-----------------|------------------|
| 1=10% | 5= 50% | 9=90% | 13. Outro. Qual? |
| 2=20% | 6= 60% | 10= Dobrou | 14 =5% |
| 3=30% | 7=70% | 11=Triplicou | 77=NR |
| 4 =40% | 8=80% | 12=Quadriplicou | |

CCA1 – Qual é a quantidade total dos tipos de peças e produtos artesanais que você tem em seu comércio? (LANÇAR A QUANTIDADE)**CCA2** – Qual é a quantidade total de peças do tear de Resende Costa que você tem em seu comércio? (LANÇAR A QUANTIDADE)**CCA3** – Vocês criam peças novas?

2. Sim

2. Não

CCA4 – Como vocês criam essas peças novas?

- | | |
|-------------------------------|--|
| 1= Criação própria | 4= Cópia de fontes como jornais, revistas e feiras |
| 2= Encomenda do comprador | 77= NR |
| 3= Cópia de outros produtores | |

CCA5 – Qual é o produto que você considera como sendo o principal do seu comércio?

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| 1=Jogo americano | 55= Kit de lavabo |
| 4=Tapetes | 56= Tapetes siriguia |
| 5=Tapetinhos | 57=Colcha de retalho |
| 12=Tapete médio de bico | 58=Tapetinho de retalho |
| 14=Fios | 59=Objetos de ferragens |
| 17=Retalho | 60=Móveis dobráveis |
| 21=Toalha | 61=Móveis rústicos |
| 22= Erro de preenchimento | 62=Namoradeiras em gesso |
| 23=Colcha | 63=Tapetão médio de retalho |
| 32=Cortina | 64=Cortina e jogos americanos |
| 47=Tapete/Tapetinho xadrez | 65=Mandala |
| 51=Tapete peludo | 66=Colcha de algodão |
| 52=Tapete de linha | 67=Produtos em retalho |
| 53= Tapete de retalho | 77=NR |
| 54= Tapete de retalho xadrez | |

CCA6 – Qual é o principal diferencial do seu comércio em comparação com seus concorrentes?

- | | |
|---------------------------|--|
| 1=Preço | 15=Criação |
| 2=Qualidade | 16=Peças exclusivas e venda direto da oficina assinadas pelo artesão |
| 3=Origem da família | 17=Produto diferenciado |
| 4=Entrega dentro do prazo | 18=Variedade |
| 9=Vendas a atacado | 19= Entrega dentro do prazo e atendimento |
| 10=Mercado diferenciado | 20=Prazo para pagamento |
| 11=Atendimento a pedidos | 77= NR |
| 12=Originalidade | |

13=Atendimento 99= NS

14=Objetos vendidos

CCA7 – Qual é a característica do seu comércio e dos produtos que você comercializa que você acredita que pode ser melhorada?

10= Preço 20=Falta padronização de tamanho

11= Materiais utilizados 21=Público

12= Qualidade 22=Outro

13= Entrega dentro do prazo 77= NR

6=Criação de novas peças ou serviços 99= NS

CCA8 – Quais são os principais produtos comercializados, sua cidade de origem, a quantidade vendida por me e o preço de venda unitário (considere no máximo 25 produtos)? 1.Sim 2.Erro de preenchimento 77.NR

CCA8a – Quais são os principais produtos comercializados?

1=Peça Americana 29=Passadeira 60=Colcha de algodão

2=Guardanapo 30=Tapete mini mesclada

3=Mini Tapete 31=Colcha solteiro 61=Colcha com aplicação

4=Tapete Médio 32=Tapete médio xadrez 62=Toalha de mesa ponto

5=Colcha de bico casal 33=Banco namoradeira cruz

6=Tapetinho de retalho 34=Mesa de bar 63=Erro de preenchimento

7=Tapete peludo 35=Banco grande 64=Galinha country

8=Tapete de Linha 36=Cadeira sem braço 65=Almofadas

pequeno 37=Fios 66=Colares

9=Tapete de linha médio 38=Retalhos 67=Pulseiras

10=Tapete de retalho 39=Retalhos de tira cama 68=Bolsas

11= Tapetão de retalho 40=Colcha de bico 69=Bandeja de madeira

12=Jogos de Passadeira 41=Jogos de cozinha de demolição

13= Colcha 42=Tapete 70=Banco

14= Jogos Americanos 43=Cortina 71=Armário

15=Tapete xadrez 44=Namoradeira pequena 72=Jogo de cozinha

pequeno 45=Frades em gesso xadrez

16= Tapete de bico médio	46=Casal pezão em gesso	73=Capacho peludo
17= Jogo de passadeira xadrez	47=Tapetão médio de retalho	74=Redes
18= Toalha de lavabo	48=Tapete beira-cama	75=Tapete mexicano
19= Kit de lavabo	49=Colchas de linha	76=tapete careca
20= Tapetinho comum	50=Mandalas	77=passadeira careca
21= Tapetinho barrado siriguia	51=Quadros	78=passadeira mexicana
22= Tapete beira de cama siriguia	52=Moveis restaurados	79=jogo mexicano
23=Colcha de Retalho	53=Moveis pintados	80=jogo careca
24=Caminho de mesa	54=Pinturas em janelas de demolição	81=retalho de aureola
25=Colcha de Casal	55=Tapetão	82=retalho de malha
26=Tapete xadrez	56=bandeja	83=tiras de rama
27=Tapetão peludo	57=Toalha com aplicação	84=Aparas de rama de cotton
28=Tapete peludo pequeno	58=Caminhos de crochê	85=Toalha de mesa
	59=Tapete médio de retalho	86=Manta

CCA8b – Qual é a origem do produto?

1=Resende Costa	7=Itatiaiuçú
2= Borda da Mata	8=Pernambuco
3=Fortaleza	9=Juiz de Fora e Petrópolis
4=Rio de Janeiro	10=São Paulo e Belo Horizonte
5=São Paulo	11=Paraopeba
6=Itaguara	

CCA8c - Quantidade vendida por mês?

1=sim	77=NR
-------	-------

CCA8c.1 – Qual a quantidade? (LANÇAR A QUANTIDADE)

Atenção: padronizar respostas por mês, quando a resposta estiver por semana multiplicar por 4,5 e por dia multiplicar por 22

CCA8d - Qual é o preço de venda unitário?

1=sim

77=NR

CCA8d.1 – Qual o preço? (LANÇAR O PREÇO)

CM1- Qual é a principal dificuldade que prejudica você na melhoria da atividade econômica artesanal?

30= Falta de matéria-prima

31= Falta de financiamento

32= Falta de treinamento para ajudar a administrar meu negócio

33= Falta de treinamento para desenvolver novos produtos

34= Falta de divulgação em feiras e outros eventos

7=Falta de trabalhadores

8=Renda da atividade é pequena

10=Tempo/Passar o tempo

28=Infra-estrutura para atender aos turistas

29=Falta de especialização dos trabalhadores

30=Alto preço da matéria-prima

77= NR

99= NS

CM2 – Qual é o destino comercial de seus produtos?

6. Clientes que freqüentam a loja

10. Clientes que freqüentam a loja, para outros municípios e para outros estados.

7. Lojista do município

11. Revendedores

8. Lojista de outros municípios

12. Turistas

9. Lojista de outros estados

13. Clientes de outros estados

7. Outros municípios e Estados

77= NR

CM3 - Você vende para lojistas de que municípios?

1=São Paulo e Rio de Janeiro

30=Belo Horizonte, Guaranésia, Patos de Minas

22=Belo Horizonte

28=São João Del Rey , Tiradentes

31=Tiradentes, Juiz de Fora, Belo Horizonte, Bichinho

29=Belo Horizonte, Sete Lagoas,

Congonhas

99=NS

CM4 - Você vende para lojistas de que estados?

1=SP, RJ	17=SP, RJ,SC etc	23=SP, RJ, GO, ES
3=RJ	18=SP, RJ,MS, MT, GO,	24=SP, RJ, GO
4=SP, RJ, MT	BA, RS, PR	25=SP, RJ, MS, RS, PR
12=SP, RJ, SC	19=RJ, SP, PR, MT	26=DF, GO, RJ
13=SP, RJ, MS	20=SP, RJ, MT, PR, DF,	27= Belo Horizonte, MG,
14=SP, RJ, MT, MS	GO	RJ, DF
15=SP, RJ, MT, GO	21=SP, GO	28=SP, RJ, MS, TO
16=RJ,SP, GO, TO, DF	22=SP, PR	

CM5 – Você vende para lojistas de que países?**CM6** – Qual das opções abaixo pode ser associada ao aumento de suas vendas?

2= Feiras	8=Semana Santa
3= Festa de natal	9=Feriados
4= Dia das mães	40=Férias em geral e feriados
5= Férias escolares de dez/janeiro	77= NR
6=Férias escolares de julho	99. NS

CM7 – Para você que outras atividades econômicas da região do município de Resende Costa refletem no aumento ou na diminuição de suas vendas?

2=Agricultura	12= Não existe relação
3=Indústria	77= NR
4=Turismo	99= NS
11=Pecuária, Agricultura, indústria, turismo, serviços de saúde e serviços de educação	

CM8 – Para você qual é o principal fator para definição de com que manter relações de fornecimento de artesanato em tear de Resende Costa?

1= Família de origem	22=Preço, qualidade e honestidade
2= Conhecimento do trabalho	23=Preço e qualidade
3= Preço	24=Qualidade
5= Indicações pessoais	25=Acabamentos

9=Preço e produção diária

77= NR

21=Qualidade do material

99= NS

CM9 – Quais as famílias que você tem relação e que confia para contratação de empregados?
77=NR

CM10 – As indicações pessoais que você confia estão relacionadas com conhecidos do:

1= Trabalho

3=Vizinhança

77= NR

APÊNDICE H – Relação dos códigos das famílias de origem paterna dos entrevistados nos domicílios por frequência

Tabela 51 – Relação completa dos códigos de família de origem paterna, por frequência – 2009 (continua)

Código de famílias de origem	Frequência	%
FO12	113	17.0
FO7	112	16.9
FO5	59	8.9
FO1	34	5.1
FO3	28	4.2
FO24	18	2.7
FO11	17	2.6
FO4	16	2.4
FO9	16	2.4
FO14	14	2.1
FO28	13	2.0
FO16	12	1.8
FO23	12	1.8
FO32	10	1.5
FO17	7	1.1
FO20	6	0.9
FO26	6	0.9
FO56	6	0.9
FO8	5	0.8
FO15	5	0.8
FO27	4	0.6
FO30	4	0.6
FO38	4	0.6
FO40	4	0.6

Tabela 51 – Relação completa dos códigos de família de origem paterna, por frequência – 2009 (continua)

Código de famílias de origem	Frequência	%
FO43	4	0.6
FO52	4	0.6
FO75	4	0.6
FO78	4	0.6
FO10	3	0.5
FO25	3	0.5
FO39	3	0.5
FO45	3	0.5
FO50	3	0.5
FO60	3	0.5
FO61	3	0.5
FO68	3	0.5
FO71	3	0.5
FO79	3	0.5
FO18	2	0.3
FO36	2	0.3
FO41	2	0.3
FO42	2	0.3
FO65	2	0.3
FO69	2	0.3
FO70	2	0.3
FO76	2	0.3
FO81	2	0.3
FO83	2	0.3
FO84	2	0.3
FO85	2	0.3
FO86	2	0.3
FO2	1	0.2
FO6	1	0.2

Tabela 51 – Relação completa dos códigos de família de origem paterna, por frequência – 2009 (continua)

Códigos de famílias de origem	Frequência	%
FO22	1	0.2
FO29	1	0.2
FO33	1	0.2
FO37	1	0.2
FO46	1	0.2
FO47	1	0.2
FO48	1	0.2
FO49	1	0.2
FO51	1	0.2
FO53	1	0.2
FO54	1	0.2
FO55	1	0.2
FO57	1	0.2
FO59	1	0.2
FO62	1	0.2
FO63	1	0.2
FO64	1	0.2
FO66	1	0.2
FO67	1	0.2
FO72	1	0.2
FO74	1	0.2
FO80	1	0.2
FO82	1	0.2
FO88	1	0.2
FO90	1	0.2
FO91	1	0.2
FO92	1	0.2
FO93	1	0.2
FO94	1	0.2

Tabela 51 - Relação completa dos códigos de família de origem paterna, por frequência - 2009 (conclusão)

Códigos de famílias de origem	Frequência	%
FO96	1	0.2
FO97	1	0.2
FO98	1	0.2
FO100	1	0.2
FO101	1	0.2
FO102	1	0.2
FO103	1	0.2
Não responderam	29	4.4
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE I – Relação dos fornecedores por frequência

Tabela 52 – Relação dos fornecedores, por frequência – 2009 (continua)

Fornecedores	Frequência	%
F9C38	61	22
F10C46	23	8.36
F27	18	6.54
F7C31	13	4.7
F2C6	11	4.0
F9C38 e F16C75	9	3.2
F18C92	8	2.9
F20C106	8	2.9
F7C31 e F5	7	2.5
F15	5	1.8
F7C31 e F2C6	4	1.4
F9C38 e F2C6	4	1.4
F5	4	1.4
F9C38 e F10C46	4	1.4
F16C75	4	1.4
F9C38 e F7C31	4	1.4
F12	3	1.1
F9C38 e F18C92	3	1.1
F9C38 e F22	3	1.1
F23 e F21	3	1.1
F9C38 e F20C106	3	1.1
F11C52	3	1.1
F10C46 e F21	3	1.1
F2C6 e F16C75	2	0.7
F14C70	2	0.7
F7C31, F15 e F21	2	0.7
F2C6, F21 e F7C31	2	0.7
F20C106 e F3	2	0.7
F10C46 e F7C31	2	0.7

Tabela 52 – Relação dos fornecedores, por frequência – 2009 (continua)

Fornecedores	Frequência	%
F9C38 e F23	2	0.7
F9C38 e F15	2	0.7
F29C120	2	0.7
F21 e F20C106	1	0.3
F23 e F7C31	1	0.3
F15	1	0.3
F17C87	1	0.3
F8	1	0.3
F2C6, F21 e F15	1	0.3
F25C147	1	0.3
F24C139, F13C64 e F21	1	0.3
F9C38, F5, F15 e F18C92	1	0.3
F19C103	1	0.3
F10C46 e F22	1	0.3
F20C106 e F22	1	0.3
F21 e F7C31	1	0.3
F2C6 e F20C106	1	0.3
F1	1	0.3
F2C6 e F3	1	0.3
F15 e F20C106	1	0.3
F28, F15 e F3	1	0.3
F10C46 e F5	1	0.3
F7C31, F5 e F9C38	1	0.3
F7C31 e F22	1	0.3
F13C64 e F9C38	1	0.3
F2C6 e F5	1	0.3
F9C38, F18C92 e F22	1	0.3
F18C92 e F22	1	0.3
F9C38, F10C46 e F22	1	0.3

Tabela 52 – Relação dos fornecedores, por frequência – 2009 (conclusão)

Fornecedores	Frequência	%
F4C26	1	0.3
F18C92 e F7C31	1	0.3
F9C38 e F5	1	0.3
F7C31, F29C120 e F18C92	1	0.3
F21 e F16C75	1	0.3
Não responderam	18	6.5
Total	275	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE J – Relação dos fornecedores por grupos de frequência de famílias de origem

Tabela 53 – Grupo de famílias de alta frequência, por fornecedores e frequência – 2009 (continua)

Grupo de Famílias	Fornecedores	Frequência	%
Alta frequência	F9C38	22	23
	F27	7	7
	F20C106	6	6
	F9C38 e F16C75	6	6
	F10C46	5	5
	F2C6	4	4
	F12	3	3
	F7C31 e F5	3	3
	F18C92	2	2
	F7C31	2	2
	F9C38 e F18C92	2	2
	F20C106 e F3	2	2
	F9C38 e F10C46	2	2
	F10C46 e F21	2	2
	F9C38 e F23	2	2
	F2C6 e F16C75	1	1
	F7C31 e F2C6	1	1
	F14C70	1	1
	F21 e F20C106	1	1
	F17C87	1	1
	F5	1	1
	F8	1	1
	F2C6, F21 e F15	1	1
F15	1	1	
F9C38, F5, F15 e F18C92	1	1	
F2C6 e F20C106	1	1	

Tabela 53 – Grupo de famílias de alta frequência, por fornecedores e frequência – 2009 (conclusão)

Grupo de Famílias	Fornecedores	Frequência	%
Alta frequência	F9C38 e F7C31	1	1
	F1	1	1
	F11C52	1	1
	F28, F15 e F3	1	1
	F7C31, F5 e F9C38	1	1
	F7C31 e F22	1	1
	F21 e F16C75	1	1
	Não responderam	8	8
Total		96	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 54 – Grupo de famílias de média frequência, por fornecedores e frequência – 2009 (continua)

Grupo de Famílias	Fornecedores	Frequência	%
Média frequência	F9C38	28	25
	F10C46	9	8
	F18C92	6	5
	F27	5	5
	F7C31	5	5
	F2C6	4	4
	F9C38 e F2C6	3	3
	F16C75	3	3
	F7C31 e F5	3	3
	F2C6, F21 e F7C31	2	2
	F5	2	2

Tabela 54– Grupo de famílias de média frequência, por fornecedores e frequência – 2009 (conclusão)

Grupo de Famílias	Fornecedores	Frequência	%
Média frequência	F15	2	2
	F9C38 e F20C106	2	2
	F11C52	2	2
	F20C106	1	1
	F2C6 e F16C75	1	1
	F9C38 e F18C92	1	1
	F7C31 e F2C6	1	1
	F9C38 e F22	1	1
	F7C31, F15 e F21	1	1
	F23 e F21	1	1
	F15	1	1
	F25C147	1	1
	F24C139, F13C64 e F21	1	1
	F19C103	1	1
	F10C46 e F22	1	1
	F21 e F7C31	1	1
	F9C38 e F16C75	1	1
	F9C38 e F7C31	1	1
	F10C46 e F21	1	1
	F10C46 e F7C31	1	1
	F13C64 e F9C38	1	1
	F2C6 e F5	1	1
	F18C92 e F22	1	1
	F4C26	1	1
	F29C120	1	1
	F18C92 e F7C31	1	1
	Não responderam	12	11
	Total	111	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 55 – Grupo de famílias de baixa frequência, por fornecedores e frequência – 2009

Grupo de Famílias	Fornecedores	Frequência	%
Baixa frequência	F9C38	11	16,18
	F27	6	8,82
	F10C46	4	5,88
	F7C31	3	4,41
	F7C31 e F2C6	2	2,94
	F9C38 e F22	2	2,94
	F23 e F21	2	2,94
	F9C38 e F10C46	2	2,94
	F15	2	2,94
	F9C38 e F16C75	2	2,94
	F9C38 e F15	2	2,94
	F20C106	1	1,47
	F14C70	1	1,47
	F2C6	1	1,47
	F7C31, F15 e F21	1	1,47
	F9C38 e F2C6	1	1,47
	F23 e F7C31	1	1,47
	F5	1	1,47
	F16C75	1	1,47
	F20C106 e F22	1	1,47
	F9C38 e F7C31	1	1,47
	F9C38 e F20C106	1	1,47
	F2C6 e F3	1	1,47
	F15 e F20C106	1	1,47
	F10C46 e F7C31	1	1,47
	F10C46 e F5	1	1,47
	F7C31 e F5	1	1,47
	F9C38, F18C92 e F22	1	1,47
	F9C38, F10C46 e F22	1	1,47
	F29C120	1	1,47
	F9C38 e F5	1	1,47
	F7C31, F29C120 e F18C92	1	1,47
	Não responderam	9	13,24
Total	68	100	

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE K – Relação dos compradores por frequência

Tabela 56 – Relação dos compradores, por frequência – 2009 (continua)

Compradores	Frequência	%
F9C38	29	4.4
C130 (compradores diversos)	29	4.4
C40	23	3.5
C44	13	2.0
C16	12	1.8
F2C6	12	1.8
F20C106	12	1.8
C58	10	1.5
C80	10	1.5
C9	9	1.4
C55	9	1.4
C81	9	1.4
C25	9	1.4
C74	8	1.2
F14C70	8	1.2
C3	8	1.2
C50	7	1.1
C83	7	1.1
C72	7	1.1
F17C87	7	1.1
C29	7	1.1
C171	7	1.1
F16C75	6	0.9
F10C46	6	0.9
C14, C16 e C132	6	0.9
C120	6	0.9

Tabela 56 – Relação dos compradores, por frequência – 2009 (continua)

Compradores	Frequência	%
C124	5	0.8
C88	5	0.8
C89	5	0.8
C152 (vendedores ambulantes)	4	0.6
C14	4	0.6
C121	4	0.6
C143	4	0.6
C20	4	0.6
C125	4	0.6
C141	4	0.6
F7C31	4	0.6
C127	3	0.4
F26C151	3	0.4
C40 e C35	3	0.4
C97	3	0.4
C100	3	0.4
C131	3	0.4
C85	3	0.4
C134	3	0.4
C104	3	0.4
C22	3	0.4
F25C147	3	0.4
C101	3	0.4
C63	3	0.4
C66	3	0.4
F13C64	2	0.3
C67	2	0.3
C154	2	0.3

Tabela 56 – Relação dos compradores, por frequência – 2009 (continua)

Compradores	Frequência	%
C27	2	0.3
C14 e C17	2	0.3
C115	2	0.3
C144	2	0.3
C28	2	0.3
C13	2	0.3
C30	2	0.3
C51	2	0.3
C55 e C3	2	0.3
C54	2	0.3
C105	2	0.3
C138	2	0.3
C60	2	0.3
F19C103	2	0.3
C73	2	0.3
C156	2	0.3
C109	2	0.3
C44	2	0.3
C123	2	0.3
C10 e F4C6	2	0.3
C74 e C76	2	0.3
C59	2	0.3
C126	2	0.3
C113	2	0.3
C146	2	0.3
C122	2	0.3
C94	2	0.3
C134 e C62	2	0.3
C132	2	0.3

Tabela 56 – Relação dos compradores, por frequência – 2009 (continua)

Compradores	Frequência	%
C79	2	0.3
C149	2	0.3
C96	1	0.15
C158	1	0.15
C12	1	0.15
C95	1	0.15
C93	1	0.15
C43	1	0.15
C45	1	0.15
C124 e F2C6	1	0.15
C18	1	0.15
C41	1	0.15
C7	1	0.15
C11	1	0.15
C98	1	0.15
C82	1	0.15
C10	1	0.15
C116	1	0.15
C17	1	0.15
C42	1	0.15
C49	1	0.15
C108	1	0.15
C33	1	0.15
C1 e C5	1	0.15
C39	1	0.15
C48	1	0.15
C3 e C67	1	0.15
C148	1	0.15
C142	1	0.15

Tabela 56 – Relação dos compradores, por frequência – 2009 (continua)

Compradores	Frequência	%
C47	1	0.15
C58	1	0.15
C24	1	0.15
C13 e C20	1	0.15
C133	1	0.15
C141, F2C6 e C8	1	0.15
C15	1	0.15
C68	1	0.15
C107	1	0.15
F24C139	1	0.15
C136	1	0.15
C114	1	0.15
C128	1	0.15
C58 e C14	1	0.15
C145	1	0.15
F11C52	1	0.15
C137	1	0.15
C36	1	0.15
C84	1	0.15
C23	1	0.15
C112	1	0.15
C111	1	0.15
C4	1	0.15
C9 e C73	1	0.15
C102	1	0.15
F9C38 e C30	1	0.15
C109 e F16C75	1	0.15
F2C6 e C99	1	0.15
C117	1	0.15

Tabela 56 – Relação dos compradores, por frequência – 2009 (continua)

Compradores	Frequência	%
F2C6 e C69	1	0.15
C37	1	0.15
F20C106 e F29C119	1	0.15
C83, F2C6 e C74	1	0.15
C155	1	0.15
C34	1	0.15
C88 e C128	1	0.15
C58 e F2C6	1	0.15
C65	1	0.15
F4C26	1	0.15
C32	1	0.15
C53	1	0.15
C107 e C50	1	0.15
F2C6 e C108	1	0.15
C134 e C44	1	0.15
C124 e C115	1	0.15
C72 e C81	1	0.15
C24 e C137	1	0.15
C77	1	0.15
C128 e C55	1	0.15
C91	1	0.15
C156 e C56	1	0.15
F9C38 e C77	1	0.15
C74 e C9	1	0.15
C2	1	0.15
C86	1	0.15
C134 e F18C92	1	0.15
C140	1	0.15
C110	1	0.15

Tabela 56 – Relação dos compradores, por frequência – 2009 (conclusão)

Compradores	Frequência	%
C80 e C55	1	0.15
C150	1	0.15
C119	1	0.15
C66 e C9	1	0.15
C153	1	0.15
C78	1	0.15
C74, F9C38 e C85	1	0.15
F9C38 e C129	1	0.15
C29 e F10C46	1	0.15
C135	1	0.15
C51	1	0.15
C61	1	0.15
C19	1	0.15
C157	1	0.15
Não responderam	129	19.5
Erro de preenchimento	3	0.4
Total	664	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE L – Relação dos compradores por grupos de freqüência de famílias de origem

Tabela 57 – Grupo de famílias de alta freqüência, por compradores e freqüência – 2009 (continua)

Grupo de famílias	Compradores	Freqüência	%
Alta freqüência	F9C38	12	6.49
	C130	11	5.95
	C40	8	4.32
	C58	6	3.24
	C80	6	3.24
	C16	5	2.70
	C3	5	2.70
	C44	5	2.70
	C81	4	2.16
	C14	4	2.16
	F2C6	3	1.62
	C9	3	1.62
	F20C106	3	1.62
	C55	3	1.62
	C25	3	1.62
	F7C31	3	1.62
	F26C151	2	1.08
	F14C70	2	1.08
	C154	2	1.08
	F17C87	2	1.08
C14 e C17	2	1.08	
C131	2	1.08	
C121	2	1.08	
C29	2	1.08	

Tabela 57 – Grupo de famílias de alta frequência, por compradores e frequência – 2009 (continua)

Grupo de famílias	Compradores	Frequência	%
Alta frequência	C143	2	1.08
	C73	2	1.08
	C109	2	1.08
	C141	2	1.08
	C113	2	1.08
	C120	2	1.08
	C127	1	0.54
	F16C75	1	0.54
	C50	1	0.54
	C45	1	0.54
	C41	1	0.54
	C7	1	0.54
	C40 e C35	1	0.54
	C97	1	0.54
	C116	1	0.54
	C83	1	0.54
	C67	1	0.54
	C49	1	0.54
	C108	1	0.54
	C72	1	0.54
	C27	1	0.54
	C100	1	0.54
	C88	1	0.54
	C48	1	0.54
	C3 e C67	1	0.54
	C144	1	0.54
	C28	1	0.54
	C47	1	0.54
	C14, C16 e C132	1	0.54

Tabela 57 – Grupo de famílias de alta frequência, por compradores e frequência – 2009 (continua)

Grupo de famílias	Compradores	Frequência	%
Alta frequência	C20	1	0.54
	C13 e C20	1	0.54
	C15	1	0.54
	C85	1	0.54
	C107	1	0.54
	C55 e C3	1	0.54
	C114	1	0.54
	C171	1	0.54
	C58 e C14	1	0.54
	C137	1	0.54
	C54	1	0.54
	C84	1	0.54
	C22	1	0.54
	C112	1	0.54
	C111	1	0.54
	C9 e C73	1	0.54
	C102	1	0.54
	F2C6 e C69	1	0.54
	C37	1	0.54
	C125	1	0.54
	F20C106 e F29C119	1	0.54
	C44	1	0.54
	C123	1	0.54
	C83, F2C6 e C74	1	0.54
	F25C147	1	0.54
	C88 e C128	1	0.54
	C58 e F2C6	1	0.54
	C65	1	0.54
	C32	1	0.54

Tabela 57 – Grupo de famílias de alta frequência, por compradores e frequência – 2009 (conclusão)

Grupo de famílias	Compradores	Frequência	%
Alta frequência	C107 e C50	1	0.54
	C134 e C44	1	0.54
	C126	1	0.54
	C124 e C115	1	0.54
	C122	1	0.54
	C72 e C81	1	0.54
	C77	1	0.54
	C91	1	0.54
	F9C38 e C77	1	0.54
	C94	1	0.54
	C134 e C62	1	0.54
	C101	1	0.54
	C63	1	0.54
	C150	1	0.54
	C79	1	0.54
	C66	1	0.54
	C66 e C9	1	0.54
	C153	1	0.54
	C29 e F10C46	1	0.54
	C19	1	0.54
	C157	1	0.54
	Total	185	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 58 – Grupo de famílias de média frequência, por compradores e frequência – 2009 (continua)

Grupo de famílias	Compradores	Frequência	%
Média frequência	C40	12	5.91
	C130	9	4.43
	F9C38	8	3.94
	C74	7	3.45
	F2C6	6	2.96
	C50	5	2.46
	F10C46	5	2.46
	C124	4	1.97
	C9	4	1.97
	C25	4	1.97
	C44	4	1.97
	F16C75	3	1.48
	C152	3	1.48
	F14C70	3	1.48
	F20C106	3	1.48
	C83	3	1.48
	C72	3	1.48
	C29	3	1.48
	C14, C16 e C132	3	1.48
	C171	3	1.48
	C80	3	1.48
	C127	2	0.99
	C16	2	0.99
	C40 e C35	2	0.99
	C55	2	0.99
	C58	2	0.99
	C81	2	0.99
	C100	2	0.99
	F17C87	2	0.99

Tabela 58 – Grupo de famílias de média frequência, por compradores e frequência – 2009 (continua)

Grupo de famílias	Compradores	Frequência	%
Média frequência	C115	2	0.99
	C30	2	0.99
	C20	2	0.99
	C134	2	0.99
	C104	2	0.99
	C60	2	0.99
	C156	2	0.99
	C125	2	0.99
	C10 e F4C6	2	0.99
	C74 e C76	2	0.99
	C101	2	0.99
	C66	2	0.99
	C96	1	0.49
	C158	1	0.49
	C12	1	0.49
	C95	1	0.49
	C93	1	0.49
	C18	1	0.49
	F26C151	1	0.49
	F13C64	1	0.49
	C98	1	0.49
	C97	1	0.49
	C82	1	0.49
	C10	1	0.49
	C67	1	0.49
	C42	1	0.49
	C3	1	0.49
	C27	1	0.49
	C88	1	0.49

Tabela 58 – Grupo de famílias de média frequência, por compradores e frequência – 2009 (continua)

Grupo de famílias	Compradores	Frequência	%
Média frequência	C89	1	0.49
	C39	1	0.49
	C131	1	0.49
	C121	1	0.49
	C28	1	0.49
	C13	1	0.49
	C58	1	0.49
	C133	1	0.49
	C141, F2C6 e C8	1	0.49
	C51	1	0.49
	C85	1	0.49
	F24C139	1	0.49
	C55 e C3	1	0.49
	C128	1	0.49
	C145	1	0.49
	C54	1	0.49
	C138	1	0.49
	F19C103	1	0.49
	C22	1	0.49
	C4	1	0.49
	F9C38 e C30	1	0.49
	C44	1	0.49
	C123	1	0.49
	C155	1	0.49
	F25C147	1	0.49
	C34	1	0.49
	C141	1	0.49
	C53	1	0.49
	C59	1	0.49

Tabela 58 – Grupo de famílias de média frequência, por compradores e frequência – 2009 (conclusão)

Grupo de famílias	Compradores	Frequência	%
Média frequência	F2C6 e C108	1	0.49
	C146	1	0.49
	C24 e C137	1	0.49
	C128 e C55	1	0.49
	C156 e C56	1	0.49
	C86	1	0.49
	C134 e C62	1	0.49
	C134 e F18C92	1	0.49
	C140	1	0.49
	C110	1	0.49
	C120	1	0.49
	C132	1	0.49
	C63	1	0.49
	C119	1	0.49
	C79	1	0.49
	C74, F9C38 e C85	1	0.49
	F9C38 e C129	1	0.49
	C51	1	0.49
	C61	1	0.49
	Total	203	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

Tabela 59 – Grupo de famílias de baixa frequência, por compradores e frequência – 2009 (continua)

Grupo de famílias	Compradores	Frequência	%
Baixa Frequência	F9C38	9	7.5
	C130	6	5.0
	C16	5	4.2
	C44	4	3.3
	F14C70	3	2.5
	F20C106	3	2.5
	C81	3	2.5
	C72	3	2.5
	C88	3	2.5
	F17C87	3	2.5
	C171	3	2.5
	C120	3	2.5
	C40	2	1.7
	F16C75	2	1.7
	F2C6	2	1.7
	C9	2	1.7
	C55	2	1.7
	C58	2	1.7
	C83	2	1.7
	C3	2	1.7
	C25	2	1.7
	C89	2	1.7
	C105	2	1.7
	C50	1	0.8
	C43	1	0.8
	C74	1	0.8
	C124 e F2C6	1	0.8
	C124	1	0.8
	C152	1	0.8

Tabela 59 – Grupo de famílias de baixa frequência, por compradores e frequência – 2009 (continua)

Grupo de famílias	Compradores	Frequência	%
Baixa frequência	F13C64	1	0.8
	F10C46	1	0.8
	C17	1	0.8
	C33	1	0.8
	C148	1	0.8
	C121	1	0.8
	C29	1	0.8
	C144	1	0.8
	C14, C16 e C132	1	0.8
	C24	1	0.8
	C51	1	0.8
	C85	1	0.8
	C68	1	0.8
	C136	1	0.8
	C134	1	0.8
	F11C52	1	0.8
	C104	1	0.8
	C138	1	0.8
	C36	1	0.8
	F19C103	1	0.8
	C22	1	0.8
	C23	1	0.8
	C80	1	0.8
	C109 e F16C75	1	0.8
	F2C6 e C99	1	0.8
	C117	1	0.8
	C125	1	0.8
	F25C147	1	0.8
	C141	1	0.8

Tabela 59 – Grupo de famílias de baixa frequência, por compradores e frequência – 2009 (conclusão)

Grupo de famílias	Compradores	Frequência	%
Baixa frequência	F4C26	1	0.8
	F7C31	1	0.8
	C59	1	0.8
	C126	1	0.8
	C146	1	0.8
	C122	1	0.8
	C74 e C9	1	0.8
	C2	1	0.8
	C94	1	0.8
	C132	1	0.8
	C80 e C55	1	0.8
	C63	1	0.8
	C78	1	0.8
	C135	1	0.8
	C149	1	0.8
	Total	120	100

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE M – Medidas de centralidade da família de origem da rede geral de família-fornecedor

Tabela 60 – Código das famílias da rede família-fornecedor, por medidas de centralidade – 2009 (continua)

Família de Origem	Degree	Closeness	Betweenness
FO1	0.357	0.809	0.059
FO103	0.036	0.528	0.000
FO11	0.214	0.711	0.012
FO12	0.643	0.903	0.179
FO14	0.214	0.704	0.015
FO15	0.071	0.622	0.001
FO16	0.179	0.676	0.014
FO17	0.143	0.683	0.008
FO18	0.071	0.628	0.002
FO20	0.179	0.683	0.011
FO22	0.036	0.528	0.000
FO23	0.214	0.690	0.012
FO24	0.393	0.791	0.063
FO25	0.071	0.639	0.001
FO26	0.071	0.528	0.001
FO27	0.107	0.601	0.002
FO28	0.143	0.683	0.008
FO29	0.071	0.502	0.000
FO3	0.286	0.765	0.027
FO30	0.107	0.657	0.004
FO32	0.036
FO36	0.036	0.488	0.000
FO37	0.036	0.495	0.000
FO39	0.036	0.528	0.000
FO4	0.250	0.741	0.041
FO40	0.036	0.611	0.000

Tabela 60 – Código das famílias da rede família-fornecedor, por medidas de centralidade – 2009 (continua)

Família de Origem	Degree	Closeness	Betweenness
FO41	0.036	0.532	0.000
FO42	0.071	0.622	0.001
FO43	0.071	0.622	0.001
FO45	0.143	0.651	0.006
FO46	0.036	0.528	0.000
FO47	0.071	0.509	0.000
FO5	0.393	0.765	0.089
FO52	0.071	0.645	0.002
FO55	0.071	0.509	0.001
FO56	0.036	0.498	0.000
FO59	0.071	0.633	0.001
FO6	0.036	0.478	0.000
FO60	0.143	0.690	0.010
FO61	0.071	0.622	0.001
FO65	0.036	0.495	0.000
FO68	0.143	0.676	0.009
FO69	0.036	0.611	0.000
FO7	0.536	0.859	0.117
FO71	0.036	0.611	0.000
FO75	0.071	0.502	0.001
FO78	0.036	0.611	0.000
FO8	0.071	0.536	0.002
FO80	0.107	0.633	0.002
FO81	0.036	0.611	0.000
FO84	0.071	0.639	0.001
FO86	0.036	0.611	0.000

Tabela 60 – Código das famílias da rede família-fornecedor, por medidas de centralidade – 2009 (conclusão)

Família de Origem	Degree	Closeness	Betweenness
FO88	0.071	0.502	0.000
FO9	0.179	0.683	0.010
FO91	0.036	0.611	0.000
FO93	0.036	0.498	0.000
FO97	0.107	0.553	0.003

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE N – Medidas de centralidade dos fornecedores da rede geral de família-fornecedor

Tabela 61 – Código dos fornecedores da rede família-fornecedor, por medidas de centralidade – 2009 (continua)

Fornecedores	Degree	Closeness	Betweenness
F1	0.018	0.470	0.000
F2C6	0.246	0.566	0.061
F3	0.035	0.474	0.003
F4C26	0.018	0.430	0.000
F5	0.175	0.524	0.037
F6	0.035	0.487	0.000
F7C31	0.333	0.610	0.115
F8	0.018	0.470	0.000
F9C38	0.632	0.750	0.364
F10C46	0.333	0.603	0.138
F11C52	0.053	0.496	0.002
F13C64	0.035	0.440	0.001
F14C70	0.035	0.459	0.002
F15	0.193	0.555	0.066
F16C75	0.175	0.539	0.038
F17C87	0.018	0.455	0.000
F18C92	0.158	0.529	0.019
F19C103	0.018	0.411	0.000
F20C106	0.123	0.524	0.022
F21	0.193	0.555	0.047
F22	0.158	0.524	0.029
F23	0.105	0.505	0.016
F24C139	0.018	0.420	0.000
F25C147	0.018
F26C151	0.018	0.420	0.000
F27	0.211	0.550	0.087

Tabela 61 – Código dos fornecedores da rede família-fornecedor, por medidas de centralidade – 2009 (conclusão)

Fornecedores	Degree	Closeness	Betweenness
F28	0.018	0.470	0.000
F29C120	0.053	0.448	0.004

Fonte: Elaborado pelo autor

APÊNDICE O – Medidas de centralidade das famílias da rede grupo de alta e média frequência familiar e de fornecedores

Tabela 62 – Código familiar da rede grupo de alta e média frequência familiar e de fornecedores, por medidas de centralidade – 2009

Família de Origem	Degree	Closeness	Betweenness
FO12	0.643	0.783	0.274
FO7	0.536	0.720	0.164
FO1	0.357	0.635	0.068
FO11	0.214	0.581	0.007
FO14	0.214	0.581	0.010
FO16	0.179	0.568	0.019
FO23	0.214	0.581	0.010
FO24	0.393	0.651	0.079
FO28	0.143	0.557	0.003
FO3	0.286	0.607	0.016
FO32	0.036
FO4	0.250	0.593	0.054
FO5	0.393	0.651	0.146
FO9	0.179	0.568	0.008

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE P – Medidas de centralidade dos fornecedores da rede grupo de alta e média frequência familiar e de fornecedores

Tabela 63 – Código dos fornecedores da rede grupo de alta e média frequência familiar e de fornecedores, por medidas de centralidade – 2009 (continua)

Fornecedores	Degree	Closeness	Betweenness
F1	0.071	0.636	0.000
F2C6	0.714	0.907	0.057
F3	0.071	0.636	0.000
F4C26	0.071	0.562	0.000
F5	0.429	0.747	0.019
F6	0.143	0.687	0.002
F7C31	0.786	0.986	0.087
F8	0.071	0.636	0.000
F9C38	0.929	0.993	0.116
F10C46	0.714	0.932	0.070
F11C52	0.214	0.716	0.008
F13C64	0.143	0.591	0.000
F14C70	0.071	0.602	0.000
F15	0.357	0.819	0.023
F16C75	0.500	0.819	0.029
F17C87	0.071	0.602	0.000
F18C92	0.500	0.782	0.025
F19C103	0.071	0.527	0.000
F20C106	0.286	0.764	0.015
F21	0.571	0.883	0.046
F22	0.286	0.731	0.012
F23	0.214	0.701	0.005
F24C139	0.071	0.562	0.000
F25C147	0.071
F26C151	0.071	0.562	0.000
F27	0.429	0.800	0.022

Tabela 63 – Código dos fornecedores da rede grupo de alta e média frequência familiar e de fornecedores, por medidas de centralidade – 2009 (conclusão)

Fornecedores	Degree	Closeness	Betweenness
F28	0.071	0.636	0.000
F29C120	0.071	0.553	0.000

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE Q – Medidas de centralidade das famílias da rede grupo de alta frequência familiar e de fornecedores

Tabela 64 – Código das famílias da rede grupo de alta frequência familiar e de fornecedores, por medidas de centralidade – 2009

Famílias de origem	Degree	Closeness	Betweenness
FO12	0.857	0.793	0.626
FO7	0.714	0.657	0.404

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE R – Medidas de centralidade dos fornecedores da rede grupo de alta frequência de familiar e de fornecedores

Tabela 65 – Código dos fornecedores da rede grupo de alta frequência familiar e de fornecedores, por medidas de centralidade – 2009

Fornecedores	Degree	Closeness	Betweenness
F1	0.500	0.840	0.000
F2C6	1.000	1.000	0.019
F3	0.500	0.840	0.000
F5	0.500	0.840	0.000
F6	1.000	1.000	0.019
F7C31	1.000	1.000	0.019
F8	0.500	0.840	0.000
F9C38	1.000	1.000	0.019
F10C46	1.000	1.000	0.019
F11C52	0.500	0.840	0.000
F14C70	0.500	0.750	0.000
F15	1.000	1.000	0.019
F16C75	1.000	1.000	0.019
F17C87	0.500	0.750	0.000
F18C92	1.000	1.000	0.019
F20C106	1.000	1.000	0.019
F21	1.000	1.000	0.019
F22	0.500	0.750	0.000
F23	1.000	1.000	0.019
F27	1.000	1.000	0.019
F28	0.500	0.840	0.000

Fonte: Elaborado pelo autor.

**APÊNDICE S – Medidas de centralidade da família de origem da rede geral
família-comprador**

Tabela 66 – Código das famílias da rede família-comprador, por medidas de centralidade - 2009 (continua)

Família de Origem	Degree	Closeness	Betweenness
FO1	0.162	0.510	0.099
FO10	0.019	0.394	0.016
FO100	0.006	0.287	0.000
FO101	0.006	0.351	0.000
FO102	0.006	0.384	0.000
FO11	0.078	0.487	0.014
FO12	0.377	0.629	0.275
FO14	0.045	0.433	0.012
FO15	0.032	0.444	0.002
FO16	0.078	0.461	0.031
FO17	0.026	0.433	0.009
FO18	0.013	0.403	0.000
FO20	0.006
FO22	0.006	0.420	0.000
FO23	0.071	0.460	0.028
FO24	0.110	0.490	0.031
FO26	0.026	0.439	0.003
FO27	0.026	0.441	0.001
FO28	0.071	0.444	0.030
FO3	0.130	0.498	0.068
FO30	0.019	0.412	0.000
FO32	0.045	0.434	0.012
FO33	0.006	0.390	0.000
FO36	0.013	0.389	0.008
FO37	0.006
FO38	0.019	0.405	0.009

Tabela 66 – Código das famílias da rede família-comprador, por medidas de centralidade - 2009 (continua)

Família de Origem	Degree	Closeness	Betweenness
FO39	0.019	0.436	0.001
FO4	0.084	0.481	0.056
FO40	0.026	0.422	0.009
FO41	0.013	0.403	0.000
FO42	0.013	0.370	0.000
FO43	0.026	0.402	0.017
FO45	0.013	0.393	0.000
FO46	0.006	0.274	0.000
FO47	0.006	0.416	0.000
FO48	0.006	0.380	0.000
FO5	0.266	0.588	0.149
FO50	0.019	0.405	0.000
FO51	0.006	0.387	0.000
FO52	0.019	0.412	0.000
FO53	0.019	0.415	0.000
FO54	0.006	0.412	0.000
FO55	0.006	0.361	0.000
FO56	0.019	0.391	0.000
FO57	0.013	0.393	0.000
FO59	0.006	0.375	0.000
FO60	0.019	0.422	0.008
FO61	0.019	0.407	0.000
FO62	0.006
FO63	0.006	0.297	0.000
FO64	0.006	0.389	0.000
FO66	0.006	0.348	0.000

Tabela 66 – Código das famílias da rede família-comprador, por medidas de centralidade - 2009 (conclusão)

Família de Origem	Degree	Closeness	Betweenness
FO67	0.006
FO68	0.019	0.366	0.001
FO69	0.006
FO7	0.403	0.644	0.306
FO70	0.006
FO71	0.019	0.401	0.002
FO72	0.006
FO75	0.019	0.434	0.001
FO76	0.006	0.363	0.000
FO78	0.013	0.423	0.000
FO79	0.013	0.417	0.000
FO8	0.019	0.413	0.001
FO80	0.006	0.389	0.000
FO81	0.013	0.364	0.000
FO82	0.006	0.287	0.000
FO83	0.006	0.405	0.000
FO84	0.013	0.427	0.000
FO85	0.006	0.342	0.000
FO86	0.013	0.407	0.000
FO9	0.097	0.471	0.025
FO90	0.006	0.405	0.000
FO91	0.006	0.377	0.000
FO94	0.006	0.416	0.000
FO96	0.006	0.355	0.000
FO97	0.013	0.400	0.000
FO98	0.006	0.368	0.000

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE T – Medidas de centralidade dos compradores da rede geral família-comprador

Tabela 67 – Código dos compradores da rede família-comprador, por medidas de centralidade - 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
C2	0.013	0.391	0.000
C3	0.090	0.675	0.042
C4	0.013	0.518	0.000
F2C6	0.154	0.743	0.057
C7	0.013	0.543	0.000
C8	0.013	0.468	0.000
C9	0.103	0.670	0.026
C10	0.013	0.460	0.000
C11	0.013	0.448	0.000
C12	0.013	0.460	0.000
C13	0.026	0.584	0.001
C14	0.077	0.659	0.008
C15	0.013	0.543	0.000
C16	0.154	0.694	0.047
C17	0.026	0.546	0.000
C18	0.013	0.468	0.000
C19	0.013	0.553	0.000
C20	0.051	0.656	0.006
C21	0.064	0.567	0.013
C22	0.038	0.586	0.003
C23	0.013
C24	0.026	0.422	0.008
C25	0.090	0.663	0.022
F4C26	0.026	0.449	0.008
C27	0.026	0.584	0.001
C28	0.026	0.584	0.001

Tabela 67 – Código dos compradores da rede família-comprador, por medidas de centralidade - 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
C29	0.077	0.670	0.015
C30	0.013	0.460	0.000
F7C31	0.038	0.628	0.006
C32	0.013	0.543	0.000
C33	0.013	0.393	0.000
C34	0.013	0.468	0.000
C35	0.038	0.561	0.002
C36	0.013
C37	0.013	0.553	0.000
F9C38	0.192	0.734	0.061
C39	0.013	0.422	0.000
C40	0.154	0.743	0.053
C41	0.013	0.543	0.000
C42	0.013	0.460	0.000
C43	0.013	0.384	0.000
C44	0.141	0.707	0.038
C45	0.013	0.553	0.000
F10C46	0.077	0.635	0.019
C47	0.013	0.543	0.000
C48	0.013	0.553	0.000
C49	0.013	0.553	0.000
C50	0.090	0.648	0.019
C51	0.026	0.521	0.001
F11C52	0.013
C53	0.013	0.434	0.000
C54	0.026	0.561	0.001

Tabela 67 – Código dos compradores da rede família-comprador, por medidas de centralidade - 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
C55	0.115	0.680	0.027
C56	0.013	0.414	0.000
C58	0.077	0.663	0.013
C59	0.026	0.445	0.000
C60	0.026	0.528	0.000
C61	0.013	0.518	0.000
C62	0.026	0.584	0.001
C63	0.038	0.562	0.009
F13C64	0.026	0.449	0.008
C65	0.013	0.543	0.000
C66	0.038	0.599	0.003
C67	0.038	0.641	0.004
C68	0.013	0.384	0.000
C69	0.013	0.553	0.000
F14C70	0.103	0.666	0.032
C71	0.077	0.609	0.019
C72	0.103	0.668	0.033
C73	0.013	0.553	0.000
C74	0.103	0.631	0.014
F16C75	0.090	0.618	0.017
C76	0.013	0.434	0.000
C77	0.026	0.624	0.001
C78	0.013	0.405	0.000
C79	0.026	0.561	0.000
C80	0.077	0.656	0.018
C81	0.090	0.675	0.033
C82	0.013	0.433	0.000
C83	0.064	0.607	0.007
C84	0.013	0.553	0.000
C85	0.038	0.586	0.003

Tabela 67 – Código dos compradores da rede família-comprador, por medidas de centralidade - 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
C86	0.013	0.454	0.000
F17C87	0.026	0.564	0.001
C88	0.077	0.648	0.018
C89	0.038	0.452	0.001
C90	0.026	0.470	0.001
C91	0.013	0.553	0.000
F18C92	0.013	0.433	0.000
C93	0.013	0.441	0.000
C94	0.026	0.554	0.001
C95	0.013	0.468	0.000
C96	0.013	0.468	0.000
C97	0.026	0.553	0.001
C98	0.013	0.413	0.000
C99	0.013	0.405	0.000
C100	0.026	0.557	0.001
C101	0.038	0.567	0.002
C102	0.013	0.553	0.000
F19C103	0.026	0.469	0.008
C104	0.038	0.489	0.003
C105	0.026
F20C106	0.090	0.618	0.017
C107	0.026	0.624	0.001
C108	0.026	0.553	0.001
C109	0.026	0.556	0.003
C110	0.013	0.454	0.000
C111	0.013	0.553	0.000
C112	0.013	0.553	0.000
C113	0.013	0.553	0.000
C114	0.013	0.543	0.000
C115	0.026	0.549	0.001

Tabela 67 – Código dos compradores da rede família-comprador, por medidas de centralidade - 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
C116	0.013	0.543	0.000
C117	0.013	0.381	0.000
C118	0.013	0.468	0.000
F29C119	0.013	0.553	0.000
C120	0.064	0.590	0.012
C121	0.038	0.553	0.005
C122	0.026	0.556	0.001
C123	0.026	0.572	0.001
C124	0.077	0.603	0.012
C125	0.038	0.586	0.002
C126	0.026	0.554	0.002
C127	0.026	0.561	0.001
C128	0.038	0.595	0.003
C129	0.013	0.518	0.000
C130	0.179	0.723	0.049
C131	0.026	0.561	0.001
C132	0.090	0.639	0.017
C133	0.013	0.460	0.000
C134	0.077	0.622	0.010
C135	0.013	0.413	0.000
C136	0.013
C137	0.026	0.557	0.001
C138	0.038	0.574	0.010
F24C139	0.013	0.518	0.000
C140	0.013	0.518	0.000
C141	0.051	0.581	0.010
C143	0.013	0.543	0.000
C144	0.026	0.554	0.002
C145	0.013	0.460	0.000
C146	0.026	0.442	0.001

Tabela 67 – Código dos compradores da rede família-comprador, por medidas de centralidade – 2009 (conclusão)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
F25C147	0.038	0.556	0.004
C148	0.013	0.391	0.000
C149	0.013
C150	0.013	0.543	0.000
F26C151	0.038	0.643	0.003
C152	0.051	0.562	0.007
C153	0.013	0.553	0.000
C154	0.013	0.553	0.000
C155	0.013	0.460	0.000
C156	0.026	0.456	0.001
C157	0.013	0.553	0.000
C158	0.013	0.468	0.000

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE U – Medidas de centralidade das famílias da rede grupo de alta e média frequência familiar e de compradores

Tabela 68 – Código das famílias da rede grupo de alta e média frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade – 2009

Família de Origem	Degree	Closeness	Betweenness
FO7	0.446	0.517	0.394
FO12	0.417	0.505	0.346
FO1	0.180	0.420	0.133
FO11	0.086	0.394	0.012
FO14	0.050	0.358	0.018
FO16	0.086	0.385	0.051
FO23	0.079	0.378	0.044
FO24	0.122	0.400	0.040
FO28	0.079	0.364	0.031
FO3	0.144	0.409	0.101
FO32	0.050	0.371	0.020
FO4	0.094	0.390	0.058
FO5	0.295	0.457	0.171
FO9	0.108	0.385	0.039

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE V – Medidas de centralidade dos compradores da rede grupo de alta e média frequência de famílias e compradores

Tabela 69 – Código dos compradores da rede grupo de alta e média frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade – 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
C3	0.286	0.784	0.012
C4	0.071	0.566	0.000
F2C6	0.643	0.918	0.061
C7	0.071	0.607	0.000
C8	0.071	0.533	0.000
C9	0.357	0.797	0.022
C10	0.071	0.523	0.000
C11	0.071	0.505	0.000
C12	0.071	0.523	0.000
C13	0.143	0.659	0.001
C14	0.357	0.784	0.012
C15	0.071	0.607	0.000
C16	0.500	0.815	0.024
C17	0.071	0.607	0.000
C18	0.071	0.533	0.000
C19	0.071	0.617	0.000
C20	0.286	0.780	0.011
C21	0.143	0.628	0.003
C22	0.143	0.659	0.001
C24	0.071	0.480	0.000
C25	0.357	0.784	0.017
F4C26	0.071	0.505	0.000
C27	0.143	0.665	0.001
C28	0.143	0.659	0.001
C29	0.357	0.797	0.019
C30	0.071	0.523	0.000

Tabela 69 – Código dos compradores da rede grupo de alta e média frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade – 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
F7C31	0.143	0.725	0.003
C32	0.071	0.607	0.000
C34	0.071	0.533	0.000
C35	0.214	0.633	0.004
C37	0.071	0.617	0.000
F9C38	0.571	0.895	0.047
C39	0.071	0.480	0.000
C40	0.714	0.924	0.068
C41	0.071	0.607	0.000
C42	0.071	0.523	0.000
C44	0.500	0.858	0.028
C45	0.071	0.617	0.000
F10C46	0.357	0.732	0.017
C47	0.071	0.607	0.000
C48	0.071	0.617	0.000
C49	0.071	0.617	0.000
C50	0.429	0.763	0.031
C51	0.071	0.566	0.000
C53	0.071	0.500	0.000
C54	0.143	0.628	0.001
C55	0.429	0.801	0.022
C56	0.071	0.487	0.000
C58	0.286	0.780	0.011
C59	0.071	0.500	0.000
C60	0.143	0.582	0.001
C61	0.071	0.566	0.000

Tabela 69 – Código dos compradores da rede grupo de alta e média frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade – 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
C62	0.143	0.665	0.001
C63	0.143	0.628	0.001
F13C64	0.071	0.505	0.000
C65	0.071	0.607	0.000
C66	0.214	0.678	0.006
C67	0.214	0.755	0.008
C69	0.071	0.617	0.000
F14C70	0.357	0.775	0.013
C71	0.286	0.697	0.008
C72	0.357	0.780	0.019
C73	0.071	0.617	0.000
C74	0.429	0.729	0.015
F16C75	0.286	0.700	0.011
C76	0.071	0.500	0.000
C77	0.143	0.725	0.003
C79	0.143	0.628	0.001
C80	0.286	0.771	0.011
C81	0.286	0.784	0.012
C82	0.071	0.493	0.000
C83	0.214	0.687	0.005
C84	0.071	0.617	0.000
C85	0.143	0.659	0.001
C86	0.071	0.514	0.000
F17C87	0.143	0.633	0.001
C88	0.214	0.747	0.008
C89	0.071	0.500	0.000
C90	0.143	0.525	0.001
C91	0.071	0.617	0.000
F18C92	0.071	0.493	0.000
C93	0.071	0.500	0.000

Tabela 69 – Código dos compradores da rede grupo de alta e média frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade – 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
C94	0.071	0.617	0.000
C95	0.071	0.533	0.000
C96	0.071	0.533	0.000
C97	0.143	0.622	0.002
C98	0.071	0.474	0.000
C100	0.143	0.620	0.002
C101	0.214	0.642	0.003
C102	0.071	0.617	0.000
F19C103	0.071	0.533	0.000
C104	0.143	0.545	0.001
F20C106	0.286	0.711	0.011
C107	0.143	0.725	0.003
C108	0.143	0.622	0.002
C109	0.071	0.617	0.000
C110	0.071	0.514	0.000
C111	0.071	0.617	0.000
C112	0.071	0.617	0.000
C113	0.071	0.617	0.000
C114	0.071	0.607	0.000
C115	0.143	0.617	0.002
C116	0.071	0.607	0.000
C118	0.071	0.533	0.000
F29C119	0.071	0.617	0.000
C120	0.143	0.665	0.001
C121	0.143	0.617	0.002
C122	0.071	0.617	0.000
C123	0.143	0.647	0.003
C124	0.286	0.684	0.005
C125	0.143	0.665	0.001
C126	0.071	0.617	0.000

Tabela 69 – Código dos compradores da rede grupo de alta e média frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade – 2009 (conclusão)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
C127	0.143	0.628	0.002
C128	0.214	0.681	0.005
C129	0.071	0.566	0.000
C130	0.571	0.873	0.035
C131	0.143	0.628	0.001
C132	0.357	0.740	0.012
C133	0.071	0.523	0.000
C134	0.357	0.714	0.013
C137	0.143	0.620	0.002
C138	0.143	0.647	0.003
F24C139	0.071	0.566	0.000
C140	0.071	0.566	0.000
C141	0.214	0.656	0.004
C143	0.071	0.607	0.000
C144	0.071	0.617	0.000
C145	0.071	0.523	0.000
C146	0.071	0.493	0.000
F25C147	0.143	0.622	0.002
C150	0.071	0.607	0.000
F26C151	0.214	0.759	0.006
C152	0.214	0.622	0.004
C153	0.071	0.617	0.000
C154	0.071	0.617	0.000
C155	0.071	0.523	0.000
C156	0.143	0.516	0.001
C157	0.071	0.617	0.000
C158	0.071	0.533	0.000

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE W – Medidas de centralidade das famílias da rede grupo de alta frequência familiar e de compradores

Tabela 70 – Código das famílias da rede grupo de alta frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade – 2009

Famílias de origem	Degree	Closeness	Betweenness
FO7	0.646	0.590	0.662
FO12	0.604	0.563	0.610

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE X – Medidas de centralidade dos compradores da rede do grupo de alta frequência familiar e de compradores

Tabela 71 – Código dos compradores da rede grupo de alta frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade - 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
C3	1.000	1.000	0.024
F2C6	1.000	1.000	0.024
C7	0.500	0.711	0.000
C9	1.000	1.000	0.024
C13	0.500	0.711	0.000
C14	1.000	1.000	0.024
C15	0.500	0.711	0.000
C16	1.000	1.000	0.024
C17	0.500	0.711	0.000
C19	0.500	0.733	0.000
C20	1.000	1.000	0.024
C21	0.500	0.711	0.000
C22	0.500	0.711	0.000
C25	1.000	1.000	0.024
C27	0.500	0.733	0.000
C28	0.500	0.711	0.000
C29	1.000	1.000	0.024
F7C31	1.000	1.000	0.024
C32	0.500	0.711	0.000
C35	0.500	0.711	0.000
C37	0.500	0.733	0.000
F9C38	1.000	1.000	0.024
C40	1.000	1.000	0.024
C41	0.500	0.711	0.000
C44	1.000	1.000	0.024
C45	0.500	0.733	0.000

Tabela 71 – Código dos compradores da rede grupo de alta frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade - 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
F10C46	0.500	0.733	0.000
C47	0.500	0.711	0.000
C48	0.500	0.733	0.000
C49	0.500	0.733	0.000
C50	0.500	0.733	0.000
C54	0.500	0.711	0.000
C55	1.000	1.000	0.024
C58	1.000	1.000	0.024
C62	0.500	0.733	0.000
C63	0.500	0.733	0.000
C65	0.500	0.711	0.000
C66	0.500	0.733	0.000
C67	1.000	1.000	0.024
C69	0.500	0.733	0.000
F14C70	1.000	1.000	0.024
C71	0.500	0.733	0.000
C72	1.000	1.000	0.024
C73	0.500	0.733	0.000
C74	0.500	0.711	0.000
F16C75	0.500	0.711	0.000
C77	1.000	1.000	0.024
C79	0.500	0.733	0.000
C80	1.000	1.000	0.024
C81	1.000	1.000	0.024
C83	0.500	0.711	0.000
C84	0.500	0.733	0.000

Tabela 71 – Código dos compradores da rede grupo de alta frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade - 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
C85	0.500	0.711	0.000
F17C87	0.500	0.733	0.000
C88	1.000	1.000	0.024
C91	0.500	0.733	0.000
C94	0.500	0.733	0.000
C97	0.500	0.711	0.000
C100	0.500	0.711	0.000
C101	0.500	0.711	0.000
C102	0.500	0.733	0.000
F20C106	0.500	0.733	0.000
C107	1.000	1.000	0.024
C108	0.500	0.711	0.000
C109	0.500	0.733	0.000
C111	0.500	0.733	0.000
C112	0.500	0.733	0.000
C113	0.500	0.733	0.000
C114	0.500	0.711	0.000
C115	0.500	0.711	0.000
C116	0.500	0.711	0.000
F29C119	0.500	0.733	0.000
C120	0.500	0.733	0.000
C121	0.500	0.711	0.000
C122	0.500	0.733	0.000
C123	0.500	0.711	0.000
C124	0.500	0.711	0.000
C125	0.500	0.733	0.000
C126	0.500	0.733	0.000
C127	0.500	0.733	0.000
C128	0.500	0.733	0.000
C130	1.000	1.000	0.024

Tabela 71 – Código dos compradores da rede grupo de alta frequência familiar e de compradores, por medidas de centralidade - 2009 (continua)

Compradores	Degree	Closeness	Betweenness
C131	0.500	0.711	0.000
C132	0.500	0.733	0.000
C134	0.500	0.733	0.000
C137	0.500	0.711	0.000
C138	0.500	0.711	0.000
C141	0.500	0.711	0.000
C143	0.500	0.711	0.000
C144	0.500	0.733	0.000
F25C147	0.500	0.711	0.000
C150	0.500	0.711	0.000
F26C151	1.000	1.000	0.024
C153	0.500	0.733	0.000
C154	0.500	0.733	0.000
C157	0.500	0.733	0.000

Fonte: Elaborado pelo autor.

ANEXOS

ANEXO A – Divulgação da pesquisa em jornal impresso

 **Jornal das Lajes** 

Doutorado

TESE DE DOUTORADO ESTUDARÁ A ECONOMIA DE RESENDE COSTA

A tese de doutorado do resendecostense Gustavo Melo Silva tem como foco a economia do nosso município. O trabalho, que tem como título “O desenvolvimento socioeconômico municipal e a indústria criativa artesanal têxtil de Resende Costa”, pretende entender porque o município consegue ter um desenvolvimento socioeconômico diferenciado de outras cidades da região, em razão da produção têxtil do artesanato.

Gustavo é administrador formado pela Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), professor da Universidade Federal de Viçosa e desde 2006 é estudante do doutorado em Sociologia da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Na linha de pesquisa “Organização, Trabalho e Mudança Econômica” busca compreender o comportamento socioeconômico e a organização social de Resende Costa.

De acordo com o professor, esta pesquisa pretende analisar o desenvolvimento produtivo de Resende Costa, nos últimos vinte anos. “O estudo tem como objetivo entender como a atividade artesanal em Resende Costa é estruturada nas casas das pessoas, nos estabelecimentos comerciais, quais são as decisões tomadas e como o artesanato se tornou uma atividade econômica de grande importância para a comunidade”.

A primeira etapa da tese de Gustavo a ser realizada no município é o recenseamento da atividade artesanal têxtil e tem como objetivo responder a um questionamento já apresentado há doze anos, em uma pesquisa até então inédita no município e desenvolvida durante sua graduação em São João del-Rei. Com este recenseamento será possível verificar a existência de alterações no comportamento dos artesãos e da própria cultura local, por meio da comparação com o estudo realizado pela UFSJ em 1996. O recenseamento será realizado no mês de julho de 2009 com a colaboração de universitários resendecostenses, para atualizar todos os dados relacionados ao artesanato local. “O primeiro recenseamento foi feito em 1996, em um trabalho de iniciação científica de minha graduação, e é utilizado como parâmetro inicial para a tese de doutorado. Agora, com uma amplitude maior, a intenção é estudar a evolução da estrutura social a partir do desenvolvimento das atividades econômicas municipais. O objetivo é entender porque este município consegue ter um desenvolvimento socioeconômico diferenciado, com a análise da realidade econômica imersa em um contexto social. As observações dos fatos sociais possibilitam uma compreensão diferenciada das atividades econômicas. Especificamente neste trabalho de doutoramento as atividades econômicas a serem analisadas estão relacionadas às indústrias criativas artesanais têxteis de Resende Costa”.

Gustavo pretende ainda analisar as organizações existentes e o trabalho destas indústrias: “acredito que a grande maioria da comunidade se sustente por meio do artesanato, seja no corte de retalhos, na tecelagem ou no comércio. O interesse da pesquisa está em analisar as organizações existentes, a divisão técnica do trabalho, as mudanças e adaptações do processo de produção, enfim as mudanças que vêm ocorrendo nesta atividade econômica nos últimos 20 anos”.

Um aspecto central a ser abordado pelo estudo, segundo Gustavo, é a divisão e especialização do trabalho do processo produtivo artesanal: “entender os motivos que levaram as pessoas a criar divisões e especializações do trabalho, é um ponto fundamental para compreender como a atividade artesanal vem se adaptando. O processo de produção atualmente, por exemplo, é dividido entre pessoas que picam retalho, que tecem tapetinhos e outras que fabricam colchas de bico. Isto é um processo de divisão e especialização do trabalho que só ocorre quando as pessoas também estão unidas, coesas, e que no caso de Resende Costa foi motivado pela transformação de um sistema de produção artesanal para um sistema de produção em massa. Em contatos iniciais com artesãos e lojistas, tenho a expectativa que a produção de tapetinhos de retalho hoje possa atingir aproximadamente cem mil (100.000) unidades mensais, e em 1996 esta produção era de aproximadamente trinta e cinco mil (35.000) unidades mensais”.

O trabalho, segundo o professor, tem como perspectiva de duração um ano e os resultados serão publicados em sua tese de doutorado que estará à disposição da população na biblioteca do município.

Fonte: Jornal das Lajes, Ano VI, n. 74, junho de 2009, p. 5

ANEXO B – Mapa do setor sudeste

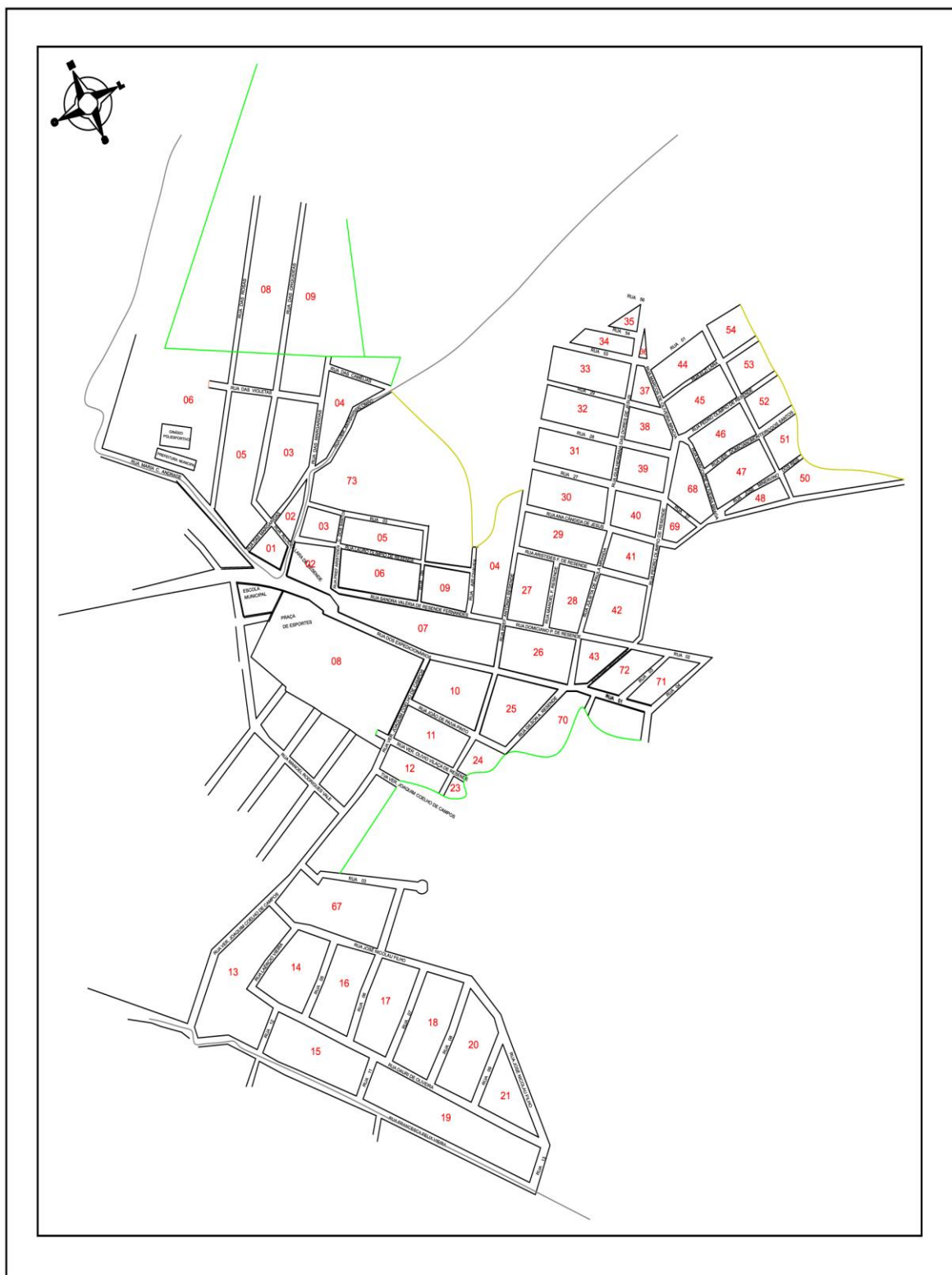


Figura 15 – Mapa do setor sudeste da coleta de dados no perímetro urbano da sede do município de Resende Costa

Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Resende Costa (2000)

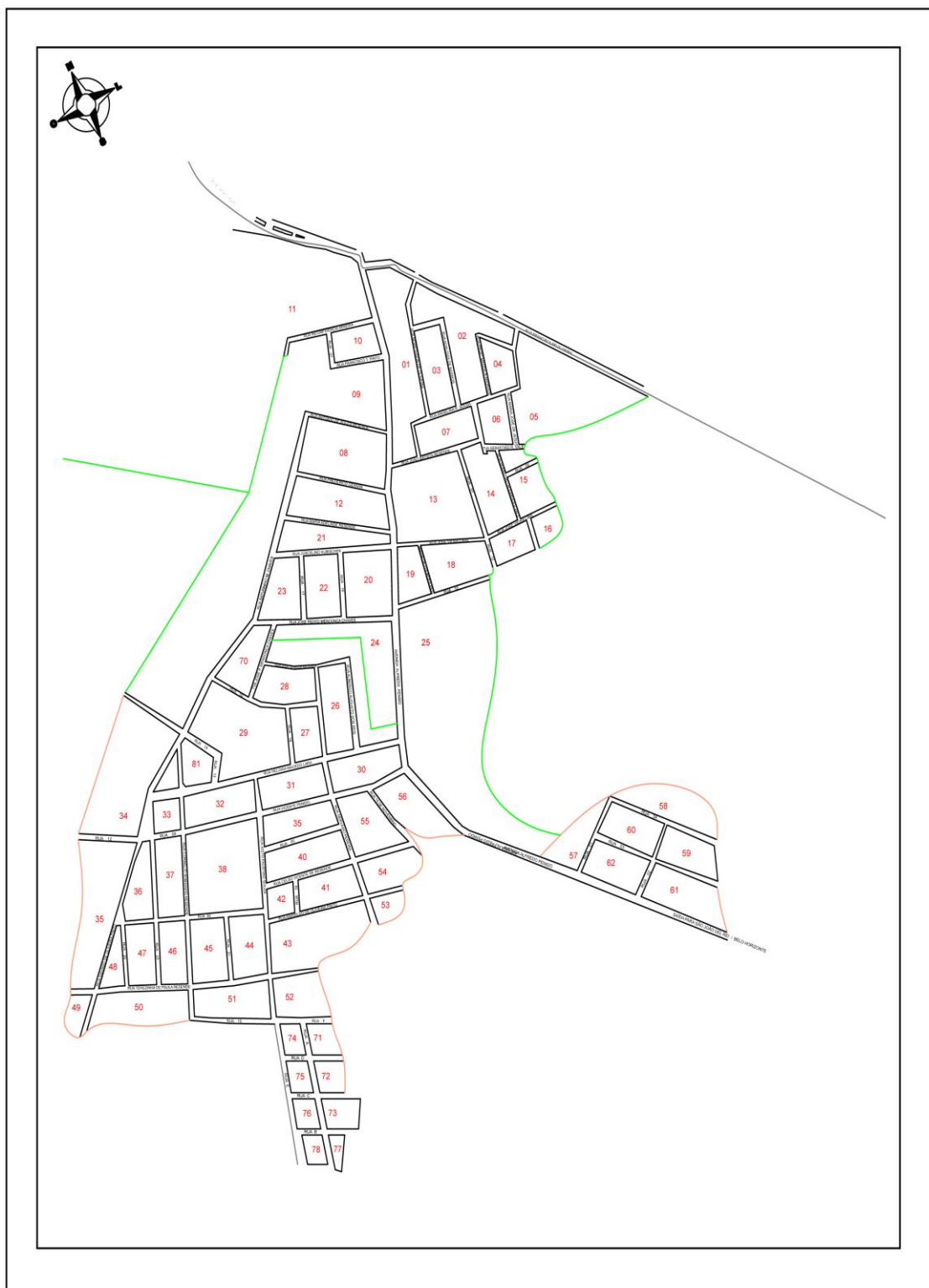
ANEXO C – Mapa do setor sudoeste

Figura 16 – Mapa do setor sudoeste da coleta de dados no perímetro urbano da sede do município de Resende Costa

Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Resende Costa (2000)

ANEXO D – Mapa do setor centro e oeste

Figura 17 – Mapa do setor centro e oeste da coleta de dados no perímetro urbano da sede do município de Resende Costa

Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Resende Costa (2000)

ANEXO E – Mapa do setor leste



Figura 18 – Mapa do setor leste da coleta de dados no perímetro urbano da sede do município de Resende Costa

Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Resende Costa (2000)

