

A INSTITUCIONALIZAÇÃO DA FEIRA DE ARTESANATO DA BEIRA MAR EM FORTALEZA - CEARÁ.

THALITA SILVA CALÍOPE

Universidade Federal do Ceará
thalitacaliope@gmail.com

ILZE ENEIDA PARIS DA CONCEIÇÃO

Universidade Federal do Ceará
ilzeparis17@gmail.com

AUGUSTO CÉZAR DE AQUINO CABRAL

Universidade Federal do Ceará
cabral@ufc.br

SANDRA MARIA DOS SANTOS

Universidade Federal do Ceará
smsantos@ufc.br

MARIA NAIULA MONTEIRO PESSOA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC
naiula@ufc.br

A INSTITUCIONALIZAÇÃO DA FEIRA DE ARTESANATO DA BEIRA MAR EM FORTALEZA - CEARÁ.

INTRODUÇÃO

Cartão-postal da cidade de Fortaleza, a Avenida Beira Mar atrai e encanta tanto turistas quanto moradores locais por suas características marcantes como a beleza da paisagem que mistura o antigo e o moderno, destacando-se a Feira de Artesanato da Beira Mar que retrata a cultura de um povo através de seu artesanato, de comidas típicas e do próprio modo de ser.

Segundo Gonçalves (2009), no final dos anos 1970, teve início, na calçada do Othon Palace Hotel (atual Oásis Atlântico Imperial), a venda de artesanato aos turistas ali hospedados, dando origem à Feira de Artesanato da Volta da Jurema, que posteriormente ficou conhecida como Feira de Artesanato da Beira Mar. Em 1995, devido à contribuição da Feira para o desenvolvimento turístico, geração de empregos e exposição da arte do povo cearense, ela foi tombada como Patrimônio Cultural do Município de Fortaleza.

Conforme a Secretaria de Cultura de Fortaleza (2013), o conceito de patrimônio cultural não se restringe somente ao patrimônio edificado, ou seja, os bens imóveis representantes de certa monumentalidade, mas envolve também a memória e toda expressão imaterial ou intangível. Assim, a Feira de Artesanato é um patrimônio cultural imaterial e inclui as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas que as comunidades, os grupos e os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural (UNESCO, 2013).

Em 2000, a Feira passou por intervenções dado o seu crescimento e demandas solicitadas ao Poder Público. Em 2006, passou por um novo reordenamento, quando houve nova padronização e layout da disposição das barracas (GONÇALVES, 2009).

Deste modo, a Feira de Artesanato da Beira Mar, objeto da pesquisa, constitui-se como um importante segmento dentro da indústria criativa e faz-se necessário compreender seu surgimento, quem foram os atores que contribuíram para isso, qual o posicionamento dos órgãos públicos diante dessa iniciativa, ou seja, é necessário compreender como se deu o processo de institucionalização da Feira de Artesanato. Portanto, formulou-se o seguinte problema de pesquisa: Como se configurou o processo de institucionalização da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza - Ceará?

Partindo dos pressupostos de que: 1) O principal fator que motivou o surgimento e desenvolvimento da feira foi a necessidade dos feirantes de encontrar um meio para sua subsistência; 2) Os principais atores sociais no processo de institucionalização da feira são os próprios feirantes; 3) Os impactos positivos, geração de emprego, renda e valorização do artesanato local, percebidos pelos grupos de interesse, contribuem para a continuidade da feira; 4) A feira está no estágio de sedimentação; 5) Prevalece o isomorfismo normativo na Feira.

Assim, objetivo deste artigo é analisar o processo de institucionalização da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza, Ceará. Como objetivos específicos procurou-se: 1) Identificar os principais fatores que motivaram o surgimento e desenvolvimento da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza; 2) Identificar os principais atores sociais, suas relações e influências, no processo de institucionalização da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza; 3) Identificar os impactos positivos, os grupos de interesse e resistência, a abrangência da disseminação e a perspectiva de continuidade da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza; 4) Identificar o estágio de institucionalização da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza; 5) Identificar as características isomórficas da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza.

Para alcançar os objetivos propostos, realizaram-se pesquisas documentais, bibliográficas e de campo. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 29 feirantes. Na análise dos dados utilizou-se a técnica de análise de conteúdo.

Este trabalho está estruturado em seis seções. Na primeira seção, são apresentadas a justificativa e a relevância do estudo, bem como o problema de pesquisa e os objetivos gerais e específicos. Na segunda seção são apresentados os aspectos teóricos fundamentados, respectivamente, Teoria Institucional e Economia Criativa. Em seguida é apresentada a metodologia da pesquisa. Na quinta seção, tem-se a análise dos resultados obtidos com a pesquisa. Por último têm-se as considerações finais do artigo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 TEORIA INSTITUCIONAL

Estudar as organizações sempre foi objeto de estudo de muitos teóricos, desde as abordagens clássicas. Até 1940, todas as teorias desenvolvidas assentavam-se em uma linha racional de ação, analisando as organizações como sistemas fechados. A partir de 1940 outros teóricos da administração começaram a mostrar certa preocupação com a relação organização-ambiente, originando a teoria estruturalista, depois a teoria geral dos sistemas e por fim a teoria contingencial. A organização passou então a ser analisada sob a ótica fenomenológica, social, política, cultural e dos processos cognitivos e simbólicos. A Teoria Institucional se enquadra neste período após 1940 com os trabalhos de Selznick, impulsionada pelos estudos de Merton, DiMaggio, Powell, Zucker, Meyer, Rowan e outros, com contribuições de Weber e Durkheim (QUINELLO, 2007).

Segundo Greenwood, Oliver, Sahlin e Suddaby (2008) a questão central da Teoria Institucional é: Por que e com que consequências as organizações apresentam determinados modelos organizacionais que desafiam a explicação racional tradicional? Ele argumenta que no ambiente existem pressões institucionais que afetam todas as organizações, fazendo com que elas se tornem isomórficas com seus contextos institucionais para terem aprovação social. A conformidade com as pressões sociais podem ser contrárias à eficiência, assim essa conformidade pode ser apenas cerimonial, no sentido de obter legitimação.

2.1.1 O Processo de Institucionalização

No campo organizacional é de vital importância entender a realidade social tanto na sua dimensão relacional como na dimensão simbólica, ambos inseridos dentro de um contexto spatiotemporalmente delimitado (MACHADO-DA-SILVA; GUARIDO FILHO; ROSSONI, 2010). DiMaggio e Powell (2007) definem campo organizacional como “aquelas organizações que, em seu conjunto, constituem uma área reconhecida de vida institucional: fornecedores-chave, consumidores de recursos e produtos, agências regulatórias e outras organizações que produzem serviços e de produtos semelhantes.” Tais campos só podem existir na medida em que são definidos institucionalmente. Neste sentido, a abordagem institucional é entendida por Fachin e Mendonça (2003, p.29) como “uma abordagem simbólico-interpretativa da realidade organizacional, apresentando uma posição epistemológica predominantemente subjetivista, em que é salientada a construção da realidade organizacional”. A preocupação em explicar e interpretar fenômenos sociais remonta a Weber, que através do seu modelo burocrático introduziu conceitos como dominação, política e legitimação, alguns deles muito utilizados hoje na abordagem institucional. Para ele uma instituição teria um começo na interação de poucos atores, dos quais, com o passar do tempo, adquiriria alguma independência, levando ao hábito e legitimação e a consequente institucionalização (QUINELLO, 2007).

A institucionalização tem sua origem na atividade humana, que depois de repetida leva a habituação e tipificação. Para que haja a tipificação é preciso que haja uma situação social continuada e certo controle social. Toda conduta institucionalizada envolve papéis, que representam a ordem institucional, no sentido referido ou simbólico. A ordem institucional é real apenas na medida em que é realizada em papéis desempenhados. Os papéis são representativos de uma ordem institucional que define seu caráter e da qual derivam o seu sentido objetivo (BERGER; LUCKMANN, 1989). Assim pode-se falar do processo de institucionalização que envolve o desenvolvimento de práticas e de regras usuais e tem várias etapas, que incluem estruturação e rotinização, para o desenvolvimento de códigos, trajetos ou caminhos que expliquem o contexto organizacional (QUINELLO, 2007).

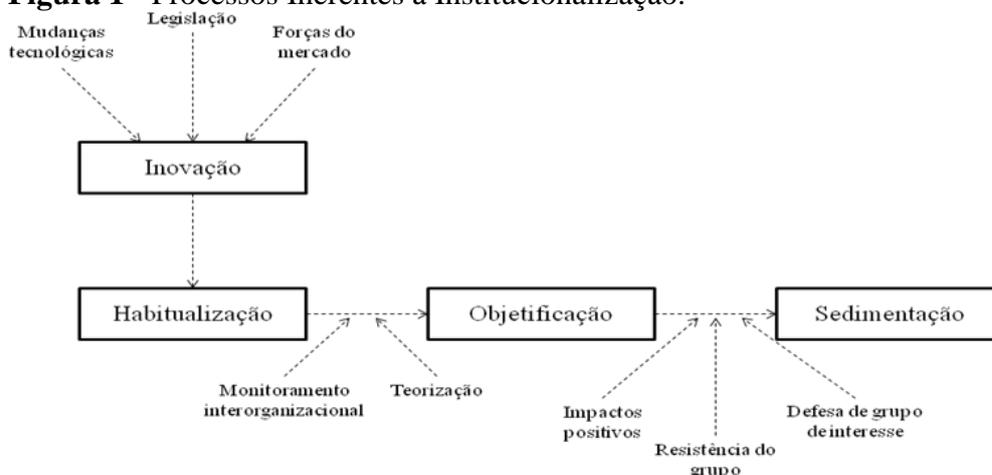
Um dos modelos de processo de institucionalização mais conhecidos é o das autoras Tolbert e Zucker (1998) que consiste em três etapas, habitualização, objetificação e sedimentação, conforme ilustrado na Figura 1.

Segundo este modelo, no contexto organizacional, surgem mudanças, que podem ser tecnológicas, de mercado ou na legislação, levando as empresas a desenvolverem novos arranjos estruturais em resposta às incertezas e aos problemas organizacionais. Elas podem inovar ou então utilizar soluções desenvolvidas por outros, estimulando a imitação e difusão. Esta fase é chamada de pré-institucionalização ou habitualização, e tem curta duração, bem como um número limitado de agentes.

Quando a estrutura começa a se tornar mais permanente, atinge-se a fase da objetificação, que envolve a difusão da nova estrutura com certo grau de consenso social e crescente adoção. A organização começa a monitorar os competidores para avaliar os riscos, custos e benefícios de adotar a nova estrutura. Nesse contexto, surgem os *champions* (defensores) com duas tarefas: definição de um problema genérico e justificação de um arranjo estrutural formal como a solução para o problema. Essa teorização atribui a estrutura legitimidade cognitiva e normativa.

A última etapa, sedimentação, pressupõe a continuidade histórica da estrutura, abrangência da difusão e sobrevivência em longo prazo. A abrangência da difusão pode ser afetada por fatores, com destaque para um conjunto de atores que atuam adversamente sobre a estrutura, podendo se mobilizar contra ela, e levar a conflitos de interesses. A total institucionalização depende da baixa resistência de grupos de oposição, da promoção dos apoios contínuos por grupos defensores e da relação positiva com os resultados desejados.

Figura 1 - Processos Inerentes à Institucionalização.



Fonte: Tolbert e Zucker (1998, p. 207).

A completa institucionalização pressupõe a continuidade histórica da instituição. Para Berger e Luckmann (1989), esta instituição será então vista como um conjunto de regras e

práticas que definem o comportamento do grupo específico em uma situação específica, revestidas de significados e esquemas de interpretação que as legitimam. Tais significados são assim produzidos pelas atividades interativas dos agentes sociais e as práticas institucionalizadas são tomadas como certas (*taken for granted*) amplamente aceitos e resistentes às mudanças. Tornam-se assim objetivas permitindo que as formações sociais possam ser transmitidas a uma nova geração (GREENWOOD *et al.*, 2008). Depois dessa transmissão e compartilhamento das práticas, dá-se o reconhecimento social e a consequente legitimação (QUINELLO, 2007). Cabe ressaltar que a institucionalização não é um processo irreversível e o universo de significação pode ser diferente para cada agente.

2.1.2 Legitimação da realidade construída

Depois de construída e instaurada uma ordem social, ocorre a legitimação, que tem duas funções: explicar a ordem social, pois atribui validade cognitiva aos seus significados objetivados; e justificar a ordem social dando dignidade normativa aos seus imperativos práticos. Ou seja, diz ao indivíduo por que deve realizar uma ação e por que as coisas são o que são, mostrando assim que o conhecimento precede os valores na legitimação (BERGER; LUCKMANN, 1989). Após a legitimação é criado um universo simbólico que integra todos os processos institucionais, dando sentido para a sociedade e legitimando os papéis desempenhados pelos agentes (QUINELLO, 2007). Neste caso, a legitimidade é a objetivação de significados, tornando objetivamente acessível e subjetivamente plausível as objetivações institucionalizadas, criando a integração desses significados (BERGER; LUCKMANN, 1998). Para Deephouse e Suchman (2008) trata-se de uma percepção ou suposição generalizada de que as ações de uma entidade são desejáveis, adequadas ou apropriadas dentro de um sistema de normas, valores, crenças e definições socialmente construídas. A institucionalização é assim sustentada pela legitimidade.

Relacionado à legitimidade está o conceito de isomorfismo, principalmente o isomorfismo coercivo, que provém da influência política e de problemas de legitimidade. Cabe entender o que significa o isomorfismo. Segundo DiMaggio e Powell (2007) o isomorfismo “sugere que as características organizacionais são modificadas no sentido de uma compatibilidade crescente com as características do ambiente”, de forma a obter legitimação institucional e ajustamento social. Os autores supracitados definem três tipos de mecanismos de mudança isomórfica institucional: coercivo, mimético e normativo.

O isomorfismo coercitivo é resultante das pressões formais e informais exercidas sobre as organizações por outras organizações das quais dependem ou por expectativas culturais da sociedade em relação às funções da organização. Pode ocorrer por delegações governamentais, leis e normas internas, persuasão ou conspiração. O Estado e as grandes organizações estendem suas regras legitimadas e institucionalizadas para a arena social.

O isomorfismo mimético deriva das respostas às incertezas ambientais, levando as empresas a imitarem modelos, como no caso de tecnologias, objetivos ambíguos, incerteza simbólica do ambiente, rendendo uma solução viável de baixo custo. A imitadora adota suas iniciativas ou mudanças para demonstrar legitimidade perante agentes internos e externos. Ela se espelha em organizações que ela percebe como sendo as mais legítimas ou bem-sucedidas. O isomorfismo normativo provém da profissionalização, que é interpretado como uma luta coletiva dos membros de uma ocupação para definir métodos e condições dos seus trabalhos, para controlar e estabelecer uma base e legitimação cognitivas para suas autonomias ocupacionais. Pode ocorrer por pressões miméticas e coercitivas (DIMAGGIO; POWELL, 2007; QUINELLO, 2007).

Deste modo, as organizações tendem a adotar determinados modelos e regras para aumentar sua legitimidade e se perpetuarem em determinado campo organizacional.

2.2 ECONOMIA CRIATIVA

A economia criativa está relacionada com os estudos da economia baseada no conhecimento (*knowledge based economy*). Para a *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD, 2010) a economia criativa é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico.

Trata-se de uma combinação de atividades econômicas que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos produtivos, associando assim o talento a objetivos econômicos (CAIADO, 2008). Para compreender bem a economia criativa, é importante saber os conceitos de indústrias criativas e indústrias culturais.

Segundo o *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS, 2001) as indústrias criativas são as atividades que se baseiam na criatividade, habilidade e talento individuais e que têm potencial para a geração de riqueza e empregos por meio da exploração da propriedade intelectual. Abrange atividades como o artesanato, as publicações, a moda, a música, o audiovisual, o design, a web, o software, a fotografia, as indústrias do lazer e entretenimento.

As indústrias culturais, por sua vez, são aquelas que combinam a vertente cultural com a econômica, englobando atividades de criação, produção e comercialização de conteúdos intangíveis e culturais, visando à promoção e manutenção da diversidade cultural (UNCTAD, 2010).

Neste sentido, a economia criativa relaciona as dimensões culturais, econômicas e sociais com objetivos intelectuais, de tecnologia e inovação. Pode estimular a geração de renda, a criação de empregos e a exportação de ganhos, promovendo a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. Está também relacionada à sustentabilidade cultural, pois ajuda a preservar e transmitir para gerações futuras, o capital cultural material e imaterial de uma comunidade, nação ou região do mundo (UNCTAD, 2010).

O artesanato é definido como “toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade” (SEBRAE, 2004, p. 27). Envolve ainda a produção de pequenas séries com regularidade; produtos semelhantes, porém diferenciados entre si; compromisso com o mercado; fruto da necessidade.

A classificação das indústrias criativas segundo a UNCTAD (2010), tem por base áreas, grupos e subsetores. São quatro grandes grupos (patrimônio, artes, mídia e criações funcionais) subdivididos em nove subgrupos.

O primeiro grupo, patrimônio, é visto como a origem de todas as artes e a essência das indústrias criativas e encontra-se dividido em expressões culturais tradicionais e locais culturais (UNCTAD, 2010). O modelo considera a cultura tradicional, sob a forma de patrimônio, que é o subgrupo onde se pode encontrar o artesanato como uma das formas de expressões culturais tradicionais, que faz parte do patrimônio de um determinado lugar, como é o caso da Feira de Artesanato da Beira Mar, objeto de estudo deste artigo.

O segundo grupo, artes, baseia-se em expressões e símbolos puramente artísticos. Subdivide-se em artes cênicas e artes visuais. O terceiro grupo, mídia, caracteriza-se pelo uso da tecnologia e amplo alcance de comunicação e é composto por mídias áudio-visuais, editoração e imprensa. O quarto e último grupo, criações funcionais, subdivide-se em design, novas mídias e serviços criativos. Este grupo se destaca pela comercialização de bens e serviços de maior potencial acumulativo de demandas na por meio de criatividade, conhecimento, e capital intelectual (UNCTAD, 2010).

Desse modo, pode-se enquadrar o artesanato como uma atividade pertencente ao primeiro grupo das indústrias criativas, já que exige criatividade por parte dos artesãos e gera empregos e renda, assim como também retrata a cultura do povo cearense.

3 METODOLOGIA

Com o objetivo de analisar o processo de institucionalização da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza delimitou-se um conjunto de procedimentos metodológicos.

Este é um estudo qualitativo, pois procura compreender o processo de institucionalização da Feira de Artesanato da Beira Mar através da visão dos próprios feirantes. Conforme Sampieri, Collado e Lucio (2013), na pesquisa qualitativa a ênfase está na compreensão do fenômeno em seu ambiente usual.

O estudo é exploratório, pois é realizado quando um tema ou problema é pouco estudado, se tem muitas dúvidas ou não há estudos anteriores para buscar informações (COLLIS; HUSSEY, 2005; SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013) como é o caso das feiras de artesanato. Vergara e Silva (2007) argumentam que as teorias organizacionais são focadas nas organizações industriais e nas consequências econômicas e sociais delas decorrentes e por isso apresentam limitações para o entendimento das singularidades da produção artesanal. É também um estudo descritivo, em que, conforme Sampieri, Collado e Lucio (2013), explicitam-se as características e os perfis do fenômeno analisado, deste modo, descreve-se como ocorreu o processo de institucionalização na Feira.

Com relação à estratégia de pesquisa, é um estudo de caso, em que a unidade de análise é a Feira. Para Yin (2010), o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno atual dentro de seu contexto, principalmente quando não há um limite bem definido entre o fenômeno e seu contexto.

O estudo de caso baseia-se em várias fontes de evidências, o que pode ajudar a estabelecer a validade do constructo e a confiabilidade de um estudo de caso, em que os dados convergem e beneficia-se do desenvolvimento prévio de proposições teóricas para conduzir a coleta e análise de dados YIN (2010).

Os sujeitos da pesquisa são os feirantes mais antigos da Feira de Artesanato da Beira Mar. Tendo em vista que para análise dos dados foi utilizada a fala dos entrevistados, adotou-se a identificação: E1 a E29 (Entrevistado 1, Entrevistado 2... Entrevistado 29).

Entrevistou-se 29 feirantes até atingir o ponto de saturação. Para Thiry-Cherques (2009) a saturação determina quando as observações deixam de ser necessárias, pois não há mais informações que ampliem o número de propriedades do objeto investigado.

A amostragem é não probabilística, pois conforme May (2004) não há uma moldura de amostragem, ou seja, não existe o cadastro atualizado de todos os feirantes. Embora se tenha a informação de que a feira possui 649 barracas dispostas nas categorias confecção, bordado, artesanato, cama e mesa, renda, redes, bijuterias, bolsas, gessos e barro, calçados, produtos regionais, couros e moda praia, o termo de permissão está desatualizado desde 1996 (SECRETARIA EXECUTIVA REGIONAL II, 2013), o que impossibilita identificar quem são os feirantes.

A amostragem é também por julgamento, pois os entrevistados foram escolhidos de acordo com a percepção das entrevistadoras de que eles são antigos na Feira, e bola de neve, porque os feirantes indicavam outros feirantes que estavam lá há mais tempo.

Na coleta de dados foram realizadas entrevistas semiestruturadas, pesquisa documental e pesquisa bibliográfica. Uma das vantagens da utilização da entrevista é que os participantes podem fornecer informações históricas, embora proporcione informações indiretas de acordo com a percepção do entrevistado (CRESWELL, 2010). As entrevistas foram realizadas de 12 a 17 de Julho de 2013, com duração média de seis minutos.

O roteiro de entrevistas foi baseado no roteiro de Lima (2012) e está dividido em quatro partes: perfil dos respondentes, parte histórica, principais atores e configuração e processo de institucionalização. Na primeira parte, procurou-se traçar o perfil dos entrevistados, com base na idade, sexo, tempo como feirante, profissão anterior e outras

atividades que exerce. Na parte histórica, perguntou-se sobre as fases e marcos no surgimento da Feira. Nos principais atores, indagou-se sobre os principais grupos criados pelos feirantes e as instituições envolvidas com a Feira. Finalmente, na configuração e processo de institucionalização questionou-se as principais crenças, normas e valores, a situação atual da Feira, os principais problemas e a importância da Feira para o Ceará.

A pesquisa bibliográfica foi realizada através de livros, artigos, periódicos e meios eletrônicos e a pesquisa documental foi baseada em arquivos do acervo da Secretaria de Cultura de Fortaleza e da Secretaria Executiva Regional II (SER II).

As entrevistas foram gravadas, transcritas e, posteriormente, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo para produzir inferências do texto para seu contexto de modo objetivado, permitindo “reconstruir indicadores e cosmovisões, valores, atitudes, opiniões, preconceitos e estereótipos, e compará-los em comunidade” (BAUER; GASKELL, 2011, p. 192). Assim, através dessa técnica procurou-se analisar documentos e as entrevistas com o objetivo de traçar como se desenvolveu a Feira ao longo do tempo. Para isso, as categorias de análise foram definidas de acordo com o modelo proposto por Tolbert e Zucker (1998) e com os mecanismos de mudança isomórfica segundo DiMaggio e Powell (2007) e podem ser observadas no Quadro 1.

Quadro 1: Categorias, subcategorias e temas de análise.

Categoria	Subcategoria	Temas de Análise
Processo de Institucionalização	Habitualização	Mudanças tecnológicas
		Legislação
		Forças de mercado
	Objetificação	Monitoramento interorganizacional
		Teorização
	Sedimentação	Impactos positivos
		Resistência do Grupo
		Defesa de grupo de interesse
	Mecanismos de mudança isomórfica	Coercitivo
Pressões informais		
Mimético		Incertezas ambientais
		Imitação
Normativo		Profissionalização
		Legitimação cognitiva

Fonte: adaptado de Tolbert e Zucker (1998) e DiMaggio e Powell (2007).

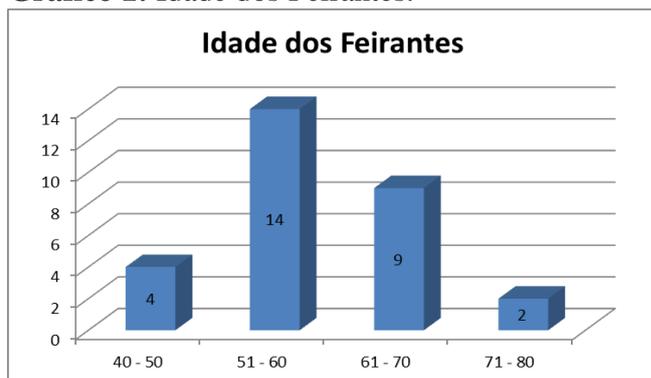
4 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados encontra-se dividida em três subseções: perfil dos entrevistados, processo de institucionalização da Feira de Artesanato da Beira Mar e mecanismos de mudança isomórfica. Os dados apresentados foram retirados das entrevistas realizadas com os feirantes e dos documentos obtidos junto a SER II.

4.1 Perfil dos entrevistados

Para a realização da pesquisa de campo, foram coletadas entrevistas junto aos feirantes. Assim, pôde-se obter um perfil dos entrevistados, totalizando 29. Desse total, 19 são mulheres e 10 são homens. A idade dos feirantes está apresentada em intervalos de classes, pois dessa forma os entrevistados sentiam mais a vontade em fornecer tal dado. A maioria dos feirantes possui idade entre 51 e 70 anos, de acordo com o Gráfico 1.

Gráfico 1: Idade dos Feirantes.



Fonte: Total da amostra.

Os feirantes entrevistados têm em média 29 anos trabalhando na Feira. Do total dos entrevistados, a maioria é artesão, embora alguns não exerçam a atividade. Isso se justifica por eles serem os mais antigos da Feira, que no início era formada somente por artesãos. Durante a pesquisa foram identificados três tipos de feirantes: os artesãos que confeccionam seus produtos e os vendem, os comerciantes que revendem o artesanato produzido por terceiros e os comerciantes que vendem outros produtos que não são artesanato. Ressalta-se ainda que a maioria dos feirantes não tinha outra profissão antes de se tornar feirante e que hoje eles tem como ocupação única a Feira.

4.2 Processo de institucionalização da Feira de Artesanato da Beira Mar

Para analisar o processo de institucionalização da Feira de Artesanato da Beira Mar, utilizou-se o modelo de Tolbert e Zucker (1998), constituído por três fases: habitualização, objetificação e sedimentação.

4.2.1 Habitualização ou Pré-Institucionalização

No estágio da habitualização são analisadas as forças e mudanças que levaram ao surgimento da Feira. Dentre os temas de análise, foram identificadas as forças de mercado e a legislação.

De acordo com os feirantes (E1, E2, E4, E16, E17, E20, E26, E27), no final dos anos 1970, ocorreu o movimento das praças, onde os artesãos iam expor seu artesanato. No entanto, foram chegando cada vez mais artesãos e o espaço foi ficando reduzido. Então, em 1978, algumas pessoas (mais ou menos seis) decidiram expor seus produtos em frente ao hotel Othon Palace (atual Hotel Oásis Atlântico Imperial) com o intuito de vendê-los aos turistas.

Mas essas pessoas foram expulsas desse local, pois era inconveniente tê-los na porta do hotel. Assim, saíram das portas dos hotéis e foram para o calçadão expor suas mercadorias, onde já existia uma feira conhecida como Feira *Hippie*, em que alguns *hippies* colocavam os seus produtos sobre os bancos. No calçadão, as pessoas dispunham suas mercadorias de forma

desordenada, sobre lonas ou outros equipamentos rudimentares como bancos, tripés, originando a Feira. No quadro abaixo são apresentadas algumas das forças de mercado que levaram as pessoas a começar a vender no calçadão. Os principais motivos foram o desemprego e a necessidade de encontrar um meio de subsistência.

Quadro 2: Motivos que levaram as pessoas a começar a vender no calçadão.

“Vinha, e aí botava pra ver se vendia alguma coisa e aí dava certo e a gente ficou.” (E2)
“Eu vim, deu vontade de vim pra Beira Mar, aí eu observei as pessoas vendendo na orla marítima. Só que nessa época eu estava desempregada [...] Aí eu comecei a perguntar a alguns feirantes: como é que a gente faz pra vender aqui? A gente paga alguma coisa aqui? Aí falaram: Não, a gente não paga nada não, é só vim e colocar.” (E7)
“Quando eu cheguei tinha pouca gente, tinha umas seis comigo [...] e eu tava desempregada.” (E10)
“Eu não tinha emprego, eu tinha uma amiga que trabalhava na feira, aí eu entendi de vim trabalhar com ela, aí ganhei um ponto e tou aqui.” (E12)
“Foi essas sete a oito pessoas que pegaram, vieram, tinha a necessidade mermo de manter a família.” (E14)
“Surgiu de uma necessidade mermo do povo, que eles viram que aqui podia ser, trazer alguns dividendo pra pessoa né.”(E17)
“Ela surgiu não foi no local aqui, ela surgiu ali no calçadão. O pessoal começou a montar as coisas no calçadão, necessidade né? [...] porque o desemprego tá grande né, há muito tempo isso.” (E26)
“Porque eu fazia o trabalho e tinha de vender, né? Aí o pessoal vai dizendo: vai pa Beira Mar.” (E29)

Fonte: Entrevistas realizadas.

Como as pessoas apenas chegavam e apropriavam-se do espaço, o número das pessoas na calçada foi crescendo de tal modo, que precisou de intervenção governamental, por ser um espaço público e pelos problemas decorrentes. A partir desse momento identifica-se o tema de análise legislação. De acordo com o entrevistado E27, quando o número de pessoas no calçadão ultrapassou 100 feirantes, a fiscalização passou a apreender as mercadorias de quem estivesse no calçadão. Após manifestações feitas pelos feirantes, o então Governador Virgílio Távora (1979 - 1982) “decretou” que não poderiam mais apreender as mercadorias dos feirantes, desde que fosse artesanato, estando estes livres para trabalhar.

Na gestão da Prefeita Maria Luiza (1986 - 1989), no ano de 1988, houve a primeira organização da Feira. Foi solicitado aos feirantes que realizassem um cadastro na Secretaria Executiva Regional II (E7, E11, E17, E19, E27). Nesse processo de cadastramento, foram realizados testes práticos para verificar quem era artesão, quem era vendedor de artesanato e quem era comerciante de outras mercadorias. Todos teriam que pagar uma taxa para a Prefeitura, sendo que essa taxa era menor no caso dos artesãos.

Os feirantes foram transferidos da calçada para um espaço mais próximo da orla (E13, E16, E29). Mas para isso, foi necessário colocá-los, temporariamente, perto da estátua de Iracema, enquanto pavimentavam o espaço com areia e brita e separaram-no com meios fios (E4). O espaço foi dividido em dois polos: o Polo I destinado às pessoas que comercializavam artesanato e outros produtos, e o Polo II para quem fosse artesão (E1, E7, E18, E27). Posteriormente os polos foram unificados (E1).

Esse conjunto de mudanças estruturais fez com que o número de pessoas da feira diminuísse, devido a uma maior fiscalização por parte da Prefeitura (E27).

A primeira fase vai do início da Feira até a organização desta, haja vista que seu surgimento advém de um problema em comum dos feirantes: busca por um meio de

sobrevivência. A partir disso, desenvolveram-se novos arranjos e estruturas e a Feira difundiu-se, mas com um número limitado de agentes.

4.2.2 *Objetificação ou Semi-Institucionalização*

Neste estágio constatou-se o tema de análise teorização, em que surgem os *champions* como defensores da estrutura. Tem-se uma maior presença do Poder Legislativo na organização e, conseqüentemente, na legitimação da Feira.

Com a importância crescente das feiras na cidade de Fortaleza, em 1990 foi aprovado o Decreto nº 8324 de 15 de Junho de 1990, que regulamentava o funcionamento das feiras de artesanato, considerando que tais feiras já integravam os eventos turísticos de Fortaleza.

Visando uma melhor organização da classe dos feirantes, em 1992 foi criada a Associação dos Feirantes de Artesanato da Beira Mar (ASFABEM), que passou a atuar junto aos órgãos governamentais (Poder Público Municipal, SER II) no sentido de obter um alinhamento entre os interesses dos feirantes com os dos órgãos governamentais. Uma das primeiras conquistas da ASFABEM foi a unificação dos polos I e II.

Em 1994, foi assinado o decreto nº 9300 de 14 de Janeiro, que era a nova redação do decreto nº 9143 de 09 de Julho de 1993, regulamentando as atividades de comércio ambulante no município de Fortaleza:

É considerado comércio ambulante toda atividade comercial e de prestação de serviço, de caráter permanente ou eventual, exercida de maneira estacionária e itinerante, em vias ou logradouros públicos, por pessoas que não possuam qualquer tipo de vínculo empregatício ou funcional com pessoa pública ou privada (PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA, 1994).

Esse mesmo decreto estabeleceu ainda a existência de um termo de permissão, o preço público a ser pago pelos permissionários, a padronização dos equipamentos de trabalho, as responsabilidades dos permissionários e as penalidades por infringir as normas.

Sob a justificativa de que a Feira de Artesanato da Beira Mar é uma área de lazer, contribui para o desenvolvimento do turismo, expõe os “produtos da terra”, contribui para a conservação da memória da cidade e oferta empregos, foi sancionada a lei nº 062/95 pelo Prefeito Antônio Cambraia (1993 - 1997), que a tombou como Patrimônio Cultural do Município em 1995. Cabe ainda ressaltar que o projeto para o tombamento da Feira foi proposto pelo Vereador Glauber Lacerda em parceria com a ASFABEM.

Durante o governo do Juraci Magalhães (1997 - 2005), o chão que era de areia e brita, foi pavimentado com pedras. Foram instalados postes de iluminação pública, pois antes era feito com lampeão a gás.

Em 2006, a Feira passou por um novo reordenamento, quando houve nova padronização e layout da disposição das barracas. Isso aconteceu no governo da Prefeita Luizianne Lins (2005 - 2012). Foram feitos também os corredores entre as barracas (E24, E29), melhorando a circulação das pessoas, a padronização das barracas, cujas medidas deveriam ser de 2m x 2m (E27), e dos carrinhos onde era guardada a mercadoria. Alguns dos feirantes demonstraram insatisfação com as mudanças efetuadas em 2006, já que tiveram que mudar sua localização, o que, segundo os feirantes, influenciou negativamente nas vendas.

O Quadro 3 apresenta uma síntese das principais intervenções governamentais desde o surgimento da Feira.

Quadro 3: Intervenções governamentais.

Ano	Intervenções governamentais
1990	Regulamentação do funcionamento das feiras de artesanato
1992	Criação da ASFABEM
1994	Regulamentação das atividades de comércio ambulante
1995	Tombamento da Feira como Patrimônio Cultural
2000	Pavimentação e iluminação do espaço
2006	Padronização e layout da disposição das barracas

Fonte: elaborado pelos autores.

Nesta fase, nota-se o crescimento e difusão da Feira, bem como o surgimento dos “*champions*”, nesse caso, a ASFABEM e a Prefeitura, que trouxeram maior legitimidade e aceitação social da mesma. Segundo os feirantes, os principais atores que contribuíram para o desenvolvimento da feira foram eles mesmos (E7, E8, E20, E21, E22, E23, E24, E25, E28, E29), a Prefeitura (E2, E5, E24, E25) e os turistas (E3, E12, E15).

4.2.3 Sedimentação ou Total Institucionalização

Na fase final, são analisados os impactos positivos da atual estrutura, a existência de grupos defensores e de resistência, bem como a percepção de valor do grupo quanto à Feira.

No período de 2006 a 2012 não houve mudanças propostas pelo poder público, apesar de terem sido escritos projetos de lei de nº 0202/2007 que visava a oficialização da Feira e o de nº 0024/2008 que almejava conceder o termo de permissão de uso aos ocupantes da Feira, no entanto, tais projetos não foram aceitos.

No final de 2012, a melhor mudança de todos os tempos, segundo os feirantes, foi o fato de não terem mais de levar os carrinhos para o estacionamento (E1, E4, E8, E15, E20, E21, E27), pois a ASFABEM conseguiu um acordo com Prefeitura e com o Ministério Público Federal para manter as estruturas no calçadão após o horário de comercialização, cobrindo os baús com lonas. Para isso foi necessário que os feirantes se adequassem ao novo modelo de barraca e de baú, padronizando esses elementos. Essa foi uma vitória comemorada porque antes os feirantes tinham que pagar um local para guardar os carrinhos após o término da Feira e os carregadores para levá-lo até lá. Assim, essa medida, reduziu as despesas deles. Atualmente, esses carregadores organizaram-se em três turnos para fazer a vigilância da Feira e são eles os responsáveis por montar e desmontar as barracas (E6, E21, E29).

A Feira é conduzida por um regimento interno, que se refere basicamente ao comportamento dos feirantes e à manutenção do local de trabalho. Dentre elas, as mais lembradas pelos feirantes foram: cada um só pode trabalhar com um tipo de mercadoria (E4, E6, E10, E14); manter o ponto limpo (E24, E28); atender bem os turistas (E8); não pode haver discussão entre os feirantes sob a pena de suspensão (E8, E9, E15); não podem consumir bebidas alcoólicas durante o horário de funcionamento (E9, E15, E27); desmontar a barraca (E24); a disposição das mercadorias deve obedecer aos critérios estabelecidos (E25, E27); usar roupas adequadas durante o expediente (E27); cada um tem seu lugar definido, então não pode ocupar o espaço do outro (E16, E27). Deve-se destacar que alguns feirantes não conheciam as normas (E17, E21, E23, E26, E29).

Apesar da luta da ASFABEM em resolver os problemas enfrentados pelos feirantes, ainda há muito que se fazer para que a Feira possa realmente ser chamada de cartão-postal de Fortaleza. Sendo assim, alguns problemas merecem ser destacados, como a falta de segurança (E4, E7, E22, E25); de estrutura, em termos de iluminação e proteção contra a chuva (E3, E4,

E5, E6, E11, E16, E17, E28); necessidade de maior fiscalização para impedir que pedintes e ambulantes não cadastrados circulem pela feira (E7, E16); falta de lixeiras, o que pode prejudicar a limpeza do local (E17); melhor organização (E2, E14, E16, E23); e a necessidade de terem banheiros adequados (E3, E18, E25). Cabe ressaltar que a Feira não dispunha de nenhum banheiro. Mas, recentemente, a ASFABEM conseguiu banheiros químicos para o local, que, embora não sejam suficientes, suprem as demandas, em relação ao período anterior.

Hoje, a Feira está bem diferente do que ela era em 1978. No entanto, os feirantes divergem em sua opinião sobre a situação atual da Feira, conforme o Quadro 4.

Quadro 4: Percepção de valor do grupo em relação à Feira.

“Está bem, tá mais organizada, vai ter uma mudança agora, tão sabendo, né?” (E9)
“Péssima, tá o povo só andando e não compra nada”. (E10)
“A Feira tá excelente [...] nós estamos gostando muito, tem aí alguma coisa, melhoras, futuramente né? Por causa da reforma que vai haver vai ficar muito linda a feira, tamo esperando mais alguma coisa”. (E14)
“A Feira hoje, em relação aos outros tempos, tá ótima principalmente [...] porque a feira fica fixa”. (E15)
“Prá mim tá muito ruim, porque eu não tou vendendo, só tá bem se a pessoa tiver vendendo, né?” (E23)
“Boa, boa [...] tamo atravessando uma fase boa porque é a alta estação no meio do ano [...] agora nesse jogo da copa das confederações foi triste [...] foi negativo, foi um zero à esquerda”. (E24)
“Péssima! O turismo está fraquíssimo aqui, né?” (E25)
“Já foi muito boa, agora não é muito não”. (E28)
“Tá boa, tá bom, e vai, e vem agora a reforma”. (E29)

Fonte: elaborado pelos autores.

Conforme o quadro acima, percebe-se que alguns são favoráveis à situação atual da feira (E9, E14, E15, E24, E29) e outros contra (E10, E23, E25, E28). Alguns defendem o trabalho da ASFABEM (E1, E3, E4, E5, E7, E9, E11, E14, E15, E22, E27), enquanto outros acham que ela não está fazendo um bom trabalho e, portanto, é dispensável (E2, E6).

Atribui-se à Feira importância, principalmente, econômica, pois ela é vista como fonte de renda e geração de empregos diretos e indiretos. É importante também por se considerada um cartão de visita que todo turista almeja conhecer tanto pela brisa fresca quanto pela variedade de produtos, conforme (E5) “a feirinha faz parte da orla, da cultura cearense, já se incorporou”. Ela é conhecida nacional e internacionalmente e é parada obrigatória para quem visita a cidade.

De acordo com E22, a Feira se descaracterizou, pois anteriormente ela era menor e vendia mais artesanato (E1, E7, E16, E19, E24, E27). Hoje, existem poucos artesãos na Feira e mais vendedores de confecção e artesanato. Uma das explicações para isso é devido ao ciclo produtivo do artesanato, que é muito longo. Assim, não é possível produzir a quantidade necessária para vender e, ao mesmo tempo, trabalhar na Feira, pois isso se torna cansativo (E1, E29). Deste modo, alguns feirantes optaram pela diversificação de mercadorias, adquirindo-as de terceiros, para terem meios para trabalhar. Segundo E1, foi essa diversidade de mercadorias que fez com que a Feira atingisse a magnitude que ela tem hoje.

Há um misto de incerteza e expectativa sobre o futuro da Feira entre os feirantes devido ao Projeto de Reforma da Avenida Beira Mar que propõe mudanças bruscas na orla, inclusive onde acontece a Feira. Como a Feira é tombada, acredita-se que ela não acabará. (E22) diz que há “muita expectativas, porque a gente ainda não sabe como vai ficar depois da reforma né, aí a gente fica assim em dúvida, sem saber como é né, não tem aquela explicação [...] se vai ser fixa ou móvel, se vai ficar mesmo ou se não vai, se vai ser subterrâneo ou se vai

ficar em cima”. Já (E21) explica: “a gente sempre fica com medo duma reforma, já tão falando de reforma aí, essa feira vai ter um aterro, vai mais pra dentro [...] mas isso num vai ser pra agora, vai ser pra 2015”.

4.3 Mecanismos de mudança isomórfica

Os mecanismos isomórficos podem ser notados ao longo do processo de formação da Feira. O isomorfismo coercitivo pode ser percebido nas constantes ações do Poder Público ao longo do tempo, ao estabelecer normas e regras que organizem o funcionamento e o espaço ocupado pela Feira.

Conforme citado, a feira iniciou com poucas pessoas, que procuravam respostas às incertezas como o desemprego. Assim, as pessoas começaram a imitar as outras ao ir vender na Beira Mar, como se pode constatar nos seguintes trechos das entrevistas: “aí eu observei as pessoas vendendo na orla marítima. Só que nessa época eu estava desempregada [...] Aí eu comecei a perguntar a alguns feirantes: como é que a gente faz pra vender aqui? A gente paga alguma coisa aqui? Aí falaram: Não, a gente não paga nada não, é só vim e colocar.” (E7); “[...] eu tinha uma amiga que trabalhava na feira, aí eu entendi de vim trabalhar com ela, aí ganhei um ponto e tou aqui.” (E12); caracterizando assim, o isomorfismo mimético.

O isomorfismo normativo também se fez presente durante o processo de institucionalização da Feira, já que ela se caracterizou como uma luta coletiva dos feirantes para definir métodos e condições dos seus trabalhos, para controlar e estabelecer uma base e legitimação cognitivas para suas autonomias ocupacionais. Esse tipo de isomorfismo prevalece na Feira, pois os feirantes continuam lutando por ela, um deles diz o seguinte: “todos nós foi que fizemos essa feira, na luta do dia a dia, no sol, na chuva e agora ela se tornou essa beleza que é” (E27).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo dos anos, a Feira de Artesanato da Beira Mar passou por várias mudanças, tanto impostas pelo governo quanto sugeridas pelos turistas, que passaram a exigir outros tipos de mercadoria. Com relação ao objetivo específico 1) Identificar os principais fatores que motivaram o surgimento e desenvolvimento da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza; verificou-se que o fator motivacional para o surgimento da Feira foi a busca por um meio para sobreviver, haja vista que os primeiros feirantes tinham a força de trabalho e o produto, no entanto, faltava-lhes a quem vender. Assim, vender para os turistas na Beira Mar surge como uma alternativa.

Quanto ao objetivo específico 2) Identificar os principais atores sociais, suas relações e influências, no processo de institucionalização da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza; constatou-se que os principais atores sociais nesse processo foram os próprios feirantes.

No que se refere ao objetivo específico 3) Identificar os impactos positivos, os grupos de interesse e resistência, a abrangência da disseminação e a perspectiva de continuidade da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza observou-se que os principais impactos da Feira são a geração de renda e de empregos diretos e indiretos. Embora a ASFABEM, que surgiu como uma iniciativa dos próprios feirantes para organizar a Feira, seja bem vista entre eles, ainda há grupos de resistência que se opõem ao trabalho desenvolvido. Quanto à continuidade da Feira, há incerteza entre os feirantes devido às reformas que estão por vir.

No que tange ao objetivo específico 4) Identificar o estágio de institucionalização da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza chegou-se a conclusão que a Feira encontra-se

no estágio da sedimentação, pois ela conseguiu sobreviver ao longo de 35 anos, mostrando grande abrangência, difusão e legitimação, tanto em nível nacional quanto internacional, ao ponto dela se tornar parte constituinte da realidade e cultura cearense.

Finalmente, procurou-se 5) Identificar as características isomórficas da Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza. Dessa forma, podem-se identificar durante o processo de institucionalização, os três tipos de isomorfismo, coercitivo, mimético e normativo, com destaque para o normativo e coercitivo.

A pesquisa apresentou algumas limitações, dentre elas tem-se: alguns feirantes recusaram-se a participar das entrevistas devido à insatisfação com a Feira, por estarem ocupados, pelo horário das entrevistas (alguns diziam que era cedo demais, outros que era tarde), devido ao aumento do fluxo de pessoas (alta estação); os entrevistados eram objetivos em suas respostas e não explanavam com muitos detalhes os acontecimentos, além de preocuparem-se com o tempo gasto; reforma na unidade da SER II da Avenida Beira Mar, o que impossibilitou o acesso a alguns dados.

Mostrou-se, com este artigo, as profundas mudanças ocorridas em uma das Feiras mais conhecidas do Ceará à luz da Teoria Institucional, identificando como um objeto do cotidiano dos fortalezenses tornou-se um dos mais marcantes símbolos da cidade, conquistando sua legitimidade através da luta dos feirantes junto aos órgãos públicos.

Para futuras pesquisas, sugere-se estudar o processo de institucionalização da Feira de Artesanato da Beira Mar do ponto de vista do governo e dos turistas. Pode-se também estudar outras feiras, como a Feira da Sé e as feiras que acontecem nas praças da cidade.

REFERÊNCIAS

- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 16. ed. Petrópolis: Vozes, 1989.
- BAUER, Martin; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 9 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.
- CAIADO, Aurélio Sérgio Costa. Algumas considerações sobre economia criativa. In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 4, 2008. **Anais...** Bahia: UFBA, 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14643-04.pdf>>. Acesso em: 16 Junho 2013.
- COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo e quantitativo**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- DEEPHOUSE, David L; SUCHMAN, Mark. **Legitimacy in Organizational Institutionalism**. In: GREENWOOD, Royton; OLIVER, Christine; SAHLIN, Kerstin; SUDDABY, Roy. *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. Los Angeles, Califórnia: SAGE Publications Ltd, 2008. p. 49-77.
- DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (DCMS). **Creative industries mapping document**, 2001. Disponível em: <http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998.htm>. Acesso em 25 de Maio de 2013.
- DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. Jaula de ferro revisada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. In: CALDAS, Miguel P.; BERTERO, Carlos Osmar. **Teoria das organizações**. São Paulo: Atlas, 2007.
- FACHIN, R. C.; MENDONÇA, J. R. C. Selznick: Uma Visão da Vida e da Obra do Precursor da Perspectiva Institucional na Teoria Organizacional. In: VIEIRA, M. M. F.; CARVALHO, C. A. (Org.). *Organizações, Instituições e Poder no Brasil*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

GONÇALVES, Luiz Antônio Araújo. **Traçando mobilidades e tecendo territorialidades: o comércio de artesanato Beira-Mar de Fortaleza/Ce.** 2009. 201 p. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Estadual do Ceará, Centro de Ciências e Tecnologia.

GREENWOOD, Royton; OLIVER, Christine; SAHLIN, Kerstin; SUDDABY, Roy. Introduction. In: **The Sage Handbook of Organizational Institutionalism.** Los Angeles, Califórnia: SAGE Publications Ltd, 2008. p. 1-46.

LIMA, Bruno Chaves Correia. **Economia criativa no Ceará: Um estudo da institucionalização do campo do humor.** Dissertação (Mestrado em Administração e Controladoria) – Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2012.

MACHADO-DA-SILVA, Clóvis L.; GUARIDO FILHO, Edson R. **Campos organizacionais: seis leituras e a perspectiva de estruturação.** Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, Edição Especial, 2010, art. 5, pp. 109-147.

MAY, Tim. **Pesquisa social: questões, métodos e processos.** 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA. **Decreto n 9143, de 09 de Julho de 1993, com nova redação dada pelo decreto n9300 de 17 de Janeiro de 1994.** 1994

QUINELLO, Robson. **A teoria institucional aplicada à administração.** São Paulo: Novatec, 2007.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de pesquisa.** 3 ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2013.

SECRETARIA DE CULTURA DE FORTALEZA. **Você sabe o que é um patrimônio cultural?** Disponível em: < <http://www.fortaleza.ce.gov.br/cultura/voce-sabe-o-que-e-um-patrimonio-cultural>>. Acesso em: 15 de Junho de 2013.

SECRETARIA EXECUTIVA REGIONAL II. **Relatório de fiscalização do comércio ambulante.** 2013.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Programa Sebrae de Artesanato - Termo de referência.** SEBRAE, 2004. Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br/arquivos/programaseprojetos/artesanato/artesanato-p1.pdf>>. Acesso em: 15 de Junho de 2013.

THIRY-CHERQUES, HERMANO ROBERTO. Saturação em pesquisa qualitativa: estimativa empírica de dimensionamento. **Revista Brasileira de Pesquisa de Marketing e Opinião Pública.** 2009. Disponível em:<http://www.revistapmkt.com.br/Portals/9/Edicoes/Revista_PMKT_003_02.pdf>. Acesso em: 18 de Junho de 2013.

TOLBERT, Pamela S.; ZUCKER, Lynne G. **A institucionalização da teoria institucional.** In: CLEGG, S.; C. HARDY, C.; NORD, W. (Org). Handbook dos estudos organizacionais. São Paulo: Atlas, 1998, v.1, p. 196-219.

UNCTAD. **Relatório de economia criativa 2010.** Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/economiacriativa/wp-content/uploads/2013/06/relatorioUNCTAD2010Port.pdf>>. Acesso em: 20 Junho 2013.

UNESCO. **Patrimônio Cultural no Brasil.** Disponível em: < <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/cultural-heritage/>>. Acesso em: 16 de Junho de 2013.

VERGARA, Sylvia; SILVA, Heliana. Organizações artesanais: um sistema esquecido na teoria das organizações. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão.** v. 6, n. 3. Lisboa. Jul. 2007. Disponível em: < <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/rpbg/v6n3/v6n3a04.pdf>>. Acesso em: 15 de Junho de 2013.

YIN, Robert K. **Estudo de caso.** 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.