



**UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-
BRASILEIRA – UNILAB
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO – PROGRAD
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – ICSA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA PRESENCIAL**

STÉFANNY JERÔNIMO PASSOS

**MULHERES INDÍGENAS E O EMPREENDEDORISMO CULTURAL E
FINANCEIRO: ESTUDO NA ETNIA KANINDÉ, ARATUBA, CEARÁ, BRASIL.**

REDENÇÃO, CEARÁ, BRASIL

2021

Stéfanny Jerônimo Passos

Mulheres indígenas e o empreendedorismo cultural e financeiro: estudo na etnia Kanindé,
Aratuba, Ceará, Brasil.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Administração Pública presencial do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), como requisito para obtenção do título de Bacharela em Administração Pública.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Roberto Xavier

Redenção, Ceará, Brasil

2021

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Sistema de Bibliotecas da UNILAB
Catalogação de Publicação na Fonte.

Passos, Stéfanny Jerônimo.

P289m

Mulheres indígenas e o empreendedorismo cultural e financeiro:
estudo na etnia Kanindé, Aratuba, Ceará, Brasil / Stéfanny Jerônimo
Passos. - Redenção, 2021.

31f: il.

Monografia - Curso de Administração Pública - Semestral,
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade da Integração
Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Redenção, 2021.

Orientador: Prof. Dr.º Antônio Roberto Xavier.

1. Empreendedorismo. 2. Cultura. 3. Mulheres Indígenas. 4.
Etnia Kanindé. I. Título

CE/UF/BSCA

CDD 658.114

Stéfanny Jerônimo Passos

Mulheres indígenas e o empreendedorismo cultural e financeiro: estudo na etnia Kanindé,
Aratuba, Ceará, Brasil.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Administração Pública presencial do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), como requisito para obtenção do título de Bacharela em Administração Pública.

Data: 13/04/2021

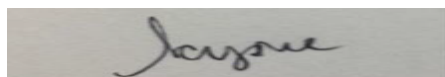
Banca Examinadora



Professor Doutor Antônio Roberto Xavier (Presidente) Universidade da integração
Internacional da Lusofonia Afro-brasileira – UNILAB



Professora Doutora Rosalina Smedo de Andrade Tavares (Examinadora) Universidade da
integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira – UNILAB



Professora Doutora Maria do Rosário de Fatima Portela Cysne (Examinadora) Universidade
da integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira – UNILAB

Ao meu Deus, obrigada por sua infinita bondade, por seu imenso amor, por nunca ter me desamparado e por ter renovado minhas esperanças a cada amanhecer.

A minha família que sempre foi meu porto seguro, em especial a meus pais, Francisco de Assis e Edna Passos que sempre foram minha maior inspiração.

A todas as mulheres indígenas do nosso Brasil, em especial as da Etnia Kanindé que foram fundamentais para o êxito dessa pesquisa.

AGRADECIMENTOS

Ao Deus Todo-Poderoso, a meus pais que nunca mediram esforços para incentivar minha vida acadêmica, que sempre estiveram presentes nos bons e maus momentos da minha vida, torcendo e orando por mim, por todas as vezes que ambos acordavam muito cedo para não deixar faltar nada na mesa, por me ensinarem que nada nessa vida vale mais do que ter toda a família reunida e feliz, tudo que sou e que conquistei até hoje eu devo a vocês.

A minhas irmãs, Grazielle Passos e Samina Passos e aos meus amigos Wenny Paz e Priscila Raney por todo apoio e incentivo dado em toda minha trajetória acadêmica, por mostrarem que independente da situação estariam sempre ao meu lado.

A meu esposo João Neto, por seu amor e apoio em todas as horas; e à nossa filha Elisa, que ainda não nasceu, mas já é a materialização do nosso amor.

A Unilab, universidade que me orgulho em falar que faz parte da minha formação acadêmica, a todos os professores que contribuíram para o meu conhecimento. Aos amigos que lá formei em especial Mariana Castro e Valéria Oliveira que sempre acreditaram nos meus sonhos, por todos os momentos de estudos, vocês fazem parte dessa conquista e mais que isso são pessoas essenciais em minha vida.

Ao meu orientador Prof. Dr. Antônio Roberto Xavier, por ter me orientado em todo o processo de construção do meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), que esteve sempre disposto a tirar minhas dúvidas e por ser compreensível em todos os momentos.

Aos professores da Banca Examinadora, Professora Doutora Rosalina Semedo de Andrade Tavares e Professora Doutora Maria do Rosário de Fatima Portela Cysne.

A todo o povo Kanindé da aldeia Fernandes, Aratuba/CE, pela atenção e contribuição para a realização dessa pesquisa. Em especial a Antônia dos Santos e ao Elenilson dos Santos por toda informação repassada, sem vocês esse trabalho não teria sido realizado.

Por fim, a todos que me ajudaram de forma direta ou indireta na conclusão desse trabalho. Gratidão a cada um!

“Ser forte não significa exercitar os músculos. Significa encontrar seu próprio brilho sem fugir, vivendo ativamente com a natureza selvagem de uma maneira própria. Significa ser capaz de aprender, ser capaz de defender o que sabemos. Significa se manter e viver”

Clarissa Pinkola Estés

RESUMO

O Empreendedorismo cada vez mais vem se tornando uma opção de carreira para muitas pessoas, tendo ele um grande leque de tipos e especialidades, sendo um deles o empreendedorismo cultural e financeiro. Dessa maneira, o presente trabalho de pesquisa tem por objetivo compreender e descrever as atividades empreendedoras e seus significados no âmbito cultural e financeiro praticadas por mulheres da etnia Kanindé do Sítio Fernandes em Aratuba-CE. Para a realização desse estudo empregou-se a pesquisa do tipo exploratório-descritivo de natureza básica com abordagem qualitativa, tendo como método procedimental, o estudo de caso. A técnica de coleta de dados e informação utilizada foi o questionário/formulário com perguntas abertas de resposta única e semiaberto, aplicados a sete mulheres indígenas empreendedoras residentes na Etnia Kanindé, Ceará, Brasil. Quanto as técnicas de análise, empregou-se a análise do discurso sociohistórica contextual. Ao analisar os dados e informações de forma interpretativa encontraram-se resultados bastante significativos sobre de que maneira as atividades empreendedoras são representadas no âmbito cultural e financeiro, assim como as motivações e desafios revelados pelas mulheres indígenas empreendedoras participantes deste estudo. Apesar de existir alguns desafios, o empreendedorismo realizado por mulheres indígenas na Etnia Kanindé envolve mais a realização pessoal e a preservação da cultura indígena do que qualquer dificuldade que se possa existir, o que as tornam cada vez mais motivadas a continuar exercendo o papel de empreendedoras.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Cultura. Mulheres Indígenas. Etnia Kanindé.

ABSTRACT

Entrepreneurship is increasingly becoming a career option for many people, having a wide range of types and specialties, one of which is cultural and financial entrepreneurship. In this way, the present research work aims to understand and describe the entrepreneurial activities and their meanings in the cultural and financial scope practiced by women of the Kanindé ethnic group from Sítio Fernandes in Aratuba-CE. To carry out this study, exploratory-descriptive research of a basic nature with a qualitative approach was used, using the case study as a procedural method. The technique of data and information collection used was the questionnaire / form with open questions with a single and semi-open answer, applied to seven entrepreneurial indigenous women residing in the Kanindé ethnic group, Ceará, Brazil. As for the analysis techniques, the contextual socio-historical discourse analysis was used. When analyzing the data and information in an interpretive way, we found quite significant results on how the entrepreneurial activities are represented in the cultural and financial scope, as well as the motivations and challenges revealed by the entrepreneurial indigenous women participating in this study. Although there are some challenges, the entrepreneurship carried out by indigenous women in the Kanindé ethnic group involves more personal fulfillment and the preservation of indigenous culture than any difficulties that may exist, which make them more and more motivated to continue exercising the role of entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurship. Culture. Indigenous Women. Kanindé ethnicity.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 POVO KANINDÉ DE ARATUBA: ORIGEM E CONQUISTA DA TERRA	14
3 MULHERES KANINDÉ: EMPREENDEDORISMO CULTURAL E FINANCEIRO	19
4 COLETA/GERAÇÃO DE DADOS, INTERPRETAÇÃO E RESULTADOS	23
4.1 Descrição do cenário de pesquisa	23
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	28
REFERÊNCIAS	30

1 INTRODUÇÃO

Visto como impulsionador de talentos, o empreendedorismo vem ao longo dos tempos se tornando um grande potencializador na economia do país, tendo como uma de suas principais características ser conduzido por alguém que seja dotado de habilidades especiais, capaz de transformar ideias em realidade, o denominado empreendedor (FATTURI, 2013). O termo empreendedor vem do francês *entrepreneur*, que significa aquele que assume riscos e começa algo novo (CHIAVENATO, 2007). O empreendedor não é somente aquela pessoa que inicia um trabalho, ou põe em prática o que se planeja, é aquela que está disposta a assumir riscos e manter novas ideias constantemente. Continuadamente, os empreendedores sendo eles homens ou mulheres, estão surgindo em diferentes idades, com diferentes classes sociais e com diferentes ideias.

Para alguns economistas o empreendedor é essencial para o processo de desenvolvimento econômico, e em seus modelos são mais considerados os sistemas de valores da sociedade, no qual é fundamental o comportamento individual dos seus integrantes. Em suma, o desenvolvimento econômico necessita que em sua base existam-se líderes empreendedores. De nada se vale se apenas existir o conhecimento acumulado. É preciso que se corra risco, se erre para assim obter bons resultados.

O bom empreendedor é aquele que agrega valor a produtos e serviços e ao mesmo tempo está preocupado em preservar a gestão de recursos, sem esquecer-se dos conceitos fundamentais de eficiência e eficácia. Drucker (1998) não vê os empreendedores causando mudanças, mas vê os empreendedores explorando as oportunidades que as mudanças criam (na tecnologia, na preferência dos consumidores, nas normas sociais etc.). Essa é a definição básica de empreendedor e empreendedorismo: o empreendedor está sempre buscando mudança, e observa as respostas e os novos experimentos que a mudança trás como uma nova oportunidade de negócio.

Por muitos autores os brasileiros são vistos como potenciais empreendedores. Sendo a cultura do Brasil considerada a do empreendedor espontâneo. No qual, o ponta pé inicial parte do estímulo, vindo ele da necessidade ou interesse em um novo empreendimento por exemplo. O Brasil está sentado em cima de uma das maiores riquezas naturais do mundo ainda relativamente pouco explorada: o potencial empreendedor dos brasileiros (BAGGIO, 2014). E somente os brasileiros tem o poder de fazer essa afirmativa acontecer.

Sabendo disso, o presente trabalho tem o foco voltado para mulheres indígenas e o empreendedorismo feminino cultural e financeiro. Para compreender as atividades

empreendedoras e seus significados no âmbito cultural e financeiro é necessário que se entenda a relação entre elas e de que forma a mulher indígena se coloca como mobilizador de recursos econômico-financeiros. Vendo a independência financeira de mulheres busquei compreender as motivações e os desafios encontrados por elas, observando sua historicidade, sua luta e resistência por espaço igualitário. Motivos como o sustento da família, realização pessoal, valorização da cultura, dentre outros, são fatores que podem ter influenciado a inserção das mulheres indígenas no mundo do empreendedorismo.

Ao longo do tempo, ainda com muita dificuldade, pouco a pouco as mulheres indígenas buscam ter o seu espaço no mercado de trabalho, na educação, no meio político e também no empreendedorismo. Um desses casos são as associações que se formam para ajudar as mulheres indígenas no seu desenvolvimento pessoal, como por exemplo, a AMARN (Associação das Mulheres Indígenas do Alto do Rio Negro), de Manaus (AM) que foi criada em 1984 com o intuito de gerar capacitação profissional e as orientar sobre a garantia dos seus direitos.

O empreendedorismo cultural tem o foco na compreensão da cultura como recurso teórico, em que qualquer tipo de empreendedor o utiliza como base para convencer e engajar os seus parceiros de negócios. Ou seja, para que sua ideia seja absorvida, o empreendedor precisa de uma base histórica, que nessa situação, ele a usa para realizar sua obra e também para se unir a própria obra (DAVEL; CORÁ, 2016). Para Lounsbury e Glynn (2001), o empreendedor cultural é aquele que conta histórias que inspiram e convencem e fazem. As histórias são tidas como materiais simbólicos e culturais, sendo elas o ponta pé inicial para a criação de novos empreendimentos, a fim de que se gere capitais e novas riquezas.

De fato, o empreendedorismo cultural está diretamente ligado a história em que se baseia a criação de seu produto, sendo assim, as mulheres indígenas usam sua historicidade e prática cultural para desenvolver suas atividades empreendedoras. A partir disso, torna-se plausível o seguinte questionamento: de que modo a cultura atua na formação do empreendedorismo feminino indígena, e quais as motivações e dificuldades encontradas no desenvolvimento de suas atividades empreendedoras?

Diversos são os pressupostos justificadores para a construção desta pesquisa. O primeiro deles parte do interesse pessoal, considerando que esta pesquisadora seja natural do município de Aratuba, Ceará e se orgulha em mostrar e valorizar as suas origens. Outra justificativa plausível que incentivou a presente pesquisa baseia-se no fato de que esta pesquisadora está concluindo o curso de Bacharelado em Administração Pública presencial.

Nesse sentido, o mais importante dos pressupostos justificadores para a realização desta pesquisa é em razão de trazer à tona uma temática escassa de pesquisas, porém, bastante relevante para a historiografia da gestão local, a saber: o empreendedorismo cultural e financeiro praticado por mulheres indígenas que usam seus conhecimentos culturais para a venda, em uma cidade do interior, onde o empreendedorismo se torna ainda mais complexo, mas indispensável tanto por perpetuar e difundir o patrimônio imaterial cultural, como também servir de alternativa material para o sustento das famílias da etnia Kanindé, do Sítio Fernandes, em Aratuba, Ceará.

Seguindo esse pensamento, o presente estudo tem por objetivo geral compreender e descrever as atividades empreendedoras e seus significados no âmbito cultural e financeiro praticadas por mulheres da etnia Kanindé do Sítio Fernandes em Aratuba-CE.

A partir disso, expõe-se como as mulheres indígenas se encontram como donas do próprio negócio. Bem como suas dificuldades, motivações e interesses a esse segmento. Para isto, o presente trabalho encontra-se dividido em elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais.

Metodologicamente, a presente pesquisa é constituída por um estudo de caso do tipo exploratório-descritivo de abordagem qualitativa com amostra de mulheres indígenas empreendedoras, algumas sendo donas de casa, estudantes, que tornam seu aprendizado cultural em produtos para venda no município de Aratuba. As técnicas escolhidas para a coleta de dados foi o de questionário/formulário de resposta única e semiaberto, objetivando compreender as atividades empreendedoras e seus significados, assim como as dificuldades e motivações encontradas por essas mulheres pesquisadas, através de um esquema de perguntas de resposta única e semiabertas, a partir de dimensões e suas respectivas perguntas:

Dimensão 1 – Perfil das mulheres empreendedoras; Qual sua faixa etária? Qual seu estado Civil? Tem filhos?

Dimensão 2 – Reconhecimento da cultura como fonte de renda; Foi de iniciativa própria que você começou a vender artigos indígenas? Você se sente motivada por estar vendendo itens que fazem parte da sua cultura?

Dimensão 3 – Dificuldades e motivações encontradas; Você sente que por ser mulher se torna mais difícil entrar no ramo do empreendedorismo?

Segundo Creswell (2010) o método qualitativo se volta para a compreensão histórica dos participantes, expandindo o conhecimento do fenômeno pesquisado. A abordagem qualitativa busca compreender o comportamento dos indivíduos, assim como suas particularidades, experiências, dentre outros aspectos. Para Gil (2010, p. 133) “a análise

qualitativa depende de muitos fatores, tais como a natureza dos dados coletados, a extensão da amostra, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que nortearam a investigação”. Desta maneira, a presente pesquisa está baseada nos fundamentos da abordagem qualitativa.

Após a organização dos elementos pré-textuais, descritos desde a capa até o sumário, passamos a descrever os elementos textuais presentes no estudo de caso que foram divididos da seguinte forma: a presente introdução composta pelo problema de pesquisa, a justificativa, os objetivos (geral e específicos) e a fundamentação metodológica.

Em subsequência a introdução, temos o capítulo 2, com o seguinte tema: Povo Kanindé de Aratuba: origem e conquista da terra. O segundo momento é dedicado à explanação de uma breve retrospectiva da história indígena no Brasil, do local e etnia estudada, destacando sua historicidade, conquistas e culturas.

No capítulo 3, sob a temática de: Mulheres Kanindé: empreendedorismo cultural e financeiro é relatado a trajetória da mulher no ramo do empreendedorismo, alguns exemplos de mulheres que defendem essa luta, a inserção da mulher indígena no empreendedorismo, assim como dificuldades existentes e também dados positivos sobre esse assunto, conciliando e complementando tudo isso com o financeiro.

No quarto capítulo, é descrito a coleta/geração de dados acompanhada da interpretação de cada resultado obtido a partir da pesquisa feita na Aldeia Kanindé, assim como a visão das mulheres entrevistadas, algumas de suas falas e sua relação com o contexto teórico explanado na pesquisa.

Desta maneira, no capítulo 5 foram traçadas as considerações finais identificadas em toda a construção da presente pesquisa e da análise das fontes bibliográficas, dos dados e informações obtidos na pesquisa de campo. Configurando-se assim como o ápice da pesquisa, momento que acontece o delineamento do entendimento sobre o assunto pesquisado.

2 POVO KANINDE DE ARATUBA: ORIGEM E CONQUISTA DA TERRA

Compreender a realidade dos nativos indígenas no e do Brasil é necessário para que se entenda a realidade local. Nesse sentido vale relembrar que em 1500, os colonizadores portugueses chegaram ao Brasil e se depararam com uma população nativa indígena estimada entre 3 e 5 milhões de pessoas, distribuídas em cerca de 900 etnias e 1.300 troncos linguísticos (GOMES, 1991; RAMOS, 1995). A partir daí começou-se a luta propriamente

dita, a cultura dos indígenas era cada vez mais ignorada pelos colonizadores e em troca disso os mesmos buscavam implantar a sua como superior.

Os povos indígenas sempre estiveram presentes na história do Brasil, mesmo antes da chegada dos colonizadores portugueses até hoje eles continuam se fazendo presente em toda nossa historicidade. Com grande participação e contribuição para a cultura brasileira, a inserção dos índios em nossa historiografia foi conquistada através de muita luta e resistência.

Segundo a Fundação do Índio (FUNAI) de 1500 até a década de 1970 muitos povos foram extintos, o que ocasionou que a população indígena brasileira diminuísse consideravelmente. A extinção dos povos indígenas passou a ser analisado como uma circunstância histórica, fato a ser lamentado, contudo, inevitável. No entanto, nas últimas décadas do século passado essa situação começou a mudar. De acordo com o último Censo Demográfico realizado pelo IBGE, em 2010, o número populacional é de 817.963 indígenas, dos quais 502.783 vivem na zona rural e 315.180 habitam as zonas urbanas brasileiras. Este Censo revelou que em todos os Estados da Federação, inclusive do Distrito Federal, existem populações indígenas.

Desde a década de 1990, os historiadores no Brasil têm se voltado para o estudo dos índios, valorizando assim os processos históricos por eles vivenciados. A grande maioria das pesquisas feitas estão sempre apontadas para a análise nos próprios índios, buscando sempre compreender suas formas e seus objetivos nas situações por eles vividas. Entender a cultura e etnicidade como produtos históricos, dinâmicos e flexíveis, que continuamente se constroem através das complexas relações sociais entre grupos e indivíduos em contextos históricos definidos, permite repensar a trajetória de inúmeros povos que por muito tempo foram considerados misturados e extintos. (ALMEIDA, 2012).

A história cultural, tal como se entende, tem por principal objecto identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída, pensada, dada a ler (CHARTIER, 1990, p.17). A partir dessas afirmativas, inicia-se um breve resumo sobre a Etnia Kanindé.

Segundo a última atualização do blog da Escola Indígena Manoel Francisco dos Santos, a população indígena de Aratuba é dividida em 185 famílias em Aratuba e 13 em Gameleira Canindé no pé da serra do pindá. Contabilizando assim cerca de 710 índios, sendo eles crianças, jovens, adultos e anciões. É nesse espaço populacional que se vive o povo Kanindé, que estão localizados a cinco quilômetros da cidade de Aratuba na localidade de Fernandes, antigamente conhecida como “Terra da Gia” e a 148 km da capital Fortaleza.

Figura 01 - Vista da aldeia Kanindé em Fernandes, Aratuba-CE



Fonte: <<https://docplayer.com.br/125398505-Povo-kaninde-de-aratuba-ce-historia-afirmacao-etnico-cultural-e-educacao-1.html>>.

Uma curiosidade sobre a comunidade indígena Kanindé, localizada em Fernandes, Aratuba-Ce segundo o blog da Escola Indígena Manoel Francisco dos Santos é que

Segundo as pessoas mais velhas da comunidade, antes de 1995 a população ainda não tinha se declarado como índios por medo de represalias e preconceitos, pois seus pais haviam repassado para eles quando crianças que os “brancos” matavam os índios, assim permaneceram no anonimato até esta data quando receberam apoio da AMITE associação missão Tremembé (2018).

Pertencentes ao grupo étnico Tarariús, que anteriormente habitavam as áreas adjacentes à bacia hidrográfica dos rios Choro, Quixeramobim e Banabuiú, o povo Kanindé leva esse nome graças à tradição vivida por seus antecessores, que prezavam manter a memória viva dos seus chefes dando seus nomes a cada grupo. Sendo assim, quando o sucessor de Janduí, respeitado líder da tribo, veio a ser Canindé, o nome da tribo também passou a ser o mesmo e somente em 1995, com a reivindicação de identificação e afirmação étnica cultural passaram a utilizar o etnônimo “Kanindé” (GOMES, 2012).

Após passar por vários conflitos e assento de pazes, em 1996, foi iniciado o processo de delimitação da terra do povo Kanindé, a partir de um acirrado conflito pelo em torno da “Terra da Gia”, que reuniu todo povo Kanindé contra um grupo de trabalhadores da Fazenda Alegre que buscava incluir parte da terra indígena nas áreas de cultivo da fazenda. Contudo, a área cobiçada já era tradicionalmente dos Kanindés, que a utilizavam para a caça, agricultura familiar e desenvolvimento de suas tradicionais práticas culturais (MARTINS; SANTOS, 2016).

Com a ajuda e intervenção da Associação Missão Tremembé (AMITE), o reconhecimento étnico cultural foi conquistado e hoje corresponde à totalidade da localidade de Fernandes, que equivale a 300 hectares, já o território completo da terra indígena segundo o relatório de delimitação territorial da FUNAI do ano de 2011, corresponde a 1.793,01 hectares de extensão territorial. A luta e resistência do povo Kanindé em defender seu território e sua cultura ia muito além do que somente a representação de posse, a parte material era muito importante, contudo, a memória ancestral e cultural do seu povo era algo mais representativo. A compreensão dessa memória retrata e ratifica que “nós somos animais completos e inacabados que nos completamos através da cultura – não através da cultura em geral, mas de formas altamente particulares de cultura” (GEERTZ, 1978, p. 153).

Seus atuais líderes são: José Maria Pereira dos Santos, mais conhecido como cacique Sotero, que luta pela defesa do território e de seu povo Kanindé; Manoel Constantino da Souza, o pajé Maciel, curandeiro e líder espiritual, incumbido de manter viva a memória e o legado histórico cultural do povo; e José Cicero Pereira dos Santos, o Cícero, fundador da Associação Indígena Kanindé de Aratuba (Aika) em 19 de outubro de 1998, que busca continuamente o reconhecimento étnico cultural e os direitos sociais do povo Kanindé. Além da Associação Aika, na sede dos Kanindés são existentes outras instituições como: Ponto de Memória ao lado, a Oca, a Capela de São José, a Escola Indígena Manoel Francisco dos Santos, fundada a partir de atos autônomos de reivindicações e defesa da etnia.

Figura 02 – Escola Indígena Manoel Francisco dos Santos



Fonte: <<http://escolakaninde-indio.blogspot.com/2015/02/volta-as-aulas.html>>.

Construída no ano de 2005, a Escola de rede Estadual Indígena apresenta-se sendo mais que uma instituição de ensino é um espaço de experiência sobre a vida em comunidade.

Além do ensino básico escolar os alunos aprendem sobre sua cultura, objetos, ritos, hábitos e etc., com o objetivo de unir a tradição e a cultura indígena com o mundo tecnológico que vivemos. Em 2018, segundo o blog da Escola Indígena Manoel Francisco dos Santos, a escola contava com um total de 163 alunos matriculados, esses divididos entre a pré-escola, ensino médio e em duas turmas de EJA, que funcionam à noite. A escola era composta por 18 professores, um diretor, um secretário, um porteiro, uma merendeira e mais seis funcionários cedidos pelo município. Entre os 18 professores, 2 não eram indígenas pois ainda não se tinha na comunidade pessoas capacitadas para lecionarem todas as disciplinas. Apesar de alguns professores da escola já possuir formação em nível superior.

O considerado primeiro marco de afirmação étnica e cultural dos índios Kanindés foi o Museu Indígena Kanindé. Aberto ao público a partir de 1996, a formação do seu acervo iniciou-se desde a década de 1990, onde pelas lideranças da etnia foram sendo guardados objetos de vivência pessoal (jornais, fotografias, materiais de eventos, objetos rituais e etc.), o museu é formado por um rico e diversificado acervo e representativo da cultura Kanindé, desde a fauna, representado pela caça, aos artefatos artesanais, que representa as práticas culturais cotidianas.

Figura 03 - Museu Indígena Kanindé: Ponto de Memória



Fonte: <https://amlatina.contemporaryand.com/pt/editorial/museos-indigenas/>

O Museu Kanindé funciona numa casa comum, que anteriormente era uma bodega, lugar de venda de feijão, milho, etc. Tendo como premissa “a grande paixão do cacique

Sotero em guardar e colecionar objetos que fizessem referência aos seus antepassados, seus costumes e modos de vida” (MARTINS; SANTOS, 2016, p. 30).

Os Kanindés também cultivam o sincretismo cultural religioso, sendo as principais: o Roubo do Santo e a Festa de São José. Outro exemplo de manifestação religiosa realizada pela comunidade é a comemoração a Festa de São José, padroeiro do Ceará, que ocorre no período de 9 a 19 de março. Além dessas manifestações religiosas, os Kanindés conservam a dança do toré como uma das expressões mais significativa da etnia. Sobre a aldeia Kanindé, não se pode esquecer também das lendas, curiosidades e superstições contadas pelos mais velhos, essas são tradições que perpassam gerações.

3 MULHERES KANINDE: EMPREENDEDORISMO CULTURAL E FINANCEIRO

O empreendedor possui um perfil com traços característicos, assim como também possui características de comportamento e maneira de agir. Segundo Bueno, Leite e Pilatti (2004) o empreendedor possui características que o definem como tal. Uma delas é o desejo constante de estar sempre se aprimorando e se atualizando, tendo isso como busca do aprendizado. Para Fillion (1999) o empreendedor é aquele que possui criatividade, conseguindo detectar oportunidades de negócios, toma decisões de riscos e é uma pessoa de visão. Kassai (1996) destaca as principais características presentes em pesquisas que procuram examinar o perfil do empreendedor, sendo elas: necessidade de auto realização, necessidade de desenvolver sua criatividade, autoconfiança, dedicação, busca de conhecimento, iniciativa, independência e disposição para assumir riscos.

Apesar dos desafios encontrados por mulheres ao entrarem em um caminho que historicamente é masculino, as empreendedoras estão cada vez mais alcançando os homens e eliminando barreiras ano após ano, em busca do reconhecimento e igualdade de oportunidades. Segundo Moraes (2015) o empreendedorismo no Brasil vem aumentando, com destaque para as mulheres que através da necessidade ou falta de oportunidade nas organizações optam pela carreira empreendedora.

O empreendedorismo feminino se apresenta como uma tendência em pleno desenvolvimento, que cada vez mais inspira mulheres a abrirem seus próprios negócios. De acordo com a pesquisa do SEBRAE publicada em 2019 em parceria com o GEM (Global Entrepreneurship Monitor), elas estão à frente de 34% dos negócios atuais, e 45% são empreendedoras e chefes de família. Em sua maioria, elas buscam empreenderem sozinhas, sendo o total de 81% de mulheres empreendedoras que não têm sócios e apenas 19% possuem

um ou mais sócios. As áreas de atuação das micro e pequenas empresárias estão em grande parte voltada para o comércio varejista de moda, serviços de beleza, negócios de alimentação, confecções, pequenas fábricas e atividades jurídicas/contábeis.

Segundo a pesquisa do SEBRAE citada anteriormente, as mulheres continuam ganhando 22% menos que os homens empresários, o que representa que embora se exista estatísticas positivas do empreendedorismo feminino, a discriminação de gênero ainda tem suas consequências no mundo dos negócios. Em relação de onde se surge o interesse de entrar no mundo empreendedorismo, pesquisas apontam que 44% das mulheres começam a empreender por necessidade, o que afirma ainda mais a dificuldade e desigualdade dessas mulheres se manterem no mercado de trabalho.

De acordo com a pesquisa “Empreendedorismo no Brasil: um recorte de gênero”, publicada em 2019 pela Rede Mulher Empreendedora, 35% das mulheres acreditam que seu negócio vai dar certo, enquanto o índice masculino é de 50%. Isso nos mostra como as mulheres precisam desenvolver a sua autoconfiança e liderança, sabendo que, em muitos casos, o problema não parte da falta de preparação ou da autoconfiança e sim do receio do preconceito, que por muitas vezes é maior que o reconhecimento da mulher como líder e empreendedora.

A partir dos dados e afirmações feitos acima, podemos destacar um exemplo prático e bem perto da realidade dessa pesquisa. Trata-se de uma mulher indígena, pertencente a etnia Kanindé, que atualmente, é a única mulher indígena eleita no Estado do Ceará. Elky Barroso, natural de Aratuba-Ce, dentre os 45 indígenas candidatos a cargos políticos apenas ela foi a única mulher eleita nas eleições municipais de 2020. Segundo uma publicação do portal de notícias “O povo online”, em uma entrevista realizada com a mesma, ela declara que em sua campanha como vereadora foi vítima de calúnias disparada em uma rede social. Em uma de suas falas ela diz: “[...] Quando entrei na política me falaram pra me preparar pra tudo, mas nunca pensei que chegaria a passar por isso.”. Além dessa situação, a vereadora Elky sofreu outras manifestações de preconceito por conta de sua origem indígena, como diz a seguir:

Ah, de onde que são índios?' Porque, para algumas pessoas, ser índio é estar no meio do mato e aqui no interior existem pessoas que não aceitam, que acham que a nossa luta é frescura... Infelizmente, ser índio é uma luta diária, principalmente para as lideranças que ainda lutam pelo próprio espaço da comunidade. (BARROSO; ELKY, 2020)

A partir desse relato feito com uma das mulheres que compõem o campo de pesquisa desse trabalho, observa-se de forma clara que a mulher indígena ainda sofre com a falta de

aceitação no campo político, como também a sua cultura, suas raízes a fazem passar por situações constrangedoras. Embora tenha se passado tantos anos de luta pelo reconhecimento da mulher indígena em meio à sociedade é lamentável ainda existir esse tipo de preconceito.

Desde a colonização em 1500, a mulher indígena passou a vivenciar com a violência e abusos em diversos níveis, sendo eles morais, físicos ou psicológicos. Ainda assim, após 520 anos de luta e resistência pelo espaço da mulher indígena no Brasil, vemos que atualmente esse espaço ainda não é algo que seja aceito ou considerado existente por todos. Contudo, a partir de ações de fortes mulheres, aos poucos essa realidade vai se tornando outra. Em âmbito global um grande marco para as mulheres foi o direito ao voto, conquistado em 1932, conquista essa que se deu a partir de grande luta e resistência. Outro grande exemplo de representatividade da mulher indígena no mundo político é a Joenia Wapichana, que foi a primeira mulher indígena a ser eleita como deputada Federal, em 2018. Assim como tantas outras mulheres indígenas que a cada dia mais crescem e buscam preservar sua cultura e origem.

Para entendermos melhor o desenvolvimento do empreendedorismo cultural no meio indígena vamos a seguir explanar a cerca da cultura. Considerando apenas as culturas desenvolvidas por povos indígenas brasileiros, é perceptível o vasto valor cultural. Uma das características das mulheres Kanindés é a valorização e o contato com a natureza, outra característica marcante e comum entre elas é a fabricação de utensílios religiosos e de decoração com base em argila, madeira, bambu e penas de aves, além da confecção de pinturas corporais utilizadas em processos de caça e de guerra ou em festivais religiosos, a produção de lambedores, brincos, pulseiras e artesanato em geral.

Figura 04 – Pinturas em cerâmica pertencentes ao povo Kanindé



Fonte: <https://kanindeescola.wixsite.com/escola-kaninde/links-para-estudos>

No artesanato do Povo Kanindé apresenta-se a Matemática por meio da simetria de seus traçados, dessa maneira, pode-se entender que a ornamentação geométrica de artesanatos

em madeiras, cerâmicas, tecidos, ou até mesmo nas pinturas corporais partem de vários conceitos e ideias matemáticas. Contudo, não significa dizer que a matemática existente nesses trabalhos só se torne válida por serem expressas dessa maneira, pelo contrário, a matemática também está presente na ornamentação da cestaria o que valoriza ainda mais o conhecimento matemático dos artesãos indígenas, demonstrando assim que o conhecimento usado na confecção de cestos ou pinturas, também pode ser estudado em sala de aula. Para Thomaz (1995), a cultura pode ser entendida como um código simbólico que possui uma dinâmica e uma coerência interna, além de ser compartilhado pelos membros de um grupo, mas que pode ser representado por membros que não pertencem a ele.

Para compreender o empreendedorismo cultural é necessário considerá-lo como novo meio de trabalho, tanto no ramo da cultura como também no das artes, pouco a pouco o número de auto empregados e/ ou de microempresários em artes e cultura vem crescendo no ramo das finanças. O “trabalhador cultural” passa por uma transição, para o chamado “empreendedor cultural” ou, então, para prestador de serviços profissionais na área da cultura (ELLMEIER, 2003). O empreendedorismo nasce da capacidade criativa de identificar e aproveitar uma oportunidade para assim desempenhar uma função. Essa necessidade pode partir de uma insuficiência financeira, sua realidade de vida, uma oportunidade de mercado, dentre outros fatores.

No conceito de empreendedorismo cultural, é existente a abordagem da cultura como discurso simbólico, que trata da preservação da cultura como contexto para empreender, sendo esse um dos motivos que mobiliza o empreendedor para convencer e obter engajamento com seus parceiros de negócio (DAVEL; CORÁ, 2016). As histórias que são contadas por ou sobre empreendedores podem determinar um novo empreendimento ao desenvolverem valores, entendimentos e interpretações favoráveis a respeito da viabilidade do empreendimento (LOUNSBURY; GLYNN, 2001). Desse modo, ao descreverem suas histórias, os empreendedores agem culturalmente, representativamente e simbolicamente, a fim de exporem suas propostas e potencializarem seus negócios.

Outra abordagem conceitual é a cultura como criação simbólica, que afirma se tornar impossível dissociar a cultura do processo de criação, pois a criação só acontece graças à ancoragem cultural (DAVEL; CORÁ, 2016). Tal entendimento é definido como a cultura sendo um experimento para todo um coletivo de pessoas, que fazem parte do processo de empreendimento. Tornando assim impossível que a cultura se dissocie do processo de criação, pois a criação só existe a partir da ancoragem cultural.

Segundo (HAGOORT; THOMASSENA; KOOYMAN, 2012), as pesquisas definem o empreendedorismo cultural como base na produção de bens e serviços culturais, que concentram seu valor no âmbito do simbolismo e dos significados culturais (MCCRACKEN, 2003; RAVASI, RINDOVA, 2013). Sendo assim, a cultura é vista através da análise dos produtos, sejam eles artefatos ou experiências, que no todo sustentam a cultura de uma sociedade ou de coletivos humanos.

4 COLETA/ GERAÇÃO DE DADOS, INTERPRETAÇÃO E RESULTADOS

4.1 Descrição do cenário da pesquisa

Cada vez mais a mulher se encontra presente no ramo do empreendedorismo, o que indica grande potencial econômico e uma significativa representação do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do país. De acordo com a pesquisa publicada pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em 2019/2020, pesquisa essa que é realizada com 49 nações, atualmente o Brasil se encontra como o sétimo país com maior número de mulheres empreendedoras. No total, são mais de 24 milhões de brasileiras que desenvolvem seu próprio negócio, movendo assim a economia e gerando empregos. Sabe-se ainda que a cultura se tornou um potencializador no empreendedorismo, trazendo consigo o significado de motivação e de desafios, que se insere no caso dessa pesquisa, realizada na etnia Kanindé, localizada na cidade de Aratuba, Ceará, Brasil.

Figura 05 - Mapa da Localidade de Fernandes



Fonte: Fonte: <https://kanindeescola.wixsite.com/escola-kaninde/about-us> (2014)

Os resultados coletados através da aplicação de questionários apontam diferentes características de mulheres empreendedoras. Em sequência, serão apresentados os resultados

da análise do perfil das mulheres indígenas entrevistadas, o que as levaram a empreender, as dificuldades e motivações encontradas.

Baseando-se no conceito de empreendedorismo cultural e financeiro, iniciou-se a análise o perfil dessas mulheres indígenas, através de três perguntas, tendo como objetivo traçar o perfil das mesmas, desta maneira, será apontado os principais resultados. Através da (Tabela 1), serão analisados os resultados sobre o perfil das mulheres indígenas empreendedoras:

Tabela 1: Perfil das mulheres indígenas empreendedoras

Perguntas	Respostas
Faixa Etária	17 a 35 anos (3) 36 a 55 anos (3) Mais de 55 anos (1)
Estado Civil	Solteira (1) União estável (1) Casada (4) Viúva (1)
Tem filhos?	1 filho (1) 2 filhos (3) 3 filhos (1) 4 filhos (1) Não (1)

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Segundo um estudo realizado pela “Rede Mulher Empreendedora”, em 2019, um importante dado é levantado, o estudo mostra que 59% das mulheres que empreendem são casadas e 52% têm filhos, sua justificativa se baseia em que a mulher ter mais flexibilidade de horário e mais tempo para a família são as principais motivações para as mesmas empreenderem.

Como podemos ver na (tabela 01) que diz respeito ao perfil das mulheres indígenas empreendedoras, ele se assemelha bastante com a pesquisa realizada pela Rede Mulher Empreendedora. Na tabela, a maioria das entrevistadas tem a idade média entre 17 e 55 anos, sendo a maior parte delas casadas e com filhos, somente uma das entrevistadas não tem filho.

Tabela 2: Reconhecimento da cultura como fonte de renda

Perguntas	Respostas
Foi de iniciativa própria que você começou a vender artigos indígenas? Justifique de onde partiu o interesse.	Renda extra (4) Inspiração em ver outra artesã (2) Por fazer parte da cultura e identidade (1)
Você se sente motivada por estar vendendo itens que fazem parte da sua cultura? Justifique.	Sentimento de realização pessoal (2) Práticas aprendidas desde a infância e pessoas como inspiração (2) Forma de representar a cultura, resistência e luta (2) Trabalho realizado por conta própria (1)

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Na tabela 2, podemos ver de que maneira a cultura se liga com o empreendedorismo. Na primeira pergunta feita na dimensão dois, foi-se questionado se o interesse partiu de uma iniciativa própria ou não, a partir dos dados levantados todas as entrevistadas responderam que sim e se justificaram de diferentes maneiras.

A maioria das entrevistadas se justificaram que o interesse partiu do objetivo de ter uma renda extra, de acordo com o GEM Brasil (*Global Entrepreneurship Monitor*, o estudo realizado em 2019 constatou que as representantes do sexo feminino empreendem movidas principalmente pela necessidade de ter outra fonte de renda, ou de adquirir independência financeira. Para associar as respostas obtidas a essa afirmação temos as seguintes falas:

“Aumento da renda da minha família” (K3).

“Sim, o interesse surgiu da minha vontade em fazer essas peças e também para ter uma renda extra” (K7).

Seguindo na mesma pergunta, duas respostas se destacam, pois as mesmas se fundamentam nas pesquisas realizadas para a construção desse trabalho. São elas:

“Por minha vó ser artesã sempre tive a curiosidade de saber quando era mais nova, então sempre que surgia a oportunidade em viagens, eventos eu vendia . Acredito que o desejo surgiu do exemplo dela.” (K4).

“Sim, desde 20 anos que comecei, dona Albertina que ensinou a mim e mais outras colegas a fazer croche e bordado a partir daí começou meu interesse.” (K5).

Segundo Lounsbury e Glynn (2001) as histórias que são contadas por ou sobre empreendedores podem determinar um novo empreendimento ao desenvolverem valores, entendimentos e interpretações favoráveis a respeito da viabilidade do empreendimento. Dessa maneira, vemos que exemplos de outras empreendedoras acabam desenvolvendo o mesmo interesse em outras mulheres, a partir dos seus valores e cultura.

Na segunda pergunta da dimensão dois, foi questionado as entrevistadas se elas se sentiam motivadas por estarem vendendo, ou seja, representando itens que fazem parte da cultura. Duas delas se sentem motivadas através da realização pessoal, outras duas por realizarem práticas aprendidas desde a infância e mais duas por ser uma forma de representar a cultura, resistência e luta, visto que se trata de mulheres indígenas empreendedoras, e por fim apenas uma respondeu não se sentir motivada, pois trabalha por conta própria.

Das sete respostas obtidas, duas são de grande importância para se destacar. São elas:

“Sim, pois como já falei o artesanato faz parte da nossa cultura, então é uma maneira de fortalecer mais ainda os nossos traços culturais!” (K1).

“Sim, desde a confecção até a venda o artesanato é uma forma de representar nossa cultura, resistência e luta. Vai além de só lucrar. O artesanato é renda para muitas famílias e sagrado também.” (K4).

A influência cultural indígena é muito presente em nossas vidas, desde a infância são estudados contos e lendas, apresentados costumes, alimentos, artes e tradições desse povo que é tão importante em toda historicidade brasileira. Manter sua cultura viva é de extrema importância social, pois faz parte das raízes de todos nós brasileiros.

Assim sendo, teoricamente Davel e Corá (2016), afirma que é existente a abordagem da cultura como discurso que trata da preservação da cultura como contexto para empreender. Dessa maneira, confirma-se que a cultura atua como motivador e mobilizador na vida dessas mulheres empreendedoras. O que responde a pergunta inicial para a construção dessa pesquisa.

Tabela 3: Dificuldades e motivações encontradas

Pergunta	Respostas
Você sente que por ser mulher se torna mais difícil entrar no ramo do empreendedorismo? Justifique.	A mulher já conquistou e vem conquistando cada vez mais seu espaço no empreendedorismo (5) Homens tem mais facilidade em serem reconhecidos (1) O ramo do empreendedorismo cultural indígena não tem concorrência com homens (1)

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Na tabela 3, dimensão específica para descobrir as dificuldades e motivações dessas mulheres empreendedoras, o questionamento levantado trata de analisar se o fato de ser mulher nesse ramo torna isso mais difícil ou se é visto como dificuldade. Para a maioria delas isso não se torna uma dificuldade, pois sabem que a mulher cada vez vem ocupando seu espaço no empreendedorismo, já para uma das entrevistadas os homens tem mais facilidade em ser reconhecido, o que se torna uma dificuldade para ela, já uma das outras entrevistada acha que isso não seja uma dificuldade, pois o ramo do empreendedorismo cultural indígena não tem concorrência com homens.

Levando em consideração todo o contexto histórico exposto nessa pesquisa, vemos que as mulheres indígenas empreendedoras buscam cada vez mais o reconhecimento em suas ações, na preservação da cultura e no seu espaço como mulher empreendedora no mundo financeiro, o que não é uma luta somente para elas e sim para todas as mulheres. Contudo, pesquisas apontam que o país tem aproximadamente 24 milhões de mulheres empreendedoras, como afirma a pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor*, conduzida pelo SEBRAE. Justificando todo esse contexto, temos duas falas que se destacam:

“Acredito que não se torna algo difícil, pois a cada dia a mulher vem se destacando na sociedade e tomando de conta do que direito seu! Acredito que basta a gente querer, e não deixar ninguém lhe rebaixar!” (K1).

Hoje em dia eu percebo que o mercado tem se tornado mais flexível em relação a isso, porém ainda existe uma certa resistência. Acredito que sim, que ainda tem uma certa dificuldade em entrar no ramo do empreendedorismo, pois o preconceito ainda tenta atrapalhar, porém com resistência e constância nós mulheres estamos conseguindo cada vez mais espaço para empreender e crescer. (K4).

Também de acordo com o SEBRAE, as mulheres são responsáveis por 34% dos empreendimentos criados no Brasil em 2018. Dados esses que expressam grande avanço se compararmos com o cenário macro político e econômico, visto que o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro cresceu 1,1% em 2018, na segunda alta anual consecutiva após 2 anos de retração. De acordo com o GEM Brasil (*Global Entrepreneurship Monitor*), o público feminino é mais expressivo do que o masculino, quando o assunto é a abertura de novos empreendimentos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O questionamento sobre de que forma a cultura atua na formação do empreendedorismo feminino indígena e quais as motivações e dificuldades encontradas parte da análise da preservação da cultura e também da necessidade de renda dessas mulheres. Sendo esta uma das críticas que se pode fazer, levando em consideração que o mercado financeiro ainda se encontra bastante difícil quando se trata de empregos para mulheres. Sabendo que atualmente os empregos ficam cada vez mais escassos essa realidade motiva diversas mulheres a criarem o seu próprio negócio, a fim de obter uma renda extra para a família.

Nessa pesquisa, pôde-se notar que os principais desafios encontrados pelas entrevistadas é a busca por uma renda extra, sendo esse um dos motivos pioneiros para a entrada das mesmas no ramo do empreendedorismo cultural. Apesar de dados nacionais confirmarem que cada vez mais as mulheres ocupam espaço no empreendedorismo e que seu gênero não influi nessa tomada de decisão, a realidade interiorana fica um pouco atrás, o que não torna algo universal, pois é um conceito que não abrange todas as mulheres indígenas empreendedoras.

Ainda tratando de empreendedorismo cultural, as motivações descritas pela grande maioria das entrevistadas estão diretamente ligadas ao sentimento de realização pessoal, a preservação da cultura e a prática de manter vivo os ensinamentos aprendidos desde a infância. O sentimento de estar contribuindo para a renda familiar também é um dos pontos para a realização pessoal, visto que a maioria das entrevistadas são casadas e tem filhos.

Falar da preservação da cultura indígena é um assunto de extrema importância, observando todas as lutas que há muitos anos é vivida por cada um, cada conquista realizada em todos esses anos fazem valer a pena a memória de cada traço, objeto, valores e dentre

outras características que compõem essa cultura. A presente pesquisa foi realizada em meio à pandemia mundial da COVID-19, momento de extrema calamidade e dificuldade comunicativa. Apesar da existência dessa dificuldade as mulheres e representantes da Etnia Kanindé abraçaram a pesquisa, facilitando assim a realização da mesma, a receptividade e acolhimento expresso pelos mesmos são de extrema admiração.

Em conclusão, por meio das pesquisas bibliográficas realizadas para este estudo, os dados obtidos e discussões apresentadas no trabalho podemos compreender e descrever os significados das atividades empreendedoras no âmbito cultural e financeiro. Chegando ao objetivo central da pesquisa e respondendo ao questionamento feito inicialmente, conclui-se que a cultura atua como impulsionador na formação do empreendedorismo feminino indígena, o que reflete no desejo de preservação da cultura e na realização pessoal das mulheres indígenas da Etnia Kanindé de Aratuba/CE. Em âmbito local, percebeu-se que as mulheres indígenas estão inseridas em um contexto que contém mais motivações do que dificuldades para a realização dessas atividades empreendedoras.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria Regina Celestino de. **Os índios na História do Brasil no século XIX**: da invisibilidade ao protagonismo. Rio de Janeiro, 2012.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. 2014. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**. Disponível em: <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/viewF%20ile/612/522>>; Acesso em 10 de abril de 2021.

BANKS, M. et al. **Risk and trust in the cultural industries**. Geoforum, The Netherlands v. 31, n. 4, p. 453-464, nov. 2000.

Blog: Escola Indígena Manoel Francisco dos Santos. 2018. Disponível em: <<https://kanindeescola.wixsite.com/escola-kaninde/links-para-estudos>>; Acesso em: 10 de abril de 2021.

BUENO, A. M.; LEITE, M.L.G.; PILATTI, L. A. **Empreendedorismo e comportamento empreendedor**: como transformar gestores em profissionais empreendedores. 2004. Disponível em: < http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2004_enegep0904_0898.pdf>; Acesso em: 10 de abril de 2021.

CHARTIER, Roger. **A história cultural**. Rio de Janeiro: Difel, 1990.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: Dando Asas ao Espírito Empreendedor. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 281 p.

CRESWELL, Jonh W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Porto Alegre: Arned, 2010.

DAVEL, Eduardo; CORA, Maria Amélia Jundurian. **Empreendedorismo cultural**: cultura como discurso, criação e consumo simbólico. Salvador, 2016.

Drucker, P. F. (1998). **Inovação e espírito empreendedor**: práticas e princípios. São Paulo: Pioneira

ELLMEIER, A. **Cultural Entrepreneurialism**: On the changing relationship Between the arts, culture and Employment. The International Journal of Cultural Policy, United States v. 9, n. 1, p. 3-16, 2003.

Escola Indígena Manoel Francisco dos Santos. Arratuba, 2018. Disponível em: <<https://kanindeescola.wixsite.com/escola-kaninde/about-us>>; Acesso em: 25 de março de 2021.

FATTURI, Karyne Carlos. **Análise histórica do empreendedorismo**: Estudo das principais características que definem um empreendedor de sucesso. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), UEZO, Rio de Janeiro, 2013.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. Abr/Jun. 1999, p. 5-28.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

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

Global Entrepreneurship Monitor – GEM(2019/2020). **Global Report**. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>>; Acesso em: 25 de março de 2021.

GOMES, Alexandre Oliveira. **Aquilo é uma coisa de índio: objetos, memória e etnicidade entre os Kanindé do Ceará**. 2012. 322 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2012.

HAGOORT, G.; THOMASSEN, A.; KOOYMAN, R. **On the principles of cultural entrepreneurship**. In: HAGOORT, G. et al (Ed.). *Pioneering minds worldwide: on the entrepreneurial principles of the cultural and creative industries*. Delft: Eburon Publishers, 2012.

JUST, Camile. **Dia do empreendedorismo feminino: somos 24 milhões de motivos para comemorar**. 19 de nov. de 2019. Disponível em:<<https://rme.net.br/2019/11/19/dia-do-empreendedorismo-feminino-somos-24-milhoes-de-motivos-para-comemorar/>>; Acesso em: 25 de março de 2021.

KASSAI, Silvia. **As Empresas de Pequeno Porte e a Contabilidade**. São Paulo: 1996. Dissertação de Mestrado, FEA /USP. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cest/n15/n15a04>>. Acesso em: 10 de abril de 2021.

LOUNSBURY, M.; GLYNN, M. A. **Cultural Entrepreneurship: stories, legitimacy, and the acquisition of resources**. *Strategic Management Journal*, Hoboken, v. 22, n. 6/7, p. 545-564, jun./jul., 2001.

MARTINS, S. G.; SANTOS, S. S. **Pelas veredas da memória: história, afirmação étnica e organização comunitária entre os índios Kanindé**. 2016. 49 f. (Monografia em Licenciatura Intercultural Indígena) – Programa de Graduação em Licenciatura Intercultural Indígena, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.

MORAIS, Simone de. **Mulheres empreendedoras no Brasil: fatores que as levam a empreender**. 07 de março de 2015. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/empreendedorismo/mulheresempreendedoras-no-brasil-fatores-que-as-levam-a-empreender/85498/>>; Acesso em: 10 de abril de 2021.

MCCRACKEN, G. **Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

RAMOS, Alcida Rita. **Sociedades indígenas**. São Paulo: Ática, 1995.

RAVASI, D.; RINDOVA, V. Criação de valor simbólico. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, Salvador, v. 2, n. 2, p. 13-35, maio/ago. 2013.

SOUSA, Alice. Quem é a única mulher indígena eleita no Ceará. **O povo online**; 04 de dez. de 2020. Disponível em:< <https://www.opovo.com.br/noticias/politica/2020/12/04/quem-e-a-unica-indigena-eleita-no-ceara.html>>; Acesso em: 10 de abril de 2021.

SPITALIERE, Juliana. Empreendedorismo feminino: tendências, desafios e histórias para se inspirar. **Conta azul Blog**. 30 de out. de 2020. Disponível em: <<https://blog.contaazul.com/empreendedorismo-feminino>>; Acesso em: 10 de abril de 2021.

THOMAZ, Omar Ribeiro. A Antropologia e o Mundo Contemporâneo: Cultura e Diversidade. In A. L. da Silva; Grupioni, L. D. B. (orgs.). **A Temática Indígena na Escola**. Brasília: MEC/MARI/UNESCO, 1995.

XAVIER, Antônio Roberto; VASCONCELOS, José Gerardo. Povo Kanindé de Aratuba-Ce: História, afirmação étnico-cultural e educação. **Revista Cocar**, 2018.