

ARTIGO

Valores do trabalho no contexto da economia criativa: um estudo com artesãs-empREENDEDORAS da cosmética natural

FRANCISCO EDSON RODRIGUES DA SILVA¹AUGUSTO CÉZAR DE AQUINO CABRAL¹SANDRA MARIA DOS SANTOS¹CONCEIÇÃO DE MARIA PINHEIRO BARROS²¹ UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC) / PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA, FORTALEZA – CE, BRASIL² UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC) / PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM POLÍTICAS PÚBLICAS E GESTÃO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR, FORTALEZA – CE, BRASIL

Resumo

Valores do trabalho representam o que os indivíduos consideram importante no ambiente laboral, suas motivações, seus comportamentos e suas atitudes. Pesquisas sobre esse tema alcançam diversos grupos, inclusive os de economia criativa, cujos produtos e serviços refletem criatividade, talento e cultura local. Nesse cenário, o setor de cosmética natural artesanal, especificamente a saboaria, propõe uma produção pautada pela sustentabilidade social, ambiental e econômica. Assim, este artigo busca analisar como os valores do trabalho se manifestam entre as artesãs-empREENDEDORAS do setor de cosmética natural. O lócus é Fortaleza, capital do Ceará, chancelada em 2019 como cidade criativa pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). Na coleta de dados, foram realizadas entrevistas baseadas numa adaptação qualitativa da Escala Revisada de Valores Relativos ao Trabalho (EVT-R). O processo se deu por meio de análise de conteúdo, com auxílio do Atlas.ti. Os resultados mostram que valores de “realização profissional” e de “relações sociais” são os temas mais mencionados, em especialmente ter um trabalho criativo e colaborar para o desenvolvimento da sociedade. Evidenciou-se uma rede colaborativa e revelou-se que a inexistência de regulamentação específica é a principal barreira para o crescimento do trabalho. Ademais, emergiram sentidos diversos daqueles trazidos pela teoria para os valores de estabilidade e de realização, apontando outras configurações para atividades não inseridas em modelos econômicos hegemônicos.

Palavras-chave: Valores do trabalho. Economia criativa. Artesãs-empREENDEDORAS. Cosmética natural artesanal. Saboaria natural artesanal.

Work values in the context of the creative economy: a study of female artisan-entrepreneurs in natural cosmetics

Abstract

Work values represent what individuals consider important in the work environment, such as motivation, behaviors, and attitudes. Research on this topic reaches different groups of workers, including those in the creative economy, whose products and services reflect creativity, talent, and local culture. In this scenario, the artisanal natural cosmetics sector, specifically soapmaking, proposes a production guided by social, environmental, and economic sustainability. Thus, this work aims to analyze how work values manifest among female entrepreneurs in the artisanal natural cosmetics sector. The locus is the Brazilian city Fortaleza, which, in 2019, was recognized by Unesco as a Creative City. Data was collected through interviews based on a qualitative adaptation of the Revised Work Values Scale. Content analysis was conducted using Atlas.ti software. The results show that professional fulfillment and social relations are the most present values, especially in terms of creative work and collaboration for the development of society. The existence of a collaborative network was demonstrated, and the lack of specific regulation was found to be the main obstacle to growth. In addition, different meanings emerged from those brought by the theory for the values of stability and fulfillment, pointing to other configurations for activities not inserted in hegemonic economic models.

Keywords: Work values. Creative economy. Female artisan-entrepreneurs. Artisanal natural cosmetics. Artisanal natural soapmaking.

Valores laborales en el contexto de la economía creativa: un estudio de mujeres artesanas empREENDEDORAS de cosmética natural

Resumen

Los valores laborales representan lo que los individuos consideran importante en el entorno de trabajo, sus motivaciones, comportamientos y actitudes. La investigación sobre este tema llega a diferentes grupos de trabajadores, incluidos los de la economía creativa, cuyos productos y servicios reflejan la creatividad, el talento y la cultura local. En este escenario, el sector de la cosmética natural artesanal, específicamente la jabonería, propone una producción guiada por la sostenibilidad social, medioambiental y económica. Así, este artículo pretende analizar cómo se manifiestan los valores del trabajo entre las empREENDEDORAS del sector de la cosmética natural artesanal. El lócus es Fortaleza, capital del estado de Ceará – Brasil, que en 2019 fue reconocida por la Unesco como Ciudad Creativa. Se utilizó una adaptación cualitativa de la Escala Revisada de Valores Relativos al Trabajo (EVT-R) y entrevistas semiestructuradas para recopilar datos de artesanas de cosméticos naturales. Para la observación de los datos se aplicó el análisis de contenido utilizando el programa Atlas.ti. Los resultados muestran que realización profesional y relaciones sociales son los valores más presentes, especialmente tener un trabajo creativo y colaborar al desarrollo de la sociedad. Se demostró la existencia de una red colaborativa de mujeres y se encontró que la falta de regulación específica es el principal obstáculo para el crecimiento de las artesanas. Asimismo, surgieron significados diferentes de los aportados por la teoría para los valores estabilidad y realización, señalando otras configuraciones para actividades que no se insertan en modelos económicos hegemónicos, como la actividad artesanal.

Palabras clave: Valores laborales. Economía creativa. Artesanas empREENDEDORAS. Cosmética natural artesanal. Jabonería natural artesanal.

Artigo submetido em 28 de junho de 2023 e aceito para publicação em 01 de novembro de 2023.

DOI: <https://doi.org/10.1590/1679-395120230131>

INTRODUÇÃO

O trabalho tem lugar central na vida humana, uma vez que é fonte de renda e subsistência, mecanismo de participação e inserção social, além de possibilitar o alcance de metas. Nesse contexto, a teoria dos valores do trabalho busca compreender os motivos pelos quais os indivíduos trabalham, suas alternativas, seus comportamentos e suas atitudes em relação ao próprio ofício (Porto & Tamayo, 2003).

Derivados da teoria dos valores gerais de Schwartz (1992), os valores do trabalho têm sido aplicados a diferentes ocupações, culminando na construção de escalas. No Brasil, destacou-se a Escala de Valores Relativos ao Trabalho (EVT), de Porto e Tamayo (2003), revisada por Porto e Pilati (2010), consolidando a Escala Revisada de Valores Relativos ao Trabalho (EVT-R), que agrupa 34 itens em 4 fatores: realização no trabalho, relações sociais, prestígio e estabilidade.

Este estudo pesquisa os valores do trabalho no campo da economia criativa, assumindo uma taxonomia que diverge da ideia anglo-saxã de indústria criativa. Nesta pesquisa, a economia criativa representa um modelo econômico mais endógeno (Leitão, 2018), voltado ao compartilhamento de saberes e práticas, ao contrário da propriedade intelectual, que é o mote da concepção anglo-saxã e pouco serve para o contexto das artesãs da cosmética natural, sujeitos desta pesquisa.

A economia criativa constitui uma alternativa para o desenvolvimento de economias emergentes, combinando aspectos como ritmo continuado de crescimento, dinamismo no comércio internacional e oportunidade de emprego em contextos de crise (Gouvea et al., 2020). Como um conjunto de atividades que têm como insumo a criatividade e o conhecimento (Leitão, 2018), ela materializa a simultaneidade do desenvolvimento econômico e cultural, vistos como partes do desenvolvimento sustentável (Yan & Liu, 2023).

Esta pesquisa se debruça sobre a cosmética artesanal e natural, especificamente a atividade de saboaria, uma prática ancestral fundamentada na utilização da flora como base para produtos de cuidados pessoais, higiene, beleza e terapia (Joshi & Pawar, 2015). Essa atividade traz consigo uma proposta de redução da poluição, uso de fontes renováveis, preservação das espécies e bem-estar animal, além de autocuidado, valorização da beleza natural, práticas de comércio justo e redução do consumo (Lin et al., 2018; Liobikiene & Bernatoniene, 2017; Rodrigues et al., 2021).

Estudos que articulam a teoria de valores do trabalho à economia criativa ainda são incipientes. Durante esta pesquisa, realizou-se um levantamento em bases de produções científicas brasileiras e internacionais, concluindo-se que os valores do trabalho têm sido amplamente estudados em relação a ofícios tradicionais e inseridos em modelos econômicos lineares e hegemônicos, resultando numa lacuna teórico-empírica quando se trata de atividades ligadas à economia criativa.

Diante do exposto, este artigo, de abordagem qualitativa e exploratória-descritiva, visa analisar como os valores do trabalho se manifestam entre as empreendedoras do setor de cosmética natural artesanal. O lócus da pesquisa é a cidade de Fortaleza, capital do Ceará, chancelada como cidade criativa do *design* (Prefeitura de Fortaleza, 2019) pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. A pesquisa investiga o ambiente empreendedor para negócios da cosmética natural artesanal e amplia os estudos sobre valores do trabalho no âmbito da economia criativa, associação ainda pouco explorada. A cosmética natural artesanal emerge como um segmento em expansão, alinhada a demandas sociais, como mudanças no consumo e sustentabilidade (Jog & Singhal, 2019; Lin et al., 2018), o que coloca o setor em evidência.

OS VALORES DO TRABALHO

Os valores relativos ao trabalho são princípios ou crenças sobre metas ou recompensas, hierarquicamente organizados, que as pessoas buscam por meio de seus ofícios e que guiam suas avaliações sobre resultados, contexto, alternativas do trabalho, bem como seu comportamento (Porto & Tamayo, 2003, p. 146), revelando motivações. Até a década de 1990, a maior parte das pesquisas sobre o tema não se fundamentava em modelos sólidos. No Brasil, Porto e Tamayo (2003) desenvolveram a EVT. O instrumento trazia 45 valores, agrupados em 4 fatores: realização no trabalho (busca de prazer, estimulação e independência de pensamento e ação), relações sociais (busca de relações sociais positivas e de contribuição para a sociedade pelo trabalho), prestígio (busca do exercício da influência sobre outras pessoas e do sucesso) e estabilidade (busca de segurança e estabilidade financeira).

Estudos como os de Campos et al. (2017), M. R. M. S. Silva et al. (2010), e F. E. R. Silva et al. (2020) focaram na análise de valores laborais em relação aos gêneros masculino e feminino. M. R. M. S. Silva et al. (2010) mostram que as mulheres priorizam valores ligados à realização e à estabilidade, como prazer e realização profissional, independência de pensamento e ação, além de autonomia intelectual e exercício da criatividade, segurança e ordem na vida. Homens, por sua vez, mostraram priorizar valores referentes a relações sociais e prestígio, como autoridade, sucesso profissional e poder de influência.

Esses resultados corroboram os estudos de Porto e Tamayo (2007), para quem as mulheres buscam realização no trabalho como mecanismo compensatório, uma vez que metas almejadas em outros contextos são historicamente desfavorecidas em razão das diferenças estruturais dos papéis masculinos e femininos. Ao mesmo tempo, o crescente papel da mulher como provedora poderia explicar também a valoração de aspectos relacionados com a estabilidade (M. R. M. S. Silva et al., 2010).

Já Campos et al. (2017) apontaram que mulheres enfatizam a busca por realização, expressada pela prática de trabalhos intelectualmente estimulantes, por autonomia, por liberdade de pensamento e de ação, além de estabilidade, manifestada pela segurança material.

F. E. R. Silva et al. (2020) avaliaram os valores do trabalho das mulheres que empreendem na economia criativa em Fortaleza, evidenciando que os de realização são os mais evidentes, o que se manifesta por meio de satisfação, realização e felicidade pessoais com um trabalho que requeira originalidade e criatividade.

A EVT foi revisada por Porto e Pilati (2010), resultando numa escala com 34 itens, agrupados em 6 fatores correspondentes aos tipos motivacionais de Schwartz (1992), que, por sua vez, foram agrupados em conjuntos motivacionais, correspondentes aos fatores da EVT de Porto e Tamayo (2003), conforme a Quadro 1. Assim, A EVT-R constitui uma escala validada e revisada, o que lhe confere confiabilidade. Porto e Pilati (2010) apontam que os novos itens aproximam a EVT-R da teoria de valores de Schwartz (1992).

Quadro 1
Itens da EVT-R e os tipos e conjuntos motivacionais

Conjuntos motivacionais	Tipos motivacionais	Itens da EVT-R
Relações sociais	Universalismo/ Benevolência	Ajudar os outros
		Colaborar para o desenvolvimento da sociedade
		Combater injustiças sociais
		Ser útil para a sociedade
		Ter compromisso social
Estabilidade	Conformidade	Obedecer às normas do trabalho
		Respeitar a hierarquia
		Ter um ambiente de trabalho com hierarquia clara
		Ter um trabalho organizado
	Segurança	Ganhar dinheiro
		Poder me sustentar financeiramente
		Ser independente financeiramente
		Ter melhores condições de vida
Prestígio	Poder	Obter estabilidade financeira
		Competir com colegas de trabalho para alcançar metas profissionais
		Supervisionar outras pessoas
		Ter fama
		Ter prestígio
		Ter um trabalho arriscado

Continua

Conjuntos motivacionais	Tipos motivacionais	Itens da EVT-R
Prestígio	Realização	Demonstrar minhas competências
		Ser admirado pelo meu trabalho
		Ser bem-sucedido em minha profissão
		Ser reconhecido pelo resultado do meu trabalho
		Ser respeitado pelas minhas competências
Realização profissional	Estimulação/ Autodeterminação	Ter um trabalho criativo
		Ter um trabalho inovador
		Ter um trabalho que permita conhecer lugares novos
		Ter um trabalho que permita conhecer pessoas novas
		Ter um trabalho que permita expressar conhecimentos
		Ter um trabalho que requeira originalidade
		Ter uma profissão reconhecida socialmente
		Ter autonomia na realização de tarefas
		Ter desafios constantes
Ter liberdade para decidir como realizar meu trabalho		

Fonte: Adaptado pelos autores com base em Brandão et al (2015), Cammarosano (2012) e Porto e Pilati (2010).

A EVT-R tem sido utilizada em diversos estudos. Na perspectiva de gêneros, Potrich et al. (2015) desenvolveram um modelo de valores relativos ao trabalho ao testar a invariância para o gênero. Os resultados mostram que o modelo é variante, com mulheres atribuindo maior importância aos fatores “autodeterminação e estimulação”, “universalismo e benevolência” e “realização e poder” do que os homens. O fator “poder” foi o que apresentou maior diferença de valoração, constatando que as mulheres atribuem bem mais importância a ele.

Brandão et al. (2015) mostraram que a hierarquia de valores para o grupo de mulheres pesquisadas segue a seguinte configuração: estabilidade, realização no trabalho, relações sociais e prestígio. Os valores de estabilidade prioritários se relacionam mais com estabilidade financeira (segurança) do que com estabilidade no emprego (conformidade).

Cammarosano (2012) chegou à seguinte hierarquia: relações sociais, realização profissional, estabilidade e prestígio, revelando que mulheres atribuem maior importância a valores de realização profissional e prestígio do que homens.

Veiga et al. (2020) analisaram o papel preditor do perfil empreendedor e dos valores do trabalho na intenção empreendedora, constatando que ela está relacionada com a busca por oportunidades e por um trabalho arriscado e inovador, ligado a aspectos de poder e prestígio. Mulheres atribuíram maior importância a dimensões como universalismo e benevolência, enquanto homens atribuíram maior importância a aspectos relativos à autonomia e à oportunidade.

Quanto ao empreendedorismo, Andrade et al. (2014) encontraram uma relação positiva entre criatividade empreendedora e desafio puro, enquanto Veiga e Parreira (2015) concluíram que há correlações significativas entre todas as dimensões do perfil empreendedor e os valores de autodeterminação e estimulação, bem como realização no trabalho.

Esses trabalhos pesquisaram sujeitos em multinacionais, organizações de pesquisa e desenvolvimento, serviço público e até estudantes. Assim, nota-se uma lacuna de pesquisas que relacionem a teoria dos valores do trabalho com o campo das atividades criativas.

ECONOMIA CRIATIVA E COSMÉTICA NATURAL ARTESANAL

A economia criativa designa as atividades cujos processos e produtos são baseados na cultura, na habilidade e no saber cotidiano (Gouvea et al., 2020), trazendo impactos econômicos, culturais e sociais ao mobilizar identidades e dinamizar territórios (Santos & Davel, 2022), além de aspectos que apontam para uma transição do modelo econômico hegemônico (predatório) para um mais sustentável, que busca reduzir os riscos ambientais das atividades econômicas e melhorar o bem-estar social (Pratt, 2022; Troiani et al., 2022).

Atividades da economia criativa se destacam por abordarem princípios de sustentabilidade, como é o caso da moda, do artesanato e da cosmética natural artesanal. A cosmetologia natural, em especial sua atividade de saboaria, na qual estão inseridas as artesãs participantes desta pesquisa, é uma prática ancestral de civilizações como egípcias, indianas, africanas e indígenas brasileiros. Ela consiste na utilização de ervas, raízes, folhas e frutos como base para produtos de cuidados pessoais, higiene, beleza e itens de cura e terapia (Joshi & Pawar, 2015), demandando uma preocupação com uma produção limpa e adequada, levando em conta a cada vez mais limitada disponibilidade de recursos naturais (Fortunati et al., 2020; Rodrigues et al., 2021; Iyengar & Chandrashekar, 2023).

Para ser artesanal, a cosmética necessita do trabalho criativo do artesão, que utiliza sua habilidade para elaborar um produto que, além do valor cosmético, traz valores simbólicos e de identidade cultural. A cosmética natural artesanal representa o resgate de saberes de povos tradicionais, como o conhecimento sobre a flora e a botânica, e evoca aspectos como o sagrado feminino e o esoterismo, culminando em produtos carregados de significados e simbologias (Achilles, 2019; Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2010; F. E. R. Silva et al., 2020).

Essa diferença entre as cosméticas artesanal e a industrial deveria reverberar na organização do setor e na regulamentação da atividade. Contudo, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) equipara o pequeno artesão da cosmética natural à grande indústria cosmética, estabelecendo as mesmas condições e os mesmos requisitos para ambos. A atual regra não considera as particularidades do trabalhador artesanal. O Projeto de Lei do Senado nº 331 (2016), busca alterar o texto da Lei do Artesanato (Lei nº 13.180, 2015) para incluir a atividade de saboaria artesanal, argumentando que os artesãos da saboaria “sofrem com a excessiva rigidez legislativa, uma vez que não existem distinções claras entre artesanato e grande indústria na atividade saboeira”.

Tais barreiras são danosas, “uma vez que o estímulo à atividade colaboraria para a proliferação de micro e pequenas empresas no setor, além de valorizar os elementos de identidade e afirmação culturais presentes no artesanato de saboaria” (Projeto de Lei do Senado nº 331, 2016, p. 3). No entanto, em consulta ao site da Câmara dos Deputados, em junho de 2023, o projeto, proposto em 2016 e aprovado no Senado em 2017, ainda se encontrava pendente de aprovação. Ademais, a cosmética artesanal não é sequer reconhecida como atividade econômica pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE).

Assim, verifica-se um conjunto de barreiras ao crescimento e à viabilização dos negócios da cosmética natural artesanal, o que se apresenta como uma perda do potencial da atividade, conforme Jog e Singhal (2019), Lin et al. (2018) e Liobikiene e Bernatoniene (2017). Levando em conta o forte mercado consumidor de cosmético no Brasil e nossa rica biodiversidade, urge iniciativas cívicas e governamentais que fortaleçam o setor.

METODOLOGIA

A pesquisa se classifica como qualitativa, exploratória-descritiva e de campo (Marconi & Lakatos, 2021). Os sujeitos investigados são as artesãs-empendedoras do setor de cosmética natural artesanal da cidade de Fortaleza. O acesso às empreendedoras se deu por meio da técnica *snowball* (Vincent & Thompson, 2022). O critério de seleção era ser artesã da cosmética natural, atuar em Fortaleza e estar de acordo com os termos da pesquisa.

A pesquisa trabalhou com dados primários, coletados por meio de entrevistas semiestruturadas, guiadas por um roteiro assim construído: primeiro bloco com questões sobre o perfil socioeconômico das participantes, segundo bloco com questões sobre seus empreendimentos e o trabalho com a cosmética natural artesanal e, por fim, terceiro bloco constituído pela adaptação qualitativa da EVT-R (Porto & Pilati, 2010), no qual as interlocutoras eram indagadas sobre os significados que atribuíam a cada valor da EVT-R e como estes se manifestavam em seus cotidianos laborais.

A opção de adaptar um instrumento quantitativo para um roteiro qualitativo se justificou pelo interesse em entender, além da mera hierarquização dos valores do trabalho, quais sentidos o grupo pesquisado confere a tais valores. A EVT-R já se provou um modelo adequado à realidade de trabalhos como os industriais, porém pouco se pode afirmar sobre essa adequação a ofícios da economia criativa. Assim, a adaptação qualitativa pode trazer novos elementos para pensar valores do trabalho em realidades que já se modificaram de 2010, ano da revisão da EVT, para cá.

Foram realizadas, remotamente, entrevistas com 7 artesãs da cosmética natural, todas de acordo com o termo de consentimento livre e esclarecido. O número se justifica pela baixa quantidade de empreendimentos do setor, além de ter sido considerado o ponto de saturação dos dados (Chitac, 2022).

Para tanto, recorreu-se à análise de conteúdo (Bardin, 2016), realizada em 3 etapas: pré-análise (leitura flutuante e constituição do *corpus* de dados), exploração do material (codificação, enumeração e categorização dos registros) e tratamento e interpretação dos resultados obtidos. Utilizaram-se categorias teóricas (Quadro 1) e empíricas (Figura 2) (Vaismoradi & Snelgrove, 2019), com auxílio do *software* Atlas.ti.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Visando ao anonimato, os nomes das interlocutoras foram substituídos por codinomes (Artesã 1, Artesã 2 e assim por diante). As idades variam de 29 a 42 anos, perfazendo um perfil de jovens adultas, com experiências anteriores aos seus empreendimentos. Duas são mães – uma delas, solo. Um aspecto em comum é que, apesar das trajetórias diferentes, todas procuraram se capacitar no novo ofício.

Em relação aos empreendimentos, eles existem, em média, há 3,5 anos e são a fonte de renda principal das entrevistadas, com exceção da Artesã 2. Sobre o negócio, elas apontaram dificuldades e barreiras, sendo a falta de regulamentação um aspecto unânime. Para a Artesã 3, esse é o grande desafio.

Quanto aos valores do trabalho, foi gerada uma rede semântica no Atlas.ti com base na categorização dos relatos (Figura 1). A imagem sintetiza os achados da pesquisa, explicitando os itens de valores do trabalho que apresentaram maior relevância e significado para as artesãs. Os itens que não se mostraram importantes, como os relacionados com hierarquia e competição, foram excluídos da figura, ao passo que aqueles com sentidos similares foram agrupados.

Realização profissional

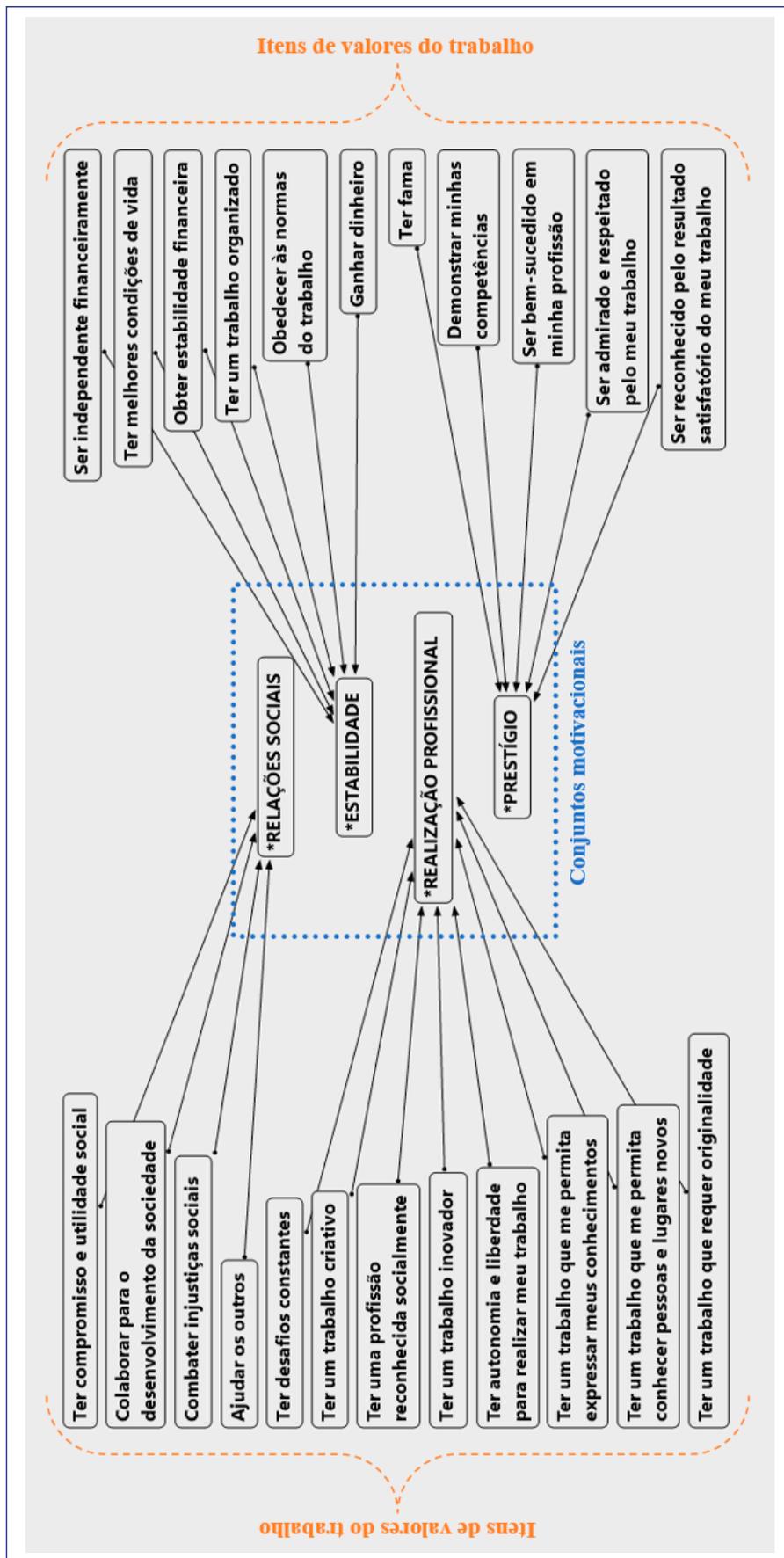
Na realização profissional, o item mais valorado foi ter um trabalho criativo, como exemplifica a Artesã 2: “Eu não conseguiria trabalhar com algo em que eu não pudesse criar. Estou o tempo todo criando”. A Artesã 6 salienta que é a possibilidade de utilizar sua criatividade que gera satisfação.

Os relatos também mostraram que a criatividade é parte essencial do trabalho. As Artesãs 3 e 5 destacam que a criatividade é importante na comunicação, principalmente no uso das redes sociais para promover os negócios. Os itens “ter um trabalho inovador” e “ter um trabalho que requeira originalidade” também foram evidenciados. Para as Artesãs 1, 4 e 7, a cosmética natural artesanal já é, por si mesma, inovadora.

Tais resultados são esperados, uma vez que a cosmética artesanal, por sua própria natureza, requer o uso da criatividade, de habilidades e técnicas manuais, além de talento (Gouvêa et al., 2020; Ministério de Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, 2010). A valoração do trabalho criativo encontra eco nas pesquisas de Cammarosano (2012), Campos et al. (2017), M. R. M. S. Silva et al. (2010) e F. E. R. Silva et al. (2020), para quem trabalhadoras atribuem grande valor ao conjunto motivacional de realização profissional. Os achados também corroboram os achados de Andrade et al. (2014), Veiga e Parreira (2015), Veiga et al. (2020), que demonstram uma relação positiva entre indivíduos empreendedores e valores ligados à criatividade, à estimulação e à realização.

Outro item evidenciado foi ter autonomia, apontado, inclusive, como o principal motivo para empreender (Artesãs 4 e 7). A Artesã 4 vinha de experiências negativas, e empreender significou emancipação. Para a Artesã 7, que é mãe, isso significa mais tempo para a família: “[A autonomia] me motiva. Posso ter este equilíbrio: cuidar de mim, da minha família.”

Figura 1
Rede semântica de valores do trabalho



Fonte: Dados da pesquisa.

Para a Artesã 1, essa autonomia se expressa de modo dicotômico. Por um lado, “é quase um selo de garantia: sei tudo o que está acontecendo, de todos os processos. Consigo ter controle do começo e do final”. Por outro, o fato de ser empreendedora solo causa uma sobrecarga. “É muito cansativo, o acúmulo é ruim”. O item “ter liberdade para decidir como realizar o seu próprio trabalho” é apontado pelas Artesãs 1, 4 e 7 como muito importante, enquanto a Artesã 1 reforça que isso lhe traz controle sobre os processos. Por sua similaridade de sentidos, os dois itens foram agrupados e aparecem na Figura 1 como “ter autonomia e liberdade para realizar meu trabalho”.

Dessa forma, a própria natureza da atividade empreendedora justifica a alta frequência desses valores. Novamente, Andrade et al. (2014) e Veiga e Parreira (2015) têm seus achados fortalecidos, visto que as associações positivas entre indivíduos empreendedores e aspectos como criatividade, autodeterminação e estimulação são corroborados.

Assim, a valoração da liberdade para decidir sobre o próprio trabalho, bem como ter autonomia, características evidenciadas pelas artesãs, se justifica pela liberdade de criar, correr riscos, superar desafios, ação independente e preferência por novidades no trabalho (Andrade et al., 2014; Porto & Pilati, 2010; Porto & Tamayo, 2003; Veiga & Parreira, 2015).

O item “ter uma profissão reconhecida socialmente” também foi bastante valorado, como ilustrado por meio da pauta da regulamentação e da desvalorização do trabalho artesanal pelo público em geral. Para as Artesãs 1, 4, 6 e 7, a falta de regulamentação da atividade cria barreiras, entre elas a sensação de desconfiança da sociedade. Para a Artesã 2, “é como se a gente fosse muito amador, mas não somos”. As barreiras legislativas e a morosidade na regulamentação deixam passar uma oportunidade de desenvolvimento da atividade.

Quanto ao item “ter um trabalho que permita conhecer pessoas e lugares novos” (agrupamento por similaridade dos itens “ter um trabalho que permita conhecer pessoas novas” e “ter um trabalho que permita conhecer lugares novos”), as artesãs afirmam que seus ofícios aumentaram suas redes de contato. As Artesãs 2, 3 e 5 informam que as feiras são oportunidades de ter convívio com o público, já que o principal meio de relação com clientes é virtual, dado apontado também por Rodrigues et al. (2021). Elas relatam que essas trocas são meios de receber *feedback* e compartilhar informações, estendendo-se a trabalhadores de outros ramos. Depreende-se que a realização profissional também passa pelas trocas sociais.

Quanto a ter desafios constantes, as entrevistas revelaram uma valoração positiva, reconhecendo que “não é uma escolha ter desafios” (Artesã 1), ainda mais quando se trata de empreender, mas associando o desafio a “crescimento”, “amadurecimento” e “criatividade”.

Por fim, em relação ao item “ter um trabalho que permita expressar conhecimentos”, as Artesãs 1 e 4 relataram ser um fator muito importante. A primeira delas citou que utiliza o perfil do seu negócio no Instagram, inclusive, como forma de expressar conhecimentos. Desse modo, Rodrigues et al. (2021) concluíram que as artesãs utilizam as redes sociais para mostrar seus processos produtivos e conscientizar o público em relação a práticas sustentáveis e de *greenwashing*.

Relações sociais

Quanto ao conjunto motivacional de relações sociais, o item mais valorizado foi “colaborar para o desenvolvimento da sociedade”. Para as artesãs, a cosmética natural artesanal, por si só, já colabora com a sociedade, ao trazer à luz temáticas como consumo lento, sustentabilidade ambiental e empreendedorismo feminino. Para a Artesã 1, essa colaboração perpassa não somente o produto em si, mas também a informação que seu trabalho leva às pessoas. Para a Artesã 2, essa colaboração representa entregar à sociedade “ferramentas de autocuidado, em todos os aspectos, principalmente o emocional”. Ela acrescenta a contribuição ambiental de seu trabalho, o que é corroborado pela Artesã 7.

Quanto a ter compromisso e utilidade social (agrupamento por similaridade dos itens “ser útil para a sociedade” e “ter compromisso social”), as artesãs classificam como muito importante que seus negócios se comprometam com a sociedade. Elas apontam, por exemplo, a escolha de não utilizar plástico em sua produção (Artesã 1) e apoiar projetos de mulheres da periferia (Artesã 5) como expressões de compromisso social. A Artesã 4 destacou que demorou a reconhecer que seu trabalho era útil, mas que, ao participar de um programa de aceleração, compreendeu isso.

Verifica-se, assim, o alinhamento das expressões de colaboração com sociedade, compromisso social, combater injustiças sociais, ajudar os outros e ser útil para a sociedade com a própria proposta da cosmética natural artesanal, conforme Lin et al. (2018), Liobikiene e Bernatoniene (2017) e Rodrigues et al. (2021), para quem a atividade busca reduzir os riscos ambientais, melhorar o bem-estar social e estimular o consumo consciente (Fortunati et al., 2020; Iyengar & Chandrashekar, 2023; Pratt, 2022).

Os dados sobre as relações sociais na realidade laboral dessas artesãs mostram uma grande valoração de aspectos coletivos, o que corrobora pesquisas como a de Potrich et al. (2015), em que as mulheres aparecem como o recorte de gênero que mais valoriza fatores como universalismo e benevolência, representados por itens como colaborar para o desenvolvimento da sociedade, ter compromisso social e ser útil para a sociedade.

Prestígio

Em relação ao prestígio, o item mais evidenciado foi “ter fama”. Para a Artesã 2, o importante é o reconhecimento do público, “não a fama pela fama”. Outras associaram fama a termos como “superficial” (Artesã 3) e “deslumbre” (Artesã 7). Para as Artesãs 4 e 5, no entanto, a fama pode significar também visibilidade: “Infelizmente, a gente precisa ter fama, precisa de destaque para lutar pelo que quer” (Artesã 4).

Os itens “ter prestígio”, “ser admirado pelo meu trabalho”, “ser respeitado pelas minhas competências”, “ser reconhecido pelo resultado satisfatório”, “ser bem-sucedido” e “demonstrar minhas competências” foram positivamente valorados.

Pelo critério de similaridades nos relatos, ter prestígio, ser admirado pelo trabalho e ser respeitado pelas competências foram agrupados no item “ser admirado e respeitado pelo meu trabalho” (Figura 1). Para a Artesã 7, prestígio significa respeito ao trabalho desempenhado, enquanto, para a Artesã 4, significa ter seus valores reconhecidos. A Artesã 5 relata que ser admirada pelo trabalho é central, ao comparar seu ofício na saboaria artesanal com seu emprego anterior, em que não se sentia reconhecida.

Quanto a ser bem-sucedido, a Artesã 3 revela: “Quero ser bem-sucedida, mas não estou desesperada. Fazer meu serviço, ter resultado, alcançar mais pessoas: para mim já está bom.” Em relação ao item “demonstrar minhas competências”, elas foram unânimes em citá-lo como muito importante. O termo mais associado aos relatos sobre esse item foi “referência”, no sentido de serem reconhecidas pelo público como profissionais que demonstram propriedade de conhecimento e são confiáveis em seus ofícios (Artesãs 1, 2 e 5).

A valoração de itens de prestígio, como reconhecimento e admiração pelo trabalho, é apontada por Potrich et al. (2015) como reflexo das mudanças sociais relacionadas com igualdade de gênero, independência econômica, empoderamento feminino e reconhecimento do trabalho feminino pela sociedade.

Assim, o fato de a cosmética natural artesanal ser uma atividade aparentemente dominada por mulheres contribui para a perspectiva apontada por Potrich et al. (2015) e Veiga et al. (2020), para quem ser reconhecido naquilo com que se trabalha é um dos aspectos mais valorados por empreendedores, como é o caso das artesãs.

Uma vez que a cosmética natural abordada aqui é de caráter artesanal, é legítimo que essas artesãs valorem itens referentes a serem admiradas pelos seus trabalhos, uma vez que se trata do resultado direto de suas habilidades. Além disso, relatos sobre o sentimento de desvalorização de algumas fortalecem esse aspecto.

Quanto a ter um trabalho arriscado, a Artesã 6 faz distinção entre risco e desafio, sendo este um item de valoração positiva, associado a crescimento, e aquele, um item de valoração negativa, associado à instabilidade.

Outro item abordado foi o de supervisionar outras pessoas. Uma vez que as artesãs em questão são empreendedoras solo, os relatos se direcionaram a trabalhar com um cenário futuro em que elas já tenham colaboradores. As Artesãs 1, 2 e 6 revelaram que temem o impacto que novos colaboradores possam trazer à marca. A Artesã 1 fala sobre o apego ao processo de produção e a cara da marca, o que é corroborado pela Artesã 2: “Teria que passar por essa minha supervisão de qualidade. O [empreendimento] tem uma cara, uma identidade, que não posso perder.”

Por fim, quanto a competir com colegas para alcançar metas, os relatos revelam um ambiente pouco competitivo, permeado pela colaboração. A Artesã 7 comenta: “Tem muito mais apoio mútuo do que concorrência. Quanto mais a gente se apoiar, mais visibilidade teremos. Temos mercado para todas.”

Identificou-se, nas palavras da Artesã 3, uma rede de apoio, que passa não somente pelo suporte emocional e pelo encorajamento mútuo, englobando também parcerias, compartilhamento de informações e de saberes. A Artesã 7 diz que costumam se unir para aquisições de insumo: “A gente se une e cria um grupo para compra de materiais, para tornar viável”. Já Artesã 3 faz alusão ao fato de serem mulheres apoiando outras mulheres.

Os achados mostram que essa organização em rede, com o objetivo de se ajudarem, se caracteriza por um sentido de colaboração, bem como de estratégia de sobrevivência, uma vez que remete à visibilidade do setor e de parcerias.

Estabilidade

Em relação aos valores de estabilidade, o item mais valorado foi obter estabilidade financeira. Para a Artesã 1, tal item se difere de ganhar dinheiro, pois este lhe passa uma sensação de falta de limite. “Estabilidade, para mim, tem a ver com constância, com frequência. Isso é mais importante do que ganhar dinheiro”, diz. Ganhar dinheiro só é importante porque “a gente vive no sistema capitalista e o dinheiro é o que possibilita as coisas”. A Artesã 3 concorda.

Os itens “ser independente financeiramente” (agrupamento por similaridade do item homônimo e “poder me sustentar financeiramente”) e “ter melhores condições de vida” também foram citados como muito importantes. A Artesã 1 declarou que há 2 anos consegue ter independência financeira e que não precisa voltar a trabalhar em outros lugares.

Os dados vão ao encontro de estudos com diversos outros grupos, mostrando que estabilidade financeira é um fator importante numa perspectiva geral. Andrade et al. (2014) concluíram, por exemplo, que até estudantes priorizam valores relacionados com segurança e estabilidade. Os resultados de Cammarosano (2012), por sua vez, mostraram que trabalhadores do conhecimento trabalham por fatores financeiros tanto quanto por mérito e reconhecimento.

Em relação ao gênero feminino, Brandão et al. (2015) mostraram que mulheres valorizam mais a estabilidade que relações sociais e que as de idade mais avançada atribuem menos importância à segurança. No caso das entrevistadas, o perfil de jovens adultas pode explicar a valoração desse fator, uma vez que a estabilidade ainda não é uma garantia para elas.

No que tange à hierarquia, os relatos vão no sentido de reconhecê-la, mas elas ressaltam acreditar num modelo organizacional mais horizontalizado e circular (Artesã 7), baseado na colaboração e no respeito (Artesã 4).

Quanto a ter um trabalho organizado e obedecer às normas de trabalho, as declarações dão conta de uma valoração positiva desses itens, com relatos que tratam de cotidiano do trabalho artesanal, normas de segurança e higiene, conciliação do tempo entre o ofício e a maternidade, bem como auxílio ao processo criativo.

Para as Artesãs 1 e 4, a organização é fundamental para quem empreende de maneira solo, havendo dias específicos para cada tarefa. A Artesã 3, por sua vez, declara que a organização do trabalho é crucial para conseguir conciliar o tempo com as atividades domésticas e a criação das duas filhas.

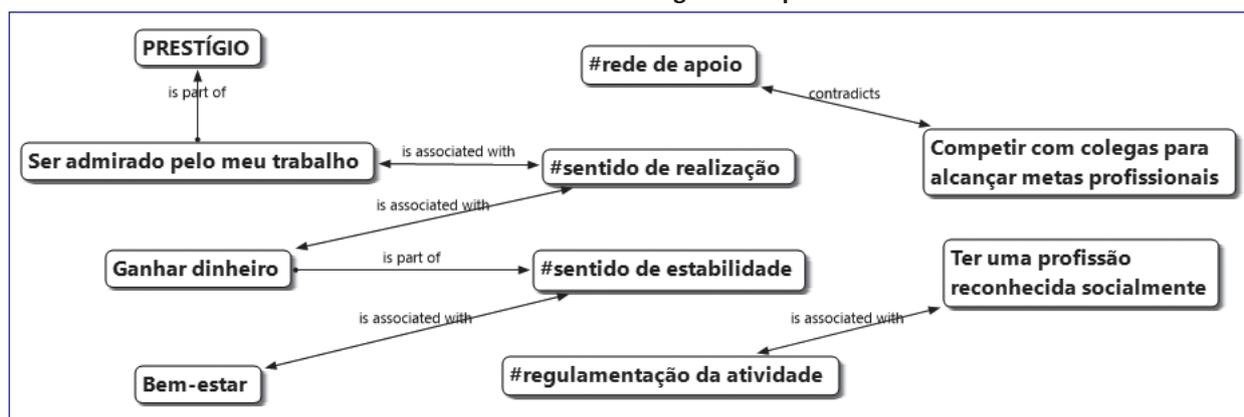
No que concerne às normas de trabalho, as mulheres apontam que, por se tratar de produtos de saboaria, é fundamental estar atenta à segurança e à higiene da produção (Artesãs 5, 6 e 7). Elas mencionam também que é importante o público entender que a característica artesanal do produto não significa que o cosmético seja feito de qualquer maneira (Artesã 2).

Por fim, os dados convergem parcialmente com os resultados de F. E. R. Silva et al. (2020), que dizem que o fator “estabilidade” é o segundo mais importante, ficando atrás apenas de realização no trabalho. Os itens relativos à independência financeira, ganhar dinheiro e ter melhores condições de vida foram enfatizados na pesquisa.

Categorias empíricas

A adaptação qualitativa da EVT-R permitiu acessar relatos que expressaram o sentido de alguns conjuntos motivacionais para as artesãs, representados na Figura 2 pelas categorias empíricas “sentido de realização” e “sentido de estabilidade”. As categorias “rede de apoio” e “regulamentação da atividade” foram abordadas antes.

Figura 2
Rede semântica de categorias empíricas



Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação à realização profissional, a Artesã 1 declara: “Realização é ganhar dinheiro com algo em que eu tenha talento e ser reconhecida por isso, ao mesmo tempo que faço uma coisa boa e que tenha significado, que não seja algo que só se extrai da natureza.” Para ela, a realização passa pelos fatores econômico, social e sustentável, além do reconhecimento pessoal.

Para a Artesã 3, a realização profissional tem a ver com fazer o que se gosta: “É o que me deixa feliz; eu me sinto fazendo a diferença”. A Artesã 4 expressa: “Realização é estar feliz onde estou, com o que estou fazendo. Não é estar no topo; é estar feliz e confortável onde estou.”

Para a Artesã 5, a concepção de realização mudou com o tempo. Frustrada com a carreira acadêmica, prévia idealização de sucesso, afirma que hoje se considera realizada: “Obviamente, quero mais, mas estou trabalhando em casa, fazendo o que gosto, falando para as pessoas sobre o que gosto de fazer.” Para a Artesã 6, realização também está relacionado com “fazer aquilo que gosto, fazer bem-feito e as pessoas gostarem, ganhando dinheiro com isso”. Já para a Artesã 7, realização profissional é ter o retorno positivo do público.

Assim, verifica-se um sentido de realização que está associado ao prazer, à satisfação a partir do trabalho e ao aspecto financeiro, ligado originalmente à estabilidade (Porto & Pilati, 2010), bem como ao reconhecimento pelo trabalho bem-feito, referente a prestígio (Porto & Pilati, 2010).

Quanto à estabilidade, os relatos o associam ao aspecto financeiro: “ganhar dinheiro e conseguir ter conforto, dar conforto para as pessoas que amo” (Artesã 1); “ter segurança financeira” (Artesã 7); “ter dinheiro para pagar minhas contas, ter organização financeira” (Artesã 6).

Para as Artesãs 3, 4 e 5, o sentido de estabilidade é mais amplo e envolve a saúde mental e emocional, representado na Figura 2 pelo termo “bem-estar”. Para a Artesã 3, estabilidade tem a ver com conseguir que sua mensagem alcance as pessoas: “Não é só estar estabilizado financeiramente. Não vou me sentir bem só por estar lucrando. Preciso que as pessoas captem minha mensagem.”

As Artesãs 4 e 5, por sua vez, destacam que “estabilidade é saber que, no final do ciclo, vai estar tudo certo, financeira, emocional ou mentalmente” (Artesã 4), e que “tanto a estabilidade quanto o sucesso evoluem” (Artesã 5).

Esses achados jogam luz sobre novos sentidos para os valores relacionados com estabilidade e realização, diferentes da configuração apresentada pela EVT-R, na qual a primeira enfatiza o aspecto financeiro e a segunda, de prazer e satisfação com o trabalho. Para elas, estabilidade também está relacionada com sentidos outros, como bem-estar emocional e saúde mental, ao passo que a realização está ligada a reconhecimento e a ganhar dinheiro. Tais sentidos direcionam, portanto, para novos olhares em relação à teoria. É preciso analisar que instrumentos como escalas refletem as características do tempo e do espaço em que foram pensados. À época da EVT e de sua revisão (EVT-R), a economia criativa ainda dava passos tímidos como campo de estudo. A produção acadêmica e a organização sociopolítica em torno do tema ainda não tinha o volume de hoje, portanto a teoria e suas escalas levam em conta muito mais modelos de trabalho da economia tradicional.

Assim, junto a esses novos sentidos, os resultados evidenciaram que as artesãs em questão dão valor a um trabalho criativo e com autonomia, consideram colaborar para o desenvolvimento da sociedade por meio de seus ofícios na saboaria natural e buscam segurança material e maior reconhecimento social da profissão, para os quais a regulamentação da atividade é imprescindível. De igual modo, valores relacionados com competição, risco e hierarquia não têm significância para elas.

Por fim, grupos de trabalhadores criativos não foram analisados suficientemente pelas lentes dos valores do trabalho de forma a poder modificar suas escalas. No entanto, primeiros esforços começam a ser feitos, entre os quais esta pesquisa, evidenciando que o mundo do trabalho passa por modificações e a teoria precisa acompanhá-las.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tais achados lançam novas perspectivas à teoria de valores do trabalho e suas escalas, apontando para uma possível revisão teórica, ao menos no que diz respeito a seus instrumentos avaliativos e às categorias que remetem somente a modelos econômicos dominantes, os quais precisam considerar contextos pautados pelas atividades criativas e colaborativas.

Revelou-se uma rede da cosmética natural em Fortaleza, constituída por empreendedoras solo, que abriga apoio e trocas sociais, mas também propicia parcerias e compartilhamento de saberes.

Por fim, os resultados levam à conclusão de que o ambiente político não favorece as atividades artesanais. Essa realidade se reflete na falta de interesse legislativo em discutir a regulamentação da atividade da cosmética natural artesanal. A exigência para que atendam aos mesmos padrões que as grandes empresas desestimula e ameaça o ecossistema criativo.

Os achados ligados à rede de artesãs e ao alinhamento de seus ofícios a demandas ambientais, como produção limpa e uso adequado de recursos naturais, remetem a aspectos da economia colaborativa, bem como da economia verde e circular, o que se propõe como agenda de pesquisa para futuros estudos sobre economia criativa e cosmética natural artesanal.

As limitações metodológicas dizem respeito ao momento de pandemia da COVID-19, cujo necessário distanciamento social impediu a utilização de outras abordagens, como a etnografia.

O artigo agrega novos dados às pesquisas no campo dos valores do trabalho, principalmente no que tange à aplicação em atividades da economia criativa, até então pouco exploradas. Ademais, a abordagem qualitativa evidenciou novos sentidos que podem colaborar com reformulações de instrumentos, em relação a categorias construídas tomando em conta modelos tradicionais que já não têm o mesmo sentido na transição para economias criativas.

Noutra perspectiva, os achados podem ser utilizados pelas artesãs-empendedoras e outros trabalhadores criativos para repensar a gestão de seus negócios. De fato, após a apresentação dos resultados deste estudo, que não se pretende uma pesquisa-ação, às artesãs participantes, elas se organizaram formalmente como um coletivo. Além disso, a pesquisa estimula uma necessária reflexão acerca do tratamento dado às políticas de fomento à economia criativa, chamando à ação o poder público.

REFERÊNCIAS

- Andrade, T., Vieira, K. M., Estivalete, V. F. B., & Bender, R. B., Filho. (2014). A influência dos valores relativos ao trabalho nas decisões de carreira: um estudo sobre as perspectivas de discentes de instituições de ensino superior. *Revista Eletrônica de Administração*, 20(3), 625-657. <https://doi.org/10.1590/1413-2311.0092013.41306>
- Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (2023). *Panorama do Setor (2023)*. <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor/>
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Brandão, R. A., Ferraz, S. B., Lima, T. C. B. (2015). Mulheres e valores do trabalho: estudo em uma multinacional. *Organizações em Contexto*, 11(22), 487-514. <https://doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n22p487-514>
- Cammarosano, M. (2012). *Valores relativos ao trabalho de pesquisadores em uma organização de pesquisa e desenvolvimento brasileira* (Dissertação de Mestrado). Universidade de São Paulo, São Carlos, SP, Brasil.
- Campos, S. A. P., Lenhart, E. R., Fossá, M. I. T., & Balsan, L. A. G. (2017). Valores relativos ao trabalho em uma instituição pública de ensino superior. *Pretexto*, 18(1), 11-27. <https://doi.org/10.21714/pretexto.v18i1.2456>
- Chitac, I. M. (2022). The rationale for saturation in qualitative research: when practice informs theory. *Cross-Cultural Management Journal*, 24(1), 29-35. https://seaopenresearch.eu/Journals/articles/CMJ2022_i1_3.pdf
- Fortunati, S., Martiniello, L., & Morea, D. (2020). The strategic role of the corporate social responsibility and circular economy in the cosmetic industry. *Sustainability*, 12(12), 5120. <https://doi.org/10.3390/su12125120>
- Gouvea, R., Kapelianis, D., Montoya, M. J., & Vora, G. (2020). The creative economy, innovation, and entrepreneurship: an empirical examination. *Creative Industries Journal*, 14(1), 23-62. <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1744215>
- Iyengar, V., & Chandrashekar, S. R. (2023). Factors that affect consumer decision making on choosing sustainable cosmetic products: an empirical study. *International Journal of Progressive Research in Engineering Management and Science*, 3(4), 54-67. <https://www.doi.org/10.58257/IJPREMS30830>
- Jog, D., & Singhal, D. (2019). Pseudo green players and their greenwashing practices: a differentiating strategy for real green firms of personal care category. *Strategic Direction*, 35(12), 4-7. <https://doi.org/10.1108/SD-07-2019-0143>
- Joshi, L.S., & Pawar, H.A. (2015). Herbal cosmetics and cosmeceuticals: an overview. *Natural Products Chemistry and Research*, 3(2), 1-8. <https://www.iomcworld.com/open-access/herbal-cosmetics-and-cosmeceuticals-an-overview-43325.html>
- Lei nº 13.180, de 22 de outubro de 2015. (2015). Dispõe sobre a profissão de artesão e dá outras providências. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13180.htm
- Leitão, C. (2018). A economia criativa entre virtudes e vicissitudes. *Socialismo Criativo*. <https://www.socialismocriativo.com.br/claudia-leitao-3/>
- Lin, Y., Yang, S., Hanifah, H., & Iqbal, Q. (2018). An exploratory study of consumer attitudes toward green cosmetics in the UK market. *Administrative Sciences*, 8(4), 1-14. <https://doi.org/10.3390/admsci8040071>
- Liobikiene, G., & Bernatoniene, J. (2017). Why determinants of green purchase cannot be treated equally? The case of green cosmetics: Literature review. *Journal of Cleaner Production*, 162, 109-120. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.05.204>
- Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2021). *Metodologia do trabalho científico* (9a ed.). Atlas.
- Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. (2010). *Portaria SCS/MDIC nº 29 de 05/10/2010*. Torna pública a base conceitual do artesanato brasileiro para padronizar e estabelecer os parâmetros de atuação do Programa do Artesanato Brasileiro - PAB em todo o território nacional.
- Porto, J. B., & Pilati, R. (2010). Escala revisada de valores relativos ao trabalho (EVT-R). *Psicologia, Reflexão e Crítica*, 23(1), 73-82. <https://doi.org/10.1590/S0102-79722010000100010>
- Porto, J. B., & Tamayo, A. (2003). Escala de valores relativos ao trabalho (EVT). *Psicologia, Teoria e Pesquisa*, 19(2), 145-152. <https://doi.org/10.1590/S0102-37722003000200006>
- Porto, J. B., & Tamayo, A. (2007). Estrutura dos valores pessoais: a relação entre valores gerais e laborais. *Psicologia, Teoria e Pesquisa*, 23(1), 63-70. <https://doi.org/10.1590/S0102-37722007000100008>
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., Estivalete, V. F. B., & Andrade, T. (2015). Valores relativos ao trabalho: testando a invariância e as diferenças de média entre os gêneros. *Revista de Administração Faces Journal*, 14(4), 44-64. <https://doi.org/10.21714/1984-6975FACES2015V14N4ART2647>
- Pratt, A. C. (2022). Toward circular governance in the culture and creative economy: learning the lessons from the circular economy and environment. *City, Culture and Society*, 29, 100450. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2022.100450>
- Prefeitura de Fortaleza (2019, outubro 30). *Fortaleza é escolhida uma das 66 cidades criativas da Unesco*. <https://www.fortaleza.ce.gov.br/noticias/fortaleza-e-escolhida-uma-das-66-cidades-criativas-da-unesco>
- Projeto de Lei do Senado nº 331, de 2016. (2016). Altera a Lei nº 13.180, de 22 de outubro de 2015, para incluir expressamente a atividade de saboaria artesanal na Lei do Artesanato. <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/126859>
- Rodrigues, L. B., Silva, F. E. R., & Romero, C. B. A. (2021). Sou verde de verdade! Estratégias mercadológicas da economia criativa para superar a desconfiança do consumidor. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 15, e02780. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v15.2780>
- Santos, F. P., & Davel, E. (2022). Gestão de organizações culturais: perspectivas, singularidades e paradoxo como horizonte teórico. *Cadernos EBAPE.BR*, 20(1), 35-49. <https://doi.org/10.1590/1679-395120200197>

- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. Academic.
- Silva, F. E. R., Rodrigues, L. B., Forte, F. C., & Lima, T. C. B. (2020). Os valores do trabalho para mulheres empreendedoras na economia criativa. In *Anais do 7º Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho da Anpad*, São Paulo, SP, Brasil.
- Silva, M. R. M. S., Mendonça, H., & Zanini, D. S. (2010). Diferenças de gênero e valores relativos ao trabalho. *Paideia*, 20(45), 39-45. <https://doi.org/10.1590/S0103-863X2010000100006>
- Troiani, L., Sehnem, S., & Carvalho, L. (2022). Moda sustentável: uma análise sob a perspectiva do ensino de boas práticas de sustentabilidade e economia circular. *Cadernos EBAPÉ.BR*, 20(1), 62-76. <https://doi.org/10.1590/1679-395120200214>
- Vaismoradi, M., & Snelgrove, S. (2019). Theme in qualitative content analysis and thematic analysis. *Forum — Qualitative Social Research*, 20(3), 1-14. <https://doi.org/10.17169/fqs-20.3.3376>
- Veiga, H. M. S., Cortez, P. A., Miranda, B. M., & Castro, A. F., Jr. (2020). Intenção empreendedora: análise do poder preditivo do perfil empreendedor e dos valores relativos ao trabalho. *Interação em Psicologia*, 24(2), 164-177. <http://dx.doi.org/10.5380/psi.v24i2.67002>
- Veiga, H. M. S., & Parreira, S. M. (2015). Perfil empreendedor: análise de suas relações com valores relativos a trabalho e autoeficácia para criar. *Revista Gestão Organizacional*, 8(3), 2-27. <https://doi.org/10.22277/rgo.v8i3.2628>
- Vincent, K., & Thompson, S. (2022). Estimating the size and distribution of networked populations with snowball sampling. *Journal of Survey Statistics and Methodology*, 10(2), 397-418. <https://doi.org/10.1093/jssam/smaa042>
- Yan, W., & Liu, S. (2023). Creative economy and sustainable development: shaping flexible cultural governance model for creativity. *Sustainability*, 15(5), 4353. <https://doi.org/10.3390/su15054353>

Francisco Edson Rodrigues da Silva
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0572-916X>

Doutorando em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC); Técnico-administrativo em Educação na Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: fedsonsilva@hotmail.com

Augusto César de Aquino Cabral
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8248-4886>

Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); Professor Titular do Departamento de Administração e do Programa de Pós-graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: cabral@ufc.br

Sandra Maria dos Santos
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8515-9146>

Doutora em Economia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Professora Titular do Departamento de Economia Aplicada e do Programa de Pós-graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: smsantos@ufc.br

Conceição de Maria Pinheiro Barros
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4515-5829>

Doutora em Educação pela Universidade Estadual do Ceará (UECE); Professora Associada do Departamento de Administração e do Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: conceicaoampb@ufc.br

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

Francisco Edson Rodrigues da Silva: Conceituação (Liderança); Curadoria de dados (Liderança); Análise formal (Liderança); Investigação (Liderança); Metodologia (Liderança); Software (Liderança); Validação (Liderança); Visualização (Liderança); Escrita- rascunho original (Liderança); Escrita- revisão e edição (Liderança).

Augusto César de Aquino Cabral: Conceituação (Suporte); Análise formal (Suporte); Metodologia (Suporte); Validação (Suporte); Visualização (Suporte); Escrita- rascunho original (Suporte); Escrita- revisão e edição (Suporte).

Sandra Maria dos Santos: Conceituação (Suporte); Análise formal (Suporte); Metodologia (Suporte); Validação (Suporte); Visualização (Suporte); Escrita- rascunho original (Suporte); Escrita- revisão e edição (Suporte).

Conceição de Maria Pinheiro Barros: Conceituação (Suporte); Análise formal (Suporte); Metodologia (Suporte); Validação (Suporte); Visualização (Suporte); Escrita- rascunho original (Suporte); Escrita- revisão e edição (Suporte).

DISPONIBILIDADE DE DADOS

Todo o conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo foi disponibilizado no Repositório Institucional da Universidade Federal do Ceará e pode ser acessado em <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/65449>

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos revisores, aos editores e a toda equipe da Cadernos EBAPE.BR, pelo suporte e pelas sugestões de aprimoramento deste artigo.

EDITOR-CHEFE

Hélio Arthur Reis Irigaray (Fundação Getulio Vargas, Rio de Janeiro / RJ – Brasil). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9580-7859>

EDITOR ADJUNTO

Fabrizio Stocker (Fundação Getulio Vargas, Rio de Janeiro / RJ – Brasil). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6340-9127>

PARECERISTAS

Michelle Caçapava Vigueles (Centro Universitário Senac, São Paulo / SP – Brasil). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8610-5326>

Marta Correa Machado (Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis / SC – Brasil). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0793-9355>

RELATÓRIO DE REVISÃO POR PARES

O relatório de revisão por pares está disponível neste link: <https://periodicos.fgv.br/cadernosebape/article/view/91019/85518>