

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

BRUNO DIEGO ALCANTARA CARDOZO

**O POTENCIAL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS
SOLIDÁRIOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE
BASE COMUNITÁRIA (TBC) EM CORUMBÁ - MS**

**Campo Grande - MS
2018**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

BRUNO DIEGO ALCANTARA CARDOZO

**O POTENCIAL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS
SOLIDÁRIOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE
BASE COMUNITÁRIA (TBC) EM CORUMBÁ - MS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração - Mestrado em Administração, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (PPPGAd/UFMS), como requisito à obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Milton Augusto Pasquotto Mariani

**Campo Grande - MS
2018**

FICHA BIBLIOGRÁFICA

CARDOZO, Bruno Diego Alcantara. **O potencial dos empreendimentos econômicos solidários para o desenvolvimento do Turismo de Base Comunitária (TBC) em Corumbá - MS**. 2018. 203 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Campo Grande/MS, 2018.

É concedida à Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) permissão para reproduzir cópias desta dissertação de mestrado para propósitos acadêmicos e científicos. O autor reserva para si todos os direitos autorais de publicação. Nenhuma parte desta dissertação de mestrado pode ser reproduzida sem a autorização por escrito do autor. Citações são estimuladas, desde que citada a fonte.

**O POTENCIAL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS SOLIDÁRIOS PARA
O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA (TBC) EM
CORUMBÁ - MS**

BRUNO DIEGO ALCANTARA CARDOZO

Esta Dissertação foi julgada adequada na defesa para a obtenção do Grau de Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (PPGAd/UFMS) e aprovado em __ de Agosto de 2018.

Prof. Dr. Thelma Lucchese Cheung
Coordenadora do PPGAd/UFMS

Apresentado à Comissão Examinadora composta pelos professores:

Prof. Dr. Milton Augusto Pasquotto Mariani
(UFMS/ESAN/PPGAd – Campo Grande-MS)
Orientador

Prof. Dr. Arlinda Cantero Dorsa
(UCDB/PPGDL – Campo Grande-MS)
Membro externo

Prof. Dr. Caroline Pauletto Spanhol
(UFMS/ESAN/PPGAd – Campo Grande-MS)
Membro interno

Prof. Dr. Geraldino Carneiro de Araújo
(UFMS/ESAN/Profiap – Campo Grande-MS)
Membro externo

Prof. Dr. Michel Ângelo Constantino
(UCDB/PPGDL – Campo Grande-MS)
Membro externo

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, minha pesquisa de mestrado não teria sido possível sem o auxílio da Bolsa de Pesquisa CAPES e o apoio do Departamento da Escola de Administração e Negócios da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (ESAN/UFMS). À dedicação da equipe da secretaria, Jenifer Serra Lino e Cibelly Urias, à coordenação do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGAd), à chefia dos professores, devo meu agradecimento.

Aos professores Élcio Gustavo Benini, Leandro Sauer, Leonardo Francisco Figueiredo Neto, Milton Augusto Pasquotto Mariani e Patrícia Campeão, de disciplinas cursadas durante o mestrado, sou grato pela maneira como se dedicaram ao processo de compartilhamento de conhecimentos, reflexões e argumentos. Nutro grande admiração pela dedicação a produção do conhecimento científico de ponta no Estado de Mato Grosso do Sul e além.

Aos representantes e membros dos Empreendimentos Econômicos Solidários, sou grato por aceitarem fazer parte desta pesquisa. Agradeço por terem sido solícitos e expressarem suas venerabilidades em prol do conhecimento científico particularmente interessado em gerar alguma transformação social positiva.

Aos professores Arlinda Cantero Dorsa, Caroline Pauletto Spanhol, Geraldino Carneiro de Araújo, Michel Ângelo Constantino e Milton Augusto Pasquotto Mariani, meus agradecimentos pela leitura, sugestões e contribuições para este trabalho no Exame de Qualificação e Defesa. Admiro profundamente os esforços e sentimentos que depositam em suas pesquisas e vidas acadêmicas.

Aos colegas do programa de mestrado Aron Nunes Xavier Barbosa e Maurílio Barbosa, meu sincero agradecimento pelos conhecimentos voluntariamente compartilhados nas salas de estudo da ESAN/UFMS e pelo suporte com a execução do software IRAMUTEQ. Ao colega de instituição Gabriel Luis P. Nolasco, meu agradecimento pelo conhecimento partilhado sobre o orbe da pesquisa psicossocial por meio de trocas via e-mail, Google Drive e áudios do WhatsApp.

Ao meu orientador de mestrado Milton Augusto Pasquotto Mariani, meu profundo agradecimento por tamanha dedicação em tornar a minha experiência de mestrado valorosa e alinhada aos interesses de pesquisa de ambos. Agradeço pela atenção, dedicação e cuidados em cada etapa no desenvolvimento desta pesquisa. Agradeço pelas inúmeras orientações no

prédio da ESAN/UFMS, em Corumbá-MS e via WhatsApp durante o meu período de estágio de pesquisa na York University/LA&PS. Sou grato pelos aprendizados e pela forte parceria.

Ao meu orientador de graduação Geraldino Carneiro de Araújo, meu imenso agradecimento pelos conhecimentos e pelas experiências. Agradeço pela generosidade em colaborar voluntariamente na construção do instrumento de coleta de dados e na condução das entrevistas desta pesquisa em Corumbá-MS. Sou grato pela amizade e pelo respeito mútuo.

Ao meu amigo fraterno Gabriel Sgrignolli Mello, meu profundo agradecimento pelos anos de convivência baseados em confiança e minha grande admiração pela nobreza de seu caráter. A minha *best* Letícia Ferreira Xavier, meu profundo agradecimento pelos anos de convívio e meu respeito e minha admiração pela sua sabedoria, sensibilidade e sensatez. Aos meus amigos Geovani Sgrignoli Mello e Gabriel Trida Antonio de Oliveira, meus agradecimentos pela convivência, trocas valorosas e respeito.

Parte significativa desta dissertação foi escrita na pequena casa da rua Benedito Campos Couto, Campo Grande-MS: à minha pequena família em terra sul-mato-grossense, meus profundos agradecimentos por todo apoio e afeto manifestados.

A minha mãe Zeni Gonçalves de Alcantara e minha avó Ozeni Gonçalves de Alcantara, meu incomensurável agradecimento pelo apoio e amor incondicional ao longo dos últimos sete anos vivendo longe da Avenida Princesa Isabel, Colíder - MT. Sua honestidade, lealdade e resiliência me inspiram todos os dias e refletem em quem eu sou.

Ao meu irmão Brayan Miguel Alcantara Cardozo, nosso tesouro, meu imenso agradecimento pela oportunidade de reviver interna e externamente a indescritível experiência da infância e por me permitir fazer parte dela embora toda distância e ausência. Sou extremamente orgulhoso de sua alegria, educação e amor pela vida.

Ao meu avô Joaquim Paulo de Alcantara (*In Memoriam*), minha eterna honra pela robustez de sua índole, lucidez, serenidade e sabedoria. Carrego comigo a confiança e o respeito demonstrados por mim. Como dizia Drummond, em Carrego Comigo, “Não estou vazio, não estou sozinho, pois anda comigo algo indescritível”. Seu altruísmo sempre será o substantivo mais singelo para descrevê-lo.

RESUMO

A contínua busca por um modelo de turismo consciente que se centraliza na inserção de recursos comunitários, incluindo empreendimentos econômicos, tem se mostrado uma alternativa de desenvolvimento socioeconômico e sustentável. Esta pesquisa buscou analisar as potencialidades de implementação de iniciativas de Turismo de Base Comunitária (TBC) a partir dos Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) no município de Corumbá-MS. Para tanto foram construídos fundamentos teóricos sobre turismo de base comunitária, economia solidária e empreendimentos econômicos solidários, relacionados diretamente ao contexto e aos aspectos estruturais dos objetos de estudo. Quanto aos procedimentos metodológicos, a presente pesquisa exploratória teve uma abordagem qualitativa, sendo utilizada a estratégia do estudo de caso. Os dados foram coletados a partir de entrevistas semiestruturadas, sendo o tratamento de dados fundamentado na Análise Crítica do Discurso (ACD) de Van Dijk e na Análise das Representações Sociais (RS) de Moscovici. Foram selecionados quatro EES localizados em Corumbá. Percebeu-se que o setor do turismo no município possui enfoque na atividade de pesca e não acompanha os movimentos contemporâneos que abordam questões de empoderamento e desenvolvimento econômico local, não contribuindo com a rentabilidade das iniciativas locais e as ocupações dentro da comunidade, particularmente os EES analisados. Observou-se que a maioria dos EES existe há mais de uma década, foram criados por membros da comunidade e do exterior que acreditam no potencial do município e da região do Pantanal, mas enfrentam desafios semelhantes, especialmente em termos de infraestrutura, comercialização, inserção econômica, parcerias estratégicas e participação ativa em questões envolvendo o setor do turismo no município. Destaca-se que, apesar dos atuais desafios e deficiências relacionados a questões políticas e econômicas, os EES estão dispostos a trabalharem conjuntamente com o governo para a implementação de um projeto sólido de TBC em Corumbá.

Palavras-chave: Turismo de Base Comunitária. Economia Solidária. EES.

ABSTRACT

The continuous search for a conscious tourism model that focuses on the insertion of community resources, including economic enterprises, has shown to be an alternative of socioeconomic and sustainable development. This research was aimed at analyzing the potential of implementation of Community Based Tourism (CBT) between Social and Solidarity Enterprises (SSE) in the city of Corumbá-MS, Brazil. Given the main objective, the theoretical foundations were built on community-based tourism, solidarity economy and social and solidarity enterprises, directly related to the context and structural aspects of the objects of study. As for the methodological procedures, the present exploratory research had a qualitative approach, using the strategy of the case study. The data were collected from semi-structured interviews which were analyzed based on the Critical Discourse Analysis (CDA) by Van Dijk and the Social Representations Analysis (SRA) by Moscovici. Four SSE from Corumbá were selected. It was noticed that the tourism sector in the municipality currently focuses on fishing activity and does not accompany the contemporary movements that address issues of empowerment and local economic development, not contributing to the profitability of local initiatives and occupations within the community, particularly the analyzed SSE. It has been observed that most SSE have been in existence for more than a decade; they have been created by community and foreign members who believe in the potential of the municipality and the Pantanal region, but face similar challenges, especially in terms of infrastructure, marketing, economic, strategic partnerships and active participation in issues involving the tourism sector in the municipality. It should be noted that despite the current challenges and deficiencies related to political and economic issues, the SSE are willing to work together with the government to implement a solid CBT project in Corumbá.

Keywords: Community Based Tourism. Solidarity Economy. SSE.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Produtos do EES 1 (A)	59
Figura 2 - Produtos do EES 1 (B).....	60
Figura 3 - Prédio do EES 1 (A)	65
Figura 4 - Prédio do EES 1 (B)	65
Figura 5 - Produtos do EES 2 (A)	81
Figura 6 - Produtos do EES 2 (B).....	81
Figura 7 - Produtos do EES 3 (A)	93
Figura 8 - Produto do EES 3 (B)	93
Figura 9 - Produto do EES 3 (C)	94
Figura 10 - Produto do EES 3 (D)	98
Figura 11 - Produto do EES 3 (E)	98
Figura 12 - Produto do EES 3 (F).....	99
Figura 13 - Produtos do EES 4 (A)	106
Figura 14 - Produtos do EES 4 (B).....	107
Figura 15 - Produtos do EES 4 (C).....	107
Figura 16 - Prédio do EES 4 (A)	110
Figura 17 - Prédio do EES 4 (B)	110
Figura 18 - Nuvem de Palavras EES 1	115
Figura 19 - Nuvem de Palavras EES 2	116
Figura 20 - Nuvem de Palavras EES 3	117
Figura 21 - Nuvem de Palavras EES 4	118
Figura 22 - Análise de Similitude EES 1.....	120
Figura 23 - Análise de Similitude EES 2.....	122
Figura 24 - Análise de Similitude EES 3.....	124
Figura 25 - Análise de Similitude EES 4.....	126
Figura 26 - Análise Estatística EES 1.....	127
Figura 27 - Análise Estatística EES 2.....	128
Figura 28 - Análise Estatística EES 3.....	129
Figura 29 - Análise Estatística EES 4.....	129
Figura 30 - Dendograma representativo das repartições em classes e percentagem.....	130
Figura 31 - Dendograma representativo das repartições em classes, percentagem e palavras com a classe das representações sociais dos empreendimentos	131
Figura 32 - Dendograma representativo das repartições em classes e nuvem de palavras .	134

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características da pesquisa em administração	39
Quadro 2 - Organização do roteiro de entrevista	42
Quadro 3 - Estruturas discursivas	46
Quadro 4 - Caracterização dos empreendimentos.....	56

LISTA DE SIGLAS

ACD	- Análise Crítica de Discurso
ALEC	- Academia de Literatura e Estudos de Corumbá
APEC	- Associação de Poetas e Escritores de Corumbá
BAD	- Banco Africano de Desenvolvimento
BM	- Banco Mundial
CA	- Casa do Artesão
CAC	- Casa do Artesão de Corumbá
CADSOL	- Cadastro Nacional de Empreendimentos Econômicos Solidários
CJ	- Comércio Justo
CC	- Casa da Cidadania
CCES	- Central de Comercialização da Economia Solidária
CM	- Casa Massabarro
CMC	- Conselho Municipal de Corumbá
CPAN/UFMS	- Campus do Pantanal da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
CPC	- Centro Profissional de Corumbá
CPT	- Comissão Pastoral da Terra
CRAS	- Centro de Referência de Assistência Social
CTC	- Conselho Tutelar de Corumbá
EAF	- Entidades de Apoio e Fomento
EES	- Empreendimentos Econômicos Solidários
EMBRAPA	- Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FAZ	- Festival América do Sul
FBES	- Fórum Brasileiro de Economia Solidária
FCC	- Fundação de Cultura de Corumbá
FENAFRA	- Feira Nacional de Agricultura Familiar e Reforma Agrária
FGTS	- Fundo de Garantia por Tempo de Serviço
FIC/PANTANAL	- Fundo de Investimentos Culturais do Pantanal
FMES	- Fundo Municipal da Economia Solidária
FMI	- Fundo Monetário Internacional

FMPPHCC	- Fundo Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico e Cultura de Corumbá
FUNTRAB/MS	- Fundação do Trabalho de Mato Grosso do Sul
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPHAN	- Instituto Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IRAMUTEQ	- Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires
MDA	- Ministério do Desenvolvimento Agrário
OAB	- Ordem dos Advogados do Brasil
OMT	- Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas
PC	- Pastoral da Criança
PNUD	- Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PPES	- Políticas Públicas de Economia Solidária
SEBRAE	- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAES	- Secretaria Nacional de Economia Solidária
SIES	- Sistema de Informações em Economia Solidária
TBC	- Turismo de Base Comunitária
TCJ	- Turismo de Comércio Justo
TPP	- Turismo Pró-Pobre
TR	- Turismo Responsável
UN	- United Nations
UNDP	- United Nations Development Programme
UNESCO	- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNWTO	- United Nations World Tourism Organization
WTTC	- World Travel and Tourism Council
WWF	- World Wildlife Fund Brazil

LISTA DE APÊNDICES

APÊNDICE A - Roteiro de entrevista aplicado aos gestores dos EES	149
APÊNDICE B - Diário de campo.....	152

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1 Turismo de Base Comunitária (TBC)	19
2.1.1 Turismo	19
2.1.2 Os novos modelos de turismo	21
2.1.3 O contexto e os princípios do TBC	24
2.2 Economia Solidária e Empreendimentos Econômicos Solidários (EES)	30
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	39
3.1 Características da pesquisa.....	40
3.2 Determinação da amostra e dos sujeitos da pesquisa.....	41
3.3 Instrumentos de coleta de dados	41
3.4 Procedimentos de análise e interpretação dos dados.....	44
3.4.1 Análise Crítica do Discurso (ACD)	44
3.4.1.1 Da elaboração das categorias discursivas na ACD.....	46
3.4.2 Análise das Representações Sociais (RS)	49
3.4.3 Análise com Apoio das Tecnologias em Pesquisa de Ciência Social Aplicada .	52
4 RESULTADOS DA PESQUISA	54
4.1 Contextualização do Turismo de Pesca em Corumbá-MS	54
4.2 Informações Sociais, Demográficas e Econômicas de Corumbá (IBGE)	56
4.3 Caracterização dos Empreendimentos Econômicos Solidários (EES).....	57
4.4 Análise Crítica do Discurso e das Representações Sociais	58
4.4.1 EES 1.....	58
4.4.2 EES 2.....	78
4.4.3 EES 3.....	91
4.4.4 EES 4.....	105
4.5 Análises do uso das Tecnologias em Pesquisa de Ciência Social Aplicada.....	115
4.5.1 Nuvem de palavras	115
4.5.2 Análise de similitude.....	119
4.5.3 Análise estatística.....	127
4.5.4 Dendograma	130
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	135
6 REFERÊNCIAS	140
APÊNDICES	145
ANEXO	152

1 INTRODUÇÃO

O número de iniciativas econômicas fundamentadas nos princípios da economia solidária no decorrer das últimas décadas ganhou relevância como objeto de pesquisas e de debate. O reconhecimento deste objeto de estudo se deu por conta do enfoque de agências governamentais em promover uma maior aplicação de pesquisas voltadas aos empreendimentos econômicos solidários, além da própria busca de alternativas para superar a crise do desemprego por meio de uma forma de organização do trabalho baseado na economia solidária. Nesse sentido, índices correspondentes ao cadastro de empreendimentos solidários na Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) indicam que, no segundo semestre de 2005, conforme Sousa (2008) havia no Brasil 14.954 empreendimentos cadastrados. Em 2007, segundo a SENAES, esse número já tinha se elevado para 21.859, representando um crescimento de 46% entre o segundo semestre de 2005 e o final de 2007. O segundo mapeamento foi realizado entre 2010 e 2013 e abrangeu os Empreendimentos Econômicos Solidários (EES), as Entidades de Apoio e Fomento (EAF) e também Políticas Públicas voltadas à Economia Solidária (PPES).

O desemprego pode ser considerado o grande propulsor de iniciativas fundamentadas na economia solidária, especialmente no período que abrange as décadas de 1970 e 1990 (SINGER, 2006; AZAMBUJA, 2009; BERTUCCI, 2010). A economia solidária envolve setores de cooperação, sem fins lucrativos. Nesse contexto econômico, espera-se que as próprias atividades de mercado de empreendimentos solidários sejam capazes de atingir os desígnios do desenvolvimento social, impactando a realidade dos membros associados, reforçando a ideia da economia solidária como um terceiro setor (BROWNE, 1997). Existe uma diversidade de conceitos e ideologias, em torno do termo economia solidária, resultando na utilização dos seguintes sinônimos: economia social, economia alternativa, terceiro setor, setor não lucrativo, setor sem fins lucrativos, setor voluntariado e setor idealista (MOULAERT; AILENEI, 2005). Atualmente a economia solidária representa diversas iniciativas e formas de organização fundamentadas em processos de hibridação de mercado, não mercado (redistribuição) e não monetária (reciprocidade) (GODBOUT, 2000).

Os segmentos dos Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) diferenciam-se dos adotados pelos procedimentos capitalistas por não distinguirem o trabalho da detenção de meios de produção. A divisão de trabalho é feita de modo igualitário e as atividades são acompanhadas e desenvolvidas em conjunto, além disso, as sobras econômicas geradas pelas

atividades de trabalho dos empreendimentos são distribuídas igualitariamente entre os membros (SINGER, 2002). Os empreendimentos geralmente são criados em prol da melhoria da condição de vida do trabalhador, inserção social, geração de trabalho e renda para pessoas que se encontram à margem da sociedade (LADEIA; CARVALHO; FARIA, 2009). Esse movimento econômico busca a sinergia coletiva entre os membros e a união das diferentes atividades produtivas para o desenvolvimento do empreendimento. A economia solidária, quando consolidada, promove efeitos motivadores nos membros envolvidos e o próprio avanço e expansão dos projetos dos empreendimentos (POCHMANN, 2004).

Apesar da potencialidade dos empreendimentos econômicos solidários, a concretização e continuidade de suas atividades não costuma ser um processo tranquilo, estando normalmente permeado de dificuldades. Conforme Souza (2003), embora o agravamento da pobreza e do desemprego terem estimulado a proliferação de empreendimentos solidários, uma grande parte deles encerram suas atividades em curto espaço de tempo, tornando-se assim, como algumas das iniciativas relacionadas ao turismo, um conjunto de expectativas potenciais e não muito mais do que isso.

Em um contexto em que pessoas se unem de maneira independente para fomentarem alternativas que a tirem do problema do desemprego e encontrarem uma maneira de sobrevivência na economia solidária, insere-se também o setor do turismo, uma atividade de produção que gera inclusão social por meio do emprego e inclui-se entre os setores motrizes da economia. O turismo é uma área econômica mundial que abrange um elevado número pessoas e agentes, sendo que à medida que o índice de turistas cresce em determinada região, eleva-se o consumo de bens e serviços, refletindo diretamente em maior produção e em maior desenvolvimento local. Nesse sentido, gera-se um efeito dinamizador ou multiplicador, pois se precisa tanto da criação e do desenvolvimento de diversas atividades econômicas como até mesmo de alterações na estrutura econômica tradicional. O turismo e os EES podem, portanto, se unirem e cooperarem mutuamente para o desenvolvimento de ambas as partes, seja pelo aumento do número de produtos ou serviços ofertados pelos empreendimentos ou a maior qualidade das experiências dos visitantes por meio destes próprios serviços.

Embora o estudo do impacto do turismo não seja novo, continua a ser relevante devido às rápidas inovações na indústria. A ascensão de tipos de alternativas de turismo é um exemplo da busca do desenvolvimento da comunidade. Em um contexto em que diferentes formas de empreendimentos econômicos solidários emergem uma maneira alternativa de unir esses empreendimentos com a atividade do turismo seria o começo e/ou a consolidação de uma alternativa viável de desenvolvimento comunitário, incluindo questões culturais, sociais

e econômicas, e dependendo também de muitos fatores como atitudes turísticas, processos de desenvolvimento do turismo, estruturas econômicas e políticas, etc. (HALL; LEW, 1997).

Nesse sentido, o Turismo de Base Comunitária (TBC) emerge como uma alternativa para a inserção de atividades de produção de empreendimentos solidários na cadeia produtiva do turismo, pois envolve o desenvolvimento turístico inovador em comunidades locais, incluindo indivíduos, grupos, pequenos empresários e organizações locais e governos. A temática é alvo de pesquisas nacionais e internacionais, que evidenciam que muitos dos projetos do TBC começam com a perspectiva de ganhos econômicos e são frequentemente liderados pelo iniciador, que muitas vezes é uma pessoa ou grupo. As principais atrações para os turistas no TBC é o patrimônio cultural, bem como o ambiente natural. Além disso, o TBC cria oportunidades de emprego para grupos marginalizados e estimula a cooperação entre empresas e comunidades locais. Dois elementos são, portanto, importantes para os projetos de TBC: por um lado, a participação local ou mesmo a iniciação e, do outro lado, a sustentabilidade econômica, social e ambiental (da qual a primeira estimularia tipicamente a segunda).

Por meio do TBC busca-se fortalecer as instituições destinadas a aumentar a participação local e promover o bem-estar econômico, social e cultural da maioria popular. As comunidades locais têm total controle sobre o processo de tomada de decisão, bem como sobre a execução e os benefícios, assemelhando-se aos princípios da economia solidária. Nessa perspectiva, o desenvolvimento do turismo é visto como sustentável e a comunidade local é independente (BROHMAN, 1996).

Existem dificuldades para as comunidades alcançarem o pleno desenvolvimento do TBC como a carência de informações, recursos e poder, tornando especialmente difícil chegar ao mercado. A comunidade depende de outras partes interessadas e torna-se vulnerável. Outra limitação é que a maioria das comunidades pobres têm dificuldades em atrair capital ou recursos para construir as instalações e infraestrutura necessárias para o desenvolvimento do turismo (SCHEYVENS, 2002).

Há também limitações no nível operacional, incluindo a centralização da administração do turismo, que torna muito difícil para os moradores e empreendimentos locais se envolverem, bem como uma falta de coordenação devido à fragmentação na indústria do turismo. O processo de negociação é por vezes uma das limitações estruturais, pois embate nas atitudes de profissionais que frequentemente não estão dispostos a negociar com os moradores locais, ou estes não estão em posição de negociar com eles adequadamente. Além disso, também existem restrições relacionadas às limitações culturais, que se relacionam

com o baixo nível de consciência da comunidade local sobre as consequências socioculturais, econômicas e políticas do desenvolvimento do turismo.

Em uma pesquisa sobre a participação local no planejamento do turismo em Yogyakarta, Indonésia, Timothy (1999) descobriu que muitos moradores não achavam necessário o seu envolvimento no planejamento turístico. Assim, contrastando e relacionando essa realidade com o contexto da política de desenvolvimento econômico solidário brasileiro, o envolvimento dos EES no planejamento do turismo seria fundamental e de extrema importância, pois, nos projetos de TBC, a participação da comunidade deve ser elevada e indispensável. Os empreendimentos do TBC são aqueles em que os membros das comunidades locais têm um alto grau de controle sobre as atividades que ocorrem e uma proporção significativa dos benefícios econômicos lhes é atribuída. Em vez disso, por vezes muitos desses projetos ainda podem depender, por exemplo, de agências doadoras. A pesquisa de Mitchell e Muckosy (2008) sobre empreendimentos de TBC na América Latina também mostra que muitos projetos estão falhando em atingir seus objetivos porque os custos superam as receitas, tornando mais uma vez as comunidades locais vulneráveis. Pesquisas brasileiras também apontam as características e desafios dos empreendimentos inseridos no TBC, entretanto, não propõem um modelo de gestão de atividades a ser aplicado.

Existem muitas maneiras pelas quais a comunidade local pode estar envolvida no planejamento e desenvolvimento do turismo. No processo de desenvolvimento do TBC, fomenta-se o envolvimento dos moradores locais sem especificidades sobre a melhor maneira de participarem. Embora essa ação também dependa de situações locais, incluindo as outras partes interessadas e as limitações que as comunidades têm de lidar, nesta pesquisa considera-se de suma importância a participação dos EES de origem comunitária nos processos decisórios, considerando os princípios e a relação político-social da economia solidária.

A respeito do contexto da economia solidária, Singer (2003) afirma ser imprescindível a presença de especialistas em empreendimentos solidários, independente de serem associados ou de prestarem consultorias. Assim, esta pesquisa apresenta um cenário real da atual situação e do contexto dos EES do município de Corumbá-MS. O enfoque desta pesquisa são os quatro empreendimentos identificados pela Prefeitura Municipal de Corumbá.

Diante dessa contextualização, emerge a seguinte questão de pesquisa:

- Quais são as potencialidades de implementação do Turismo de Base Comunitária (TBC) entre os Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) em Corumbá-MS?

Esta dissertação tem como objetivo principal: Analisar as potencialidades de implementação de iniciativas de Turismo de Base Comunitária (TBC) a partir dos Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) no município de Corumbá-MS. Como objetivos específicos:

- Caracterizar os EES e as suas relações atuais com a atividade do turismo;
- Avaliar os princípios do TBC e as possibilidades de implementação de iniciativas para o seu desenvolvimento.

A presente pesquisa foi construída em seis itens: a introdução apresenta a relevância o tema estudado. No item 2 discutem-se os fundamentos teóricos de Turismo de Base Comunitária (TBC) e Economia Solidária e Empreendimentos Econômicos Solidários (EES). O item 3 apresentam-se os procedimentos metodológicos utilizados, objetivando alcançar os objetivos propostos pelo estudo e estabelecem critérios rigorosos aplicados à pesquisa. No item 4 são apresentados e analisados os resultados da pesquisa realizada no município de Corumbá, no Estado do Mato Grosso do Sul, abordando o contexto do turismo de pesca em Corumbá e caracterizando os quatro empreendimentos econômicos solidários selecionados. Apresentam-se, também as análises críticas do discurso e das representações sociais dos quatro casos estudados e, por fim, as análises e resultados do uso das tecnologias em pesquisa de ciência social aplicada. As considerações finais apontam as conclusões do objetivo proposto na pesquisa e finalizando com as referências, elencando as obras que deu suporte à temática.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta etapa discutem-se os fundamentos teóricos dos seguintes tópicos: Turismo de Base Comunitária (TBC) e Economia Solidária e Empreendimentos Econômicos Solidários (EES).

2.1 Turismo de Base Comunitária (TBC)

Esta seção abrange o turismo de base comunitária por meio de uma construção teórica dividida nos seguintes subtópicos: (a) turismo; (b) os novos modelos de turismo; e (c) o contexto e os princípios do TBC.

2.1.1 Turismo

O potencial do turismo tem sido teoricamente orientado e vem ganhado reconhecimento por organizações internacionais, especialmente por sua capacidade de potencializar crescimento econômico e, ao mesmo tempo, também pode criar estratégias de transformação social (PULIDO-FERNÁNDEZ; LÓPEZ-SÁNCHEZ, 2011). Embora existam diversas visões e abordagens conceituais em torno do turismo como a maior indústria global, grande parte dos estudos publicados destacam o avanço da indústria ao longo das últimas décadas. A Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas (OMT) propõe que ao longo das décadas o turismo enfrentou uma série de profundas diversificações e transformações para se tornar um dos mais rápidos setores econômicos mundiais. Atualmente o turismo moderno relaciona-se diretamente com questões de desenvolvimento e engloba um crescente número de destinos ao redor do planeta, tornando o setor um importante motor para o progresso socioeconômico (FLETCHER, 2011).

Há, contudo, um questionamento do setor quanto a sua capacidade de transformação social, especialmente quanto à redução da pobreza e promoção de igualdade. O papel do turismo tornou-se, portanto, uma questão de relevância social como resposta às inquietações com os impactos sociais e culturais negativos do turismo (COLE; MORGAN, 2010).

Nesse sentido, o turismo alternativo passa a ter o anseio de se tornar um setor com menos efeitos negativos nas áreas de destino, no meio ambiente e na própria população, sem reduzir os efeitos econômicos positivos, mas reforçando a coerência com valores naturais,

sociais e comunitários (LOIZOS CHRISTOU, 2012). Pesquisadores acreditam que nas próximas décadas o turismo será uma das atividades que irá contribuir para a intensificação do fenômeno da globalização, contudo, sua contribuição não afetará todas as áreas geográficas igualmente. Ao mesmo tempo, o setor precisará assegurar sua sustentabilidade, pois há um número previsto de chegadas internacionais globais em torno de 1,6 bilhões em 2020, exigindo uma gestão eficaz de todos os recursos envolvidos (PULIDO-FERNÁNDEZ; LÓPEZ-SÁNCHEZ, 2011).

Estudos de Kinyondo e Pelizzo (2015) discorrem que embora haja um elevado número de pesquisas com enfoque na contribuição do turismo para o crescimento econômico e desenvolvimento desde 1970, poucas destas pesquisas avaliam se o turismo contribui para a redução da pobreza e desigualdade de renda. O setor turístico deve ser emanado por uma agenda política que promova a justiça social e a igualdade por meio do turismo em todo o mundo. Embora inicialmente a preocupação com a sustentabilidade estivesse voltada para o turismo de massa, atualmente novas formas de turismo alternativo como o ecoturismo e o TBC, também são objetos apurados e considerados (COHEN; COHEN, 2012).

A pesquisa de Saayman e Giampiccoli (2016) evidencia a necessidade de expandir os conceitos e as práticas relacionadas ao TBC para a efetivação de uma atividade do turismo mais justa, equitativa e sustentável, isto é, alinhada ao seu próprio entendimento de justiça social, capacitação, controle local e apropriação, redistribuição de recursos e sustentabilidade. A OMT menciona que para existir uma verdadeira contribuição do turismo para o bem-estar econômico é preciso alinhar receitas a qualidade do próprio setor. Entretanto, conforme dados do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2017), a desigualdade social compromete o crescimento econômico e a redução da pobreza, uma vez que a distribuição de renda permanece globalmente desigual.

É necessária uma mudança na abordagem do desenvolvimento e, para enfrentar os problemas gerados pela desigualdade, é preciso que os países criem um crescimento mais inclusivo, por meio da divisão equitativa dos benefícios provenientes do crescimento econômico para particularmente elevar suas capacidades, oportunidades e rendimentos das famílias e grupos que geralmente estão à margem da vida social, política e econômica, e demandam a integração de abordagens de desenvolvimento mais integradas (CLARK, 2013).

A discussão sobre o papel do turismo na redução da desigualdade e pobreza pode ter ligação com o papel do setor na própria expansão capitalista, isto é, a globalização. Pesquisas apontam que esse movimento pode ser entendido como uma maneira pela qual a economia mundial capitalista busca sustentação na era pós-moderna, frente aos novos modelos,

conceitos e atividades, como o turismo sustentável, tornando-se um paradigma dominante na atividade do turismo global e um efeito particular da sua própria necessidade de sustentar o capitalismo (FLETCHER, 2011).

A cooperação internacional do turismo pode ser considerada uma estratégia de penetração capitalista em novos lugares e a expansão do turismo pode ser compreendida como uma maneira de sobrevivência do setor frente as diferentes mudanças na era atual (SCHILCHER, 2007; FLETCHER, 2011).

2.1.2 Os novos modelos de turismo

O turismo é um setor comercial, que opera dentro de uma economia de mercado dominante e globalizada, norteada pelas diretrizes e práticas do neoliberalismo (CHOK; MACBETH; WARREN, 2007). Um número cada vez maior de destinos em todo o mundo se abriu e investiu no turismo, transformando-o em um dos principais impulsionadores do progresso socioeconômico por meio da criação de empregos e empresas, receitas de exportação e desenvolvimento de infraestrutura. De acordo com a *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO, 2017), o turismo é uma importante categoria do comércio internacional de serviços. Em 2017, além das receitas obtidas nos destinos, o turismo internacional também gerou 216 bilhões de dólares em exportações por meio de serviços de transporte internacional de passageiros prestados a não residentes em 2016, elevando o valor total das exportações turísticas de 1,4 trilhão para 4 bilhões de dólares em média. Assim, como uma categoria de exportação mundial, o turismo ocupa o terceiro lugar depois dos produtos químicos e combustíveis e está à frente de produtos automotivos e alimentos. Em muitos países em desenvolvimento, o turismo é a principal categoria de exportação.

É interessante discutir como o liberalismo se expande por meio de atividades de mercado, como as do setor de turismo e sua respectiva globalização corporativa. Esse contexto suscita o destaque para questões de crescimento do turismo, suas mudanças estruturais na economia global e as mudanças fundamentais para nas relações internacionais. Esta abordagem foi também favorecida pelas instituições internacionais Banco Africano de Desenvolvimento (BAD), o Banco Mundial (BM) e o Fundo Monetário Internacional (FMI), e também por doadores bilaterais que, em busca de trocas de reformas para o favorecimento de crescimento, ofereceram empréstimos para as economias emergentes, desempenhando o verdadeiro papel vital de formação do ambiente econômico para investimentos e desenvolvimento do turismo em grande parte do mundo (GIAMPICCOLI;

SAAYMAN; JUGMOHAN, 2014). Esse processo de cooperação desempenha papel vital na formação de um ambiente econômico propício para investimentos e para o desenvolvimento do turismo em grande parte do mundo.

Este específico ambiente turístico é favorecido pela sua aliança e cooperação e pode ser justificado pela criação de grandes alianças internacionais entre as mais ricas agências de viagens e turismo para impulsionar seus interesses em todos os níveis. Em relação a adesão do setor privado, destaca-se que a OMT é a única organização intergovernamental que permite a adesão do setor do turismo, cujos membros do seu *World Travel and Tourism Council* (WTTC, 2013) tornam-se ativamente participativos nas reuniões e programas da organização.

Tradicionalmente, as transformações do setor turístico permeiam questões geográficas e formas de expansão, como a abertura de novos territórios para o desenvolvimento do setor e a criação de novos serviços (BIANCHI, 2009). Na contramão, existem diferentes maneiras de turismo alternativo foram julgadas e propostas diferentemente, como as seguintes abordagens: Turismo Pró-Pobre (TPP), Turismo Responsável (TR), Turismo de Comércio Justo (TCJ), o Ecoturismo e o Turismo de Base Comunitária (TBC).

Entre as diferentes propostas alternativas ao turismo tradicional, Higgins-Desbiolles (2008) discute o TBC como um possível modelo alternativo ao turismo. Os pesquisadores relatam que uma diferença entre o TBC e as propostas de turismo alternativo TPP, TR e TCJ foi evidenciada na sugestão de que esses modelos se fundamentam em estruturas voluntárias e autorreguladoras que são aderidas ao seu conjunto de princípios. O TBC, por sua vez, não é um processo autorregulado, é uma forma de turismo com suas próprias características, desafios, problemas e potencialidades. Além disso, o TBC não se baseia no setor de voluntariado, pois, na verdade, é uma iniciativa que nasce dentro da comunidade, portanto, não é um setor principal do turismo que vagamente abrange ou toma a comunidade, mas a própria comunidade gerencia o processo de turismo (GIAMPICCOLI; SAAYMAN; JUGMOHAN, 2014).

Pesquisas de Scott e Gössling (2015) apontam a forte tendência do turismo de manter-se uma importante ferramenta de desenvolvimento econômico e relatam que oportunidades e desafios moldarão o seu âmbito em escala global, regional e de destino local, de modo a tornar todas as escalas mais justas, equitativas e sustentáveis. Esse contexto contempla a necessidade de reconhecer e avançar as formas alternativas de turismo dispostas a promover o turismo e a globalização alternativa frente a atual estrutura neoliberal, como o TBC.

As iniciativas que nascem como propostas alternativas ao turismo tradicional, tais como: TPP, TR, TCJ e TBC, são questionadas quanto às suas não congruências em relação

aos seus próprios objetivos propostos tanto teoricamente quanto terminologicamente. Esses modelos de turismo alternativo são construídos e, por vezes, permanecem dentro de uma estrutura neoliberal que promove a insuficiência de uma verdadeira alternativa para o desenvolvimento do turismo alternativo. Em contrapartida, a origem e a contextualização do TBC parecem mais alinhadas com a abordagem do turismo alternativo e do desenvolvimento comunitário holístico, embora ainda existam limitações intrínsecas ao modelo de turismo, além de desafios para a forma de gestão (GIAMPICCOLI; SAAYMAN; JUGMOHAN, 2014).

A diferença entre o TPP e o TBC aponta que, embora o turismo de massa tenha sido compreendido como um principal desafio para a política de TBC, a maior parte do sucesso relatado foi alcançado com iniciativas comunitárias de menor escala. Para alguns pesquisadores nem todas as iniciativas alternativas de turismo são negativas, como Fletcher (2011) discute o ecoturismo não necessariamente como um fenômeno que promove a expansão do capitalismo, mas a indústria como um todo desempenha um papel instrumental a esse respeito, pois é a estrutura do sistema turístico que precisa ser transformada. Além disso, para um avanço e a transformação do turismo, é preciso existir um rompimento dos atuais padrões ideológicos e de implementação, de modo a abrir portas para novas implementações e contemplações da mudança do atual quadro global para um mundo mais justo e equitativo. Esses empreendimentos precisam de experiência prática.

Conforme pesquisas de Giampiccoli e Mtapuri (2012) e Saayman e Giampiccoli (2016), é possível entender que o TBC pode ser utilizado como uma possível abordagem em prol de um turismo mais justo e equitativo, especialmente considerando que a globalização neoliberal contemporânea tende a remodelar a abordagem do próprio TBC. Nesse contexto, a estrutura neoliberal atual pode comprometer o desenvolvimento holístico de uma comunidade e também ressaltam que por muitas vezes os imperativos neoliberais são prioritários, assim como os do setor privado e do investimento externo privado.

Tanto a OMT quanto o seu WTTC não tomaram medidas de articulação a respeito da perspectiva de turismo internacional duplicada até 2030 e potencialmente triplicada em 2050, o que poderia ser acomodada sustentavelmente (SCOTT; GÖSSLING, 2015). Esses planos que fazem parte de agendas internacionais, nacionais e locais nos apontam que o futuro do turismo faz parte de uma série de questionamentos sobre situações que envolvem imprevisibilidade e riscos. Nesse sentido, as questões vinculadas ao planejamento e desenvolvimento do turismo levam a compreensão de que são necessárias novas abordagens e

novos planos estratégicos. Nota-se, portanto, que a OMT e o WTTC não conseguiram criar um procedimento para a divisão e fomento e desenvolvimento de um turismo de base local.

De uma maneira relacionada e especificamente sob uma visão que contempla o contexto de economias emergentes, Zaoual (2006) discorre sobre os movimentos de transição de modelos econômicos em virtude do esgotamento dos modelos tradicionais, responsáveis por um amplo vácuo nos velhos países capitalistas, que encontram-se em busca de um modelo de regulação mais satisfatório. Assim, o surgimento e a proliferação das economias dissidentes tais como a economia social e solidária e de desenvolvimento local, que persistem na geração de emprego e inserção econômica frente as incapacidades do liberalismo econômico de conduzir com sucesso a reconstrução completa de regiões.

2.1.3 O contexto e os princípios do TBC

O Turismo de Base Comunitária (TBC) refere-se a toda forma de organização de iniciativas econômicas nas quais a propriedade dos ativos e da autogestão dos recursos são propriedade da comunidade, tais como o patrimônio natural, protagonista do processo. No TBC, a forma de gestão é realizada de acordo com as práticas democráticas e solidárias tanto em relação a execução do trabalho quanto a distribuição dos benefícios, sendo a equidade o valor subjacente, seguido pelo bem-estar de todos os seus membros (MALDONADO, 2009).

Para enfrentar os desafios do turismo e atender a crescente demanda por alternativas ao modelo capitalista, o TBC pode ser utilizado como uma ferramenta para a redistribuição de riqueza e recursos de capacitação, justiça social e equidade (GIAMPICCOLI, 2015). É interesse destacar que o TBC, na essência de seus princípios, busca a promoção do autoplanejamento, autossuficiência e autogestão, bem como ser transformadora, redistributiva, capacitadora, holística e de desenvolvimento. Ao mesmo passo, o TBC promove as capacidades individuais e comunitárias, geração de emprego e renda, controle de recursos e envolvimento, obtenção da justiça social e remediação do poder e recursos (GIAMPICCOLI; MTAPURI, 2015).

Embora o TBC possua características vinculadas a diferentes maneiras de negócios, é preciso que estas sejam economicamente viáveis e possuam suas próprias responsabilidades, assim como sistema de gestão e processos de tomada de decisão (GIAMPICCOLI; JUGMOHAN; MTAPURI, 2015). Essas características diversificadas exigem um maior nível de gestão capaz de abranger desde por quem esses empreendimentos são geridos e até a sua finalidade. O TBC possui particularidades como a política de que os lucros devem ser

distribuídos igualmente entre os membros e também devem contribuir para o desenvolvimento local, sendo as atividades e os recursos do geridos e controlados pelos membros do empreendimento. O TBC demanda estratégias de marketing adequadas a realidade do empreendimento para a satisfação do cliente (MTAPURI; GIAMPICCOLI; JUGMOHAN, 2015).

Para uma melhor compreensão do TBC é preciso expandi-lo para o seu contexto geral e, então, resgatar o seu significado original. Embora esse exercício de contextualização seja fundamental, as origens do turismo alternativo no movimento da contracultura em 1960 foram esquecidas demasiadamente (HIGGINS-DESBIOLLES, 2008). A plena manifestação do TBC, com todos os seus princípios, peculiaridades e problemas, é um verdadeiro desafio para os controladores do processo de globalização, pois fogem de sua capacidade de controle dos recursos e dos membros das iniciativas, uma vez que as terminologias “comunidade” e “participação local” fazem fortemente parte da realidade do contexto de cada empreendimento.

A atividade do TBC tem como aspecto importante e de interesse em pesquisar, a mudança de propriedade. Nesse contexto, as pessoas locais perdem seus direitos de propriedade nos projetos, perdendo a legitimidade de sua ação enquanto são denominadas como “partes interessadas”, igualando-se aos órgãos intergovernamentais, indústrias e um grande número de corretores a nível internacional, nacional e local. É importante ressaltar que os empreendimentos do TBC são de total propriedade e de controle de seus membros, incluindo pessoas locais e suas organizações, pois, essas buscam sua emancipação social e governamental, incluindo empresas e organizações internacionais, tornando o TBC globalizado um fenômeno com pouco em comum com as anteriores formas de turismo alternativo de base comunitária (PLEUMARON, 2002).

Os membros das comunidades desfavorecidas devem ser direta e integralmente beneficiados pela atividade do TBC por meio da priorização de suas atividades dentro de um quadro distributivo de justiça social a nível global e local em todos os ramos do turismo. A localização de propriedade e o controle do setor do turismo como um todo também deve ser trabalhada pelo TBC, embora os objetivos sejam oferecer uma vantagem forte e decisiva aos membros das comunidades desfavorecidas, diminuir forte e holisticamente a disparidade de desigualdade entre vários grupos da sociedade em níveis geográficos diferentes, e influenciar e circunscrever todo o setor do turismo e da sociedade para reforçar o controle e o benefício local (SAAYMAN; GIAMPICCOLI, 2016).

Em tempos em que se buscam por iniciativas que construam uma alternativa possível ao turismo convencional, o TBC é considerado uma abordagem interessante para o desenvolvimento do turismo alternativo de modo a superar os desafios e problemas do gerados pelo modelo de turismo tradicional (GIAMPICCOLI, 2015; LÓPEZ-GUZMÁN; SÁNCHEZ-CAÑIZARES; PAVÓN, 2011). Há questionamentos, todavia, sobre a maneira de implementação de abordagens de TBC e seu real benefício para as comunidades (AHMAD et al., 2015).

Assim como muitos projetos de cunho social, as iniciativas inseridas no TBC demandam uma série de cuidados envolvendo a avaliação e o planejamento tanto no seu processo de criação como de execução, sendo essencial para uma manutenção de recursos e geração de benefícios sociais e ambientais (ASKER et al., 2010). Moscardo (2008) aponta que embora ambos o TBC e o ecoturismo, de maneira conjuntural, não avançam em termos de eficácia e sustentabilidade como geralmente se propõem, ainda possuem recursos e instrumentos para a geração de uma grande potencialidade para muitas regiões, deste modo, sugerindo que o verdadeiro TBC ainda não foi implementado, pois está em pleno processo de desenvolvimento.

A capacidade comunitária é um elemento crucial para o alcance de melhorias e avanços na implementação de novas formas de turismo que merecem maior consciência. Ambas a conceituação e a implementação do TBC requerem análise apurada, pois o gerenciamento dessas características pode influenciar diretamente o resultado do próprio TBC (SAAYMAN; GIAMPICCOLI, 2016). Embora a importância da autogestão entre os membros seja fortemente pontuada nas discussões do TBC, há, contudo, a necessidade de políticas públicas que abracem a causa e ofereçam o suporte que vai além de uma específica localidade. Nesse sentido, os atores do turismo precisam olhar e avaliar ações que por vezes extrapolam os limites da comunidade, considerando questões externas para serem ajustadas internamente, e, dessa maneira, adquirem um maior conhecimento e uma possível participação no planejamento a nível local e nacional. Esse contexto de participação e atuação política oferece aos empreendimentos do TBC características que demonstram sua propensão a adaptarem-se às circunstâncias e a terem sucesso em ambientes cujas estruturas institucionais oferecem políticas públicas e habilitam os vínculos entre organizações, assim como habilidades e assistência técnica ao TBC.

Estudos anteriores corroboram que países que fomentam políticas voltadas ao desenvolvimento do TBC, especialmente em torno de sua implementação em extensão nacional, são capazes de desenvolverem uma estrutura mais eficaz e adequada aos agentes

envolvidos e a própria melhoria da política do TBC (ASKER et al., 2010). Por outro lado, abordagens com enfoque mais regional também são apropriadas, principalmente em locais onde questões de cunho social semelhantes aos princípios e mecanismos do TBC são questões imperativas de integração e implementação, como na Região Econômica da Ásia-Pacífico. Há uma demanda de incorporação do modelo de TBC em economias emergentes como parte formalizada de seu processo de desenvolvimento que, por meio da efetiva implementação, deixará de ser um modelo alternativo de turismo e pode se tornar uma ferramenta de desenvolvimento mais consolidada (HAMZAH; KHALIFAH, 2009).

Pesquisas recentes de Saayman e Giampiccoli (2016) apontam que os empreendimentos de TBC usualmente trabalham em pequena escala e ainda não há previsão para o desenvolvimento do setor em uma escala maior, conseqüentemente suscitando discussões sobre questões estruturais e burocráticas ainda pouco discutidas. A necessidade de formalização e de integração a nível global tornou-se, portanto, uma interessante necessidade que pode ser alcançada por meio da descentralização a nível local, regional e nacional, integrando todos os níveis geográficos. Para existir um efetivo processo de integração e internacionalização do TBC, o processo precisa ir além da linha territorial de determinada localidade, pois dessa maneira poderá ser possível integrar e formalizar o desenvolvimento turístico alternativo contrário ao de abordagem neoliberal predominante.

Da mesma maneira que o TBC sofre diferentes tipos de conceituações, o sucesso ou fracasso também sofrem várias interpretações (KONTOGEOURGOPOULOS; CHURYEN; DUANGSAENG, 2014). A questão do sucesso ainda é controversa e depende da perspectiva ou das expectativas tanto das políticas quanto dos membros envolvidos diretamente nos processos, ressaltando a necessidade de unificação de seu próprio significado e de seu processo operacional (BOONRATANA, 2010).

As políticas de TBC podem ser encontradas em estruturas locais e internacionais, como na Namíbia organizada pelo Ministério do Meio Ambiente e Turismo em 1995, na Jamaica pelo Ministério do Turismo e Entretenimento em 2014, no Myanmar pelo Ministério dos Hotéis e Turismo, na Província de KwaZulu-Natal da África do Sul (GIAMPICCOLI; SAAYMAN; JUGMOHAN, 2014; GIAMPICCOLI; MTAPURI, 2015). É importante mencionar algumas propostas e normas para o TBC disponíveis a nível nacional, tal como o padrão TBC para a Rede de Ecoturismo Baseada na Comunidade em 2009, uma iniciativa com registros formalizados que fomentam e impulsionam o desenvolvimento do TBC e reforçam a importância da formalização de propostas sobre a temática.

Em um mundo cada vez mais integrado ao desenvolvimento global, questões de padronização fazem inevitavelmente parte do contexto do turismo, incluindo o TBC. As demandas por métodos e maneiras de padronização são grandes desafios para as comunidades locais, uma vez que estas não estão suficientemente preparadas para manter o padrão a que se propõem. Nesse sentido, seria interessante que entidades externas também se envolvessem no processo de integração e facilitação das atividades da comunidade para poder atingir seus respectivos objetivos. Para expandir o alcance do TBC e maior integração de diferentes tipos de empreendimentos, seria importante a criação de categorias mais específicas e inclusivas, para que mais comunidades façam parte, cumpram as normas estabelecidas e se envolvam com o TBC, incluindo as com limitações de recursos e capacidade.

Como diretriz para promover a padronização de empreendimentos de TBC, seria importante que normas e diretrizes tivessem suas próprias classificações, relacionadas a realidade e as características de cada projeto atuante. Há, no entanto, a necessidade de inclusão de uma relação específica com os agentes externos, demonstrando o nível de cada projeto de TBC, principalmente sua relação de controle e influência externa, evidenciando, desta forma, o uso devido ou indevido do termo de TBC por entidades privadas ou demais intervenientes.

O suporte de organizações internacionais é notório, como a OMT que apoia eventos e projetos voltados para o desenvolvimento de atividades de TBC, onde a principal atração para os turistas é participar do modo de vida da comunidade de pequenas comunidades tradicionais e entenderem como as atividades são gerenciadas e controladas pelos próprios membros comunitários. Como exemplo, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) envolveu-se com o TBC no Vietnã em 2014.

É preciso que as normas reconhecidas internacionalmente ou uma agência dedicada específica ultrapasse a aparência de estar presente, mas não desenvolverem ações práticas para o desenvolvimento. Na perspectiva da pesquisa de Saayman e Giampiccoli (2016) com enfoque na Tailândia, foi possível compreender características peculiares referentes àquela comunidade, incluindo questões de compreensão de seu significado, problemas com a definição dos níveis geográficos de atuação, as lacunas do setor, entre outras questões relacionadas ao TBC. Esses *gaps* exigem uma abordagem mais integrada e estratégica do setor, baseada em um nível de cooperação entre o governo Tailandês, organizações não governamentais de base comunitária e acadêmicas.

É importante que a abordagem global do TBC seja capaz de refletir a necessidade de atuação e avanço a nível local e nacional por meio de orientações e acompanhamento

regulares para a compreensão de normas relacionadas com todos os aspectos de TBC, assim como estabelecer modelos de gestão e formalizá-los em todos os níveis geográficos e institucionais. A discussão da expansão global, compreensão das esferas local e nacional, e integração de todos os setores são importantes para o desenvolvimento do TBC. Para alcançar um possível avanço do TBC a nível global, seria interessante a criação de uma agência internacional destinada a implementação de práticas e formalização e suporte de empreendimentos membros, contando com o reconhecimento do setor do turismo a nível internacional.

Além da criação de uma agência reguladora global, outras maneiras de atuação internacional devem ser previstas e avançadas. Entretanto, ressalta-se a necessidade de criar um organismo bastante independente para promover o TBC no seu entendimento original como uma abordagem alternativa ao turismo convencional, promovendo o empoderamento das pessoas desfavorecidas e a equidade social. Saayman e Giampiccoli (2016) argumentam que organizações internacionais de turismo como a OMT e o WTTC permanecem inseridos no contexto neoliberal e manifestações como esta reforçam a necessidade de fomento a novas formas de desenvolvimento de turismo.

O TBC relaciona-se diretamente com questões sociais. Sob o aspecto de desigualdade social, uma questão presente no contexto de empreendimentos e iniciativas de origem local, de acordo com o *United Nations Development Programme* (UNDP, 2013), a alta desigualdade prejudica o desenvolvimento ao impedir o progresso econômico, enfraquecendo a vida democrática e ameaçando a coesão social. A alta e crescente desigualdade social não é apenas intrinsecamente injusta, pois também dificulta a obtenção do bem-estar humano generalizado, principalmente pela perspectiva multidimensional de bem-estar que vai além dos aspectos materiais da vida, incluindo o bem-estar relacional e subjetivo. As evidências mostram que, além de um certo limite, a desigualdade prejudica o crescimento e a redução da pobreza, a qualidade das relações nas esferas pública e política da vida e o senso de realização e autoestima dos indivíduos.

Os aumentos na desigualdade de renda nos últimos 20 anos foram em grande parte impulsionados por amplos processos de globalização, mas as escolhas de políticas domésticas também desempenharam um papel importante. Evidências mostram que o aumento da desigualdade nas duas últimas décadas ocorreu principalmente por conta dos processos de globalização comercial e financeira que enfraqueceram a posição de barganha do trabalho. Além disso, a desigualdade de renda continua a ser um fator importante de desigualdade em outras dimensões do bem-estar material, mas outros fatores, como a qualidade da governança,

os gastos sociais e as normas sociais, também são importantes. A desigualdade de resultados e a desigualdade de oportunidades não podem ser tratados como questões separadas, pois são, na verdade, dois lados da mesma moeda. Uma percepção amplamente aceita sustenta que o espaço político para a redução da desigualdade é muito limitado, todavia, a experiência mostra que o espaço político pode ser criado.

Paralelamente, a *United Nations* (UN, 2013) assevera que a promoção do emprego produtivo e do trabalho decente para todos deve ser um objetivo não só de política social, mas também de política macroeconômica. A ênfase nos gastos públicos deve ser universal, de boa qualidade, serviços essenciais como saúde, nutrição, saneamento e educação, especialmente para as camadas sociais desfavorecidas. Os efeitos distributivos devem ser capazes de abordar as demandas políticas e sociais de grupos em economias emergentes de municípios em desenvolvimento. Conforme a UNDP (2013), para reduzir a desigualdade é preciso abordar as normas culturais que não reproduzem a desigualdade e fortalecer a agência política dos grupos desfavorecidos. O TBC, portanto, enfrenta uma série de problemas e dificuldades em seu processo de desenvolvimento, incluindo planejamento e implementação que demandam políticas e suporte para seu pleno desenvolvimento, sendo o objetivo desta pesquisa propor reflexões pautadas na realidade de EES de comunidades corumbaenses para melhorias e, em longo prazo, uma possível solução.

2.2 Economia Solidária e Empreendimentos Econômicos Solidários (EES)

A economia solidária é uma estratégia de libertação econômica para as classes populares e para as sociedades humanas como um todo e centraliza seu propósito com base no conceito de “bem-estar”, uma referência para o exercício ético das liberdades públicas. Esta perspectiva permite compreender a Economia Solidária como estilo de vida e, ao mesmo tempo, como um sistema econômico que luta pela superação da exploração e dominação econômica e pela construção de uma nova sociedade, ecologicamente sustentável, economicamente justa, politicamente democrática e capaz de recriar-se com base no diálogo intercultural. Trata-se de uma realidade essencialmente diversificada e complexa. Existem muitas abordagens e posições em relação às suas origens e fundamentos. Assim, compreende-se que há uma multiplicidade de teorias que tentam explicar a economia solidária e oferecer uma orientação estratégica, bem como uma base metodológica para sua organização, e, embora as diferentes formas de organização tenham traços comuns, sua estruturação pode ter variações. O processo de multiplicação de práticas econômicas solidárias em todo o mundo

tomou corpo no decorrer das últimas décadas como resposta a diversas crises socioeconômicas. Em primeiro, a deterioração das condições econômicas de grande parte da população mundial. Em segundo, o esvaziamento do conteúdo humano das relações sociais, isto é, o processo de subordinação aos ciclos capitalistas e sua semiótica de produção de subjetividades passaram a reduzir pessoas e sociedades, respectivamente, ao capital humano e ao capital social com o objetivo de gerar lucro. Em terceiro, a profunda degradação ambiental, provocada pelo capitalismo em sua fase de globalização neoliberal. Mance (2011) permite compreender a relação entre as práticas capitalistas e os problemas sociais e ambientais.

Singer (2002) aponta que o modo de produção baseado na economia solidária constitui-se por distintos meios de produção, como pequena produção de mercadorias, produção de bens e serviços e produção particular sem fins lucrativos. Os trabalhadores inseridos na economia solidária administram suas atribuições, planejam as atividades, escolhem estratégias de produção e tomam decisões coletivamente. Ladeia, Carvalho e Faria (2009) afirmam que, pelo fato de os empreendimentos possuírem resquícios das experiências com o trabalho subordinado e baixo nível de escolaridade, surgem barreiras que implicam o desenvolvimento das atividades e do próprio empreendimento solidário.

Para Gaiger (2013) o movimento da economia solidária possui três aspectos extremamente relevantes relacionados a sua própria organização. O primeiro aspecto afirma que a economia solidária não é um movimento social, trata-se de um movimento socioeconômico. O que caracteriza a economia solidária é a sua natureza econômica e solidária, não necessariamente o fato de ser um grupo social organizado que exige ou propõe algo. Assim, as iniciativas baseadas na economia solidária criam efetivamente uma realidade econômica por meio da produção, circulação e consumo de meios econômicos de maneira sustentável e solidária particularmente com diferente valor econômico e representações de valor econômico, diferenciando-se dos movimentos sociais, que não possuem a natureza de criar meios, valores e representação econômica. O principal interlocutor da economia solidária, em relação ao destino de seus fluxos econômicos, são geralmente as massas sociais, a população das comunidades locais que precisam reorientar suas práticas de consumo de forma consciente e solidária. A economia solidária tem como objetivo gerar e distribuir meios econômicos para o bem-estar de pessoas, famílias, comunidades, nações e países, dessa forma, estes elementos precisam ser alcançados em suas necessidades econômicas. O movimento socioeconômico economia solidária é como um eixo de lutas que atende às demandas imediatas de grandes segmentos sociais em esforço de superar as estruturas

opressoras e excludentes. As compras públicas são apenas uma das mediações possíveis para o consumo final de bens e serviços baseados na economia solidária pelas populações.

O segundo aspecto aponta que os fóruns e redes de economia solidária, organizados do nível local ao global, devem ser uma expressão de autogestão democrática e, ao mesmo tempo, de coerência econômica em relação ao que eles propõem. É necessário inventar e renovar as formas de exercício da democracia, para que o poder seja exercido de forma compartilhada. Por outro lado, é necessário ampliar a cada dia o percentual de consumo de produtos e serviços baseados na economia solidária por meio da inserção e educação econômica.

O terceiro aspecto aponta que, se por um lado seja muito importante estabelecer uma definição de economia solidária, coletivamente elaborada por membros de empreendimentos e redes unidos para servir de referência para os trabalhos de mobilização, organização e educação popular, por outro lado, esta definição não pode tornar-se um dogma. Em vez disso, precisa manter-se como uma referência coletiva e, ao mesmo tempo, como um tema gerador que deve ser enriquecido por experiências históricas de solidariedade econômica de diferentes nações e diferentes culturas no horizonte de expansão do exercício ético das liberdades públicas.

Lechat e Barcelos (2008) afirmam que os seres humanos, com todas as suas peculiaridades são capazes de alterar o meio e contexto onde eles vivem, tal como pessoas participantes de grupos alternativos fundamentados na economia solidária. Os autores visualizam o homem como um ser capaz de governar sua existência e seus projetos por meio de possibilidades de acesso, tanto econômico como social, tais como as possibilitadas pela economia solidária. Ao passo em que se discute sobre as possibilidades de desenvolvimento humano, Mance (2011) afirma que a economia solidária é cercada por uma ampla gama de visões e por diferentes estratégias apropriadas para o seu desenvolvimento, tipicamente compartilhadas por diferentes atores em diferentes níveis de entendimento. Em um esforço de brevemente levantar as diferentes visões sobre o fenômeno da economia solidária, apresenta-se a seguir as principais reflexões e abordagens: (a) A economia solidária pode ser acentuada sob sua dimensão de geração de emprego e renda, de promoção da inclusão social e de reconstrução dos laços socioeconômicos, como as iniciativas promovidas por igrejas e governos locais; (b) pode ser abordada sob a perspectiva dos movimentos sociais, onde há o enfoque do papel da Economia Solidária na promoção de um diálogo com o Estado e o forçam com o propósito de mudar a política econômica; (c) pode ser concebida como uma estratégia de desenvolvimento sustentável capaz de levar em conta os aspectos econômicos,

ecológicos e culturais desse processo, com o objetivo de promover um estilo de vida mais saudável e mais fraterno; (d) pode ser abordada como um setor econômico que compensaria as fragilidades dos setores privado e público, com o objetivo de promover o desenvolvimento socioeconômico ou visando a superação do atual sistema econômico capitalista; (e) pode ser compreendida como eixo das lutas sociais, congregando diferentes atores com a perspectiva de superação do modo de produção capitalista, dada sua capacidade de mobilizar grandes setores sociais, responder às demandas imediatas desses atores, negar estruturas capitalistas de produção, distribuição, consumo, financiamento, acumulação e degradação ambiental, ao mesmo tempo em que combate o individualismo, a exploração do trabalhador, a expropriação de consumidores e diversas formas de dominação cultural, e, construir novas estruturas de produção, consumo, financiamento e desenvolvimento tecnológico justas e sustentáveis; (f) pode ser vista como um novo modo de produção pós-capitalista em estágio inicial de construção ou em pequena escala implementada, como parte de circuitos articulados por redes colaborativas e solidárias, sendo elementos fundamentais desse novo sistema econômico; (g) pode ser abordada, igualmente como um modo de vida, voltado para a promoção do bem-estar de todos os povos, exigindo a garantia de todos eles das condições econômicas, políticas, educativas e informativas necessárias para a realização ética da vida; (h) a economia solidária é geralmente entendida por boa parte de seus promotores como uma alternativa ao capitalismo e seus danos sociais e ambientais; (i) existem, contudo, abordagens no debate público e acadêmico que afirmam que embora a economia solidária seja um espaço importante para a politização da sociedade, ela não tem capacidade de implementar e desenvolver formas de produção, comercialização e comercialização; (j) pode ser compreendida a partir de uma perspectiva instrumental: 1) como instrumento de política pública de inclusão social das populações marginalizadas, possibilitando que o Estado as atenda por meio de políticas para alcançá-las, como no caso de catadores de materiais recicláveis que demandam acesso a serviços fundamentais de bem-estar social; 2) ou como espaço de difusão das posições políticas de grupos que visam agregar atores coletivos em torno de posições defendidas por partidos políticos ou correntes intrapartidárias, com o objetivo de organizar processos hegemônicos mais globais ou, em menor escala, assegurar a permanência de certas correntes políticas nos espaços de tomada de decisão dentro de partidos políticos ou departamentos governamentais, dada sua capacidade de agregação e mobilização entre esses setores sociais (MANCE, 2011).

Singer (2002) afirma que os segmentos dos empreendimentos solidários diferenciam-se dos adotados pelos procedimentos capitalistas por não distinguirem o trabalho da detenção

de meios de produção. Ainda assim, a divisão de trabalho é feita de modo igualitário, e as atividades são acompanhadas de modo recíproco. Como os integrantes dos grupos econômicos solidários tomam posse das sobras geradas no decorrer das atividades de trabalho, esse montante é restrito aos que trabalham no empreendimento. Ladeia, Carvalho e Faria (2009) acrescentam que os empreendimentos solidários são geralmente criados com o objetivo de gerar melhorias em termos de condições de vida, inserção social, geração de trabalho e renda para pessoas que se encontram à margem da sociedade. Por sua vez, Pochman (2004), acredita que a criação e consolidação de uma economia alternativa, como a economia solidária, geram efeitos nos participantes, pois eles ficam cada vez mais motivados a dilatar movimentos e projetos relacionados à temática.

A realidade e o contexto da economia solidária permite que Gaiger (2013) faça questionamentos que envolvem a formação, o funcionamento e o formato jurídico dos empreendimentos solidários, especialmente para que o seu potencial no Brasil seja cada vez mais claro e, assim, estabeleçam-se ações eficazes de estímulo e suporte. O autor questiona se os empreendimentos autogestionários deveriam ser entendidos como parte de uma política assistencial em apoio às pessoas, mesmo com uma maior integridade econômica em seu perfil, relacionadas a sua capacidade de germinar transformações estruturais. Além disso, questiona se estes empreendimentos deveriam ser percebidos e utilizados como um recurso de uso, ou seja, capaz de alcançar inserção mercantil das atividades econômicas de um determinado tipo de cooperativa, mesmo com nítidas limitações. Por fim, o autor também questiona sobre questões de impacto positivo que um comportamento solidário e democrático proporciona para um empreendimento e sobre como as práticas de gestão coletiva e democrática tornam-se viáveis frente a um ambiente externo antagônico aos próprios valores.

Sob o viés ético, Mance (2011) a economia solidária busca evitar qualquer tipo de fundamentalismo, uma vez que tem como objetivo promover uma diversidade de formas econômicas solidárias, considerando realidades e culturas diferentes em prol da promoção do bem-estar de todos os povos. A economia solidária pode ser reconhecida, histórica e interculturalmente, pela identificação de práticas concretas de colaboração entre seres humanos no marco de diferentes linhas temporais e culturas, no que diz respeito à produção, à partilha de resultados com justiça, ao consumo de bens tangíveis e intangíveis e serviços necessários para a realização do bem-estar de pessoas, comunidades e nações. Ademais, o diálogo intercultural sobre a práxis da libertação da economia solidária contribui para o seu avanço na perspectiva de confrontação e superação de todas as formas de dominação e opressão, não apenas na esfera econômica, mas também na política e cultural. É preciso

ressaltar que não existe uma práxis de libertação econômica que não seja ao mesmo tempo uma libertação política e cultural, dado que a economia está embutida nas relações sociais, mediadas pela linguagem e pelo exercício do poder. Para o autor, economia solidária deve garantir os meios econômicos para a realização ética e sustentável das liberdades públicas e privadas de todas as pessoas, de modo a promover o bem-estar de toda a humanidade. Sob o viés político, a economia solidária deve promover a igualdade de direitos e o poder de decisão na esfera econômica para todas as pessoas. Em outras palavras, é preciso democratizar a esfera econômica de maneira efetiva, garantindo a autogestão dos empreendimentos e de outras iniciativas econômicas dos trabalhadores e de suas comunidades.

Ladeia, Carvalho e Faria (2009) acreditam que a constituição de grupos alternativos em prol da geração de trabalho e renda, fundamentados em preceitos econômicos solidários, ainda é restringida, considerando que o desenvolvimento desses grupos é uma empreitada complexa, pois demanda mecanismos de apoio. Existem perspectivas positivas em torno da economia solidária que, por muitas vezes, são contrastadas pelas demandas e dificuldades com a realidade do trabalho baseado na economia solidária. Para os autores, os grupos ligados ao sistema econômico solidário encaram as demandas que interferem diretamente nas atividades de trabalho, geralmente fundamentadas em coletividade, democracia e autogestão. O desenvolvimento de empreendimentos solidários ocorre por meio da consolidação da autogestão. Por ser um conceito central à economia solidária, o sistema de autogestão aponta os motivos que separam as relações capitalistas e assistencialistas e também fomenta a ampliação de sistemas democráticos e condições propícias à sua implantação, já que faz parte de um conjunto de políticas multidimensionais. A teoria da autogestão é afrontada quando posta em prática, pois possui conteúdo político, mas também apresenta dificuldades práticas e polissemia em seu termo; nesse sentido, os jogos de interesses tornam-se evidentes, especialmente quando relacionados à titulação. Conforme Lechat e Barcelos (2008), a autogestão é alcançada por meio de práticas contínuas, sujeitas a avanços e retrocessos.

Existe uma diversidade de abordagens econômicas para a economia solidária. Para iniciar a discussão econômica, inicialmente levam-se em consideração os fluxos econômicos que atravessam territórios e redes, com o objetivo de organizá-los de forma baseada na economia solidária. É possível identificar os seguintes fluxos baseados em rede que permeiam um território: (a) natural: chuva, rios, vento, energia solar e correntes no ecossistema local; (b) cultural: conhecimento, comunicação, linguagem, reprodução de códigos éticos e morais, melhorias tecnológicas, fluxos de poder na dinâmica de manutenção das comunidades e seus arranjos institucionais nesses territórios; (c) econômico: consumo, produção, poupança, fluxo

monetário, circulação de bens e serviços no território. Os fluxos econômicos nas comunidades humanas pressupõem necessariamente recursos naturais e culturais para sua realização. É preciso, portanto, considerar como todos esses fluxos podem ser usados ou reorganizados de maneira sustentável para o bem-estar de todas as pessoas, assim como alterar arranjos sócio-produtivos injustos ou prejudiciais aos ecossistemas e transformar o conjunto das relações humanas para que elas possam se tornar ecologicamente equilibradas e eticamente solidárias (MANCE, 2011). Além disso, a economia solidária também pode organizar-se em forma de rede, nessa perspectiva, se alguém precisa de um meio econômico para satisfazer sua própria necessidade, mas não tem o valor econômico correspondente para oferecer em troca do que é preciso, a rede pode gerar um crédito equivalente ao que essa pessoa precisa. Por meio desta rede, a pessoa pode obter o meio econômico necessário para seu consumo. A restituição de crédito pode ser feita pela pessoa com qualquer produto ou serviço que corresponda às necessidades de qualquer membro da rede, incluindo horas de trabalho oferecido.

Gaiger (2013) dedica-se no processo de sistematização de indicadores com o objetivo de caracterizar os empreendimentos fundamentados na economia solidária. Assim, em relação aos indicadores que distinguem as iniciativas baseadas na economia solidária das empresas privadas capitalistas, inclui-se: uma ruptura na subordinação estrutural do trabalhador, a colocação do capital a serviço da lógica do trabalho; tendência de equidade em relação aos meios de produção; uma conexão entre as dimensões social e econômica; a presença de uma abordagem ética na esfera econômica. Em relação aos indicadores de socialização da base material e produtiva, tem-se: propriedade coletiva dos principais meios de produção; partilha igualitária de trabalho e capital entre os participantes; presença limitada de trabalho assalariado com as atividades realizadas apenas por membros associados por meio do processo coletivo de trabalho. Em relação aos indicadores da divisão de benefícios sociais e econômicos, tem-se: remuneração pelo trabalho; minimização das diferenças de remuneração; nível de remuneração igual ou superior aos níveis de mercado; apoio aos membros desfavorecidos; práticas de reciprocidade e ajuda mútua; fundos sociais (previdência social, cobertura de saúde, férias remuneradas, etc.); não demissão de associados. Em relação aos indicadores de democracia interna, tem-se: o princípio de um membro, um voto; decisões tomadas de maneira coletiva pelos associados; alto nível de participação em órgãos deliberativos e consultivos; eleição direta e gratuita de coordenadores; reuniões regulares de tomada de decisão; envolvimento dos associados na gestão cotidiana da iniciativa e do processo de trabalho; participação igualitária de associados masculinos e femininos; votação secreta em momentos de decisões-chave.

A economia solidária é caracterizada por concepções e práticas estabelecidas por meio de relações de colaboração solidária, inspiradas em valores culturais que colocam o ser humano em seu centro em sua dimensão integral, incluindo sua ética e estética, como sujeito e objetivo da atividade econômica, ambientalmente sustentável e socialmente justa, em vez da acumulação privada de capital. Esta práxis de produção, comercialização, financiamento e consumo privilegia a autogestão, a cooperação, o desenvolvimento humano e comunitário, a satisfação das necessidades humanas, a justiça social, a igualdade de gênero, raça e etnia, igualdade de acesso à informação, conhecimento e segurança alimentar, preservação dos recursos naturais através do uso sustentável e responsável com as gerações presentes e futuras, construindo assim uma nova forma de inclusão social com a participação de todos. As iniciativas de economia solidária têm em comum a igualdade de direitos, responsabilidades e oportunidades de todos os participantes em iniciativas de economia solidária, o que implica autogestão, isto é, participação democrática com igual exercício de poder para todos nas decisões, com o propósito de promover a superação da contradição entre capital e trabalho (MANCCE, 2011).

Gaiger (2013) explana que o processo de avaliação do sucesso de empreendimentos autogestionários demanda cautela e reflexão, por conta das variáveis a serem consideradas, tal como a prática de gestão democrática, peculiar e inerente aos ideais solidários. As questões estruturais e conjunturais interferem, na maioria das vezes, nas experiências dos empreendimentos autogestionários, podendo ser bem-sucedidos ou fracassarem, precisando encerrar suas atividades. Os empreendimentos seguem com base na perspectiva de contínuos esforços e empenho pela sobrevivência dia após dia mediante ao terreno inóspito na sociedade externa, com poucos sistemas que possa lhe garantir segurança e proteção. Em relação aos esforços para uma melhor avaliação do contexto de realidade dos empreendimentos autogestionários, Gaiger (2015) destaca que o Mapeamento Nacional da Economia Solidária, organizado pelo Sistema de Informações em Economia Solidária (SIES) e criado com o intuito inicial de compreender a reciprocidade dos vínculos entre os componentes da natureza dos empreendimentos solidários, agregou reflexões importantes que evidenciam como a economia solidária pode gerar um impacto positivo na redução das desigualdades, especialmente ao comparar o perfil social e econômico dos empreendimentos com organizações produtivas da economia nacional, evidenciando que equidade é reflexo da natureza intrínseca e lógica de reprodução própria dessas iniciativas, construída por si mesma. Para o autor, o avanço de programas voltados ao setor social e aos empreendimentos econômicos solidários demandam oportunidades para que os membros afetados pelas

desigualdades sociais sejam capazes de tomar decisões em prol de suas condições de vida por meio de medidas que os tornem ativos em seu trabalho e não somente os ofereça melhor poder aquisitivo. Em conformidade, Saguier e Brent (2017) corroboram que empreendimentos surgem no campo da política conceituado como uma estrutura de ponte, pois são capazes de não somente articular diferentes práticas e identidades de grupos sociais que precisaram elaborar diferentes estratégias de sobrevivência para garantir seus meios de subsistência em momentos de adversidade, mas também operam como uma concepção política para o alcance da autonomia do mercado e do Estado.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta seção apresentam-se os procedimentos metodológicos utilizados para alcançar os objetivos propostos.

Para iniciar os procedimentos metodológicos, é preciso estabelecer critérios rigorosos aplicados a pesquisa em ciências humanas. Assim, Laville e Dionne (1999) lideram essa discussão ratificando a importância do trabalho com métodos rigorosos para que os resultados da pesquisa sejam extremamente confiáveis e validados. Os processos de sistematização de ideias, de racionalização e de cognição realizados por pesquisadores são considerados por Vergara (2006) uma definição de desenvolvimento de método com forte nível de confiabilidade. Para uma melhor compreensão, Cooper e Schindler (2003) criaram um conjunto de características para o método científico especificamente em pesquisas em Administração, conforme a adaptação de Leite (2018), quadro 1.

Características da Pesquisa	Ações do Pesquisador
1. Propósito Claramente Definido	Deve distinguir o sintoma do problema organizacional, a percepção que o gerente tem do problema e o problema de pesquisa.
2. Processo de Pesquisa Detalhado	Fornecer uma proposta de pesquisa completa, descrita com detalhes suficientes para que outro pesquisador possa repetir a pesquisa.
3. Projeto de pesquisa planejado	Procedimentos exploratórios devem ser destacados, unidades de amostragem devem ser claramente descritas e procedimentos de coleta selecionados e planejados.
4. Limitações Reveladas Francamente	Comparar o procedimento e a amostragem desejados com o procedimento e a amostragem reais no relatório.
5. Altos Padrões Éticos	Adotar salvaguardas para proteger os participantes do estudo, as organizações, os clientes e os pesquisadores.
6. Análise Adequada às Necessidades do Tomador de Decisão	Resultados suficientemente detalhados e associados aos instrumentos de coleta.
7. Resultados apresentados de forma não ambígua	Os resultados devem ser apresentados de forma claramente em palavras, tabelas e gráficos e organizados de forma lógica para facilitar a tomada de decisão.

Características da Pesquisa	Ações do Pesquisador
8. Conclusões Justificadas	As conclusões devem estar associadas aos resultados detalhados.
9. Experiência refletida do pesquisador	O pesquisador fornece sua experiência/suas credenciais junto com o relatório.

Quadro 1 - Características da pesquisa em administração.

Fonte: Leite (2018)

3.1 Características da pesquisa

Para a caracterização dos procedimentos metodológicos, considerou-se o seu objetivo, o processo, a lógica e o resultado.

Em termos de objetivo, a pesquisa é definida como exploratória, descritiva e analítica. É exploratória porque busca ampliar conhecimentos sobre um determinado objetivo e contribui para o desenvolvimento de outros estudos. A pesquisa exploratória é realizada sobre um problema ou questão de pesquisa quando há pouco ou nenhum estudo anterior sobre determinado tema, e, portanto, busca-se identificar e obter informações sobre as características de um determinado problema ou questão (COLLIS; HUSSEY, 2005). É também descritiva porque busca descrever o comportamento dos fenômenos em estudo, nesta pesquisa, quatro empreendimentos identificados no município de Corumbá-MS e a existência de características econômicas solidárias. Além disso, a pesquisa é analítica porque busca ir além da mera descrição das características dos fenômenos, analisando e explicando o porquê ou como eles estão acontecendo. Dessa forma, busca-se entender fenômenos, descobrindo e mensurando relações causais entre eles (COLLIS; HUSSEY, 2005).

Quanto ao processo, a abordagem é qualitativa, compreendida como o método mais subjetivo e que envolve o exame e a reflexão sobre as percepções para compreensão das atividades humanas e sociais (COLLIS; HUSSEY, 2005). De acordo com Dias e Silva (2010), a abordagem qualitativa é realizada por meio de observações de pessoas, além da utilização de questionários, entrevistas e documentos, com o desígnio de caracterizar as habilidades e facilitar a compreensão dos comportamentos em contextos distintos. Creswell (2010) afirma que a abordagem qualitativa utiliza concepções filosóficas, estratégias de investigação, métodos de coleta e análise de interpretações particulares.

Em termos de lógica, a pesquisa é considerada como dedutiva, pois, primeiramente, desenvolverá uma estrutura conceitual e teórica e, em seguida, essa será testada por meio da observação empírica (COLLIS; HUSSEY, 2005). Essa lógica dedutiva faz parte deste estudo, pois se aborda conceitualmente os princípios do turismo de base comunitária para posterior análise dos empreendimentos selecionados quanto às características de econômicos solidários.

E, quanto aos resultados, a pesquisa é do tipo aplicada, pois visa uma aplicação imediata dos seus resultados para a solução de um eventual problema. Em geral, essa tipologia é projetada para aplicar suas descobertas a um problema específico existente (COLLIS; HUSSEY, 2005).

3.2 Determinação da amostra e dos sujeitos da pesquisa

Entende-se por população um grupo de pessoas ou empresas de interesse para o escopo específico de um estudo (COLLIS; HUSSEY, 2005; ROESCH, 2005). A população, entretanto, nem sempre é fácil de ser estudada, em função de diversos fatores, como, por exemplo, sua dimensão, custos e tempo relacionados à sua abrangência. Por essa razão, uma alternativa que surge aos estudiosos é a utilização de amostras, que é uma parcela extraída de uma população que se deseja investigar, tornando-se, assim, viável a realização de muitos estudos, cuja abrangência de toda a sua população seria praticamente inviável. Uma amostra, portanto, forma-se por alguns dos membros de uma população (COLLIS; HUSSEY, 2005; ROESCH, 2005).

Para este estudo serão utilizadas amostras não probabilísticas, em razão da busca pela melhor acessibilidade aos sujeitos pesquisados e são considerados como sujeitos da pesquisa os empreendimentos instalados em Corumbá-MS e recomendados pela Prefeitura Municipal.

3.3 Instrumentos de coleta de dados

Dados referem-se a fatos ou a coisas conhecidas usadas como uma base para inferência ou consideração, constituindo-se em fundamentos para reflexão e estabelecimento de análises sobre determinados aspectos considerados como objetos de estudo (COLLIS; HUSSEY, 2005). Para a realização desta pesquisa foram coletados dados primários e secundários. Por dados primários, Collis e Hussey (2005) definem aqueles coletados direto na fonte, os considerados dados originais, que aqui serão compostos pelos dados obtidos junto aos empreendimentos objetos do estudo, por meio de questionários, com questões abertas e

fechadas, aplicados aos empreendimentos e seus associados. Os questionários são considerados como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas às pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado (GIL, 2008). As questões abertas são aquelas em que cada correspondente pode dar uma resposta ou opinião pessoal em suas próprias palavras, por outro lado, as questões fechadas, refletem em respostas selecionadas de várias alternativas predeterminadas (COLLIS; HUSSEY, 2005). Os dados secundários são geralmente já existentes, como livros, documentos e filmes, e foram constituídos pelos materiais que contribuiram para construção da fundamentação teórica e da contextualização.

No que se refere aos métodos de coleta de dados, optou-se pela elaboração de um roteiro de entrevista com base tanto nos objetivos da pesquisa como no referencial teórico previamente exposto para a aplicação de entrevistas semiestruturadas àqueles que se colocaram como gestores dos empreendimentos investigados, bem como aos participantes de tais empreendimentos. O roteiro está disponível na sessão Apêndices, assim como os registros no Caderno de Campo e as Transcrições das quatro entrevistas. O cronograma de entrevistas com os empreendimentos foi finalizado em 11 de Abril de 2017, incluindo a confirmação de horário e local. As entrevistas, conduzidas nos dias 19, 20 e 21 de abril de 2017, em Corumbá-MS, foram ordenadas de acordo com a disponibilidade dos representantes.

Bloco	Objetivo	Descrição
Bloco A	Caracterizar os Entrevistados	Analisar as características dos entrevistados por meio da análise de questões sobre sua natureza, atividades e motivações.
Bloco B	Caracterizar os Entrevistados	Questionar os aspectos relevantes sobre a forma de gestão dos entrevistados, especialmente sobre aspectos administrativos, comerciais e financeiros/econômicos.
Bloco C	Pesquisar os Aspectos Culturais	Analisar a compreensão dos entrevistados sobre sua origem e os aspectos culturais.

Bloco	Objetivo	Descrição
Bloco D	Analisar o Turismo	Realizar indagações sobre a relação dos entrevistados com o turismo e sobre os impactos e as possibilidades do setor.
Bloco E	Negócio	Questionar as relações estabelecidas pelos entrevistados em termos de negócio e os impactos que geraram em sua comunidade.

Quadro 2 - Organização do roteiro de entrevista.

Fonte: Leite (2018).

As entrevistas foram gravadas e transcritas separadamente. Para Queiroz (1991), a grande diferença entre o registro da informação viva e o registro através da escrita, que realça a observação que acaba de ser feita, está em que a informação viva provém diretamente do informante e de suas motivações específicas. A qualidade do material obtido depende da qualidade do informante escolhido, em função do que se pretende desvendar, reforçando a escolha dos representantes dos EES a frente das principais ações e funções de responsabilidade. Para a autora, toda pesquisa é uma consequência da posição específica do cientista numa sociedade, e se torna um prolongamento das ações dos mesmos, o que é especialmente visível nas ciências sociais aplicadas.

Entende-se por transcrição, a reprodução, num segundo exemplar, de um documento, em plena e total conformidade com sua primeira forma, em total identidade, sem nada que o modifique, sendo aplicado tanto a documentos escritos como documentos orais. Assim, o ideal é que o próprio pesquisador que entrevistou o informante também seja o transcritor. A transcrição efetuada pelo próprio pesquisador poderá enriquecer o documento e as suas informações. Tudo o que é recolhido a partir da gravação ou de sua memória, será transcrito também, ou no próprio texto da entrevista, ou à parte, se trata de um episódio muito longo. O texto, porém, deve ser o mais fiel possível da gravação. As gravações e transcrições seguiram as recomendações de Queiroz (1991). Esta pesquisa segue os preceitos de Padilha et al. (2005), pois garante o anonimato, a privacidade e a proteção da imagem dos empreendimentos, além de assegurar o respeito aos valores culturais, religiosos e morais dos participantes. Por essa razão, os entrevistados e seus respectivos empreendimentos são mantidos em anonimato, sendo os empreendimentos representados pelas siglas EES 1, EES 2, EES 3 e EES 4 ao longo da discussão dos resultados.

3.4 Procedimentos de análise e interpretação dos dados

Para a análise e interpretação dos dados utilizou-se de alguns elementos da Análise Crítica do Discurso de Van Dijk e das Representações Sociais de Moscovici.

3.4.1 Análise Crítica do Discurso (ACD)

A Análise Crítica de Discurso (ACD), conforme Van Dijk (1980) é uma perspectiva crítica para a produção do conhecimento com enfoque em problemas sociais e na maneira como o discurso pode revelar a produção do abuso do poder ou de processos de dominação, podendo ser aplicada em combinação com todo tipo de abordagem ou subárea das ciências sociais e humanas. Para uma boa análise, as questões precisam ter coerência com os melhores interesses dos grupos sociais, especialmente os minoritários e dominados. Acredita-se que as opiniões, palavras e experiências desses grupos lhe oferecem suporte na luta contra os problemas e desigualdades sociais e, por essa razão, precisam ser verbalizadas e devidamente expostas. A pesquisa em ACD assume um papel de solidariedade com os oprimidos de modo a se opor e debater as divergências de opiniões, de interesses, de sentimentos e disputas contra aqueles que buscam estabelecer, confirmar e legitimar o seu abuso de controle por meio de textos e da conversação. A pesquisa em ACD possui não somente a responsabilidade acadêmica, mas também a responsabilidade social que assume ao firmar posição de apoio a grupos minoritários, apontando a importância de sua rigorosidade.

A ACD permite o entrelaçamento entre teorização, descrição, formulação do problema e a aplicação da pesquisa, implicando a necessidade de as teorias e análises serem estruturadas elegantemente e fundamentadas empiricamente, ambas de maneira compreensível e clara ao leitor. A análise do discurso pode ter um enfoque cognitivo muito forte, como nas pesquisas conduzidas por Van Dijk sobre racismo (1984, 1987, 1991 e 1993) e ideologia (1998), cujos resultados demonstraram que os problemas são de cunho social e de cognição. Há, contudo, a necessidade nas pesquisas atuais de desenvolver a ACD com maior abordagem histórica, cultural, socioeconômica, filosófica ou neurológica, em conformidade com o interesse e curiosidade do pesquisador.

A ACD exige, por essência, uma abordagem multidisciplinar com orientação para a discussão e resolução de problemas. Além disso, a análise de discurso possui um domínio definido pelo triângulo: (a) discurso, (b) cognição e (c) sociedade. Para a ACD o significado do discurso em si é uma definição de ampla compreensão que pode ser compreendida de

maneira inadequada. O discurso é um evento comunicativo que inclui interação conversacional, modalidade de escrita da língua, assim como expressão corporal, facial, diagramação do texto, imagens e qualquer outro processo de significação ou maneira multimodal de significação. A ACD pode ser utilizada com diferentes formas de análise, permitida por conta de sua multidisciplinaridade. Para a ACD, a cognição envolve desde questões pessoais como os objetivos, as emoções e as avaliações, até questões sociais como as crenças. No aspecto cognição, considera-se qualquer estrutura que envolva a mentalidade e memória dos participantes da pesquisa, como as representações e os processos envolvidos nas interações e no discurso. Além disso, para a ACD, a sociedade está relacionada a inclusão em níveis locais e micro, tais como as relações interpessoais, os níveis mais altos relacionados a políticas e estruturas sociais definidas por grupos, relações de grupos como seus desafios de desigualdade e dominância, movimentos sociais, instituições, organizações, processos sociais, sistemas políticos, assim como as estruturas socialmente e culturalmente abstratas. A ACD é, ao mesmo tempo, cognitiva, social e política, com foco, em especial, no papel do discurso nos níveis local e global, na sociedade e nas suas estruturas.

É importante destacar que a ACD não oferece um método pronto para a análise dos problemas sociais, porém orienta o pesquisador a realizar uma análise teórica completa para conseguir fazer uma coerente seleção das estruturas sociais e discursivas que devem ser analisadas e relacionadas. Os métodos concretos da pesquisa estão sujeitos às propriedades e perspectivas do contexto da investigação envolvendo objetivos, participantes, ambiente, usuários, assim como seus interesses e crenças. Assim, compreende-se que não é possível fazer uma análise completa do discurso, uma que vez uma análise exaustiva de um pequeno trecho pode demandar meses de trabalho e preencher centenas de páginas, sendo a análise completa de um grande corpus de texto totalmente fora de questão. É preciso fazer escolhas e selecionar as estruturas de maior relevância para a análise de um problema social.

Para o estudo das formas de exercício do poder dos falantes ou escritores a partir dos seus discursos é preciso analisar as análises discursivas que podem variar de acordo com o poder social dos mesmos. Para isso, é preciso considerar questões sensíveis para a análise, tais como a entonação, a ordem de palavras, a seleção lexical, a coerência, a seleção tópica, os movimentos semânticos locais, a organização esquemática, as figuras retóricas e as maneiras de interação. Por outro lado, a análise também pode ser uma reflexão de uma teoria da relação texto-contexto, que ocorre por meio da relação das estruturas específicas do discurso com as estruturas do contexto, como as crenças compartilhadas entre os participantes. É importante ressaltar que uma pequena passagem de texto não exemplifica as centenas de estruturas

discursivas possíveis e, para uma análise completa, seriam necessárias centenas de páginas. Assim, não é possível fazer mais do que uma análise parcial.

3.4.1.1 Da elaboração das categorias discursivas na ACD

Na ACD, a escolha das categorias discursivas é norteada pela teoria, assim como pelo seu objetivo principal e pelo estudo crítico da reprodução discursiva da denominação social. As estruturas discursivas selecionadas pelo pesquisador geram as categorias teóricas, que podem ser guiadas e analisadas por meio de modelos teóricos criados por Van Dijk. Assim, compreende-se que as categorias analíticas são estritamente relacionadas às estruturas sociais. Para realizar a análise em ACD é preciso inicialmente compreender e seguir os seguintes passos: (a) definir os tópicos, as macroestruturas semânticas e os significados locais (microestruturas), que formam as categorias de análise e desempenham um papel fundamental na comunicação e interação; e, (b) selecionar o modelo de análise.

Para uma melhor compreensão dos tópicos, as macroestruturas semânticas derivam-se dos significados locais (microestruturas), explicados na sequência, e representam a significação de um discurso de maneira global. Conforme Van Dijk (1980), as macroestruturas semânticas explicam a coerência do texto e da conversação ao incorporar as informações mais importantes de um discurso, os pontos norteadores. Os tópicos essencialmente representam os diferentes significados instituídos pelos usuários da língua na produção e compreensão do discurso. Pelo fato de os usuários da língua não serem capazes de fazer a memorização e gestão e o gerenciamento de todos os significados locais de um discurso, organizam os significados locais em tópicos ou significados globais. Os tópicos não podem ser observados diretamente, porém são podem ser previamente determinados no discurso pelos usuários da língua, estando presentes no discurso como em títulos, manchetes, resumos, orações e conclusões temáticas. Recomenda-se iniciar a análise macroestrutural tópica a partir dos tópicos listados do texto, resumindo-os, após vários níveis de abstração, uma vez que eles fornecem uma ideia geral do assunto do que o corpus trata e possibilitam o controle de outros aspectos do discurso e da análise. Nesta pesquisa, a macroestrutura semântica, isto é, os tópicos globais foram selecionados a partir do corpo textual das entrevistas, do problema de pesquisa e do referencial teórico.

Para completar a compreensão dos tópicos, os significados locais também devem ser selecionados para a análise de estudo, assim com o significado das palavras (ou lexical), das estruturas das proposições, da coerência e demais relações entre proposições. Ressalta-se que

a escolha dessas estruturas é feita com base na contextualidade do *corpus*. Os significados locais resultam da seleção feita pelos usuários com base em seus modelos de evento ou em suas crenças mais gerais socialmente compartilhadas pelos grupos. Estes significados locais representam o tipo de informação que influencia diretamente os modelos mentais, as opiniões e as atitudes dos receptores sob o controle dos tópicos globais, sendo facilmente reproduzidos e lembrados pelos receptores, gerando consequências sociais. Para uma melhor compreensão, apresenta-se abaixo o quadro de estruturas discursivas com as macroestruturas e microestruturas semânticas:

Macroestruturas semânticas	Microestruturas semânticas
Turismo	<ul style="list-style-type: none"> – Corumbá – Pesca – Peixe – Pescador – Mundo – Turista – Depender – Comercializar – Festival – Reformar
Turismo de Base Comunitária	<ul style="list-style-type: none"> – Parceria – Participar – Identidade – Vender – Feira local – Sustentável
Economia Solidária	<ul style="list-style-type: none"> – Princípios – Formação/capacitação – Artesanato – Satisfação – Grupo – União – Autoestima

Quadro 3: Estruturas discursivas.

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Van Djik (1998).

A pesquisa em ACD possui particularidades, dentre algumas, o seu interesse em estudar discursos ideologicamente enviesados e a maneira como estes discursos polarizam as representações dos nós (endogrupo) e eles (exogrupo). A análise de significado em ambos os nível testemunham uma estratégia de “representação-positiva-de-si” e de “representação-

negativa-do-outro” que enfatiza as nossas coisas boas e as ruins dos outros e minimiza as coisas boas dos outros e as ruins nossas.

A pesquisa em ACD permite a escolha de modelos para o melhor direcionamento da discussão da análise. Para esta pesquisa, optou-se pelo modelo de contexto, que demonstra a interface entre a informação mental, isto é, o conhecimento, sobre um evento e os significados construídos pelo discurso. Nesse modelo, não é necessário expressar por completo o que se pensa sobre determinado evento ou pessoa, por questões de relevância e redundância. Os modelos de contexto destacam os limites que permitem aos usuários da língua selecionar as informações relevantes em determinadas situações e, a partir disso, construir os significados expressos na conversação. O modelo de contexto constitui-se das representações na memória episódica de um indivíduo que controlam um evento comunicativo. Neste modelo também podem ser analisadas as mudanças dos falantes no decorrer dos seus discursos por causa de formas de persuasão e de polidez que precisam ser consideradas de uma maneira explícita. Na ACD, o texto se adapta ao modelo de contexto construído de maneira subjetiva a partir da situação comunicativa em curso.

Dada esta breve explanação sobre a ACD e seu roteiro construído particularmente para esta pesquisa, compreende-se que, a partir da análise do texto, tem-se uma primeira visão de diretrizes práticas que podem ser utilizadas para definir quais estruturas discursivas podem ser estudadas dentre centenas possíveis. A seleção das categorias de análise pode ser feita por meio dos seguintes modelos: (a) modelo de seleção de tópicos discursivos a partir da leitura e análise crítica do pesquisador; (b) modelo da macroproposição às microproposições, isto é, o estudo dos significados locais e lexicais, assim como dos discursos polarizadores (endogrupal versus exogrupal); e, (c) seleção de um modelo, nesta pesquisa, modelo de contexto.

O modelo de contexto reconhece a relevância de uma análise das propriedades sociais e cognitivas dos eventos comunicativos, entretanto, os contextos (locais) são definidos em termos cognitivos, como uma forma de modelo mental. Este modelo permite as interpretações subjetivas de situações sociais diferentes entre os usuários da língua em situações semelhantes, uma vez que os modelos mentais são estrategicamente incompletos e geralmente permitem uma adaptação flexível do contexto à situação social. Assim, o modelo do contexto não define as várias propriedades da situação imediata (local) que controlam e definem a conversação e o texto, mas as formas com as quais os usuários da linguagem interpretam ou definem essas propriedades de acordo com seus modelos mentais. O modelo de contexto é fundamente pelas principais razões: (a) permite explicar o que é relevante para os participantes na situação social; (b) oferece uma teoria da relevância; (c) mostram a interface

entre a informação mental (o conhecimento) a respeito de um evento e os significados construídos pelo discurso. Os modelos de contexto são as representações mentais que controlam as propriedades da compreensão do discurso, tais como o gênero, a seleção tópica, os significados locais e a coerência, assim como os atos de fala, o estilo e a retórica. Particularmente, o estilo pode ser definido como o conjunto de propriedades formais do discurso como a lexicalização, a ordem das palavras e a entonação.

É importante ressaltar que a análise do texto e as escolhas são totalmente vinculadas ao contexto: em primeiro lugar, por conta dos objetivos acadêmicos e da relevância pessoal da pesquisa para o analista e, em segundo lugar, pela relevância das estruturas discursivas específicas estudadas no contexto, tais como as crenças, os princípios e os objetivos dos falantes e dos receptores, assim como as posições, as regras sociais, as relações entre todos participantes e as limitações institucionais.

3.4.2 Análise das Representações Sociais (RS)

Para Spink (2001) as representações sociais são estruturas cognitivo-afetivas em forma de conhecimento que não podem ser reduzidas apenas ao seu conteúdo cognitivo, pois precisam ser avaliadas a partir do contexto em que estão engendradas e especialmente da sua própria funcionalidade nas interações do dia a dia. As representações sociais são consideradas formas de conhecimento prático e inserem-se especificamente nas correntes de abordagem do conhecimento do senso comum, dando vazão a ruptura dos modelos de análise tradicionais com enfoque no posicionamento sob o estatuto da objetividade e da busca pela verdade absoluta. Nesse sentido, trata-se da inserção do estudo das representações sociais como um esforço para uma desconstrução da retórica da verdade e, mais especificamente, reabilitar o senso comum como uma forma válida de conhecimento, situando-o enquanto teia de significados.

Em termos de elaboração de representações sociais, é preciso entender que as representações sociais expressam uma realidade intraindividual, relacionada a exteriorização do afeito. Em outras palavras, as representações sociais são capazes de revelar o poder de criação e de transformação social por meio de suas estruturas estruturantes, mas, para isso, em seu processo de elaboração, precisam ser estudadas por meio da articulação de elementos afetivos, mentais, sociais, integrando a cognição, a linguagem e a comunicação às relações sociais que afetam à realidade material, social e ideativa sobre a qual as representações sociais intervêm. Assim, entende-se que as representações sociais, enquanto produtos sociais

precisam ser remetidos às reais condições sociais que as engendraram. O contexto é importante porque sem ele não seria possível compreender as construções que dele emanam e são transformadas. O processo de elaboração das representações sociais, no espaço da interação social, se torna aparente por meio da atividade de reinterpretação, sendo o real objeto do estudo das representações sociais na perspectiva da psicologia psicossocial.

Enquanto processo, no estudo das representações sociais há uma coexistência de diversidade e permanência permitindo uma melhor compreensão do papel da contradição na elaboração das representações. Para Geertz (1983), o trabalho sobre o senso comum não necessariamente exige catalogar todo o conteúdo na procura do consensual e do estável, pois eles são essencialmente heterogêneos, assim como não é preciso buscar as estruturas lógicas subjacentes, pois são inexistentes. Esse ideal de processo, por sua vez, nos remete ao aprofundamento da análise do senso comum e ao encontro com a lógica, a coerência e, também, a contradição. O processo de aceitar a diversidade implícita do senso comum, embora paradoxal, não significa desconsiderar por completo o consenso, pois algo comum é geralmente apoiado por uma ordem social, afinal, as representações sociais, frutos de *imprintings* sociais, são elaboradas a partir de campos sociais previamente estruturados. Os *imprintings* sociais, conforme Morin (1983) possuem zonas fracas que dão vazão a movimentos, aberturas, mudanças e novidades. Essa relação entre diversidade e contradição remete ao estudo das representações sociais como processo, não no sentido de se processar uma informação, mas com práxis, isto é, partindo da verdadeira funcionalidade de uma representação social em termos de sua orientação e comunicação. Partindo dessa perspectiva, quando a diversidade e o processo de elaboração são privilegiados, surge a oportunidade de trabalhar efetivamente com estudo de caso, uma vez que o indivíduo é sempre uma identidade da social representando o símbolo vivo do seu próprio grupo. Os estudos de caso, na perspectiva das representações sociais, são únicos para buscar nas relações representação-ações os mecanismos de cognição e afeto da elaboração das representações.

Escolheu-se a análise de alguns indícios de representações sociais, pois se trata de teorias do senso comum com técnicas de análise empregadas em seu estudo com o objetivo de desvendar a associação de ideias subjacentes, podendo enquadrar diferentes tipos de vertentes de análise que demandam uma formalidade da linguagem utilizada, seja números ou palavras, e quanto ao número de sujeitos necessários para a operação de uma análise estatística. A análise de representações também busca a associação por meio de programas computacionais como de análise multifatorial ou multidimensional. Assim, de uma maneira simplificada, busca-se alcançar os objetivos da pesquisa entendendo a lógica da construção e, ao mesmo

tempo, a distribuição dos conteúdos numa dada população, também se pautando em pressupostos epistemológicos.

O método de representações sociais, em relação ao debate corrente sobre as diferenças dicotômicas entre as metodologias qualitativa e quantitativa, parte do truísmo de que quantidade e qualidade são características desprovidas de valor e, para verdadeiramente compreender o embate de metodologias, é preciso cruzar os pressupostos sobre rigor na ciência e o debate paralelo que contrapõe as ciências naturais e sociais. Nessa perspectiva, a noção de rigor, sob a vertente do paradigma científico dominante, opera na visão de continuidade que fortemente marca a reflexão sobre as possibilidades do conhecimento tendo como polos de extremidade, o subjetivismo e o objetivismo elaborados com base em pressupostos de quatro diferentes arenas: (a) a arena ontológica, relacionada ao estatuto da realidade e contrapõe duas propostas, a primeira, o pressuposto de uma realidade externa claramente objetiva e acessível aos sentidos, e, a segunda, o pressuposto da realidade como o produto final da nossa consciência; (b) a arena epistemológica, abrangendo as bases do conhecimento ao mesmo passo em que contrapõe o positivismo e busca por regularidades e explicitações das explicações causais com foco nos significados socialmente construídos; (c) os pressupostos sobre a natureza humana, opondo determinismo absoluto (as determinações estruturais produzindo o homem) com o voluntarismo absoluto (a realidade social criada pelo homem, seu criador absoluto); (d) a arena metodológica, postulando regras para uma melhor condução investigativa sobre os polos opostos, a postura motética, a procura por leis gerais que permitam previsões, e, a ideográfica, o estudo com enfoque na descrição das singularidades.

A pesquisa com foco no processo de criação de representações busca compreender a construção de teorias na interconexão entre explicações de cognição, investimentos afetivos e demandas reais diretamente relacionadas de ações cotidianas. Para alcançar esse objetivo, a coleta de dados exige longas entrevistas semiestruturadas acopladas, assim como levantamentos a respeito do contexto social e do contexto histórico que formam os indivíduos como sujeitos sociais. Trata-se, portanto, de estudos com uma análise centrada no discurso demorada e que, conseqüentemente, utilizam poucos sujeitos. Para realizar a análise de discurso, o trabalho de interpretação deve seguir os seguintes passos: (a) transcrição da entrevista; (b) leitura flutuante do material, de modo a intercalar a escuta do conteúdo gravado das entrevistas com o material transcrito, desta maneira, atentando-se ao processo de construção e da retórica e permitindo o surgimento dos temas e investimentos afetivos. Sobre o processo de leitura, Potter e Wetherell (1987) sugerem atenção ao discurso e especialmente

às características do discurso, sendo as principais: (a) a variação, relacionada a questões contraditórias emergentes no discurso, podendo indicar valiosamente como o discurso orienta-se para a ação; (b) os detalhes sutis, relacionados aos silêncios, lapsos, hesitações, pois podem ser importantes pistas, quanto ao presente investimento afetivo; (c) a retórica, isto é, a argumentação a favor ou contra de uma versão dos fatos. Além disso, é preciso retomar aos objetivos da pesquisa e definir de maneira clara qual é o objeto da representação, neste caso, os empreendimentos econômicos solidários. Os estudos são complexos, mesmo sobre a visão de um único tema, e muitas vezes estão presentes em teorias sobre aspectos diferentemente relacionados. Spink (2011) exemplifica a questão do objeto representativo com os estudos sobre a Aids, cujas representações da Aids, da doença/saúde e de sexualidade estão entrelaçadas e isto reforça a necessidade de expor o que é figura e o que é fundo, mesmo em situações em que o fundo esteja presente nas construções em pauta. Os estudos que buscam entender as representações sociais na perspectiva de grupos.

O referencial teórico centraliza-se no Turismo de Base Comunitária (TBC) e de Economia Solidária e Empreendimentos Econômicos Solidários (EES), importante para a caracterização do setor e dos quatro casos. Para a caracterização dos empreendimentos foram adotadas duas etapas. A primeira levou em consideração a caracterização de suas relações com o turismo, por meio de variáveis como o tipo de atividade econômica, a importância do turismo para o empreendimento, o relacionamento com prestadores de serviços turísticos e viabilidade de atuação no setor. A segunda etapa considerou a caracterização do empreendimento, por meio das variáveis como tempo de existência, tipologia do empreendimento, origem, situação financeira, apoio institucional, destino da produção, vínculos a outros empreendimentos e dificuldades encontradas. A resposta ao problema da pesquisa foi obtida por meio da reflexão proporcionada pelos objetivos específicos, ou seja, da caracterização dos empreendimentos instalados em Corumbá-MS e a avaliação das condições que caracterizam esses empreendimentos.

3.4.3 Análise com Apoio das Tecnologias em Pesquisa de Ciência Social Aplicada

Para o tratamento e análise dos dados, além da análise das Representações Sociais e da Análise de Discurso, selecionou-se o *Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires* (IRAMUTEQ), software gratuito e desenvolvido sob a lógica da open source, licenciado por GNU GPL (v2), ancorado no ambiente estatístico do software R e na linguagem *python* e viabilizando diferentes tipos de análise de dados textuais, desde

aquelas bem simples, como a lexicografia básica (cálculo de frequência de palavras), até análises multivariadas (classificação hierárquica descendente, análises de similitude). O software apresenta rigor estatístico e permite aos pesquisadores utilizarem diferentes recursos técnicos de análise lexical. O processamento de dados permitido pelo software viabiliza o aprimoramento das análises, inclusive em grandes volumes de texto. Pode-se utilizar das análises lexicais, sem que se perca o contexto em que a palavra aparece, tornando possível integrar níveis quantitativos e qualitativos na análise, trazendo maior objetividade e avanços às interpretações dos dados de texto.

Ressalta-se, conforme Chartier e Meunier (2011) e Lahlou (2012), que um software não é um método, e os relatórios gerados pelo software não são, em si, a análise dos dados. O IRAMUTEQ pode ser muito útil se acompanhado de um estudo sobre o significado das análises lexicais e do emprego de análises multivariadas, além de um bom domínio do estado da arte que envolve o tema específico de cada pesquisa. Esse software facilita a distribuição do vocabulário, tornando mais compreensível e visualmente clara, sendo o enfoque deste trabalho a análise de similitude e a nuvem de palavras (CAMARGO; JUSTO, 2013). A análise de similitude se baseia na teoria dos grafos, possibilita identificar as coocorrências entre as palavras e seu resultado traz indicações da conexidade entre as palavras, auxiliando na identificação da estrutura de um corpus textual, distinguindo também as partes comuns e as especificidades em função das variáveis ilustrativas (descritivas) identificadas na análise (MARCHAND; RATINAUD, 2012). A nuvem de palavras, por sua vez, as agrupa e as organiza graficamente em função da sua frequência. É uma análise lexical mais simples, porém graficamente bastante interessante, na medida em que possibilita rápida identificação das palavras chave de um corpus. Estas análises podem ser realizadas tanto a partir de um grupo de textos a respeito de uma determinada temática (corpus) reunidos em um único arquivo de texto; como a partir de tabelas com indivíduos em linha e palavras em coluna, organizadas em planilhas, como é o caso dos bancos de dados construídos a partir de testes de evocações livres.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

Nesta seção são apresentados e analisados os resultados da pesquisa realizada no município de Corumbá, no Estado do Mato Grosso do Sul. Aborda-se inicialmente o contexto do turismo de pesca em Corumbá e são apresentados dados sociais, demográficos e econômicos do município, além da caracterização dos empreendimentos econômicos solidários selecionados. Na sequência, são apresentadas as análises críticas do discurso e das representações sociais dos quatro casos e, por fim, as análises e resultados do uso das tecnologias em pesquisa de ciência social aplicada.

4.1 Contextualização do Turismo de Pesca em Corumbá-MS

A chegada do turismo no Pantanal coincide com o processo de urbanização intenso ocorrido na região a partir da década de 1970. A política de desenvolvimento agrícola do Estado, que privilegiou o grande empreendimento monocultor em detrimento do pequeno proprietário tradicional, provocando a concentração de terras e mecanização acelerada da lavoura, aliada à crise que se abateu sobre a pecuária regional em função da insuficiência do modelo de criação extensiva praticado na planície, resultou num significativo processo migratório campo-cidade e na conseqüente urbanização acelerada dos pequenos municípios pantaneiros. Esses centros urbanos, no entanto, não dispunham, como ainda hoje não dispõem de postos de trabalho suficientes para satisfazer à demanda resultante desse processo, passando a vivenciar problemas como desemprego, subemprego e prática de atividades ilícitas, como a caça ao jacaré, atualmente controlada, e a pesca predatória (BANDUCCI JÚNIOR, 2006).

Desse modo, o turismo surgiu num momento de crise da economia regional e logo se transformou em foco de atração para os trabalhadores que não encontraram nas cidades pantaneiras a oportunidade que necessitavam para vender a sua força de trabalho. No momento em que consolida sua vocação econômica na região, o turismo começou a provocar um movimento inverso àquele indicado na década de 1970, ou seja, a mão de obra passa a se deslocar da cidade para o campo, não mais com destino às áreas de plantio ou pecuária, porém em busca dos empregos sazonais oferecidos nas comunidades ribeirinhas que surgem em decorrência do fluxo turístico. Para se ter uma noção da dimensão desse processo, basta salientar que, somente no rio Miranda, um dos principais afluentes do Rio Paraguai, três

novos vilarejos se constituíram em função do turismo pesqueiro: Salobra, Paço da Lontra, Paço da Lontra e Águas do Miranda. Nessas comunidades, interligadas por rodovias federais e estaduais com apenas alguns poucos trechos sem asfalto, encontram-se instaladas inúmeras pousadas e ranchos particulares de pesca, em torno dos quais se reúne uma população de centenas de pessoas que se dedica à pesca e ao turismo, o que confere a esses povoados papel importante na economia de seus municípios.

A presença do turismo no Pantanal, para ser mais bem compreendida, deve se referir ao contexto mais amplo da realidade socioeconômica regional. O processo de migração do homem do campo para a cidade, decorrente da crise na pecuária e da mecanização da lavoura; as mudanças no sistema pesqueiro, que passou a ser regulado pelo interesse de frigoríficos e atravessadores; a carência de estrutura das pequenas cidades para comportar a massa de trabalhadores sem ocupação no campo define o contexto no qual o turismo pesqueiro está se desenvolvendo na região.

O Pantanal do Mato Grosso do Sul ingressa no mercado turístico, sobretudo pela via da pesca esportiva. O turismo pesqueiro é o que mobiliza o maior afluxo de visitantes e o que gera o maior volume de divisas no Estado. Por intermédio dessa atividade diversas frentes de trabalho têm sido abertas, contribuindo para incrementar o comércio nas pequenas e médias cidades da região. No entanto, a absorção da mão de obra regional ligada diretamente à atividade turística tem se dado de maneira marginal. Os trabalhadores envolvidos com os serviços de hotelaria, pilotagem, coleta de iscas, pesca, entre outros, são os que apresentam o menor índice de renda e os que enfrentam maiores dificuldades e instabilidade no emprego. Mesmo assim, para muitas famílias de trabalhadores, a chegada do turismo foi a melhor oportunidade que encontraram para empregar sua força de trabalho, numa região que dispõe de reduzida oferta de empregos (PAIXÃO, 2006).

A baixa rentabilidade das ocupações do turismo tem contribuído, por sua vez, para o surgimento de pequenas vilas e povoações, junto aos rios e baías pantaneiros, com infraestrutura urbana extremamente precária, não dispendo de saneamento básico, energia elétrica ou água tratada e nas quais a qualidade de vida é consideravelmente deficitária. Se essa estrutura, constituída de forma apressada e muitas vezes sem planejamento adequado, atende às necessidades do turismo de outras modalidades de turismo, que poderiam vir a se desenvolver na região, como é o caso do turismo ecológico. Desse modo, ao desconsiderar as condições de trabalho e de vida das pessoas que se dedicam, sobretudo, às atividades de apoio à pesca esportiva, como a captura de iscas e a pilotagem, o turismo, de forma paradoxal, cria os entraves para seu próprio crescimento na região.

Esse é, aliás, um dos grandes problemas vivenciados pelo turismo no Pantanal, pois a necessidade de se incrementar novas formas de exploração turística aumenta na medida em que os recursos naturais, que são a base da pesca esportiva, começam a demonstrar sinais de esgotamento. Por estar concentrada nas espécies consideradas nobres, tanto por parte do pescador esportivo quanto do profissional, a pesca acaba por provocar a superexploração da ictiofauna, pondo em risco o estoque regional. Assim, a degradação nos rios, provocada pelo desmatamento das cabeceiras em função da agricultura intensiva, com o consequente assoreamento e contaminação das águas por agrotóxicos, bem como a destruição dos barrancos e poluição das águas decorrentes do tráfego intenso de barcos de turismo equipados de motores potentes, acabam por interferir negativamente no ambiente, provocando, da mesma forma, a redução do estoque pesqueiro a cada ano.

4.2 Informações Sociais, Demográficas e Econômicas de Corumbá (IBGE)

O município de Corumbá, localizado no Estado de Mato Grosso do Sul, possui uma população estimada de 109.899 pessoas, conforme dados de 2017 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O censo 2010 do IBGE mostra que Corumbá ocupa a posição 4 de 79 dentre os municípios do Estado com situação domiciliar urbana, com 93.452 pessoas, e a posição 7 em comparação aos municípios com concentração rural, com 10.251 pessoas.

O PIB per capita é de R\$ 25.154,17. Comparando com outros municípios, a renda per capita de Corumbá ocupa as posições 1.260 no país e 44 no Estado, respectivamente. Em relação a trabalho e rendimentos, em 2015, o salário médio mensal era de 2.9 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 15.9%. Na comparação com os outros municípios do Estado, ocupava as posições 6 de 79 e 34 de 79, respectivamente. Já na comparação com cidades do país todo, ficava na posição 262 de 5.570 e 1.994 de 5.570, respectivamente. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 37.6% da população nessas condições, o que o colocava na posição 26 de 79 dentre as cidades do Estado e na posição 3.077 de 5.570 dentre as cidades do Brasil.

Em relação a questões de território e ambiente, Corumbá apresenta 19.3% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 96.6% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 33.4% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada, com presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio. Quando comparado com os outros municípios do Estado, fica na posição 33 de 79, 30 de 79 e 3 de 79,

respectivamente. Já quando comparado a outras cidades do Brasil, sua posição é 3.672 de 5.570, 639 de 5.570 e 1.041 de 5.570, respectivamente.

De acordo com os dados demográficos, a população do município reside predominantemente na área urbana, possui baixa renda per capita e, dentre os cidadãos em atividade formal, apenas 15.9% recebe 2.9 salários mínimos. Essas informações apontam os problemas do município e podem justificar os desafios enfrentados por empreendimentos e grupos comunitários com poucas oportunidades de inserção no mercado.

4.3 Caracterização dos Empreendimentos Econômicos Solidários (EES)

Neste tópico apresenta-se a caracterização dos empreendimentos com base no tempo de existência, produtos, forma de gestão, remuneração, fonte de renda, canal de comercialização, parceiros em 2017 e participação em projetos do turismo.

Empreendimento	EES 1	EES 2	EES 3	EES 4
Tempo de existência	15 anos	15 anos	6 anos	30 anos
Produtos	Artesanatos	Artesanatos	Artesanatos, grafite e teatro	Artesanatos
Gestão	Diretoria formal	Diretoria informal	Diretoria informal	Diretoria formal
Remuneração	Abaixo de um salário mínimo	Abaixo de um salário mínimo	Abaixo de um salário mínimo	Abaixo de um salário mínimo
Fonte de renda	Empreendimento e suporte financeiro do marido	Empreendimento e trabalho extra	Empreendimento e trabalho extra	Empreendimento
Canal de comercialização	Casa do Artesão	Feiras e Festival	Feiras, Eventos e Exposições	Casa Massabarro
Parceiros em 2017	Sem parceiros	Sem parceiros	Sem parceiros	UFMS
Participação em projetos do Turismo	Sem participação	Sem participação	Sem participação	Sem participação

Quadro 4 - Caracterização dos empreendimentos.

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.4 Análise Crítica do Discurso e das Representações Sociais

Nesta seção são apresentadas as análises dos casos EES 1, EES 2, EES 3 e EES 4 com base na Análise das Representações Sociais de Moscovici e na Análise Crítica do Discurso de Van Dijk, incluindo seu Modelo de Contexto para a finalização dos casos.

4.4.1 EES 1

O EES 1 foi oficialmente registrado em 2003 e é formado por 13 mulheres nascidas em Corumbá-MS. A equipe de trabalho foi capacitada na área de curtimento em 2001, levada para Corumbá pela primeira vez por uma filha de pescadores de Coxim-MS. Esta capacitação foi realizada em 2000 e 2001, impactando 40 e 80 alunos, respectivamente. Nesse período, haviam muitos pescadores na comunidade, despertando nos membros da comunidade o interesse em aprender sobre o processo de curtimento. A filha dos pescadores acreditava no poder do associativismo e, durante a segunda capacitação, semeou a ideia de criar uma associação entre os alunos, uma vez que já tinha experiência na área em sua cidade natal, Coxim-MS. A capacitação foi uma novidade para as alunas do EES 1, pois, para elas, o processo de tornar o couro do peixe, usualmente de cheiro forte, em um produto para sua renda, foi um puro encantamento, especialmente pela possibilidade de transformá-lo em diferentes produtos. Curiosamente, a diretora, esposa e filha de pescadores, tampouco gostava de preparar peixe, mas logo emergiu naquela atividade e no mundo do associativismo. A diretoria do EES 1 é composta por Presidente, Vice-Presidente, Secretária, Tesoureira e Fiscal. Em abril de 2017, contava com Presidente, Vice-Presidente e Segundo Tesoureiro, demonstrando a defasagem da equipe. O EES 1 é um empreendimento organizado por mulheres e as decisões são tomadas em conjunto. Pelo fato de a equipe ter recebido capacitação em economia solidária e acreditar fortemente na importância dos princípios de solidariedade, cooperativismo e transparência, elas trabalham com o senso de coletividade, sendo as decisões sobre as atividades tomadas em por todas as integrantes mediante o acordo comum. Nesse sentido, considera-se, o EES 1 um empreendimento solidário com base em sua formação sólida em economia solidária e a aplicação prática de valores e princípios durante anos de trabalho.

A atividade de trabalho do EES 1 se concentra no curtimento e costura do couro. Para promover o aumento no fluxo de vendas, as integrantes do empreendimento decidiram dar enfoque na produção de carteiras, bolsas, acessórios e bijuterias a partir do couro do peixe. O

objetivo primário da associação é a geração de renda por meio da venda dos produtos. A Casa do Artesão de Corumbá (CAC), espaço onde o EES 1 expõe e vende seus produtos, não faz parte de uma rota turística no município de Corumbá, dificultando o acesso dos turistas aos produtos do empreendimento. Este problema, por outro lado, norteia o empreendimento a buscar outros pontos para venda, como feiras e, esporadicamente, as redes sociais *Facebook* e *WhatsApp*, contudo, com resultados ainda são insatisfatórios.



Figura 1 - Produtos do EES 1 (A).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.



Figura 2 - Produtos do EES 1 (B).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.

A rota turística de Corumbá atualmente não inclui os empreendimentos econômicos solidários do município e esse fator influencia diretamente uma possível relação entre empreendimentos comunitários como o EES 1 e os turistas e clientes em potencial. Esse bloqueio extrapola a relação de troca comercial, afetando também a relação de exposição e valorização de riqueza histórica e cultural de um empreendimento formado por mulheres da própria comunidade. Os estudos de Moscovici (2011) apresenta uma possibilidade de análise que vai além do *status quo*. Partindo desse pensamento inicial, tem-se como objeto principal os empreendimentos solidários da comunidade, como o EES 1 e, a partir da análise de representações sociais, busca-se resgatar o verdadeiro significado desses objetos a partir sua própria essência, ao mesmo passo em que desconstrói-se o engendramento desenvolvido a

partir dos conceitos e experiências tanto do setor turístico tradicional, quanto da noção de empreendimento com direcionamento absolutamente voltado ao lucro, sem considerar questões de valores e propósito social. A realidade de Corumbá, especificamente sobre a rota de turismo centralizada na atividade de pesca, remete a perspectiva de Bianchi (2009) sobre a necessidade de se pensar sobre o turismo como uma oportunidade de inovação, geração de renda e, ao mesmo tempo, de promoção de desenvolvimento sociocultural, isto é, um desenvolvimento que preserve os recursos provenientes do meio ambiente e os patrimônios culturais de uma região ou comunidade. Nesse sentido, a exploração de novas possibilidades para a atividade do turismo em comunidades de Corumbá poderia ser um tópico na agenda de discussão dos agentes governamentais sobre como eles poderiam promover a criação de novos serviços para o setor turístico no município. Essa concepção exige uma avaliação mais aprofundada sobre o contexto regional e sua capacidade a partir de recursos existentes, partindo da própria comunidade. Para isso, é importante discutir a necessidade de promoção da capacitação de gestores públicos, com a habilidade de observar atentamente os agentes econômicos que trabalham dentro da própria comunidade, conhecendo seu trabalho de perto, ouvindo suas histórias, demandas, desafios, e, especialmente, buscando uma maneira estratégica de melhor inserção ou integração desses agentes com a atividade do turismo, de modo a promover o desenvolvimento de um setor um turismo com base nos recursos da comunidade, sendo a sugestão e o foco desta pesquisa, o Turismo de Base Comunitária (TBC). Nesse sentido, a representação social da atividade do turismo em Corumbá é construída pela concepção de um turismo com enfoque na atividade de pesca por uma questão regional e cultural. Corumbá, considerada a capital do Pantanal, pois possui 60% do Pantanal sul-mato-grossense, 37% do Pantanal brasileiro e 30% do Pantanal sul-americano. O número de agências de pescaria esportiva e de passeios ecológicos em Corumbá cresce anualmente, sendo o principal enfoque dos turistas de todas as regiões do país interessados nesta atividade. Essa construção da atividade do turismo em Corumbá é o reflexo de questões intrínsecas à realidade da região, cercada por rios e com abundante fauna e flora, considerando também os moradores da localidade, particularmente os pescadores. Essa concepção do turismo local concentrado na atividade de pesca foi enraizando-se ao longo dos anos por meio do apoio da gestão governamental sobre a criação de pontos para atividade da pesca esportiva e criação de agências com enfoque nesta atividade. Existe, no entanto, uma realidade emergente no contexto de Corumbá que precisa ser considerada, a dos novos empreendimentos que fazem parte da economia local, como empreendimentos que trabalham com recursos locais para o artesanato, comida típica e música, dança e arte, e podem contribuir para o desenvolvimento

da atividade do turismo no município, mas não fazem da rota turística do município, particularmente da atividade de pesca. Essa reflexão nos leva ao pensamento de Asker et al. (2010) que discute sobre a importância da melhoria do turismo, particularmente sobre a promoção de uma política de turismo de base comunitária em cidades que possuem a atividade do turismo como uma das bases de sua economia.

A internet é um ferramenta que pode aproximar os clientes em potencial, mas, no contexto do EES 1, ainda não existe um retorno efeito de vendas, especialmente porque o empreendimento não possui um website ou contas em redes sociais para expor seus produtos. A diretora relatou sobre vendas que comumente ocorreram da seguinte forma: (a) uma lojista conheceu o empreendimento pela Fundação de Cultura de Corumbá (FCC), foi até a CAC e efetivou a compra; (b) uma pessoa ligou e mandou mensagens de email após ver a exposição dos produtos em alguma feira; (c) foram compartilhadas fotos dos produtos via *WhatsApp*, o cliente fez a escolha e o produto foi enviado com sucesso pelos Correios para destinos como Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte. O empreendimento acredita que a internet pode ser uma maneira de atrair mais clientes e potencialmente expandir o negócio, entretanto, não possuem conhecimento para criar e manter um canal de vendas online. Os empreendimentos solidários brasileiros são originados por grupos de pessoas que se unem por o objetivo comum de criar uma oportunidade de trabalho e geração de renda e, concomitantemente, compartilham de princípios comuns como solidariedade, igualdade, coletividade e transparência. Para uma melhor compreensão da economia solidária é preciso entender questões históricas e culturais explanadas por Singer (2002, 2003, 2006) e especialmente como elas determinam desde o surgimento dos empreendimentos e origem dos seus integrantes até os resultados de suas atividades. Esses empreendimentos geralmente são organizados por membros de uma comunidade que se encontram à margem da sociedade, sem formação acadêmica e que buscam uma alternativa de trabalho, associando-a a alguma atividade de sua aptidão e interesse. O EES 1 é um empreendimento com características da economia solidária e seus membros possuem um *background* em desvantagem em termos de formação sobre gestão de negócios, embora com um propósito sociocultural. Feita essa contextualização, volta-se ao cenário do EES 1 como um empreendimento que demanda um grande fluxo de consumidores ativos para uma maior possibilidade de vendas e expansão de sua linha de produção. Assim, compreende-se a importância das relações de contatos e parcerias do EES 1 com agências do governo através do interesse de uma lojista que foi informada sobre o empreendimento por meio da FCC, que oferece o local de trabalho e exposição dos produtos do empreendimento, demonstrando a disposição em ajudar e

promover de alguma forma o trabalho do EES 1. Observa-se que a participação em feiras gera um resultado positivo a partir do contato de potenciais clientes via email ou *WhatsApp*, o que pode ser um canal de comunicação melhor explorado. Existe, contudo, a dificuldade de gerenciamento de canais de comunicação online, pois exigem formação mínima para a organização das vendas em uma base diária, especialmente sobre aspectos de confirmação e *follow up*. É importante analisar que essas estruturas de relacionamento de venda acontecem de maneira esporádica, dependendo diretamente de uma ação de divulgação de um único parceiro e da divulgação dos materiais em feiras pontuais. Como exemplo, houve uma época em que a dinâmica de trabalho e os rendimentos do EES 1 alcançaram altos resultados, contando com 14 mulheres, sendo 7 costureiras, participando em feiras e resultando entre R\$ 8-10.000,00 com a venda dos produtos. Hoje, entretanto, isto fica na lembrança, afirmou a diretora. Dessa maneira, é preciso resgatar os pensamentos de Hamzah e Khalifah (2009) e dar espaço para a estrutura de desenvolvimento econômico e comunitário existente em Corumbá, a partir do próprio questionamento inicial, particularmente como a atividade do turismo poderia ser um catalizador de uma possível melhoria para os agentes econômicos comunitários como o empreendimento EES 1. É preciso buscar uma estrutura mais consolidada para o desenvolvimento da atividade do turismo em Corumbá de modo a promover a integração de agentes, organizações, empreendimentos e grupos comunitários com os turistas, aproximando e promovendo o estreitamento de laços no sentido de expor o trabalho desses empreendimentos e, ao mesmo tempo, impulsionar o desenvolvimento econômico.

Pelo fato de não existir uma rota turística voltada ao TBC em Corumbá, os visitantes procuram o município principalmente para a atividade da pesca, não contribuindo para a compra de produtos dos empreendimentos locais, como o EES 1. Nesse sentido, compreende-se que o turismo de pesca atualmente não beneficia economicamente o desenvolvimento do EES 1. A diretora acredita que Corumbá possui um potencial para impulsionar a atividade de produção do empreendimento, mas, para isso, é preciso criar uma nova rota para o turismo local onde os turistas sejam incentivados a conhecerem o trabalho do empreendimento, visitarem a CAC e conseqüentemente comprarem os seus produtos e darem continuidade ao processo de divulgação por meio de troca de conversas. Para uma melhor compreensão, é preciso compreender que uma rota turística é um itinerário que permite que visitantes possam conhecer lugares diferentes por meio de um percurso com enfoque em recursos naturais ou atrações locais, como patrimônios históricos e culturais. Assim, os visitantes são capazes de conhecer os principais lugares de importância e ter um contato direto com a comunidade

local, conhecendo suas histórias e cultura. Uma rota turística inteligente deve considerar e inserir diversos pontos de interesse que possam contribuir para os agentes comunitários como um todo. Em Corumbá, a rota turística atual não inclui todos os pontos fortes da comunidade e precisa ser reformulada de uma maneira que não somente inclua as atividades de pesca organizadas pelas agências locais, mas que também ofereça novas experiências aos turistas buscando produtos e serviços que extrapolam a pescaria. A diretora do EES 1 afirma que, em relação a compra dos produtos pela comunidade, os membros estão em processo de aprendizado e a contribuição com as vendas ainda é singela. Por outro lado, o maior número de vendas ocorre por parte das pessoas de fora do município, o que demonstra a importância de oferecer aos turistas a oportunidade de conhecerem e comprarem os produtos do empreendimento ao mesmo tempo em que contribuem diretamente para o desenvolvimento de um empreendimento da comunidade corumbaense. A atividade do turismo pode promover o desenvolvimento do turismo de base comunitária, especialmente em comunidades que possuem empreendimentos trabalhando em atividades diretamente ligadas a questões regionais e locais, dessa maneira, seguindo o pensamento de Saayman e Giampiccoli (2016), o EES 1 é a caracterização representativa de Corumbá e da região do Pantanal, representada não somente pela produção local, mas também pelo peculiar material de seus produtos, o couro de peixe.

O EES 1 expõe os seus produtos na CAC, o espaço reúne cerca de trinta artesãos locais e é cedido pela FCC através da Prefeitura Municipal. A CAC fica logisticamente afastada das residências das mulheres do empreendimento e para elas irem ao empreendimento é preciso pegar o ônibus, gerando uma desmotivação nas integrantes da equipe, pois, precisam pagar a passagem do próprio bolso e geralmente não há um pagamento pelo serviço diário, além da renda mensal não ser suficiente. Essa questão nos remete novamente a realidade dos empreendimentos solidários e dos desafios citados por Singer (2002, 2003, 2006), especialmente sobre como manter atividades produtivas e uma possível fonte de renda frente aos desafios do mercado, sendo um deles a própria inserção, que demanda recursos financeiros, conhecimento e apoio. É interessante apontar que todas as integrantes são originárias de família de pesca e isso reflete diretamente no nascimento do EES 1 e explica as crenças e os valores que servem como base para o empreendimento. Moscovici (2001) permite o exercício de uma análise mais profunda sobre a realidade e a origem das integrantes do empreendimento, considerando não somente como elas começaram as atividades, mas como se uniram e se já tiveram a atividade da pesca como fonte primária. Algumas integrantes já viveram unicamente da pesca e, após anos trabalhando diretamente

com o peixe, decidiram focar no trabalho artesanal com base no couro do peixe. Elas relatam questões muito peculiares que no início eram difíceis, como o manuseio do couro e o forte cheiro impregnado no corpo. São detalhes como esse que, aos poucos, formam a representação social do EES 1.



Figura 3 - Prédio do EES 1 (A).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.



Figura 4 - Prédio do EES 1 (B).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.

O EES 1 enfrenta desafios para manter suas atividades de produção e pagar os custos envolvidos nesse processo, tal como a compra do couro. O principal indicador desse problema é a queda no número de vendas dos produtos, influenciando no próprio processo produtivo e na remuneração das integrantes do empreendimento. A diretora afirma que nos últimos meses quase não houve remuneração e que quase nunca conseguiram um salário mínimo mensal para cada membro. Para o processo de pagamento, tira-se uma porcentagem para a associação e o restante é distribuído por horas trabalhadas, disponíveis no livro de ponto com anotações da entrada e saída. Os empreendimentos solidários, conforme Singer (2002, 2003, 2006), geralmente sofrem desafios econômicos nos primeiros anos de existência e, como não fogem de um modelo de negócio, podem encerrar as atividades por problemas com finanças, gestão de pessoas e suporte. Nesse sentido, o EES 1 demonstra carências, não somente pelas dificuldades com a venda dos produtos, mas também pelo afastamento de seis integrantes da equipe por questões como gestação e problemas familiares; em decorrência, o empreendimento enfrenta dificuldades para encontrar pessoas com experiência interessadas no trabalho, impactando diretamente a produção e a motivação das integrantes.

Os recursos financeiros que o EES 1 já recebeu são provenientes de editais para projetos com impacto social e ambiental. O empreendimento participou do Programa Comunidade Participativa, organizado pela empresa Vale, que visa oferecer apoio técnico e financeiro para iniciativas sociais desenvolvidas em Corumbá e Ladário-MS, e do Fundo de Investimentos Culturais do Pantanal (FIC/Pantanal), que premia projetos de atuação no setor cultural. O empreendimento recebeu um recurso de R\$ 5.000,00 no edital de 2016, sendo utilizado para a compra de insumos como couro e aviamentos para a produção. Embora o empreendimento não dependa diretamente desses recursos para a sua manutenção, esses editais de fomento contribuem para o melhor desenvolvimento das atividades de produção, especialmente em situações de crise para a compra de materiais devido o decréscimo de vendas. A linha de produção está incompleta e reflete no problema da remuneração e motivação das integrantes. No discurso da diretora, ninguém deseja trabalhar no empreendimento por um ou dois meses sem receber nada, principalmente por causa da atual crise financeira do país, causando a saída de integrantes. Podemos compreender, portanto, que a fonte de renda das mulheres é unicamente proveniente da venda dos produtos e que os recursos provenientes de editais são totalmente investidos no empreendimento.

O processo de comercialização ocorre por meio da venda dos produtos na CAC e da participação do EES 1 em feiras dos Estados de Mato Grosso do Sul, São Paulo e Rio de Janeiro, onde alcançou um maior número de vendas. O empreendimento participou da Feira

Nacional de Agricultura Familiar e Reforma Agrária (FENAFRA), na época organizada pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), as duas últimas sediadas na cidade do Rio de Janeiro. Na última participação, conseguiram vender quase R\$ 6.000,00 em apenas três dos cinco dias de evento, interrompido por um acidente. O resultado dessas participações demonstra o quanto é importante o fomento a criação e manutenção de eventos de troca cultural para empreendimentos solidários e grupos comunitários que trabalham com artesanato e demais produtos de origem local. A diminuição dos eventos resultou no decréscimo da participação do EES 1 em feiras e, conseqüentemente, no processo de comercialização.

Dentre os eventos que o EES 1 já participou, o Festival América do Sul (FAS) é considerado um dos mais importantes, ocorrendo anualmente na cidade de Corumbá e Ladário. O FAS tem os seguintes objetivos: criar ações que contribuam para a integração entre os países sul-americanos promovendo encontros que valorizam a diversidade cultural do continente, a criação e fruição de riquezas, o intercâmbio, a revelação de experiências e debates de temas relativos à cultura, ao turismo, ao empreendedorismo, à inovação, ao meio ambiente e ao desenvolvimento sustentável. O EES 1 participou deste evento em 2016, no entanto, tiveram poucos rendimentos. Nas palavras da diretora, não há saída de produtos na comunidade porque a população e os turistas de Mato Grosso do Sul não estão interessados no consumo. Essa observação remete ao pensamento de Fletcher (2011) sobre a importância de promover o rompimento dos padrões ideológicos e de implementação do turismo. O autor permite o exercício do questionamento sobre as razões pelas quais os membros da comunidade, em maioria pessoas de baixa renda, e os turistas, de diversas regiões do país, não estão comprando os produtos do EES 1. Além disso, Fletcher (2011) permite a intensa reflexão sobre a atual concepção do turismo em Corumbá, relacionando questões fundamentais da política de turismo do município, tais como: A quem o atual turismo em Corumbá quer atingir? Qual é o seu público alvo? Quais são os princípios que norteiam o turismo no município? O turismo atual considera questões socioambientais e apoia os agentes da comunidade? De que forma as atividades do turismo promovem o desenvolvimento de empreendimentos da comunidade? Existe o diálogo com os agentes? Os gestores do turismo estariam dispostos a reformularem a atual política do turismo para um modelo de benefício mútuo com base nos recursos dos agentes comunitários? Essas questões incitadas por Fletcher (2011) são os primeiros passos para uma sólida compreensão das demandas por mudanças no setor turístico e de uma possível mudança na maneira de pensar e fazer as atividades do turismo acontecerem de maneira mais consciente e sustentável.

A participação em cadeiras de fóruns e conselhos públicos é fundamental para o processo de inclusão cívica e democrática do EES 1. Atualmente, o empreendimento participa do Conselho Curador do Fundo Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico e Cultura de Corumbá (FMPPHCC) organizado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Além disso, já participaram do Conselho da Cultura e do Conselho das Mulheres, o qual foi perdendo representatividade pela saída de algumas integrantes. O empreendimento já participou em quatro conselhos, sendo um para cada mulher, e isso o ajudou a compreender melhor a dinâmica da política e como lidar com questões de interesse e posicionamento. Em relação ao conselho atual, não há previsão sobre o período de continuidade da diretora.

Em relação a questões de produção do EES 1, o processo de tratamento do couro do peixe requer técnicas precisas. Em Corumbá, as pessoas culturalmente comem peixe com a pele e isto dificulta uma possível coleta de couro para o empreendimento. Moscovici (2011) permite a compreensão de mais um traço particularmente cultural que integra a representação social do EES 1, especialmente como esse traço cultural reflete diretamente na maneira como o empreendimento reage e organiza-se para a compra do couro externo. Frente a esta característica local, o empreendimento compra o couro em um frigorífico de fora. De acordo com a diretora, não é viável fazer a compra do peixe, pois a carne não seria utilizada e geraria desperdício. O empreendimento fortemente acredita que é preciso fazer maior uso do couro do peixe consumido localmente, embora isso contraste a cultura local de comer o peixe com o couro, além de não ser possível mudar um comportamento cultural rapidamente. Os maridos das integrantes são pescadores e contribuem esporadicamente quando pescam e levam para casa, especialmente quando é piranha, pois possui um dos couros mais bonitos. Mais especificamente, a compra do couro é geralmente feita em um frigorífico de Toledo-PR, mas era inicialmente feita no Mar e Terra, de Itaporã - MS. Há problemas envolvendo transportadores de couro, passando do Mar e Terra, Mercado Quadro, do Paraná, e voltando para o Mar e Terra. Atualmente o couro em estoque para a produção é proveniente de São Paulo, material levado para Campo Grande e encaminhado para o empreendimento por meio de um representante da universidade, cerca de 1.100 quilos; com este montante, elas podem trabalhar normalmente após a reforma do telhado do prédio de trabalho.

Existe um grande contentamento das mulheres do EES 1 quando as pessoas visitam e levam seus produtos para casa. O produto representa a personalidade de cada uma das integrantes, pois pensam em todo o processo que vai de design à costura final. Elas se identificam com a origem, a história e o contexto de vida do produto e já tiveram o seu

trabalho reconhecido como representante de Corumbá pelo Prefeito Municipal. Essa questão de identificação, na perspectiva de Moscovici (2011), reflete não somente o nível de identificação, mas principalmente demonstra como os indivíduos que fazem parte do EES 1 possuem características intrínsecas à sua natureza essencial que são claramente visualizadas em seus projetos, atividades e ações, dentro e fora do empreendimento. A forte crença na importância de valorizar a riqueza natural, promover a sustentabilidade ambiental e buscar alternativas para uma comunidade mais integrada, educada e consciente, faz do EES 1 um caso de representação social de mulheres de origem pobre que executam um trabalho artesanal com matéria-prima natural com o intuito que extrapolem a geração de renda, envolvendo as questões socioambientais e a luta política por uma melhor inserção no mercado local e na atividade do turismo local, seu principal canal vendas.

A característica cultural é desenvolvida pela origem do próprio indivíduo, do cunho de seu trabalho, do grupo, do local e do contexto em que se insere. A diretora do EES 1 compartilhou que seu marido afirma que tirar a pele do peixe não é bom, pois dificultada o retalhamento. O conhecimento empírico do marido reconhece que apenas o Tucunaré, semelhante ao Pacú pescado na região é o melhor tipo de peixe para retirar o couro. Esse aprendizado ao longo dos anos despertou o conhecimento da diretora artesã, que passou a compreender que o único possível trabalho com aquele tipo de peixe seria a pele repintada, que fica da cor tingida, sem problemas de criar manchas, escondendo a origem do peixe. Pelo fato de o EES 1 ser responsável pela criação e desenvolvimento de produtos, existem desafios e dificuldades que reforçam a necessidade de empenho e foco diário das artesãs. Nessa perspectiva, as mulheres do empreendimento são constantemente questionadas sobre suas motivações para a continuidade da atividade de produção. A resposta é direta, “porque precisamos agir”. A análise de representações sociais de Moscovici (2011) permite analisar a construção do conhecimento do EES 1, seja através do conhecimento empírico de suas integrantes adquirido por meio de trocas com familiares e amigos ou de cursos ou formações. Além disso, também permite compreender o forte desejo do empreendimento em continuar lutando pelas atividades mesmo com os problemas financeiros e falta de apoio, a necessidade ação é essencial e contínua.

Em Campo Grande-MS, existe a Central de Comercialização da Economia Solidária (CCES), apoiada pela Fundação do Trabalho de Mato Grosso do Sul (FUNTRAB/MS), que oferece espaço digno aos empreendimentos cadastrados para a comercialização de seus produtos e serviços. Em relação a possibilidade de disponibilização de produtos na Central, o EES 1 perdeu o interesse devido a experiências anteriores. De acordo com as integrantes, os

produtos ficam parados por um bom tempo e, por vezes, não são vendidos. Em uma última visita a central, o empreendimento ficou descontente com o espaço em que os produtos estavam dispostos, em desvantagem em comparação com os outros produtos. Embora os interesses sejam semelhantes, a parceria entre o EES 1 e a CCES não foi estabelecida com sucesso por questões de dinâmicas e políticas internas de cada instituição que merecem ser respeitadas. A central oferece um espaço no centro de Campo Grande que contribui com a comercialização de produtos de origem local e regional. A localização é concentrada com um bom fluxo diário de moradores, trabalhadores e turistas, contribuindo para a vendas dos produtos. A CAC oferece o espaço para a exposição, mas a localização não faz parte de uma rota turística, portanto, possui pouco fluxo de potenciais compradores, não oportunizando uma maior comercialização. Essa discussão permite voltar aos pensamentos de Scott e Gössling (2015) sobre como o turismo pode promover o desenvolvimento econômico regional sobre a importância de unir esforços para a promoção do setor em uma escala mais justa, equitativa e sustentável. Assim, compreende-se que se a atividade do turismo de Corumbá estiver alinhada com os agentes locais como o EES 1 por meio de uma rota turística mais inclusiva como a de Campo Grande, os resultados poderiam ser mais satisfatórios e poderia resultar em um desenvolvimento econômico no município, especialmente se a política do turismo começar a integrar aspectos do TBC.

Em Corumbá, os turistas que visitam a CAC conhecem de perto a relação entre a sustentabilidade e o valor integrado dos produtos, especialmente quando eles conhecem o processo de produção. Por vezes, as associadas já ouviram turistas questionando a origem do material e até mesmo afirmando não ser couro de peixe fidedigno. Em situações como esta, a pessoa é convidada a conhecer o processo de produção, incluindo os materiais e couro, resultando em um maior número de vendas e interesse dos clientes. As integrantes afirmam que as pessoas se encantam quando veem o processo por completo. Moscovici (2011) permite analisar a representação social do EES 1 e seus produtos para os turistas, inicialmente visualizado como um produto simples sob questionamento da qualidade de seu couro, para um produto de origem local com técnicas específicas e peculiares de tratamento que contribui para a geração de renda e herança cultural regional. O processo de educação ocorre durante a própria visita, causando um impacto real na vida do turista de imediato. O conhecimento adquirido dessa experiência pode ser levado para a vida.

Discutir, elaborar e firmar uma política pública exige iniciativa e imersão. As mulheres do EES 1 acreditam na importância de se estabelecer uma política mais justa para o turismo de Corumbá e para os artesãos frente a grande demanda local por recursos e suporte.

O empreendimento também reflete sobre a dificuldade de outros artesãos, que por muitas vezes não vendem nada e sofrem para manterem-se ativos. Essa realidade gera o anseio por um olhar mais crítico e pelo posicionamento do prefeito, pois somente ele poderá direcionar mudanças efetivas na comunidade. O empreendimento, liderado por mulheres, acredita no potencial de liderança e de representatividade da esposa do prefeito e espera que ela se interesse por questões que afetam Corumbá e possa compreender a realidade dos grupos comunitários. Em 2009, o EES 1 fez uma participação no Programa do Faustão, programa de auditório brasileiro dominical da Rede Globo desde 1989, aumentando as vendas dos produtos de janeiro até março, além de novas oportunidades de exposição. Segundo o empreendimento, o prefeito de Corumbá não se pronunciou sobre a exposição da cidade em um dos canais abertos mais assistidos do país.

A interação entre governo, agentes e empreendimentos para a estruturação de projetos para o turismo é fundamental, entretanto, esta não é uma realidade em Corumbá. Nas palavras da diretora, os artesãos não são convidados para participar de ações em prol de melhorias para a atividade do turismo na cidade, contrastando a visão de Higgins-Desbiolles (2008), que defende a implementação de novos modelos alternativos aos já engessados e limitados pela sua própria defasagem, por não serem capazes de olhar além do que já foi desenvolvido e ainda desconsiderar oportunidades de parcerias e alianças em seu território, geralmente iniciadas por meio de ações em conjunto como as questionadas pelo EES 1.

O FAS acontece anualmente em Corumbá e geralmente têm mais de 15 horas diárias de atrações das mais variadas manifestações culturais, envolvendo aproximadamente 500 pessoas entre artistas, artesãos, produtores, agentes e técnicos culturais de diversos Estados do Brasil e os seguintes países: Paraguai, Bolívia, Uruguai, Chile, Peru e Argentina. O FAS contabiliza mais de 60 atrações entre shows musicais, espetáculos de dança, teatro, circo, mostras de artes visuais, artesanato, audiovisual, saberes indígenas, palestras, mesas-redondas, lançamentos de livros, oficinas, fomento à economia criativa, formação e capacitação cultural, arte educação, cultura popular, ciência e tecnologia, inovação, esportes e turismo. Trata-se de um evento de grande porte que oportuniza a divulgação dos produtos de artistas, grupos e empreendimentos. Existe uma competitividade interna em relação à disponibilização do espaço dentro do próprio evento e, em relação a esta questão, o EES 1 sentiu-se em desvantagem no ano de sua participação, pois o espaço reservado para a exposição de seus produtos era de barracas escuras e mais afastadas dos visitantes, fora do pavilhão exclusivo para os artesanatos, resultando em um menor número de vendas em relação ao demais. Embora esse problema, o empreendimento considera o evento uma excelente oportunidade

para a exposição de produtos dos artesãos não só de Corumbá, mas da região do Mato Grosso do Sul, pois promove primariamente os costumes e a cultura regional.

Para obter mais lucro, o EES 1 acredita que uma agência governamental desempenharia um papel importante ao implementar uma rota turística em Corumbá para incentivar o turismo na cidade, concentrando menos foco nas regiões rurais. A questão reside no fato de que os turistas são somente expostos à atividade pesqueira e não conhecem os mercados de produtos turísticos, como a CAC, reforçando a discussão sobre um turismo com enfoque em atividades da comunidade. Atualmente, o EES 1 não possui parcerias com prestadores de serviços, não vendem os produtos em hotéis, agências, nem barco de hotéis. Anteriormente, já expuseram produtos no Santa Mônica Palace Hotel e na Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), geralmente para os funcionários que frequentavam a lanchonete da empresa. Esse contexto de necessidade mínima de lucro versus carência de parcerias tanto com o setor público como com o privado demonstra a necessidade de oportunidades para o diálogo e da mudança política para que a atividade do turismo em Corumbá seja mais voltada ao a realidade local, especialmente ao considerar a crença de Giampiccoli, Saayman e Jugmohan (2014) sobre a real possibilidade de promover o turismo comunitário com um gestão mais holística, sem centralizações em atividades que contribuem somente para um grupo específico dentro de um amplo setor amplo que demanda agentes que terminantemente podem ser inseridos em prol da transformação positiva do turismo na comunidade.

A discussão sobre a atividade do turismo exige um espaço não somente sobre os benefícios para o desenvolvimento, mas também sobre os impactos negativos causados e como estes podem ser controlados e sanados. O turismo de pesca em Corumbá gera um impacto no município. A diretora do EES 1 conhece profundamente a realidade por meio de experiências próprias e pelo seu marido, guia de pesca que trabalha em um bar que recebe cerca de 70 turistas no período de 4-5 dias. Segundo a diretora, os turistas pescam e levam para suas cidades uma quantidade de peixes excedente à cota estipulada pelo governo de Corumbá. Embora a diretora faça parte e viva na comunidade local, afirma que não come peixe regularmente, assim como boa parte dos membros da sua comunidade. Além disso, comentou seriamente sobre a discussão existente referente a escassez de peixes em Corumbá com a culpa direcionada aos pescadores locais, não atribuindo-a ao turismo de pesca. Em apenas cinco dias, chegam mais de 70 turistas no barco onde o seu marido trabalha, sem contar a quantidade de outros barcos e a quantidade total de peixes levada pela maioria deles. Nesse sentido, ela considera o excesso e a falta de controle uma razão para o impacto negativo

em sua comunidade e no meio ambiente. Essa questão alarmante sobre o impacto negativo gerado ao meio ambiente pelo turismo de pesca reforça os pensamentos de Giampiccoli e Mtapuri (2012) e Saayman e Giampiccoli (2016) que discutem exatamente sobre uma possível solução por meio do TBC e sua abordagem em prol de um turismo mais sustentável, justo e equitativo, no qual os recursos comunitários e ambientais sejam seriamente considerados e integrados a política do turismo. Moscovici (2011) mostra que a representação social do turismo em Corumbá é pesca, tanto na visão dos governantes como da atual política de fomento ao setor turístico no município, demonstrado pelo número de agências voltadas ao setor, a principal atividade buscada pelos turistas e o impacto ambiental gerado pela pesca não esportiva em demasia.

Existe, portanto, o problema relacionado ao segmento do turismo de pesca, que não gera benefício para o EES 1 e poderia ser transformado por um segmento mais urbano e histórico cultural. Ao mesmo tempo, há uma questão interna relacionada à estrutura da empresa que não tem dinheiro para manter todas as suas atividades. Diante deste desafio, o empreendimento acredita que, por meio de recursos provenientes de projetos e subsídios de instituições privadas ou governamentais, seria possível resolver os principais problemas, como manutenção dos equipamentos e passagem de ônibus para as associadas. O empreendimento não tem relações de convênios nem acordos com o governo local, anteriormente houve uma única doação cujo valor foi utilizado para a compra de pele e máquina de descarte. Essa doação gerou uma discussão sobre um ponto sempre presente no contexto dos empreendimentos, a conquista de sua plena autonomia. A diretora reflete sobre esse aspecto e afirma que elas se bancam, mas ainda recebem críticas de que precisam aprender a andar com as próprias pernas, quando, na verdade, sempre compraram tudo.

A renda das integrantes do EES 1 provém diretamente da venda dos produtos e, por vezes, com o decréscimo de vendas torna-se difícil manter as associadas ativas na produção e isto incita a diretora o desejo de ter um fundo para situações como a queda nas vendas e também para a hospedagem de estagiário, geralmente pelo período de três meses. Pensar em outras atividades para complementar as fontes de renda faz parte dos planos da diretora, tais como cursos de capacitação em costura para mulheres, com uma taxa baixa, no entanto, uma das costureiras recentemente se afastou exatamente pelo atraso do salário. No momento da entrevista havia somente uma costureira ativa, responsável pela orientação de quatro meninas recém-associadas, mas sem previsão de recebimento, reforçando a dificuldade do empreendimento.

Em 2003, o EES 1 foi apoiado pelo *World Wildlife Fund Brazil* (WWF) por meio cursos sobre educação ambiental e inserção social. Em 2007, o WWF realizou uma série de oficinas de capacitação destinadas a permitir ao empreendimento reorganizar sua estrutura. Esse trabalho foi coordenado por uma bióloga do Programa Pantanal do WWF-Brasil e por um professor da Universidade Federal de Rondônia, engenheiro de pesca e especialista em metodologias participativas. Segundo a diretora, o professor as ajudou a inserirem-se em vários grupos, a conhecerem formas de gestão, incluindo sobre o processo de comercialização. O apoio da WWF durou dois anos e consistiu em visitas regulares por uma semana a cada 4-6 meses, com foco em fornecer-lhes as seguintes atividades: cálculo de preços, marketing, controle de qualidade e como concluir corretamente um produto final. Após o suporte da WWF não houve mais organizações oferecendo serviços de consultoria na solução de problemas práticos e financeiros. Embora o empreendimento esteja no mercado há mais de dez anos, o seu discurso evidencia a frequente necessidade de receber suporte técnico ou de consultoria para a solução de problemas regulares. Nessa perspectiva, o empreendimento citou a ajuda que recebeu de um técnico de curtimento de couro, que após visitar o negócio e conhecer de perto a realidade, se dispôs com a compra de materiais e aviamentos para a produção. As integrantes do empreendimento relembram as inúmeras fotos de produtos enviadas via *WhatsApp* para confirmar se estavam corretos. A diretora afirma que há dificuldade com tudo e lembra quando seu marido disse que elas são mulheres que deixaram suas casas, o forno e o fogão, e tiveram que chegar e gerir o próprio negócio até aprenderem. As dificuldades geralmente ocorrem pela falta de dinheiro. Moscovici (2011) permite analisar que a representação social do EES 1 para o WWF é de negócio social, isto é, um empreendimento com potencial de crescimento e desenvolvimento.

Para que empreendimentos possam se desenvolver é preciso não somente desenvolver capacitação e habilidades de ponta, mas também parcerias que possam contribuir mutuamente por meio de relações nutridas de longo prazo. O EES 1 não possui acordos formalmente firmados, somente a ajuda da prefeitura local por meio da disponibilização temporária do espaço de trabalho, a CAC. Previamente, em 2016, houve a elaboração de um projeto de convênio com a gestão governamental anterior, com expectativa de receberem a oferta definitiva do local de trabalho para produção e exposição, com registro firmado, além da reforma para as instalações da CAC, incluindo uma das salas aos fundos, propícia para os descarte, curtimento e estação de tratamento. Este projeto estava pronto, mas, com a mudança de gestão, foi abandonado. A associação nunca recebeu repasse mensal do governo, todo o dinheiro provém da venda dos produtos e, às vezes, de verba de projetos próprios. Alguns

governantes se aproximam da causa, como um vereador que prometeu lutar por um repasse mensal se conseguisse se tornar o presidente da câmara, mas não alcançou o cargo.

O EES 1 assume um papel de mudança social que atinge a sociedade e especialmente as integrantes de sua equipe. As integrantes acreditam que beneficiam a economia local por meio da compra de aviamentos e demais materiais para produção, especialmente em períodos de alta demanda, como quando participaram do Programa do Faustão. Elas refletem sobre os benefícios que extrapolam os recursos financeiros alcançados, como a autoestima e a luta contra a depressão. O empreendimento é formado por mulheres de diferentes idades, incluindo de 40 anos, casadas e mães, geralmente donas de casa dedicadas aos serviços domésticos. Antes de se envolverem nas atividades do empreendimento, estas mulheres se autoconsideravam inúteis e sem propósito de vida. O contato com outras mulheres e com diferentes pessoas em uma base diária influencia a maneira como elas se veem e cuidam de si próprias, assim como uma nova costureira, que, após semanas de trabalho, passou a arrumar os cabelos, usar batom e vestir-se melhor. A diretora demonstrou orgulho sobre o diálogo em que a costureira disse “sou uma pessoa pública agora, não posso andar de qualquer jeito”. O empreendimento acredita no poder da integração social e seu efeito positivo na mentalidade das associadas, um resultado do contínuo contato com pessoas, participações em encontros, cursos e capacitações, segundo elas, “nossa cabeça muda ao sair e aprender, nós mudamos”. As dinâmicas de trabalho e de vida pessoal colidem e representam um significado bastante particular sobre a representação social do EES 1. A medida que Moscovici (2011) afirma que pessoas e grupos criam significados e representações no decurso da comunicação e da cooperação, compreende-se como o trabalho das artesãs tem um significado especial relacionado com a superação de desafios pessoais como autoestima e depressão. Esta relação de superação torna-se um valor compartilhado que se materializa com o crescimento e amadurecimento das integrantes do empreendimento. O conhecimento sobre empreendimento solidário, antes visto como um conceito torna-se um fenômeno, construído pelas próprias integrantes através da abstração do sentido de seu trabalho, de suas atividades e das emoções compartilhadas, corporificadas em experiências coletivas e interações em comportamento.

Em termos financeiros e de estabilidade, existe entre as associadas o desejo de ter um salário fixo mensal, assim poderiam utilizar para custos e investimentos pessoais, além da compra de um carro para a associação, um desejo coletivo. O empreendimento tentou pedir uma licença para a comercialização em locais como hotéis, agências, barcos e no porto, mas não conseguiram para o ano de 2017, sendo necessário fazer uma nova solicitação. Por um lado, o trabalho do EES 1, na visão das associadas, ganhou maior reconhecimento da

população de Corumbá e isso é refletido em formas de visitas, elogios, indicações e compra de produtos. O número de turistas visitando a CAC diminuiu, reforçando a necessidade de uma rota turística urbana.

Em termos de apoio e reconhecimento familiar, a diretora afirma ter sua filha como parceira desde o início, especialmente em atividades que envolvem internet, fotografia e catálogo. A possibilidade de vender pela internet seria uma oportunidade de expansão para o empreendimento. Há, contudo, a necessidade de bancar o site e alguém qualificado responsável pela manutenção e alimentação da página, essa falta de recurso humano atrasa o resultado dessa ideia de projeto. A diretora exalou sentimento de desabafo ao falar sobre a lealdade das associadas em manterem-se regularmente ativas frente a dificuldades financeiras e do próprio setor, além da pressão de familiares que pedem para que saiam do empreendimento. Muitas são mulheres jovens que poderiam simplesmente desistir e procurar fazer algo diferente, mas acreditam que um dia vai melhorar.

Para complementar a análise do fenômeno EES 1, optou-se pelo Modelo de Contexto de Van Dijk como argumento final da explanação crítica do discurso e da sua análise. Assim, no caso EES 1, o domínio social do empreendimento é o turismo de pesca desenvolvido pelas agências de turismo e a macro ação é a defesa da necessidade de implementar uma rota turística com foco nos empreendimentos locais. A cena do evento comunicativo é o município de Corumbá. O papel comunicativo dos participantes é o falante, feminino e artesão; o papel interacional é o de defensor do EES 1 e da criação de uma rota turística mais inclusiva, opondo-se a atual rota apoiada pelo governo municipal, enquanto o papel socioeconômico é o de um empreendimento gerado em uma comunidade corumbaense advogando a favor da inserção do mercado e da implementação do turismo de base comunitária. A ação comunicativa em processo é a explanação da origem e trajetória do empreendimento com o objetivo de relatar aos pesquisadores e possivelmente persuadir os representantes governamentais sobre as problemáticas enfrentadas pelo empreendimento, sendo as principais: (a) o turismo atual retém os benefícios para os idealizadores das atividades de pesca na comunidade, desconsiderando o segmento urbano e histórico cultural; (b) a queda das vendas resulta na falta de dinheiro para manter a estrutura física da empresa e os equipamentos e oferecer às associadas um pagamento mensal digno; (c) a falta de suporte institucional e de parcerias com o governo local impedem o avanço do empreendimento dentro de um município com características socioeconômicas limitadas e, ao mesmo tempo, enfraquecem as potenciais relações entre os demais empreendimentos comunitários.

As (complexas) estruturas mentais definidoras das dimensões cognitivas do contexto consistem nas construções ideológicas desenvolvidas pelo EES 1 no decorrer das diversas etapas em que o seu conhecimento empírico adquirido ao longo da vida de cada integrante colide-se com o conhecimento técnico-científico gratuitamente oferecido por organizações internacionais ou pela cooperação com outros empreendimentos da comunidade e externos (a respeito de economia solidária), bem como nas atitudes e opiniões (a respeito da falta de ação do governo de Corumbá sobre as formas econômicas que emergem de seu próprio município e desejam ser inseridas no mercado). Estas estruturas mentais expressam que a complexidade estrutural do EES 1 é composta de características predominantemente voltadas a sua regionalidade e, a certo ponto, de valores e princípios carregados pelos movimentos e organizações aos quais o empreendimento deposita crença e apoia-se. Embora a forma “economia solidária” relativa ao empreendimento expresse o pertencimento a comunidade e a ação com base em princípios de solidariedade, cooperativismo e transparência, a estrutura persuasiva do discurso pressupõe que nem todos os representantes do governo podem ter a mesma opinião a respeito dos valores praticados pelo EES 1, por falta de contato de modo a conhecer as histórias, a realidade e as demandas do empreendimento. Por fim, a análise é significativa porque pressupõe uma quantidade enorme de base e senso comum como, por exemplo, os relatos sobre como as integrantes do empreendimento uniram-se, como era feito o manuseio do couro do peixe a beira do rio na comunidade, assim como a respeito da realidade das relações socioeconômicas e interpessoais aos arredores do porto e dentro dos barcos locados para a atividade de pesca, a partir dos relatos e lembranças do marido da diretora.

O caso EES 1 adapta-se ao modelo de contexto construído de maneira subjetiva a partir da situação comunicativa em curso com os seguintes destaques:

- Os significados da entrevista são compreensíveis dentro de um domínio discurso mais amplo que inclui três outros domínios: do turismo, da justiça econômica e do governo;
- O gênero economia solidária e o seu ato de fala é uma forma de execução da defesa da inclusão de mercado de forma geral;
- A falta de ação do governo é definida como uma falha de sua análise crítica sobre o turismo de base comunitário, mais consciente e inclusivo e, portanto, condição suficiente para o sucesso do gênero e dos atos de fala da economia solidária;

- O macro tópico atualiza semanticamente o argumento para o ato de fala e o gênero específico da economia solidária: O EES 1 não está inserido na atividade do turismo de Corumbá;
- A estrutura argumentativa é organizada para sustentar a função comunicativa do discurso como uma forma de protesto, argumentação e exposição das problemáticas enfrentadas pelo empreendimento;
- Há pouca polarização de opiniões em todos os níveis da entrevista; há enfoque na ideologia e atitudes voltadas à economia solidária em uma tentativa de influenciar e alertar os pesquisadores e futuros destinatários;
- A seleção lexical é adequada para o gênero do discurso economia solidária;
- O caso pressupõe a existência de algum conhecimento em geral a respeito de economia solidária, turismo, leis e governo. Entretanto, não expressa ou pressupõe conhecimento que enfraqueça a sua argumentação, por exemplo, a respeito de práticas irregulares ou falhas do EES 1.

4.4.2 EES 2

O EES 2 trabalha com a produção de artesanato, sendo composto por mulheres de diferentes origens e com experiências de trabalho voltadas ao setor social em Corumbá-MS. A líder do empreendimento trabalhou na Pastoral da Criança (PC) em 2002 por um ano em atividades, envolvendo a economia solidária com o apoio da Comissão Pastoral da Terra (CPT), juntamente com outra participante e um padre, responsável por contribuir efetivamente em projetos comunitários. O empreendimento foi criado em 2003 e, inicialmente, composto por homens e mulheres da comunidade, depois incluindo membros da agricultura familiar e participantes do CPT. A diretora citou os nomes de outras integrantes como as pioneiras no processo de estabelecimento do empreendimento, no entanto, não há mais detalhes sobre a história de vida destas pessoas. Com o passar dos anos, contudo, esse trabalho iniciado por líderes comunitários articuladores, como outros párocos, foi tomado por movimentos de política partidária, enfraquecendo o poder e a disposição dos membros. Atualmente, o EES 2 não possui local para desenvolver suas atividades de trabalho devido a integração de novos membros da gestão do governo local que não apoiam o empreendimento. Anteriormente, trabalhavam no Centro Profissional de Corumbá (CPC), mas perderam seu espaço e tentam encontrar um local de trabalho na Casa da Cidadania (CC). Devido a espera por uma sala

disponível na CPC, o trabalho do empreendimento estava em atraso e sem avanço na data da entrevista. Em 2013, uma formação em Economia Solidária foi oferecida por um integrante do conselho, na época integrante do Conselho Gestor da CCES e do Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES), na sede do Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), oportunizando o diálogo inicial sobre a importância de novas políticas para a geração de emprego e renda em Corumbá. Moscovici (2011) permite iniciar o diálogo sobre a análise da representação social do EES 2, originário da união de membros da comunidade que obtiveram o suporte de líderes comunitários com experiências no setor social e formação em economia solidária. O empreendimento informal possui dificuldades para encontrar local de trabalho e aponta questões políticas que interferem nesse processo.

A economia solidária chegou a Corumbá por meio de uma voluntária no processo de compartilhamento do conhecimento prático para os membros da comunidade através de reuniões hospedadas no CRAS. Duas senhoras se juntaram ao empreendimento e participaram das formações. O processo de aprendizado de uma das integrantes sobre economia solidária foi uma verdadeira descoberta. Por meio das formações, a integrante foi capaz de identificar que o trabalho que havia sendo feito nos anos passados, de alguma forma, já era economia solidária, mas ela realmente não conhecia sua definição, tampouco seus objetivos. A partir dessa reflexão, decidiram em conjunto: “vamos criar o EES 2”. O empreendimento foi criado no CRAS por meio das interações no decorrer das capacitações e, embora não possua estatuto social e não estejam formalmente registrados, consideram-se parte da economia solidária, inclusive receberam notificação de uma agente da FUNTRAB/MS, sobre a importância de cadastrarem-se, pois, dessa forma, poderão conectar-se à outros empreendimento que já estão inseridos, como o ARGUS e o EES 1. A falta de conhecimento do EES 2 sobre como realizar o Cadastro Nacional de Empreendimentos Econômicos Solidários e Comércio Justo (CADSOL) impede o seu avanço. Conforme informações da página oficial do governo, o CADSOL tem como objetivo o reconhecimento público dos negócios, de modo a permitir o acesso às políticas e programas públicos de crédito e de fomento à economia solidária. A diretora afirmou ter tentado, mas não conseguiu cadastrar o empreendimento, reforçando sua demanda por conhecimento e orientação. Assim, compreende-se que o EES 2 foi originado pelo interesse mútuo em criar uma atividade de trabalho para a sua inserção social e geração renda e, a partir do desenvolvimento de suas relações e formações em economia solidária, passou a identificar a natureza de suas próprias atividades, a estabelecer os seus princípios e a relacioná-los com a economia solidária. Por meio da análise de Moscovici (2011) é possível observar o sistema cognitivo do empreendimento, isto é, a maneira como as integrantes

reagem ao fenômeno da economia solidária, especialmente como dão atenção e associam os princípios em suas atividades. Esta análise inicial permite entender como o empreendimento processa informações, adquire conhecimento e, a partir disso, cria suas ideias e atribuições. A representação social do empreendimento constrói-se, portanto, com base na economia solidária.

O EES 2 trabalha com materiais que geralmente conseguem de maneira independente, já receberam suporte do governo em termos de doação, mas a parceria foi encerrada. Os principais materiais utilizados na produção são papel de filtro, EVA, papelão, folha seca, coco, palha e sementes, além de aviamentos quando necessário. O empreendimento relatou sobre como o suporte de uma servidora pública e facilitadora voluntária das oficinas em economia solidária, foi fundamental para o processo de maturidade da produção, pois ela não só dava a aula, mas também ensinava o passo a passo. O governo de Corumbá fez mudanças no seu quadro de funcionários públicos civis e isso afetou diretamente a comunicação com os representantes do governo responsáveis pela administração do local de capacitação e dos materiais doados. De acordo com o empreendimento, as questões partidárias influenciam e dificultam algumas relações. O empreendimento trabalha com materiais de baixo custo para a produção de artesanatos e o seu conhecimento foi adquirido pela formação e orientação voluntária de uma servidora pública, demonstrando a importância do aprendizado técnico para os empreendimentos comunitários emergentes com interesse em organizar-se e criar uma atividade de valor. A análise de Moscovici (2011) é direcionada ao que é visível e ao que se pode responder de acordo com a aparência da realidade, nesse sentido, o EES 2 reflete a realidade de uma comunidade com poucos recursos em Corumbá, com pessoas que buscam alternativas de sustento e de representatividade, dificilmente alcançada por questões que envolvem desde o fato de o empreendimento não ser oficialmente registrado à constantes mudanças no governo local que refletem no enfraquecimento das relações previamente estabelecidas, dificultando o envolvimento e a troca de experiências e parcerias.



Figura 5 - Produtos do EES 2 (A).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.



Figura 6 - Produtos do EES 2 (B).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.

A importância de se trabalhar em um ambiente com união e de coesão são pontos constantemente reforçados pela diretora, que relembrou o quanto os momentos de formação e a participação de todas as integrantes foram importantes para o processo de aprendizado sobre a economia solidária e, principalmente, como o empreendimento alavancou-se ao atingir o

ápice de sua união. Quando o empreendimento conseguiu estabelecer relações com vínculos fortes, o governo municipal foi alterado novamente, comprometendo não só o contato com os representantes do CRAS, mas também com as mulheres com quem se reuniam periodicamente e compartilhavam bons momentos. A dinâmica da política local, com constantes ajustes no quadro de trabalho, afeta as relações, gerando incertezas e retornando ao ponto inicial de estabelecimento de novas relações.

O EES 2 foi originalmente criado pelo interesse do CRAS e de duas integrantes em juntar as mulheres da comunidade e as capacitarem em economia solidária, contudo, anos após essa atividade inicial, o empreendimento continua não formalizado, embora tenham intenção. Em Ladário - MS, município vizinho, existe a Lei nº 913/2013 que cria o Fundo Municipal da Economia Solidária (FMES) e dá outras providências em apoio ao movimento da economia solidária, principalmente na distribuição e captação de recursos, despertando o interesse do EES 2 em usá-la como base para conseguirem desenvolver seus próprios projetos sem total dependência de outras partes. A economia solidária tem um papel importante na vida das mulheres do EES 2, segundo elas, aprenderam a viver em comunidade, em comunhão e a partilhar, não somente pensando em seu bem estar próprio, mas das pessoas e da natureza, uma vez que influenciam o aprendizado sobre reciclagem. Para elas, quando se tem uma bandeira a ser levantada pelo meio ambiente, pelas pessoas e pelo bem estar para se viver, a economia solidária se encaixa totalmente, pois às proporciona a possibilidade de viver a sua própria realidade e ter experiências mais significativas à unicamente buscar por vendas e maximização de lucro. Moscovici (2011) permite entender que a representação social do EES 2 tem como base a economia solidária, fortemente presente na maneira como se expressam, aplicam e executam os valores e reagem ao mundo externo. Além disso, o empreendimento possui uma sólida capacidade de valorizar os recursos de Corumbá, uma vez que trabalham com matéria-prima de origem local transformadas em reciclagem, preservando o meio ambiente e promovendo a educação ambiental. A lei municipal em Ladário, que promove a captação de fundos para a promoção de empreendimentos solidários, é uma referência para o EES 2 e gera o anseio e expectativa de que o governo de Corumbá também possa implementar um programa com política voltada à economia solidária em apoio a grupos e empreendimentos com base na comunidade. Em 2013, ano de criação da lei, as reuniões tinham até 30 membros e líderes comunitários embutidos na economia solidária, mas a desaprovação da gestão de Corumbá enfraqueceu a maior parte deles. Por outro lado, a experiência negativa motivou uma integrante do empreendimento a esforçar-se e conseguir a aprovação da lei municipal em Ladário. O jogo de interesse político afeta diretamente as

ações do empreendimento, sua maneira de relacionar-se com os agentes e prepararem suas ações. Essa nova maneira de pensar sobre administração pública e executar programas modernos que abraçam as demandas sociais de Corumbá, contribuiria não somente com o desenvolvimento local e dos empreendimentos, mas também tornaria a administração atual uma referência tanto regional sobre gestão de projetos da comunidade e inovação de sua política de fomento ao desenvolvimento local. Giampiccoli, Jugmohan e Mtapuri (2014) discutem sobre como a comunidade possui um papel importante na gestão, especialmente por seu conhecimento prático e empírico, e essas características podem ser utilizadas para o gerenciamento do turismo. Assim, esse processo de alteração da política de desenvolvimento regional poderia ser iniciada com a implementação do TBC, a reformulação das práticas e inserção de grupos e empreendimentos locais.

A diretora do EES 2 possui experiências na PC e relatou que a coordenadora do projeto de economia solidária foi quem apresentou ao empreendimento a possibilidade de trabalhar com materiais recicláveis e transformá-los em artesanatos. O EES 2 tem a proposta de oferecer qualidade de vida através da economia solidária e já passou por uma metamorfose, pois já trabalharam com produção de sabão, manipulação e reaproveitamento de alimentos, e produção de artesanatos feitos de materiais recicláveis. Ao passo em que trabalha para promover qualidade de vida, nota que o capitalismo é mais forte com sua agilidade em oferecer facilidades por meio da grande indústria produtiva. Moscovici (2011) novamente aponta a origem de empreendimento, com experiências em organizações de assistência social, reforçando o *background* humilde. O empreendimento não possui espaço fixo para a produção e este problema relacionado a espera pela disponibilidade do local de trabalho a ser cedido pelo governo já gerou diversas discussões entre os integrantes do empreendimento. As constantes ligações, buscas e tentativas de solução sem sucesso levou o empreendimento a tirar os materiais da produção restantes do local onde trabalhavam e mudar para a casa de uma integrante, de modo a retomar o trabalho. As integrantes do EES 2 desejam conversar diretamente com o novo prefeito e questioná-lo sobre a aprovação da lei de economia solidária, negada pela gestão passada, mas prometida pela atual.

A atividade do turismo pode contribuir para a comercialização em pontos turísticos, especialmente de produtos que representam características locais. Nessa perspectiva, o EES 2 deseja fazer *Ecobags* com pinturas paisagistas sobre o Pantanal, mas, para isso, precisam fazer um curso de pintura. O empreendimento apontou brevemente sobre a economia criativa desenvolvida no município pelo Moinho Cultural, gerando discordâncias pela maneira como trabalham em feiras com enfoque na produção e venda mais individual, cada um por si ou, até

mesmo, um negócio familiar. Outra semelhante situação inclui a feira da Bocaiuva, pois, quando pensaram que se tratava de economia solidária, na verdade, era com base na economia criativa. É interessante observar o número de vezes em que a diretora do empreendimento discute sobre a maneira como os empreendimentos inseridos na economia criativa são originados, geralmente por pessoas próximas ou membros familiares, tornando-os mais fechados em suas atividades e para qualquer tipo de colaboração em rede. Moscovici (2011) permite visualizar as diferentes realidades de empreendimentos e organizações emergentes que trabalham com propósitos semelhantes, mas conceitos diferentes, sugerindo uma possibilidade de estudo para a compreensão da representação social desses fenômenos sob a ótica, por exemplo, da economia criativa. Além disso, reforça o nível de comprometimento com os princípios da economia solidária, especialmente pela ideia de trabalho cujos esforços e resultados são concentrados na coletividade.

Para o EES 2, a economia solidária primariamente tem foco no fator social, sendo inteiramente pensada como um grupo. Por exemplo, se pensam em criar um novo artesanato, fazem juntas o orçamento e tudo é dividido igualmente, inclusive a atividade de trabalho, custos e lucros. O empreendimento também produz com base em encomendas, geralmente uma ou duas anualmente, e em datas comemorativas como Dias das Mães, dos Pais, das Crianças e dos Namorados. As encomendas, por vezes, são tomadas por somente um membro da equipe, pela sua facilidade no desenvolvimento da atividade ou por maior necessidade financeira, podendo resultar em um maior reconhecimento do seu nome como artesã.

Em relação ao FAS, anteriormente discutido no primeiro caso, o EES 2 participou somente nos dois primeiros eventos. Atualmente, comercializam seus produtos em eventos comunitários como a Feira do Natal e do Dia das Mães, incluindo serestas. Após analisar a realidade da comercialização nestas feiras comunitárias, o empreendimento pensa em se dividir em duas atividades centrais: artesanato e comida. O discurso da diretora evidencia o quanto as integrantes buscam encontrar alternativas para sustentarem suas necessidades através da atividade em empreendimento e com os recursos da comunidade, tal como a Farinha de Bocaiuva usada para os biscoitos geralmente vendidos por R\$ 2,00. A relação do empreendimento com o FAS reforça a ideia de Scott e Gössling (2015) sobre a responsabilidade do turismo de promover o desenvolvimento econômico local, no entanto, de maneira pontual, no decorrer do evento. Para mudar essa realidade, o turismo de Corumbá precisa de um maior engajamento de múltiplos agentes em projetos e ações de longo prazo, sendo o TBC uma excelente prática para alterar o modelo predominante. Moscovici (2011) mostra que para o EES 2, a representação social do seu empreendimento é a economia

solidária, o que contribui para seu desenvolvimento interno e particularmente a maneira como seus membros se relacionam, por outro lado, para agentes externos como do governo e do setor privado, sua representação é de informalidade, pelo fato de o empreendimento não ser registrado e não ter uma forte representatividade de seu trabalho em eventos ou grupos com maior alcance de público. Este pode ser um indicador do motivo de o empreendimento somente ter participado do FAS em suas primeiras edições e não ter sido mais convidado.

A obtenção de crédito é uma questão importante para o EES 2, pois não possuem acesso a crédito e recebem somente o suporte de seus maridos. A renda é proveniente dos produtos que conseguem vender. Existe somente uma integrante que recebe uma renda mensal porque é pensionista e, por vezes, ainda trabalha de maneira individual com sua produção artesanal para conseguir um dinheiro extra. A consolidação de um público fiel para a compra de produtos é importante para a manutenção das atividades produtivas do empreendimento, facilitando todos os processos, desde o planejamento até a finalização dos produtos. O público do empreendimento divide-se entre membros do município e visitantes, especialmente quando participam de feiras locais. A necessidade de uma estrutura de desenvolvimento mais consolidada, discutida por Hamzah e Khalifah (2009), relaciona-se com a crise de crédito enfrentada pelo empreendimento, além disso, a necessidade de integração pontuada ajudaria o EES 2 a melhorar a expansão de seu público, especialmente os turistas.

O processo de criação de identidade a um produto é importante não somente por conta da competitividade do mercado, mas pela personalidade representada naquele produto. O EES 2 não acredita que os produtos representam a autêntica face de Corumbá como a sua realidade cercada por rios e o grande volume de peixes, e, por essa razão, desejam aperfeiçoar seu trabalho por meio de cursos com enfoque em pinturas de araras, tucanos, jacarés e paisagens para poderem utilizar nos artesanatos criados, especialmente em pequenas peças bordadas com poemas e músicas culturais de Corumbá, todas a preços mais acessíveis. O desejo de criar produtos com traços culturais é existente e isso incita o empreendimento a refletir sobre seu histórico de produção e, em especial, sobre a sua própria identidade. As integrantes acreditam que se alcançarem sua identidade, uma busca contínua, terão mais espaço e reconhecimento da atual gestão governamental. Além disso, o empreendimento acredita que uma melhor divulgação externa dos produtos expostos na CAC ajudaria neste processo de identidade. Ao mesmo tempo em que o EES 2 busca por sua própria identidade e se autoavalia, analisam as atividades de outros empreendimentos de maneira a fazê-los pensar em novas invenções que extrapolam sua identidade já conquistada, como sugestões para melhor aproveitamento da Farinha de Bocaíuva, podendo ser utilizada para a produção de

pães, roscas, biscoitos e liquor. O empreendimento relatou que a atividade de artesanato é altamente praticada na comunidade, porém, pouco reconhecida pelos consumidores por conta do fácil acesso, diferentemente de grupos que oferecem comidas típicas. Moscovici (2011) compreende três pontos-chaves: (a) o empreendimento deseja representar os traços culturais de sua região em seus artesanatos; (b) o empreendimento carece de suporte e estrutura para melhor divulgação de produtos; (c) o empreendimento tem forte relação com recursos naturais da região e os valoriza de modo a refletir na maneira de utilizá-los para a produção de diferentes tipos de produtos.

O turismo economicamente influencia as atividades e a renda do EES 2. A diretora refletiu sobre o número de vendas que conseguiram no FAS e lembrou que muitos visitantes estavam muito dispostos a pagarem até R\$ 80,00 em produtos sem pechinchar, valorizando e apoiando o trabalho do empreendimento, diferentemente de membros da comunidade. A gestão atual propôs realizar uma feira todo final do mês, estilo seresta, contudo, não fizeram confirmações, segundo o empreendimento, ambos levam a situação em “banho-maria”. Para o EES 2, o turismo é uma alavanca. Essa forte palavra demonstra como as integrantes visualizam a atividade do turismo como uma maneira de elevar o artesanato na região, entretanto, é preciso ter políticas mais estruturadas que ofereçam melhores direcionamentos aos seus executores, como Fletcher (2011) discute sobre o TBC como uma maneira de abrir portas para novas implementações ao setor. Como sugestão do empreendimento, o setor turístico de Corumbá poderia organizar eventos de pesca esportiva aos turistas e, ao mesmo tempo, oferecer um espaço no mesmo ambiente para grupos locais venderem seus produtos artesanais, assim firmando uma parceria em benefício de todas as partes. Existe, porém, uma centralização da gestão em manter o controle dos empreendimentos inseridos em eventos sob sua organização, burocratizando o processo.

A possibilidade de participação do EES 2 em projetos do turismo foi previamente discutida com um gestor do governo, entretanto, o empreendimento afirma que o enfoque era voltado na economia criativa e na produção estritamente para venda, desconsiderando os valores da economia solidária, ignorando a consciência da consistência do seu empreendimento, do que querem, de como realizam o trabalho, e de como podem melhorar e alcançar sua identidade. O processo de intercâmbio de ideias ou negociação sobre a real participação do empreendimento na atividade de turismo será realmente factível quando houver uma maior abertura e interesse da atual gestão governamental. A partir de uma reunião em que todos possam expor suas opiniões e ouvirem as reflexões sobre propostas de ambas as partes, as relações poderão se tornar mais estreitas. Atualmente, existe tanto a falta de

interesse do governo como a de posicionamento do empreendimento, pois, em suas palavras, não pressionam o governo por medo de não conseguirem nada e terem todas as portas fechadas, uma vez que precisarão de algum apoio do governo no futuro. Ao mesmo tempo, o empreendimento acredita que em algum momento alguma agência do governo também pode precisar de seu trabalho. Giampiccoli e Mtapuri (2012) e Saayman e Giampiccoli (2016) discutem exatamente sobre esse jogo de interesses e como as relações podem remodelar os processos ineficientes. Moscovici (2011) permite novamente visualizar o embate sobre as atividades de economia solidária e a economia criativa desenvolvidas no município e permite questionar a possibilidade de o governo local, em um possível processo de estabelecimento do TBC, criar um escritório que possa abraçar esses empreendimentos com diferentes definições, mas com significados e propósito muito semelhantes, de modo que possam receber orientação e assessoria sobre como desenvolver modelos de negócio com estratégias de captação de recursos, de sustentabilidade e de relacionamentos com a cadeia do turismo em Corumbá.

As experiências do EES 2 demonstraram a importância de desenvolver atividades que extrapolam as formações em economia solidária de modo que os diferentes empreendimentos interajam e contribuam significativamente em suas atividades por meio do diálogo colaborativo. Embora a gestão governamental anterior apoiou a causa da economia solidária, com o incentivo de uma senhora e dos párocos que promoveram formações de qualidade e colocou o EES 2 em uma subsecretaria de assistência social, o empreendimento acredita que estes agentes poderiam ter trabalhado com mais afinco na falta de interação entre os grupos após as formações, de modo a fortalecê-los e ajudá-los em questões práticas e atualizá-los sobre possíveis mudanças em leis e oportunidades disponíveis. Giampiccoli, Saayman e Jugmohan (2014) discutem sobre o processo de cooperação que ainda é fraco no setor turístico, refletindo em poucos investimentos e relacionamentos colaborativos, como as carências apontadas pelo empreendimento. Os processos políticos determinam o diálogo e a interação entre os governantes e o EES 2 que, por vezes, perdem oportunidades por falta de comunicação dos representantes de relações públicas do governo, como um convite para a feira da economia solidária em Santana do Livramento, no Rio Grande do Sul. Embora exista essa dificuldade, as integrantes do empreendimento estão determinantes para buscar apoio dentro do governo, em busca de voz, começando por vereadores.

O EES 2 não possui relação com prestadores de serviço e ainda não pensou nessa possibilidade. Em relação aos impactos sociais e ambientais, acreditam que colaboram por meio da utilização de materiais reciclados na produção de vasos e pinturas. Em relação a orientação e capacitação, após diversas conferências e formações em economia solidária,

incluindo em Campo Grande, o empreendimento, que acredita fazer parte de um movimento social, afirma possuir conhecimento sólido sobre capacitação de grupos e criação de banco. O movimento da economia solidária demanda seriedade de seus membros e agentes de apoio, ambos precisam se empenhar e reunir esforços para manter a estabilidade e a evolução do sistema solidário. A necessidade de controle e o acompanhamento é presente na economia solidária e foi lembrada pela diretora sobre os momentos em que sucessivamente faz cobranças para a organização de reuniões e criação de suas respectivas atas, como a da primeira formação no CRAS. Ela questiona como é possível um gestor perder a ata que registra o ato inicial da economia solidária no município e também destaca como situações como esta enfraquecem o poder de legitimidade do empreendimento, especialmente se precisarem comprovar o que foi discutido e acordado durante as reuniões. A análise de Moscovici (2011) demonstra que a representação social do EES 2 torna-se cada vez mais centrada na economia solidária, a ponto do empreendimento reconhecer seu conhecimento e ratificar seu pertencimento a um movimento que transcende o conceito e as formações em economia solidária que participaram.

O EES 2 acredita que sua atividade gera mudança na comunidade por meio da reciclagem, pois atrai a atenção das pessoas e promove a educação ambiental. A elaboração de uma atividade de produção em parceria com o turismo é visualizada como uma possibilidade de alavancagem do artesanato do empreendimento, podendo até mesmo ajudá-las a ter uma renda mensal, ao invés de um complemento de renda. As integrantes continuamente reforçam que os turistas estão dispostos a pagar e conhecer mais sobre a origem do produto, conquistando sua identidade.

A produção dos artesanatos exige custos com energia, secagem, sementes e mão de obra que, juntos, formam o preço dos produtos. As integrantes já receberam propostas de fazerem bolsas artesanais com crachá, no entanto, não houve acordo ao somarem os custos e informarem o preço final aos interessados. Nesse sentido, situações como essa demonstram a importância da conscientização sobre a compra de produtos da economia solidária para o fortalecimento de seus trabalhos e o progresso do setor social.

As relações de interesse entre os empreendimentos que produzem artesanato acontecem naturalmente, contudo, exigem estruturas de confiança e interesse mútuo para que uma relação seja realmente consolidada. Como exemplo, algumas integrantes do EES 2 foram convidadas para aprender novas técnicas de artesanato em parceria com um empreendimento especializado em criar peças com couro de boi e ossos. A princípio, tiveram interesse, todavia, como o enfoque era na economia criativa, o interesse foi perdido. Existem dois

interessantes destaques sobre a maneira peculiar de os empreendimentos se unirem. Primeiro, o EES 2 comumente não se relaciona com projetos que fogem do escopo da economia solidária, pois deliberadamente temem “prender-se” a eles. Segundo, alguns empreendimentos desejam interagir para a troca de conhecimento, aprender técnicas de artesanato ou compartilharem seu conhecimento, contudo, neste último caso, exigem que o resultado da aprendizagem não seja comercializado por alguma restrição, como o caso de um empreendimento com loja em Campo Grande especializado na produção de chapéus e tapetes, por sua vez, patenteados.

A construção da identidade do EES 2 foi altamente discutida até o fim de seu relato durante a entrevista, com vários exemplos sobre a procura por artesãos com diferentes técnicas em Campo Grande e Ladário. Ademais, as integrantes comentaram sobre outro empreendimento de mulheres que trabalhavam com plantas e fibras e firmaram um contrato com uma perfumaria Francesa, fazendo-as questionar: “Será que estamos sonhando demais? Será que somos muito sonhadoras?”. Acreditam serem perseverantes, lutadoras e unidas frente aos diversos desafios. Acreditam que, aos poucos, podem alcançar o impacto que desejam. Nas palavras da diretora: “Vamos começar pingando. Pinga hoje um pouquinho. Insiste que uma hora vem tudo”.

A análise do EES 2 é complementada com o Modelo de Contexto de Van Dijk como argumento final da explanação crítica do discurso e da sua análise. Para o caso EES 2, o domínio social do empreendimento são as relações políticas na prefeitura municipal e a macro ação é a defesa da importância de oferecer uma política pública em assistência e orientação aos empreendimentos econômicos que emergem das comunidades corumbaenses. A cena do evento comunicativo é a cidade de Corumbá, o papel comunicativo dos participantes é o de feminino, educador, formador, político e artesão. Além disso, o papel interacional é o de defensor de políticas públicas afirmativas e da inserção do turismo de base comunitária, confrontando-se com o cenário de pouca ação governamental, enquanto o papel socioeconômico é o de um empreendimento de mulheres com experiências em instituições e ações públicas advogando a favor da inserção da sua inclusão no mercado por meio do turismo de base comunitária, isto é, por meio de uma gestão do turismo com uma rota onde os turistas possam conhecer e comprar os seus produtos. A ação comunicativa em processo é a explanação das experiências e relações com líderes comunitários estabelecidas pelas integrantes do empreendimento com o objetivo de reforçar aos pesquisadores as diferentes etapas concluídas no decorrer dos anos e levantar uma bandeira alertando o governo sobre como o EES 2 originou-se a partir de encontros e formações apoiadas por organismos sociais

como a PC, a CPT e o CRAS, sendo interessante a criação de novos organismos de cunho governamental como um aporte para empreendimentos existentes e futuros.

As complexas estruturas mentais definidoras das dimensões cognitivas do contexto consistem nas construções ideológicas, sendo as principais do EES 2: (a) o conhecimento empírico com fortes traços e valores dos grupos de assistência social e líderes comunitários; (b) a identificação da característica de seu trabalho como uma representação da economia solidária surge em resposta aos relacionamentos e interações; (c) as opiniões políticas flutuam no contexto da constante alteração do quadro político e nas consequências em reflexo aos relacionamentos e projetos iniciais arruinados. Dessa maneira, as estruturas mentais são representadas pelo nível de características e de identificação do empreendimento com a economia solidária. Há uma forte representação da forma da “economia solidária” que demonstra o pertencimento e transmite uma ideia de união na comunidade, no entanto, há o contraste com a falta de conhecimento e reconhecimento governamental ao setor em desenvolvimento. Por fim, a análise carrega uma relevância por abordar peculiaridades do conhecimento empírico de um empreendimento comunitário de poucos recursos que solidificou essa base para lutar por melhorias dentro de sua comunidade, tendo como exemplo: (a) luta para conquistar a implementação da Lei nº 913/2013 que cria o FMES; (b) participação em conselhos voltados a economia solidária; (c) desejo de transformar seu trabalho um exemplo de comunhão.

O caso EES 2 adapta-se ao modelo de contexto subjetivamente construído a partir da situação comunicativa em curso com os seguintes destaques:

- Os significados do caso são compreensíveis dentro de um domínio discurso mais amplo que inclui três outros domínios: do turismo, da justiça econômica e do governo;
- O gênero economia solidária e o seu ato de fala é uma forma de execução da defesa do empoderamento feminino e desenvolvimento socioeconômico, um objetivo da CPT;
- O não cumprimento de promessas por parte do governo municipal é apontado pelo termo “deixado em banho-maria”, evidenciando um descompromisso com os empreendimentos comunitários e enfoque no turismo pesqueiro, condições que impedem o sucesso do gênero e dos atos de fala da economia solidária;

- O macro tópico atualiza semanticamente o argumento para o ato de fala e o gênero específico da economia solidária: O EES 2 enfrenta problemas estruturais devido a exclusão econômica e aos movimentos políticos em Corumbá;
- A estrutura argumentativa é organizada para sustentar a função comunicativa do discurso como uma forma de constante argumentação tanto sobre os eventos, as formações e as experiências anteriores que atualmente representam o empreendimento como sobre os impactos das inconsistências do cenário público;
- Há divergência das opiniões sobre como o empreendimento poderia enfrentar as adversidades econômicas, por vezes com sugestões de enfoque em atividades que fogem do escopo de sua produção artesanal, como a utilização da Farinha de Bocaíuva, em uma tentativa de expor o drama enfrentado para os pesquisadores e futuros destinatários;
- A seleção lexical é adequada para o gênero do discurso economia solidária;
- O caso não pressupõe a existência de algum conhecimento em geral a respeito de economia solidária, pelo contrário, tece a construção do pensamento, a aplicação e o impacto do mesmo na vida das mulheres que são parte do empreendimento. O discurso é composto por trechos que enfraquecem sua argumentação, como a falta de identidade do empreendimento e de autenticidade de seus produtos, demonstrando vulnerabilidade e dificuldades frente a desafios que fogem do escopo econômico.

4.4.3 EES 3

O EES 3 surgiu em fevereiro de 2012 a partir do projeto Passe na Praça que reunia diversos grupos de artistas e poetas, possibilitando a interação regular em espaços públicos de Corumbá, sendo os principais: Arte Criu, Árvores de Teatro e Aleque. Alguns artistas desses grupos viram a oportunidade de unir afinidades e interesses em comum e formaram o EES 3 com o intuito de fortalecer a cultura em Corumbá. Moscovici (2011) permite a compreensão inicial sobre a maneira como o empreendimento foi iniciado, reforçando os aspectos primordiais sobre as interações humanas e como estas pressupõem e constroem as representações sociais. O EES 3 tem como objetivo despertar a cultura de uma maneira geral e possui 15 membros residentes em Corumbá e Ladário trabalhando em atividades de artesanato, música, pintura, grafite e teatro. O EES 3 não está institucionalizado, mas

estabeleceu sua própria dinâmica de organização interna com cargos de presidente, vice presidente e diretor e organiza-se para ter encontros regulares às segundas-feiras e aos sábados com a pauta construída pelos próprios membros, sendo esta uma característica democrática destacada por Singer (2002).

O EES 3 tem como produtos as seguintes artes: artesanatos, grafite e teatro. O artesanato geralmente tem como matéria-prima a madeira que é transformada em esculturas em talha. Os produtos possuem características regionais, alguns possuem técnicas mais urbanas, como a arte em grafite, mas com temas totalmente regionais, ratificando a identidade e vínculo entre o EES 3 e o município de Corumbá. Moscovici (2011) aponta como as estruturas e as dinâmicas internas de um empreendimento constroem a sua representação, no caso do EES 3, trata-se de um empreendimento que nasceu de maneira independente a partir das interações entre os artesãos de uma comunidade periférica de Corumbá. O grupo do grafite, parte do empreendimento, é nomeado Eterno Arte Grupo onde cada membro é representado por um animal do Pantanal, personificando o artesão e dando-lho uma identidade dentro do mundo da arte. Moscovici (2011) mostra como a relação de identidade é importante para a análise de uma representação, sendo o fato de cada membro do empreendimento ter o nome de um animal, uma curiosidade que destaca o nível de relação do empreendimento com a região, incluindo sua visão de respeito e apreciação sobre a riqueza natural. Os artesãos têm a fauna regional como referência para a criação dos desenhos, pois, para eles, o desenho é infinito e tudo é uma leitura de imagem. As atividades do empreendimento são distribuídas conforme a facilidade de trabalho do artista plástico ou do artesão, podendo ambos exercerem atividades semelhantes simultaneamente.



Figura 7 - Produtos do EES 3 (A).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.



Figura 8 - Produto do EES 3 (B).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.

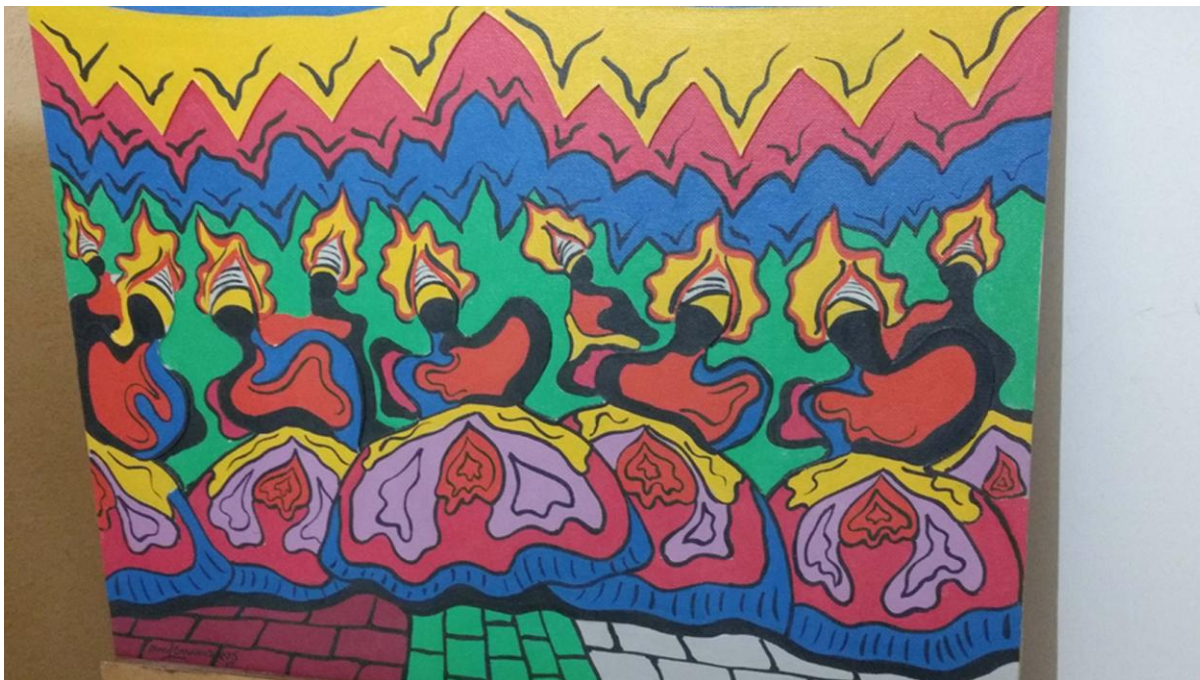


Figura 9 - Produto do EES 3 (C).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.

O EES 3 busca divulgar seu trabalho em feiras, organiza exposições por conta própria quando possível e já enfrentou dificuldades por conta da falta de estrutura para o trabalho, assim como falta de carro e de aparatos como cavalete. Ainda assim, em uma situação semelhante, apresentaram seus produtos na sede da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) por trinta dias e afirmaram a apreciação da comunidade. Singer (2002) compreende que empreendimentos solidários usualmente enfrentam dificuldades estruturais por serem originados por grupos de pessoas que estão à margem da sociedade e que carecem de pilares que os sustentem e deem força para o desenvolvimento de seus planos e projetos de uma maneira prática dentro de um sistema econômico cada vez mais afunilado e com poucas oportunidades de inserção econômica para estas formas de organização econômica em desenvolvimento. Assim, Moscovici (2011) demonstra que o EES 3 é uma representação social sobre dos buracos da economia brasileira, sobre o cenário econômico para aqueles sem crédito e/ou reconhecimento institucional e, ainda, sobre o solo político, considerando a inconsistência de uma política sólida de economia solidária que abrace as demandas desses empreendimentos que vão desde acesso à crédito à capacitação sobre questões administrativas e de gestão de sua produção, serviços e equipe.

A história da origem do EES 3 é fortemente representada por um estrangeiro natural da Argentina, e um dos fundadores, que decidiu mudar-se para Corumbá em 1994 após sua primeira visita. Possui formação em teatro e previamente trabalhou em seu país de origem, no

Uruguai, Chile e em Porto Alegre, no Brasil. O representante principal buscava por uma experiência diferente, e descobriu em Corumbá uma oportunidade para se relacionar diretamente artistas locais e, por essa razão, define a cidade como um centro cultural subterrâneo, pois é preciso vasculhar para encontrar os talentos existentes. Em outubro de 1997, o Argentino foi convidado para abrir um curso em parceria com a fundadora do Instituto Moinho Cultural, cuja proposta era oferecer as primeiras aulas de teatro no município. O processo começou com uma oficina experimental e, após enfrentar algumas dificuldades de adaptação, as aulas deslancharam e a carreira do integrante com foco na formação de atores e criação de peças de teatro foi firmada em Corumbá e Ladário. O integrante em tela fundou a Associação de Poetas e Escritores de Corumbá (APEC) e contribuiu para que o EES 3 se apresentasse em lugares como Anastácio, Dourados, Campo Grande, Bonito, Porto Mortinho, Brasília e Porto Alegre. Moscovici (2011) mostra que a origem do EES 3 tem fortes raízes culturais em seus fundadores, sendo representada pela diversidade cultural das experiências e dos países em que o Argentino trabalhou, das dinâmicas estabelecidas e das atividades desenvolvidas em tais localidades, sendo implementadas a realidade do EES 3 por meio da colaboração e compartilhamento de conhecimento entre os demais artistas. Os conhecimentos empíricos e práticos do EES 3 colidem-se ao longo das relações interpessoais dentro do empreendimento, sedimentando completamente a sua representação social para tornar-se tradições imutáveis.

O EES 3 teve seu primeiro contato com a economia solidária em 2012 quando trabalhou no setor de divulgação de um evento internacional em Porto Murtinho, em Mato Grosso do Sul, e conheceu Sebastiana, uma pioneira no fomento do tema no Estado. O empreendimento teve uma reunião com a formadora, aprenderam sobre o tema e, por questões pessoais de seus membros, não mantiveram contato, temporariamente rompendo esse laço. Em um momento futuro, uma das integrantes do EES 3, foi convidada pela Prefeitura de Ladário para ser uma representante da economia solidária, trabalhando diretamente para o escritório de assistência social municipal. A partir desse apoio governamental, o EES 3 não parou mais de trabalhar com a economia solidária e tem conduzido o seu trabalho com base nos fundamentos da economia solidária. O empreendimento constantemente aponta que nem tudo é um “leite de rosas”, especialmente por problemas de gestão como reuniões e planos não concretizados, mas, ainda assim, permanecem ativos. Em contrapartida, em abril de 2017, o EES 3 recebeu um certificado da Câmara Municipal que reconhece o trabalho de artistas no município que fazem parte da Academia de Letras e Estudos de Corumbá (ALEC), elevando a autoestima dos membros do empreendimento.

O EES 3 não possui remuneração mensal, pois depende totalmente das vendas dos produtos em exposições ou feiras para conseguirem custear suas despesas. Essa realidade de trabalho alternativo, fora dos padrões do mercado formal e com diferentes adversidades, contribui para que o empreendimento acredite que o seu trabalho é desenvolvido com base na economia solidária detalhada por Singer (2002, 2003, 2006), reforçando os semelhantes desafios entre as representações econômicas e sociais inseridas na economia solidária. As situações são distintas e fazem o diretor refletir sobre os momentos em que teve que custear suas próprias passagens para participar de exposições, considerando fazer esse esforço, dentre outros, pelo amor ao trabalho que faz. Esta reflexão permite a concepção das interconexões, caracterizadas por Moscovici (2011), entre os investimentos afetivos e as demandas reais diretamente relacionadas com as ações cotidianas, levando a representação social do empreendimento para um nível mais profundo onde seus valores estão altamente instituídos na mentalidade dos membros ao ponto em que desenvolvem fortes laços afetivos. Ainda sobre a economia solidária, o empreendimento se intitula como tal ao refletir sobre sua participação neste movimento social e sobre o legado que deixam na comunidade de Corumbá, sendo um deles a sua contribuição com a elaboração do projeto de lei de economia solidária em Ladário. O EES 3 possui a convicção de que existe um valor no trabalho em que desenvolvem, que os importantes segmentos da sociedade reconhecem o seu trabalho e que nada os impede de futuramente alcançar um novo patamar por meio de projetos visando o ingresso econômico tanto para o empreendimento, quanto para cada integrante em suas diferentes áreas dentro dessa multidisciplinaridade que forma sua própria representatividade. As diferentes vertentes do empreendimento são demonstradas nas palavras do fundador: “Temos arte plástica, grafite, artesanato, teatro, temos outro companheiro da área da música, tem poeta-escritor como Benedito, ou seja, é multidisciplinar, não produzimos muita coisa coletivamente, mas, em seu segmento, cada um produz; não somos estátua, somos seres trabalhadores”.

O EES 3 possui riqueza de talentos e um forte anseio em desenvolver trabalhos de maneira coletiva, todavia, as limitadoras condições financeiras e estruturais impedem essa relação de produção coletiva, levando os membros do empreendimento a buscarem alternativas para manterem-se unidos e desenvolverem as exposições e demais atividades de venda. De uma maneira mais específica, a comercialização geralmente ocorre por meio da organização de exposições ou pela divulgação informal em feiras regionais ou na internet, pois o empreendimento não possui um local fixo para a divulgação e vendas dos seus produtos, tampouco uma estrutura física para poder reunir as artes e levá-las para outras cidades e Estados no estilo caravana, uma alternativa comum entre os artistas. Em

contrapartida, os eventos esporádicos que ocorrem em Corumbá e Ladário oferecem um espaço por alguns dias e isso ajuda na comercialização. O EES 3 participou da Feira do Dia Internacional da Mulher em Ladário onde apresentou uma dança com uma mulher cadeirante e uma peça de teatro sobre a Lei Maria da Penha. Além disso, participaram duas vezes do evento Encontro e Feira dos Povos do Cerrado, realizado em Brasília, onde venderam e expuseram com sucesso suas pinturas, literaturas, artesanatos e peças de teatro. Os desafios estruturais e as limitações enfrentadas pelo EES 3 são apoiadas por Singer (2002), especialmente ao explicar sobre os desafios de inserção de mercado e como esses empreendimentos articulam-se para encontrarem soluções.

Em relação aos aspectos culturais que fazem parte dos artesanatos e artes do EES 3, denota-se que o trabalho baseia-se em matéria-prima de origem local, além de materiais recicláveis como caixas e garrafas. Por exemplo, as esculturas são feitas de madeiras e ferros coletados nas ruas de Corumbá. O empreendimento acredita fortemente que os traços culturais de Corumbá e Ladário são fortemente retratados na imagem final dos produtos. Ademais, a arte urbana do EES 3 é considerada pelo empreendimento uma grande representação cultural tanto para os turistas como para a sua própria comunidade, pois promove a educação sobre a cultura artística e o seu poder de transformação. Dessa maneira, compreende-se que as ideias, os costumes, as crenças e os valores do empreendimento são corporificados em seu trabalho, termo argumentado por Moscovici (2011), expressado pelas interações e comportamentos coletivos. Assim, o EES 3 acredita que educar os cidadãos sobre as atividades artísticas, os grupos e os propósitos motivadores pode mudar as relações dentro da comunidade e, ao mesmo tempo, pode alterar a visão externa negativa sobre o município por ser uma rota de drogas.



Figura 10 - Produto do EES 3 (D).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.

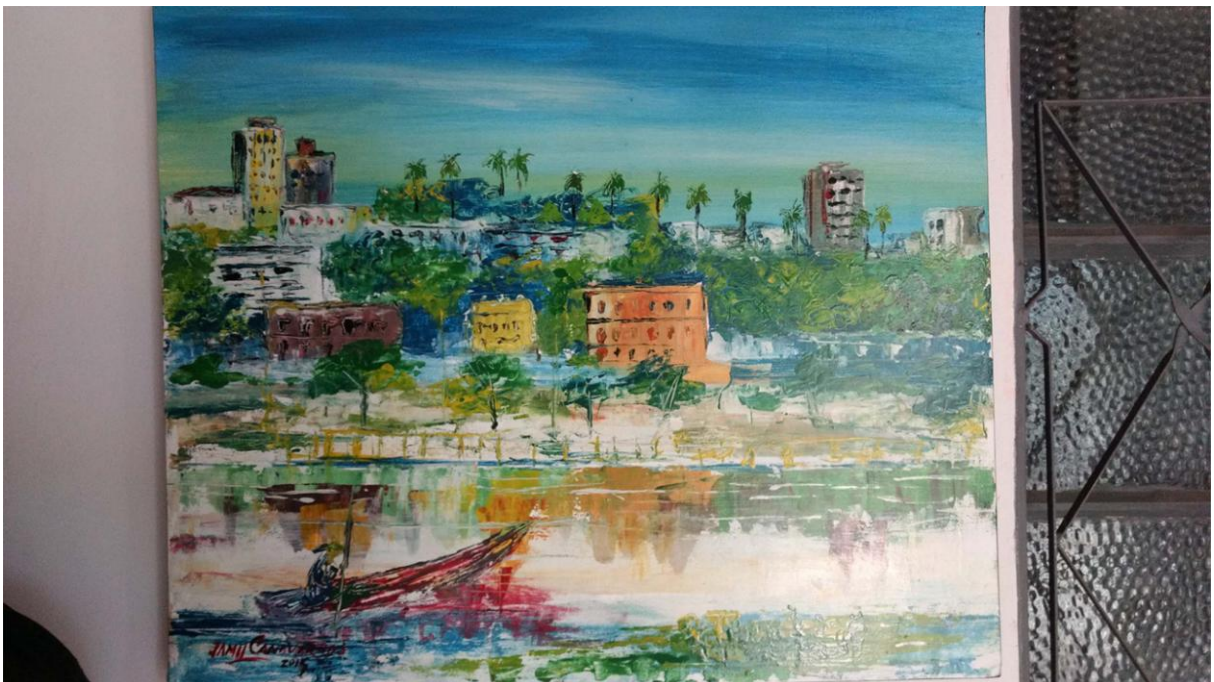


Figura 11 - Produto do EES 3 (E).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.



Figura 12 - Produto do EES 3 (F).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.

O EES 3 considera o turismo em Corumbá pobre. As constantes discussões políticas e partidárias no município resultam no enfraquecimento de iniciativas como os empreendimentos solidários em busca da construção de sua estabilidade, sendo motivadas por causa de confronto de ideias e renovação da gestão. Para exemplificar, em Ladário, existe uma feira que há oito anos reúne pessoas de seis bairros, às quartas-feiras e aos sábados no período noturno, facilitando a socialização dos moradores, depois de um dia de trabalho e, para os moradores, tornou-se um patrimônio cultural que contribui para o desenvolvimento da comunidade. Em Corumbá, por outro lado, a feira cultural chamada Brasil Igual, um acordo entre os governos da Bolívia e do Brasil, foi desfeita por questões pessoais do prefeito, que possuía um supermercado que competia com a feira. Existe uma luta política para o retorno desta feira e, em abril de 2017, o pedido de retorno contou com 400 votos na Câmara Municipal de Corumbá. Essas feiras colaboram para que as comunidades tornem-se mais inteligentes e resilientes, além de facilitar a comercialização, o desenvolvimento econômico e a conveniência para os moradores que precisam pegar ônibus para comprar alimentos ou produtos artísticos de qualidade.

Assim, compreende-se que a atividade do turismo em Corumbá é fortemente relacionada a feira extinta, sendo esta uma forte representação do turismo para o empreendimento. Além disso, o empreendimento tem uma forte lembrança sobre como a feira de artes e culinária era bem estruturada e recebia membros da comunidade e turistas, pois

fazia parte do calendário turístico de Corumbá. Moscovici (2011) mostra que para o EES 3 uma das representações do turismo são as feiras comunitárias que unem os moradores e turistas e promovem a socialização entre os diferentes empreendimentos. A mudança de prefeito gerou uma mudança drástica. O fundador presidente do empreendimento era presidente da FCC e perdeu o cargo por uma decisão política, o que considera desonesto porque havia um acordo e, por representar o EES 3, custeavam energia, água e até segurança. O turismo em Corumbá é associado com prostituição e drogas financiadas pelo interesse de empresários de São Paulo, que se instalam em barcos e não consomem, tampouco contribuem com o desenvolvimento socioambiental do município. Para o empreendimento, a feira era uma oportunidade de mostrar um retrato bom e promissor do município, evidenciando a carência de uma política do turismo em prol do desenvolvimento comunitário afirmadas por Hamzah e Khalifah (2009) e Bianchi (2009), principalmente ao argumentarem sobre o impacto de uma estrutura bem consolidada e altamente integrada para o setor turístico dentro da comunidade. O EES 3 fortemente acredita que para uma cidade se tornar referência turística é preciso existir uma atividade permanente, como um local fixo para feiras artísticas e culinárias para os turistas e moradores, sem a necessidade de esperar somente por oportunidades de festivais que ocorrem anualmente. Além disso, o empreendimento observa que as poucas opções de atividades do turismo que extrapolam o turismo de pesca e a falta de espaços públicos para socialização e comercialização, resultam na queda de retenção de turistas em Corumbá efetivamente consumindo produtos e serviços da comunidade. Assim como argumentado por Fletcher (2011), o empreendimento acredita que é preciso abrir portas para novas implementações, como o turismo de base comunitária. Em Corumbá, as agências de turismo detentoras de poder econômico criam pacotes com rotas turísticas que não incluem os espaços comunitários onde se concentram os empreendimentos e grupos econômicos, refletindo na queda do contato do turista com a riqueza local e do progresso econômico para os empreendimentos e comunidade, e isto se relaciona com a ideia de Scott e Gössling (2015) sobre um desenvolvimento comunitário com base em princípios de justiça, equidade e sustentabilidade. Essa situação transmite ao empreendimento a ideia de que os recursos são explorados, mas não há contrapartida para a comunidade em termos de contribuição desses turistas e das agências que promovem os roteiros de pesca.

Em Corumbá, as comunidades possuem moradores com uma humilde realidade socioeconômica, a maioria deles jamais conheceu o Pantanal ou participou de rotas turísticas em sua própria região, eles somente conhecem os rios que cercam o município. Essa falta se dá pelo fato de o valor dos passeios de barco custar uma média de R\$ 40,00 por pessoa, sendo

o valor inviável para uma família com três pessoas. Entende-se, portanto, que a experiência do turismo em Corumbá é uma realidade para os turistas e não para a comunidade por questões econômicas e de incentivo local, em desconforto com a reflexão de Giampiccoli, Saayman e Jugmohan (2014) que acreditam que as comunidades deveriam ser uma das partes com maior detenção do poder de gestão de gerenciamento do turismo. Para exemplificar esta problemática, o entrevistado relatou que de uma turma de 15 alunos apenas 1 aluno conhece o Pantanal e, por essa razão, ele reflete sobre como esta oportunidade poderia influenciar a concepção dos moradores sobre questões de valorização, respeito e orgulho de Corumbá e do Pantanal. E vai além, questiona o cruel paradoxo de cobrar o respeito, a defesa e a luta do cidadão sobre algo que ele sequer conhece, sendo importante primeiramente começar a educação e a oportunidade de exposição à realidade local dentro da comunidade antes de cobranças. Moscovici (2011) mostra que o turismo é atualmente categorizado pelo EES 3 como um modelo fortemente tradicional e fundamentado nos princípios capitalistas estabelecendo uma relação negativa em virtude das limitações causadas pela atual política de turismo com enfoque na atividade de pesca desenvolvida por agências privadas.

O EES 3 não participa de conselhos municipais. O diretor representou o empreendimento por dois anos no Conselho de Cultura e presenciou as dificuldades para conseguir recursos para o financiamento dos projetos, demonstrando a alarmante relação política entre os agentes governamentais e os grupos comunitários. Essa falha reflete na escassa interação entre os empreendimentos solidários, por exemplo, o EES 3 afirmou ter encontrado o EES 1 apenas em reuniões ou eventos e acredita que poderia ter uma melhor relação se existisse uma melhor estratégia em termos de direcionamento sobre os relacionamentos entre os empreendimentos da comunidade, ou seja, um guia que reúna, guie e oriente essas iniciativas nascidas na comunidade. O empreendimento observa que é preciso assumir o papel de transformação do poder criando um novo poder que possa efetivamente contribuir para a formação da sociedade e dos empreendimentos. Assim, hoje, Corumbá não possui poder, organização, estratégia, objetivo e metas, bloqueando o progresso socioeconômico da comunidade. O EES 3 categoriza o poder como um modelo de ação positiva com plena consciência sobre os problemas sociais afetando a comunidade e, acima disso, com verdadeiro desejo de gerar mudanças reais por meio de ações com enfoque no desenvolvimento do turismo de base comunitário. O empreendimento acredita que seu trabalho gera impacto social por meio das ações de educação nas escolas e nos espaços públicos onde apresentam sua arte. Essas ações geram curiosidade nas pessoas que perguntam

ao empreendimento se recebe apoio do governo para desenvolver as atividades e as mesmas se surpreendem ao saberem que não recebem apoio e nem parcerias institucionalizadas.

O EES 3 considera as suas ações um “trabalho de formiga”, que pode parecer pequeno de imediato, mas que carrega um papel significativo na vida dos cidadãos. O empreendimento busca politizar, educar e gerar resiliência para os cidadãos marginalizados ou que enfrentam problemas com drogas. O fato de Corumbá ser uma cidade de fronteira e com elevada circulação de droga, torna a situação ainda mais complexa e, segundo os integrantes dos empreendimentos, isso reflete na vida dos moradores, especialmente porque muitos já estão à margem da sociedade, são despolitizados e têm como refúgio as drogas. O EES 3 busca o oposto da omissão à esse problema social e desenvolve maneiras de promover a educação para a sociedade corumbaense, mas precisam de recursos tanto para levar seus produtos culturais para os espaços públicos como para executarem seus projetos por meio de parcerias e acordos institucionais que possam ajudar a melhorar o município de 239 anos. Existe uma carência de políticas de apoio a grupos artísticos e minorias sociais marginalizadas e, por causa disso, o EES 3 acredita que precisam se organizar e fortalecer seu trabalho para conseguirem superar suas limitações. As promessas já existiram, com pedidos de submissão de planos de ação para o processo de seleção interna do governo, mas sem confirmações, resultando em frustrações. Assim, pela análise de Moscovici (2011), observa-se que o EES 3 constrói uma representação social política muito forte e extremamente importante para o desenvolvimento da comunidade, tornando-se um fenômeno representante da multiculturalidade e dos grupos minoritários em Corumbá, culturalmente ricos, mas socialmente abandonados e economicamente excluídos.

O EES 3 busca modelos e propõe ao governo local a criação de uma escola de arte em Corumbá, de modo a incentivar a educação e apoiar os empreendimentos que trabalham com a atividade artística no município. A partir de uma escola, muitos jovens seriam capacitados, sairiam da zona de perigo das ruas e drogas e poderiam contribuir para o desenvolvimento econômico do município em médio e longo prazo. O empreendimento possui membros que poderiam trabalhar nesta escola de artes, como um artista plástico altamente reconhecido e que possui uma rede de contatos no município e, assim como outros artesãos desempregados, estaria disposto a promover uma mudança em Corumbá. Essa escola de artes teria um papel fundamental na promoção de benefícios a todas as partes: comunidade, grupos da economia solidária e governo. As divergências de interesses do EES 3 e do governo, os problemas estruturais do grupo, a relação negativa com o capitalismo predominante claramente observado entre os agentes da atividade do turismo de pesca e, por fim, a constante motivação

e desejo de promoção de mudanças no empreendimento mesmo sob dificuldades, demonstra a situação alarmante de uma cidade com mais de duzentos anos, mas que ainda sofre desafios por causa de falta de gestão pública qualificada com a sensibilidade de conhecer e compreender as demandas que nascem de sua comunidade. Este desafio enfrentado por Corumbá é ratificado pela noção de Giampiccoli, Saayman e Jugmohan (2014) sobre o papel vital que a cooperação entre os agentes de um município podem fazer para o desenvolvimento do turismo de base comunitária e, conseqüentemente, para todos os seus membros. Corumbá tem suas riquezas naturais, culturais e sociais, sendo as duas últimas carentes de atenção e investimentos em prol de um município respeitado por seus projetos e ações, resiliente, inclusivo e sustentável.

O argumento final da explanação crítica do discurso e da análise do EES 3 é complementado com o Modelo de Contexto de Van Dijk. Para o caso EES 3, o domínio social do empreendimento são as relações políticas e partidárias e a macro ação é a defesa da importância de implementar uma política de turismo em prol do desenvolvimento comunitário. O cenário do evento comunicativo são as comunidades de Corumbá, o papel comunicativo dos participantes é o de artesão, artista, educador, facilitador e ativista político. O papel interacional é o de defender a segurança e sustentação da implementação de uma infraestrutura física apropriada em um espaço comunitário para a promoção de uma verdadeira interação social e econômica entre turistas, membros da comunidade e de empreendimentos solidários, confrontando-se com o atual cenário de forte resistência política em incluir os grupos sociais na economia local, enquanto o papel socioeconômico é o de um grupo de artesãos e artistas com um vasto número de experiências de trabalho e de cunho sociopolítico em outros países, Estados, cidades e comunidades advogando a favor da implementação de uma política pública em afirmação da estruturação e desenvolvimento de empreendimentos que nascem da cultura local. A ação comunicativa em processo é a intensa exploração da história do diretor fundador, incluindo como as eventuais relações uniram os integrantes do empreendimento e como a economia solidária integrou-se ao EES 3, com o intuito de mostrar aos pesquisadores que o grupo resulta-se de um intenso processo de compromisso com a produção artística e cultural no município, reconhecido por um certificado da ALEC.

As complexas estruturas mentais definidoras das dimensões cognitivas do contexto consistem nas construções ideológicas que fundamentam o EES 3 nos seguintes processos: (a) o conhecimento empírico tem forte relação com a experiência teatral dos fundadores; (b) a absorção dos princípios da economia solidária transcende aspectos práticos e fixa-se na senso

ideológico do empreendimento, que considera-se um empreendimento solidário mesmo sem formalização; (c) a concepção de inclusão no turismo de base comunitária é materializada pela necessidade de uma estrutura física comunitária para a exposição, venda e apresentação de sua arte aos turistas; (d) as relações políticas e conflitos partidários influenciam e podem controlar as decisões de cunho social.

Estas estruturas mentais também se representam pela forte identificação do grupo com a economia solidária. Há uma forte representação da forma da “economia solidária” no empreendimento e uma forte relação com a Prefeitura de Ladário manifestada pela colaboração do EES 3 na elaboração da Lei nº 913/2013 que cria o FMES. Essa estrutura relacional sofre um forte contraste com a total ausência de criação de política pública em apoio à economia solidária por parte da Prefeitura de Corumbá.

Por fim, há uma consistente relevância da análise por abordar questões e desafios bastante particulares do EES 3 tais como (a) a personificação aos artesanatos internamente criada pelos membros do empreendimento, (b) os desafios do empreendimento para a obtenção de crédito, e (c) a opinião e sugestões do empreendimento sobre como limpar a negativa marca das drogas no município.

O caso EES 3 é adaptado ao modelo de contexto subjetivamente construído a partir da situação comunicativa em curso com os seguintes destaques:

- Os significados do caso são compreensíveis dentro de um domínio discurso mais amplo que inclui três outros domínios: do turismo, da justiça econômica e do governo;
- O ato de fala 3 do gênero economia solidária é uma maneira de exercer a defesa da educação cultural e sua formação de cidadania e empoderamento econômico para artistas à margem social e membros da comunidade;
- A ação do governo de acabar com a feira comunitária é definida como uma violação de nossos direitos e, portanto, condição suficiente para o sucesso do gênero e dos atos de fala na economia solidária; o ato de defesa contra a ação do governo é destacado pelo pedido de retorno da feira com 400 votos em apoio na Câmara Municipal de Corumbá;
- A relação entre a alteração de prefeito em Corumbá e o fato de o representante do EES 3 perder a presidência na FCC sem razão definida representa a desestabilidade das relações políticas e consequentes inseguranças;

- As constantes discussões políticas e partidárias enfraquecem o empreendimento e apontam a necessidade de uma estabilização política em Corumbá e de foco nas demandas que emergem da comunidade, limitando o avanço do gênero e dos atos de fala da economia solidária;
- O macro tópico atualiza semanticamente o argumento para o ato de fala e o gênero específico da economia solidária: O laço do EES 3 com o movimento da economia solidária deixa um legado na comunidade de Corumbá;
- A estrutura argumentativa é organizada para sustentar a função comunicativa do discurso como uma forma de argumentação sobre as formações e relacionamentos construídos na comunidade desde a sua origem, tal como a primeira parceria de aulas de teatro com o Instituto Moinho Cultural, representando o seu vínculo e pertencimento à comunidade;
- Não há polarização das opiniões evidenciando a coerência entre atitudes e ideologia em todos os níveis do caso;
- A seleção lexical é adequada para o gênero do discurso economia solidária;
- O caso relata a construção histórica de um empreendimento pioneiro de artistas e artesãos e não pressupõe a existência de um conhecimento sobre artes, cultura ou economia solidária, pois são apresentadas na linha do tempo do próprio empreendimento. O discurso não apresenta trechos que enfraqueçam a argumentação (como as falhas do EES 3).

4.4.4 EES 4

O EES 4 foi fundado em 1988 em Corumbá e tem como objetivo produzir artesanatos e oferecer formação para crianças, adolescentes e membros da comunidade. A sua história começou há trinta anos quando duas senhoras da sociedade corumbaense, sendo a primeira esposa de um ex-prefeito de Corumbá, receberam formação na arte da cerâmica e decidiram levar esse conhecimento a comunidade. Depois da formação, elas conheceram o Gabriel Vandori de Barros e compartilharam o seu interesse em promover a educação artística no município. Aquela conversa despertou o interesse de Gabriel, que doou um terreno em apoio a iniciação do projeto EES 4 e construiu a estrutura física atualmente utilizada: a Casa Massabarro. O nome do empreendimento é uma homenagem ao doador Gabriel Vandori de Barros. O EES 4 é um empreendimento registrado com CNPJ e seu estatuto social foi recentemente reformulado para atender as conformidades do Estatuto da Criança e do

Adolescente (ECA). O empreendimento possui algumas restrições por conta de encargos sociais.

Os produtos artesanais do EES 4 são feitos a partir da cerâmica e retratam desde a fauna do Pantanal representada por onças, tucanos, araras e tuiuiús, até imagens religiosas como o São Francisco de Assis e a Nossa Senhora do Pantanal, idealizada por uma das senhoras e que recebe uma elevada aceitação dos compradores. O empreendimento também cria os artesanatos com base em encomendas e tem como matéria-prima uma argila arenosa extraída de um rio da comunidade. É possível observar a maneira como o EES 4 importa-se com a criação de produtos inspirados na cultura local, sendo o enfoque não somente sobre as formas e características finais, mas também sobre como produzi-los a partir de matéria-prima de origem local. Este comportamento é extremamente considerado por Moscovici (2011), uma vez que trata-se de uma ação psicologicamente representada pela ato de priorizar o que faz parte de sua origem, de sua essência e de seu interior, não podendo ser menosprezada, pelo contrário, é preciso ser altamente considerada, pois representam uma significação única do fenômeno social EES 4.



Figura 13 - Produtos do EES 4 (A).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.



Figura 14 - Produtos do EES 4 (B).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.



Figura 15 - Produtos do EES 4 (C).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.

O empreendimento possui oito pessoas envolvidas com as atividades de produção e possui uma diretoria com diretor, secretário e tesoureiro, contudo, na prática, o diretor conduz a maior parte das atividades administrativas por falta de conhecimento dos membros. Singer (2002) afirma que as decisões devem ser tomadas democraticamente e todos os membros

devem fazer parte das atividades distribuídas de maneira justa, assim, observa-se que existe um maior nível de participação dos membros em atividades de produção pela falta conhecimento sobre questões administrativas, reforçando a constante demanda por capacitação técnica de empreendimentos que nascem da comunidade. A fonte de renda do EES 4 advém unicamente da venda dos artesanatos. O EES 4 não recebe investimentos de fundo social de nenhuma agência governamental ou organização nacional ou internacional. O empreendimento não consegue se inscrever em editais de financiamento por ter problemas com imposto de renda e do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) de funcionários contratados pela gestão anterior e atualmente não conseguem sanar estes problemas por falta de recursos financeiros.

O EES 4 já desenvolveu um projeto focado na formação de 70 crianças e adolescentes que contava com um cronograma de horários de acordo com o período de estudos de cada grupo. O projeto possuía um forte enfoque no impacto social da comunidade e promovia o acompanhamento escolar e familiar, com reuniões periódicas entre os pais e uma psicóloga. Em resultado da falta de recursos e de suporte para a manutenção do trabalho com as crianças, que demanda atenção e cuidados, o EES 4 decidiu encerrar as atividades e focar nos adultos. Atualmente, por conta de dificuldades econômicas, necessidade de foco da produção e crise nas vendas, o empreendimento não oferece uma formação completa, apenas uma instrução básica sobre o trabalho em cerâmica para aqueles que diretamente solicitam apoio. Moscovici (2011) permite analisar o interesse do EES 4 em promover a formação de crianças e membros da comunidade como uma extensão da sua própria origem, da maneira como os fundadores, há 30 anos, reuniram todos os seus esforços para criar o empreendimento e oferecer formação de qualidade aos primeiros artesãos corumbaenses. O EES 4 tem como representação social a sua própria missão de educação artística como uma forma de empoderamento cívico em uma comunidade com poucos recursos e oportunidades, sendo este o verdadeiro significativo sentido de sua atuação, o que o move, o que está arraigado na memória, na cultura da coletividade de modo a ser impossível esquecer ou deixar de lado.

Existe uma relação direta entre o EES 4 e o turismo. O empreendimento depende diretamente dos turistas para vender os seus produtos e observa que nos últimos anos houve um decréscimo no número de visitantes, afetando negativamente os seus rendimentos. Na visão do empreendimento, o turismo de Corumbá atualmente recebe turistas que chegam ao aeroporto, vão diretamente para os barcos de agências que oferecem roteiros específicos, e, após completar as rotas em locais de difícil acesso, retornam para as suas cidades sem contribuir efetivamente para a economia da cidade. A partir dessa perspectiva o EES 4

considera o turismo familiar como o motor que realmente contribui com o acréscimo do seu fluxo de venda, uma vez que os membros das famílias passeiam pela cidade, visitam as comunidades, o empreendimento e efetivamente compram os artesanatos. Houve um tempo em que Corumbá chegava a receber quatro ônibus turísticos com cerca de 40 pessoas cada e aquela movimentação gerava uma necessidade de alta produtividade para o EES 4 conseguir suprir a demanda. A visão dos membros do empreendimento sobre o setor turístico no município aborda a necessidade de uma rota turística integrada que possa promover a interação entre os visitantes e os empreendimentos da comunidade, de modo a estreitar os laços e promover um senso de reciprocidade. A partir de uma rota de turismo que abranja mais espaços dentro das comunidades, a relação econômica poderia ser mais bem trabalhada e geraria resultados positivos tanto para os empreendimentos e moradores que oferecem produtos e serviços quanto para os visitantes e para a economia local. Além disso, Moscovici (2011) mostra que o EES 4 nutre um forte senso de valorização da herança cultural que carregam por fazer parte da CM e como esse patrimônio cultural poderia ser mais explorado pela atividade do turismo, promovendo educação sociocultural e oportunidade de desenvolvimento econômico para os moradores.

A comercialização dos produtos é realizada no próprio prédio do empreendimento por meio da venda direta dos artesanatos expostos ou de encomendas. A atividade artesanal exige do grupo de artesãos um determinado tempo para elaborar os artesanatos individualmente e para cumprir os prazos acordados. O empreendimento já enviou materiais para revenda nas cidades de Bonito, Campo Grande, Cuiabá e Brasília, evidenciando sua procura por oportunidade de vendas em virtude da queda do turismo urbano em Corumbá. Esta perspectiva de busca por avanços relaciona-se com a discussão de Saayman e Giampiccoli (2016) sobre os desafios de empreendimentos de base comunitária que trabalham em pequena escala, geralmente atendendo nichos específicos como os turistas e os membros da comunidade, mas desejam conquistar uma maior demanda em prol de seu avanço econômico. Em relação a participação do EES 4 em eventos, o FAS torna-se um portal de venda e divulgação dos seus produtos, contribuindo para a conquista de novos clientes. Além disso, o empreendimento expôs alguns artesanatos na CAC, onde foi feito o acréscimo de 10% no valor do produto para custear as despesas com a manutenção do espaço.



Figura 16 - Prédio do EES 4 (A).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.



Figura 17 - Prédio do EES 4 (B).

Fonte: Foto tirada pelos pesquisadores em Abril de 2017.

A participação em conselhos é considerada importante pelo empreendimento. O EES 4 participou ativamente do Conselho Municipal de Corumbá (CMC), onde teve a oportunidade de candidatar-se a um cargo eletivo, conhecer delegados pessoalmente e participar da votação do Conselho Tutelar de Corumbá (CTC). Esta participação demonstra o interesse do

empreendimento em manter-se atualizado sobre questões relacionadas ao seu objetivo de formação de crianças e adolescentes, sendo a relação com o CTC uma importante maneira de estabelecer um vínculo com um potencial parceiro para a execução de seu projeto na unidade de comercialização. Atualmente, o empreendimento enfrenta problemas com as irregularidades do FGTS, impedindo sua representatividade no CMC. Moscovici (2011) permite entender que a representação social do empreendimento como um espaço de formação em artesanato para crianças alcança um maior nível de vitalidade ao passo em que o fenômeno possui experiências que detalham e manifestam a sua existência, como o envolvimento no conselho e o contato direto com o CTC, ajustando as respostas, sentido e ações do empreendimento à realidade que o cerca.

O EES 4 autoavalia-se como um monumento histórico de Corumbá, representando sua riqueza cultural ainda pouco valorizada. O diretor, por exemplo, já viajou para cidades no país para dar aulas e mostrar os artesanatos produzidos na CM quando notou que o retorno de vendas geralmente é mais positivo do que o recebido em sua própria comunidade, gerando questionamentos e o sentimento de frustração. O contato com empreendimentos externos é feito por meio de redes sociais como *Facebook* e *WhatsApp*, ferramentas que facilitam a comunicação e troca de ideias, assim como oportunidades de expor os produtos em feiras. Embora não haja conhecimento sobre questões administrativas pela maior parte dos integrantes do empreendimento, ferramentas online emergem como boas alternativas para a gestão dos seus produtos e expansão dos canais de distribuição, mesmo que de maneira extremamente incipiente. Em termos de parceria, o empreendimento obteve orientação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) por um curto período de tempo, que ofereceu informações práticas sobre gestão empresarial, precificação, embalagem e vendas, oferecendo valiosas noções básicas ao empreendimento.

Para o EES 4, o turismo não gera impacto social porque as atividades estão centralizadas na região do Porto, isto é, na atividade de pesca. Há pouca atividade do turismo dentro da cidade e isto não contribui para o comércio municipal, tampouco para com os empreendimentos locais. Tal característica reforça as discussões de Giampiccoli, Saayman e Jugmohan (2014) sobre como o ambiente econômico do turismo tradicional abocanham grande parcelas das oportunidades de venda e geralmente não estão abertos para processos de cooperação com agentes locais que pregam um papel vital na manutenção da democracia, resiliência e sustentabilidade das comunidades, sendo Corumbá um grande exemplo. Por essa razão, o EES 4 acredita que o desenvolvimento de uma rota turística com enfoque na área histórico-cultural melhoraria a sua relação com os turistas e promoveria o desenvolvimento

econômico, esse desejo do empreendimento relaciona-se com a visão de Scott e Gössling (2015) a respeito da importância de criar uma rota turística que ofereça uma escala mais justa, equitativa e sustentável fundamentada no turismo de base comunitária. Esta problemática pode ser exemplificada com o pouco conhecimento das comunidades corumbaenses sobre a CM, reconhecida pela revista Quatro Rodas, por falta de comunicação e incentivo público, e, para atenuar esse problema, seria interessante, por exemplo, colocar placas para o direcionamento dos visitantes sobre o empreendimento atualmente localizado em uma área afastada do centro da cidade.

Em relação a parcerias institucionais, existe uma relação entre o EES 4 e o Campus do Pantanal da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (CPAN/UFMS) que, por meio de projetos idealizados pela professora, oferece suporte técnico ao empreendimento, cuja atividade mais recente teve enfoque na criação de um *website* e uma página no *Facebook* para a divulgação dos artesanatos. As atuais demandas do EES 4 estão relacionadas a questões administrativas envolvendo contabilidade, gestão da produção e vendas, assim, projetos desenvolvidos pelo CPAN/UFMS estabelecem uma fundação consistente para que empreendimentos como o EES 4 sejam capacitados e empoderados para crescerem e promoverem as transformações sociais que extrapolam suas atividades de produção. Moscovici (2011) aponta que uma das representações sociais do EES 4 para o CPAN/UFMS é a de uma empresa social com potencial de ser inserida no mercado econômico, estabelecer relacionamentos com clientes e parceiros e obter sucesso na venda e distribuição de seus produtos de características únicas; a Universidade coloca em prática um dos seus pilares ao colocar em prática seus conhecimentos e promover um impacto social.

Além de problemas de gestão e da necessidade de uma rota turística inclusiva aos empreendimentos comunitários, existe outra questão particular que afeta o empreendimento. O diretor teme a perda da herança cultural construída há 30 anos pela saída dos membros de sua equipe no decorrer dos anos, tendo como um dos motivos a falta de formação e de compartilhamento de seus conhecimentos com uma nova geração de artesãos, o que pode futuramente resultar na falta de suprimento das demandas, perda de clientes e encerramento das atividades da CM. Esta reflexão revela o nível de envolvimento discutido por Moscovici (2011) e como este pode efetivamente gerar uma mudança na estrutura de relacionamento de um fenômeno se integrados ao decurso da comunicação e da cooperação. Existe uma esperança do EES 4 em retomar as atividades de formação de crianças, adolescentes e membros da comunidade por meio de uma parceria com o governo local na qual possam fazer das aulas uma fonte de renda extra ao receber suporte financeiro e também possam

concomitantemente dar continuidade a sua produção artesanal. Corumbá precisa estabelecer uma política de turismo que inclua a riqueza artística, cultural e de trabalho de empreendimentos como o EES 4, acomodando as necessidades de ambos os setores, mas, para isso, é preciso uma reestruturação do propósito do turismo no município, sendo o TBC a alternativa mais viável a ser considerada pelos governantes locais e implementada em prol de um desenvolvimento comunitário sólido e sustentável.

O EES 4 é complementado com o Modelo de Contexto de Van Dijk como argumento final da explanação crítica do discurso e da sua análise. Para o EES 4, o domínio social do empreendimento é o turismo centralizado na região do Porto, isto é, com enfoque na atividade de pesca e a macro ação é a defesa da importância de implementar uma rota turística que promova não somente a inclusão econômica e cultural do empreendimento, mas que também estreite laços e promova um senso de reciprocidade. O cenário do evento comunicativo é o município de Corumbá, o papel comunicativo dos participantes é o de artesão e formador. O papel interacional é o de defender a importância da continuidade de um programa de formação em artesanato direcionado a crianças, confrontando-se com o corte de diferentes tipos de apoio para a estrutura do projeto educativo e a atual ausência de suporte financeiro do governo, enquanto o papel socioeconômico é o de um grupo de artesão nascidos, criados e formados dentro da comunidade que defendem a implementação de uma política pública em apoio ao desenvolvimento dos empreendimentos locais. A ação comunicativa em processo é a explanação da forte relação do empreendimento com a própria origem histórica do empreendimento, especialmente o fato de receberam formação das fundadoras, com o intuito de mostrar aos pesquisadores o seu comprometimento com o legado ao empreendimento e de persuadir futuros leitores sobre como esta relação justifica seu desígnio de oferecer a mesma formação recebida para crianças, jovens e membros da comunidade.

As complexas estruturas mentais definidoras das dimensões cognitivas do contexto consistem nas construções ideológicas que fundamentam o EES 4 estabeleceram as seguintes pontes de reflexão: (a) a missão de trabalho tem trabalho na origem; (b) o EES 4 é representada como monumento cultural de Corumbá; (c) o turismo de pesca é o vilão do comércio local. Estas estruturas mentais também se representam pela forte identificação do empreendimento com a relação com a sua herança cultural. Existe uma representação intensa da “educação artesanal” com a forma de estrutura afetiva e de motivação para a continuidade das ações e alcance da missão de educação artística.

Finalmente, o caso é relevante para os leitores porque pressupõe conhecimento peculiares e de base comum tais como a produção artesanal em forma de onças, tucanos,

araras e tuiuiús como representação da fauna regional e também pela produção da Nossa Senhora do Pantanal, uma produção da fundadora do EES 4.

O caso EES 4 adapta-se ao modelo de contexto subjetivamente construído a partir da situação comunicativa em curso conforme os destaques a seguir:

- Os significados do caso são compreensíveis dentro de um domínio discurso mais amplo que inclui três outros domínios: do turismo, da justiça econômica e do governo;
- O ato de fala da educação artística é uma maneira de exercer a defesa da educação cultural para crianças e jovens da comunidade e de proteger a sua herança cultural;
- A ação do governo de cortar os recursos para a manutenção das atividades do projeto criado pelo empreendimento é definida como uma falta de reconhecimento e, portanto, condição suficiente para o sucesso do gênero e dos atos de fala da educação artística;
- O macro tópico atualiza semanticamente o argumento para o ato de fala e o gênero específico da educação artística: O turismo de Corumbá com seu foco na atividade de pesca não gera impacto social para o EES 4;
- A estrutura argumentativa é organizada para sustentar a função comunicativa do discurso como uma forma de argumentação sobre a estimada relação do empreendimento com questões sociais, culturais e ambientais e principalmente com a educação infantil, reforçada pela preocupação em manter o estatuto social em conformidade com o ECA;
- O discurso não apresenta nenhuma polarização das opiniões evidenciando coerência e enfoque na missão do empreendimento;
- A seleção lexical é adequada para o gênero do discurso educação artística;
- O caso expõe o contexto social e cultural de um grupo de artesãos que nasceu da idealização de seus fundadores e carregou a herança e legado por anos. O discurso apresenta vários trechos que demonstram a vulnerabilidade e demandas do empreendimento, sendo os principais: impossibilidade de inscrever-se em editais de financiamento por possuir irregularidades com imposto de renda e com o FGTS, e, de cunho mais profundo, o medo de perder a sua herança por não estar promovendo a formação de novos artesãos que possam assumir a gestão e continuidade do monumento do empreendimento.

Da análise da nuvem de palavras do EES 3 denota-se que as palavras predominantemente evocadas são: trabalho, grupo, cultural, arte, feira e Corumbá. Estas palavras explanam a realidade de um empreendimento de artistas e artesãos que fazem da arte e do independente incentivo ao desenvolvimento cultural de Corumbá sua atividade de trabalho em grupo, cujos produtos são disponibilizados em feiras, eventos e exposições disponíveis. Em segundo plano, as principais palavras são: economia, solidário, coletivo, grafite e teatro. Estas palavras permitem compreender o princípio de coletividade do empreendimento, cujos membros trabalham com propósitos e interesses semelhantes e buscam, por meio da economia solidária, estabelecer uma estrutura de trabalho e ação comunitária mais consciente, levando sua mensagem de educação cultural em seus grafite e peças de teatro.



Figura 21 - Nuvem de Palavras EES 4.

Fonte: Elaborada com base na entrevista por meio do uso do IRAMUTEQ (2018).

Da análise de nuvem de palavras do EES 4 denota-se que palavras evocadas em destaque são: criança, cidade, ano, pessoal e orientação. Esta concentração de palavras

relaciona-se diretamente com o contexto do empreendimento que busca promover a formação de crianças da comunidade por meio da educação artesanal e artística; o empreendimento desenvolveu as atividades por alguns anos por meio de uma extinta parceria com o pessoal do governo local, que oferecia orientação sobre questões de práticas educacionais e psicológicas e sobre como manter-se dentro das conformidades legais dentro das demandas e direitos infantis. As palavras evocadas em segundo plano são: turismo, exemplo, projeto, social, estatuto, reforçando a importância de a atual política de turismo ser alterada de modo a tornar-se um exemplo de inclusão dos empreendimentos locais por meio da criação de rotas turística para que os turistas possam visitá-los e não somente consumir os seus produtos, mas também contribuir com a causa social de seus projetos, neste caso, a formação artística de crianças ratificada em estatuto social.

4.5.2 Análise de similitude

Neste tópico apresentam-se as análises de similitude geradas pelo IRAMUTEQ. Para elaboração das imagens, ressalta-se que, na etapa de seleção de propriedades-chave, selecionou-se como palavras ativas: adjetivo, palavra própria e nome comum.

- Para a expressão “só”, referindo-se ao que está, momentaneamente ou não, desacompanhado, separado de outro(s), sem companhia, relaciona-se a questões de capacitação, associação, produção e barraca, referindo-se aos processos que vão desde a criação e implementação do empreendimento até a sua capacitação e comercialização em barracas de eventos, mostrando a necessidade de independência do empreendimento em cada uma destas etapas;
- Para dinheiro, é preciso observar sua relação com associado e dificuldade, referindo-se as limitações econômicas do empreendimento e os efeitos negativos para a vida dos associados;
- Existem outros pontos de análise como a relação entre o turismo e o problema (em referência a falta de inclusão na atual política do turismo), o turista e o conselho (em referência a discussão sobre uma nova política do turismo), a CM e a rota (em referência as limitações do atual local do empreendimento versus a rota focada ao turismo de pesca), a internet e o filho (que oferece instruções sobre os recursos da internet para um dos entrevistados).

artesanato versus grupo. Para uma análise que vai além das dicotomias apresentadas no *core* da similitude, os demais seguimentos apresentados na figura também são abordados:

- Para economia, observa-se a relação das palavras época e movimento, que se referem ao período inicial em que o empreendimento inseriu-se economicamente por meio da formação e orientação de organizações de assistência social e, ao mesmo tempo, relacionando-se com a palavra solidário, discutida na sequência;
- Para solidário, as principais relações estão entre as palavras Corumbá e conselho (em referência a questões de política de desenvolvimento econômico e do setor turístico), gestor e vereador (em referência as questões políticas de falta de cumprimento de promessas da gestão governamental versus a tentativa de ajuda de um vereador com pouco poder dentro da Câmara), criança e Pastoral (em referência a organização que deu suporte inicial ao empreendimento), gestão e causa (em referência a maneira como organizam e desenvolvem as atividades em prol de uma causa social);
- Há outros pontos de análise como a relação entre pessoa e projeto (em referência a necessidade de suporte para a criação de propostas de projetos para obtenção de financiamento), grupo e formação (em referência aos diversos cursos de formação atendidos pelo empreendimento), feira e turista (em referência a oportunidade de contato e comercialização em eventos como o anual FAS), o adjetivo mesmo, que exprime semelhança e paridade, e mundo (amplamente em referência ao contexto do empreendimento envolvendo questões que vão de artesanato e festival à crítica).

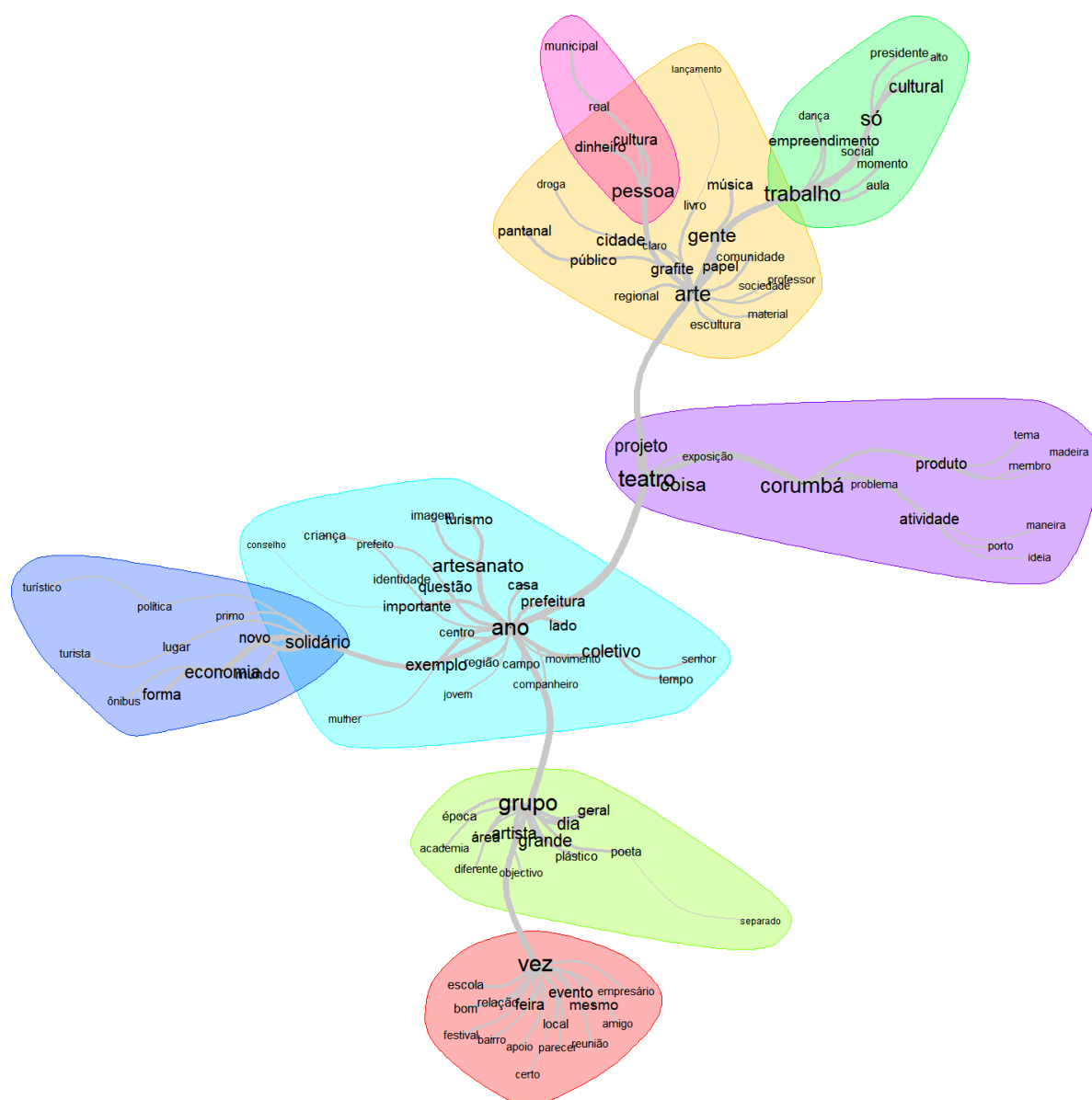


Figura 24 - Análise de Similitude EES 3.

Fonte: Elaborada com base na entrevista por meio do uso do IRAMUTEQ (2018).

A análise de similitude da figura 24 permite identificar as ocorrências entre as palavras e as indicações de conexidade, possibilitando a identificação da estrutura do conteúdo do corpo textual. Há seis expressões que mais se destacam nos discursos: “ano”, “Corumbá”, “arte”, “trabalho”, “solidário” e “grupo”. Pode-se inferir que, de uma forma geral, os discursos dos participantes têm as palavras “ano” e “Corumbá” como ponto central, considerando os diferentes marcos e etapas do empreendimento no decorrer dos anos em Corumbá, e estão relacionadas na dicotomia prefeitura versus atividade. Para uma análise que

vai além das dicotomias apresentadas no *core* da similitude, os demais seguimentos apresentados na figura também são abordados:

- Para arte, observa-se a relação das palavras grafite e Pantanal (em referência a arte inspirada na região), gente e música (em referência a troca de experiência), professor e sociedade (em referência a ação de transformação social), e, cidade e droga (em referência aos problemas de marginalização presentes na comunidade e vagamente amenizados pela arte do empreendimento);
- Para solidário, as principais palavras relações são estabelecidas entre as palavras política e turístico (em referência a crítica do atual modelo de turismo com foco na atividade de pesca), e, lugar e turista (em referência a crítica ao encerramento da feira em Corumbá e a necessidade de um espaço público permanente para a exposição de produtos e artes dos empreendimentos locais);
- Para a expressão “vez”, substantivo masculino referente a circunstância ou período de tempo, observa-se a relação entre a própria palavra “vez” e “apoio” (em referência a ausência de recorrência do acontecimento), certo (em referência as incertezas políticas da gestão atual) e empresário (em referência a questão da prostituição e drogas);
- Há outros pontos de análise como a relação entre as palavras artesanato e imagem (em referência a caracterização das artes), movimento e coletivo (em referência a concepção do empreendimento como parte de um movimento que transcende o princípio de coletividade), atividade e porto (em referência a crítica sobre a constante atividade turística na região do porto que não oferece uma contribuição para a economia da cidade, incluindo os empreendimentos).

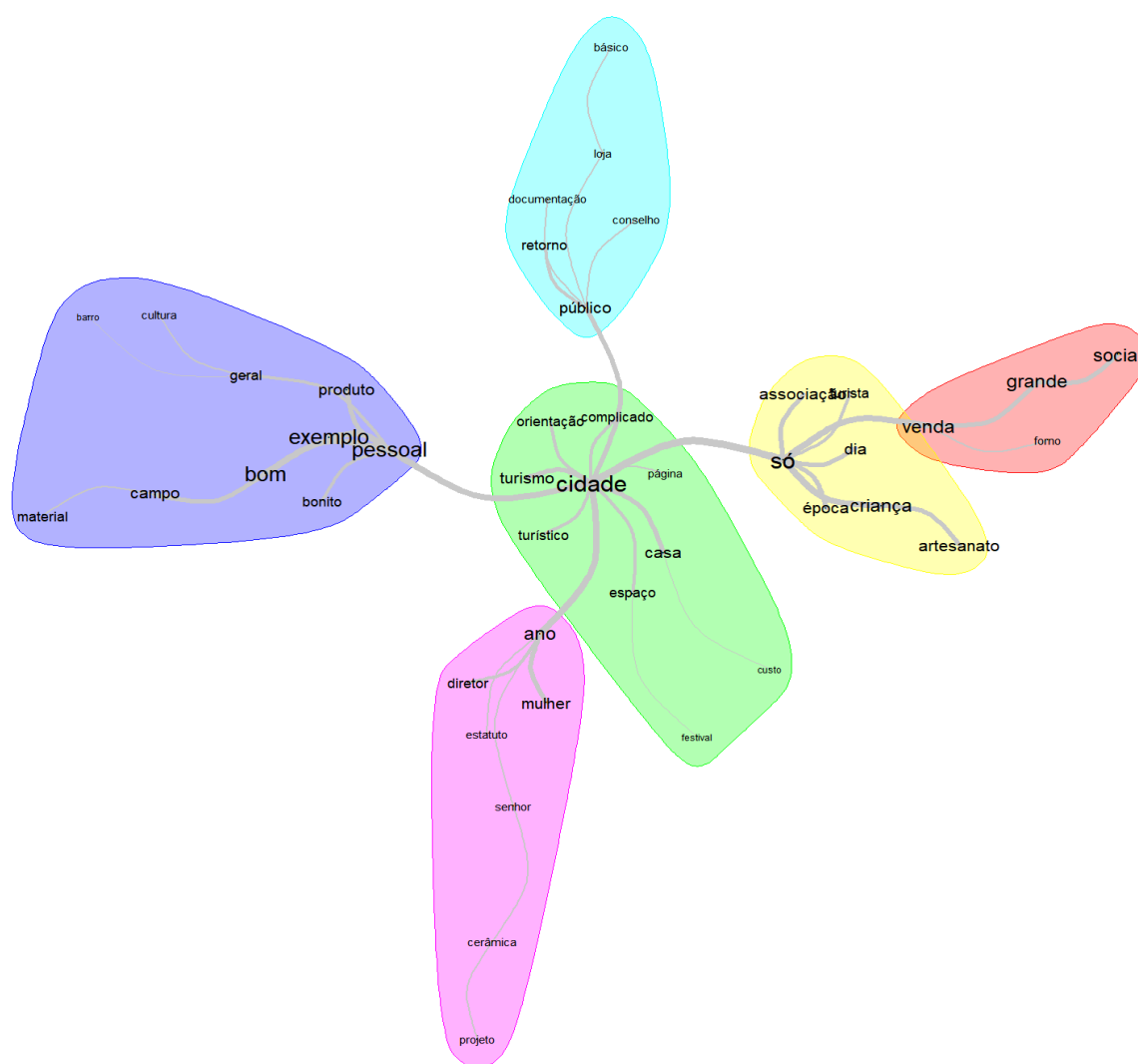


Figura 25 - Análise de Similitude EES 4.

Fonte: Elaborada com base na entrevista por meio do uso do IRAMUTEQ (2018).

A análise de similitude da figura 25 aponta as ocorrências entre as palavras e as indicações de conexão, identificando a estrutura do conteúdo do corpo textual. Observa-se que há cinco expressões que são mais evocadas no discurso: “pessoal”, “exemplo”, “público”, “ano” e “só”. Infere-se que, de uma forma geral, os discursos dos participantes possuem como ponto central as palavras “cidade” e “exemplo”, referentes à forte concepção sobre o que Corumbá representa para o empreendimento com mais de trinta anos de atuação, assim como sua expectativa de que o município torne-se um exemplo, e relacionam-se com a dicotomia turismo versus produto. Para uma análise que vai além das dicotomias apresentadas no *core* da similitude, abordam-se também os demais seguimentos apresentados na figura:

- Para ano, observa-se a relação das palavras estatuto e projeto (em referência as atualizações feitas no estatuto social do empreendimento), assim como projeto e

cerâmica (em referência as atividades de formação em cerâmica para crianças como parte de um projeto extinto pela desistência do governo local);

- Para a expressão “só”, adjetivo que representa o senso de isolamento e ausência de companhia, observa-se a relação entre a própria palavra “só” e associação (em referência ao desenvolvimento das atividades do empreendimento de maneira totalmente independente) e turista (em referência ao isolamento dos turistas decorrentes da predominância da atual rota turística com enfoque na atividade pesca);
- Há outros pontos de análise como a relação entre a palavra cidade e as seguintes palavras: turismo e turístico (em referência ao potencial do setor para o desenvolvimento socioeconômico local) e complicado (em referência ao atual cenário político sem interesse em promover políticas públicas em apoio aos empreendimentos solidários ou retomar os projetos e ações as quais extinguiu).

4.5.3 Análise estatística

Neste tópico apresentam-se as análises estatísticas geradas pelo IRAMUTEQ.

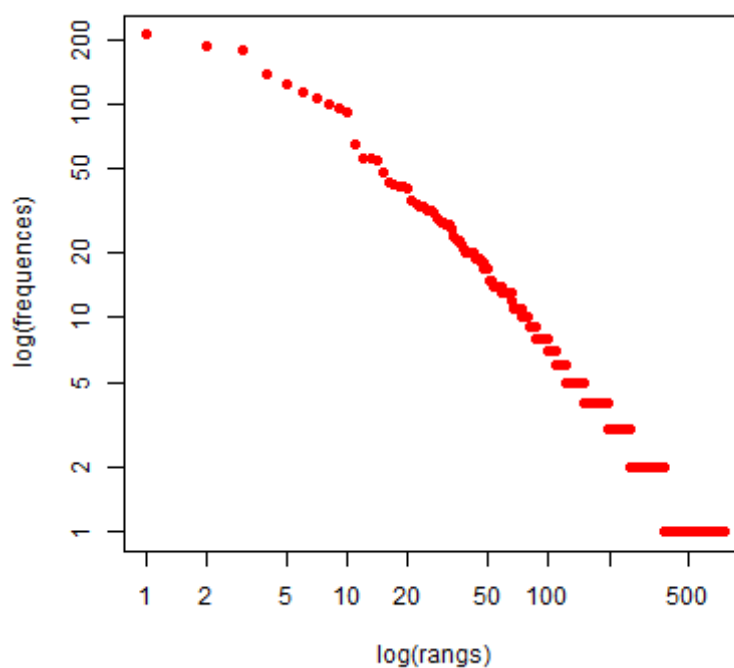


Figura 26 - Análise Estatística EES 1.

Fonte: Elaborada com base na entrevista por meio do uso do IRAMUTEQ (2018).

A figura 26 expõe a frequência das palavras da entrevista do EES 1. O corpo textual utilizado para a análise gerou 4.343 ocorrências, isto é, o número de palavras, formas e vocabulários. Desta entrevista, o software gerou 745 formas distintas, com uma média de 49.26%, assim como 367 hapaxes (palavras que aparecem uma única vez), com uma média de 8.45% das ocorrências.

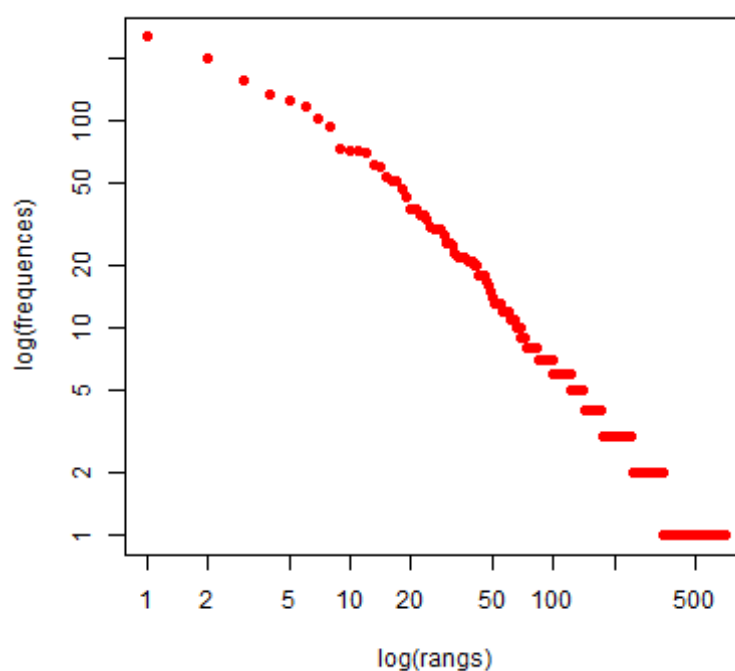


Figura 27 - Análise Estatística EES 2.

Fonte: Elaborada com base na entrevista por meio do uso do IRAMUTEQ (2018).

A figura 27 apresenta a frequência das palavras encontradas na entrevista do EES 2. O corpo textual dessa entrevista emergiu 7.781 ocorrências. Desta entrevista, emergiram-se 1.090 ocorrências distintas, com uma média de 49.1%, assim como 544 hapaxes, com uma média de 6.99% das ocorrências.

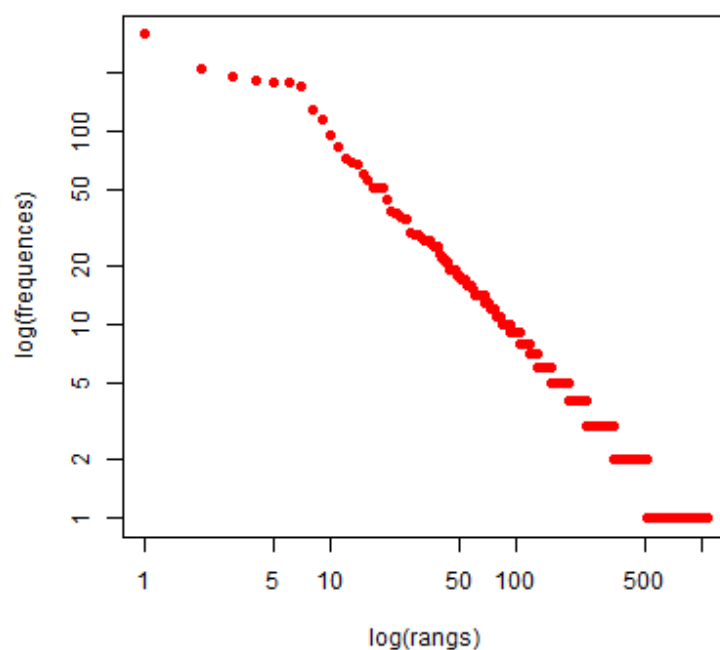


Figura 28 - Análise Estatística EES 3.

Fonte: Elaborada com base na entrevista por meio do uso do IRAMUTEQ (2018).

A figura 28 apresenta a frequência das palavras encontradas na entrevista do EES 3. O corpo textual dessa entrevista emergiu 5.692 ocorrências. Desta entrevista, emergiram-se 1.068 ocorrências distintas, com uma média de 53.09%, assim como 567 hapaxes, com uma média de 9.96% das ocorrências.

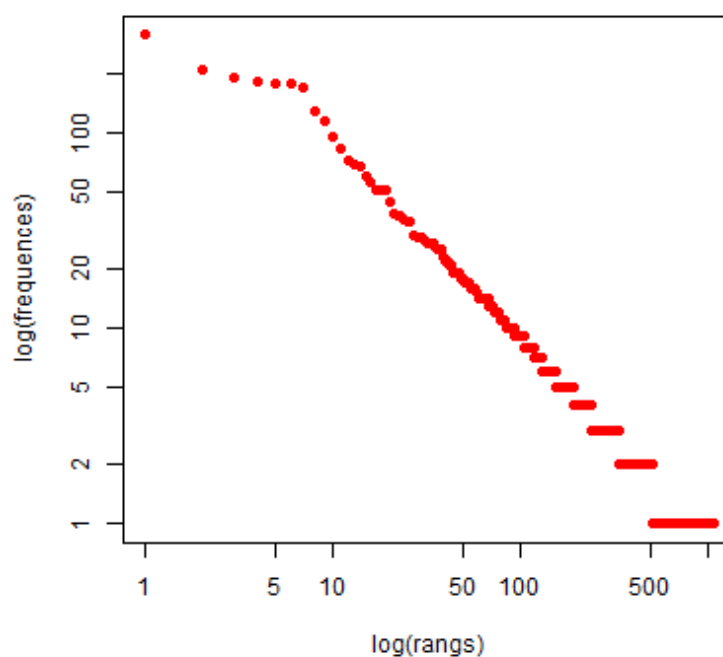


Figura 29 - Análise Estatística EES 4.

Fonte: Elaborada com base na entrevista por meio do uso do IRAMUTEQ (2018).

A figura 29 apresenta a frequência das palavras encontradas na entrevista do EES 4. O corpo textual dessa entrevista emergiu 2.817 ocorrências. Desta entrevista, emergiram-se 625 ocorrências distintas, com uma média de 50.40%, assim como 315 hapaxes, com uma média de 11.18% das ocorrências.

4.5.4 Dendograma

Neste tópico são apresentados os dendogramas e as suas respectivas análises.

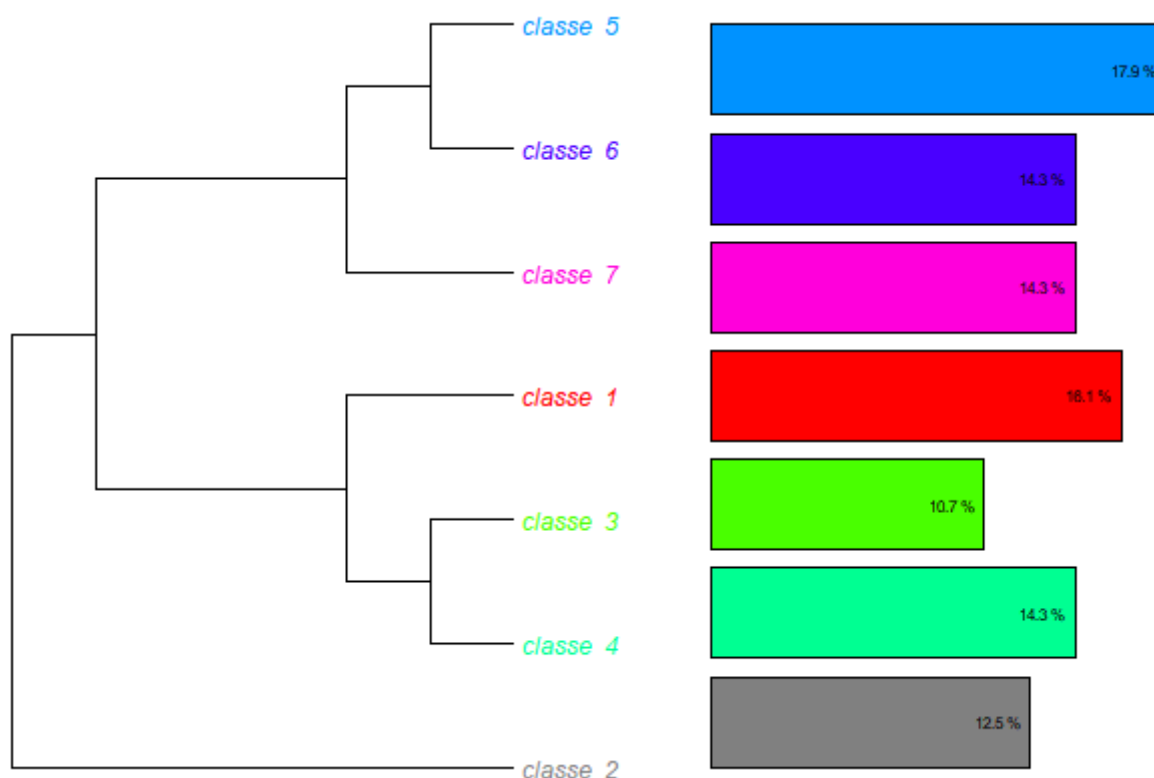


Figura 30 - Dendograma representativo das repartições em classes e percentagem.

Fonte: Elaborada com base na entrevista por meio do uso do IRAMUTEQ (2018).

O corpus analisado da pesquisa é composto por quatro unidades de contexto iniciais (UCI) ou entrevistas, que o programa repartiu em 62 segmentos de unidades de contexto elementares (UCE), que continham 3.265 palavras ou formas distintas que ocorreram 20.633 vezes, com uma frequência média de 90.32% de ocorrência por seguimento. A análise hierárquica reteve 56 UCE, ou seja, foram consideradas 90.32% das UCE (n = 62). Após a redução dos vocábulos às suas raízes, obtiveram-se 2.116 lematizações, que resultaram em 439 palavras ou formas ativas analisáveis.

No primeiro momento, o corpus Teatro foi dividido em quatro *subcorpus*, por meio da classificação hierárquica descendente, estabelecendo sete classes de segmentos de textos distintas. Em um segundo momento, um *subcorpo* foi dividido em dois, obtendo-se as classes 3 e 4 e a classe 1. Em um terceiro momento, houve outras divisões que originaram as classes 5 e 6 e a classe 7. Em cada uma das classes apresentadas no dendograma da figura 30, a categorização da classe e o valor percentual em relação ao total do corpus analisado.

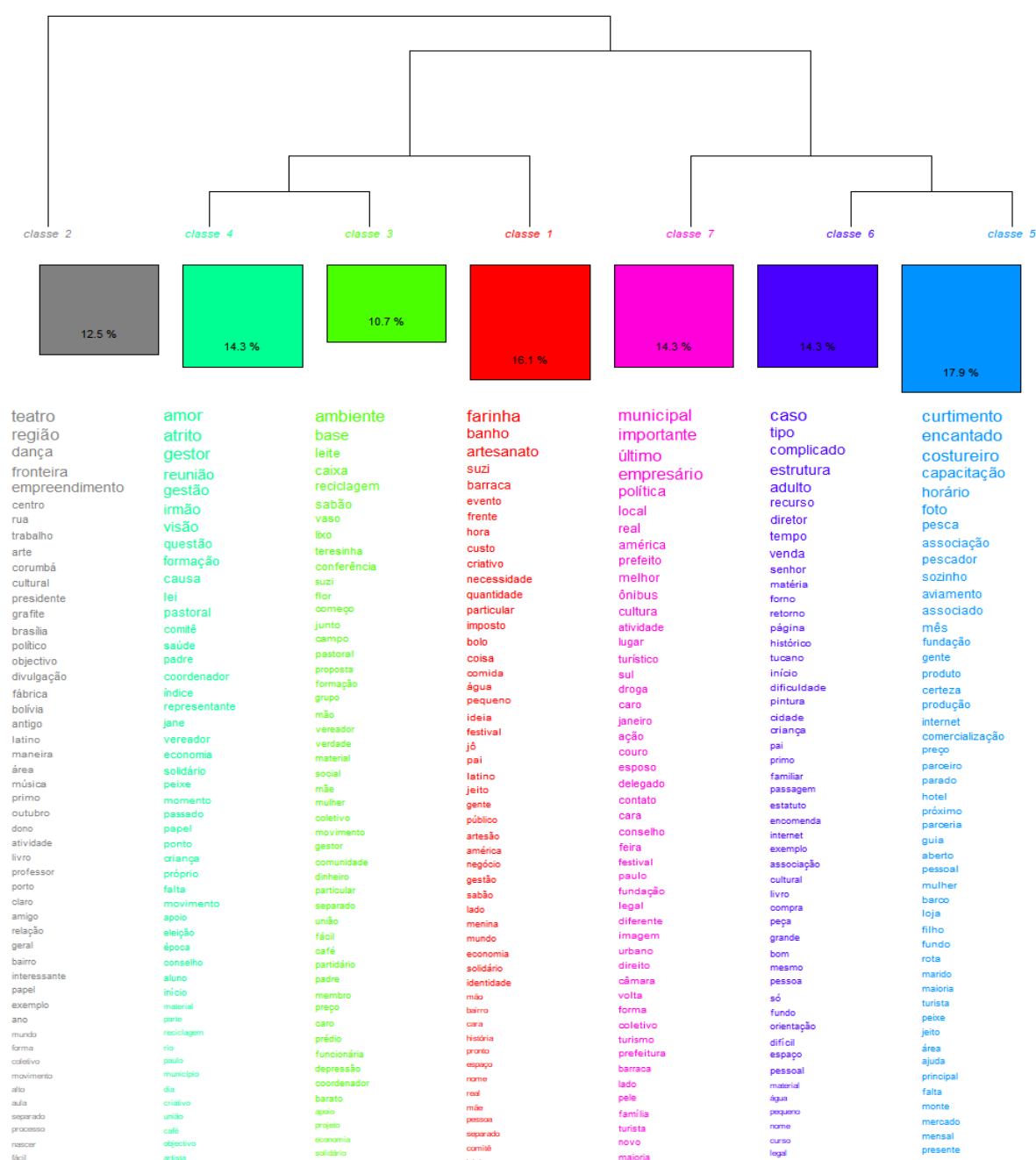


Figura 31 - Dendograma representativo das repartições em classes, percentagem e palavras com a classe das representações sociais dos empreendimentos.

Fonte: Elaborada com base na entrevista por meio do uso do IRAMUTEQ (2018).

O dendograma da figura 31 apresenta as categorias que se tornaram nítidas pelos trechos dos depoimentos, que exibe marcos que concentram a significação e o sentido dos relatos. Para respeitar a classificação hierárquica descendente, que emergiu por meio do processamento dos depoimentos dos membros dos empreendimentos com o apoio do software IRAMUTEQ, a apresentação dos resultados e das discussões discorre conforme a divisão e ordem estabelecida pelo programa. São também apresentadas as relações das palavras que emergiram nas classes entre si, no formato de recortes do *corpus* utilizando as UCE mais significativas de cada classe.

A classe 2, categorizada como Teatro, emerge como foco principal para iniciar a apresentação das narrativas dos empreendimentos participantes da pesquisa, uma vez que essa classe é a base para a formação das outras, a qual abrange 12.5% do total das UCE, do total de quatro depoimentos analisados. O conteúdo semântico desta categoria sugere que o estudo formal foi um elemento marcante nas narrativas destes empreendimentos. Para a classe Teatro, as palavras evocadas com maior frequência são região, dança, fronteira e empreendimento, abrangendo representações sobre a dança e a arte do empreendimento como elemento catalisador para a solução de problemas sociais e culturais na região da fronteira.

A classe 4 é categorizada como Amor, com 14.3% do total das UCE, e tem as seguintes palavras mais evocadas: atrito, gestor, reunião e gestão. Estas palavras abrangem a representação de um empreendimento que faz a leitura do governo local sob a ótica de um cenário de constante atrito e insegurança causados pela atual gestão governamental.

A classe 3, categorizada como Ambiente, com o conteúdo semântico com predominância das seguintes palavras: base, leite, caixa e reciclagem. Para a classe Ambiente, emerge-se a representação de um empreendimento com princípios voltados a questões ambientais e que transforma materiais recicláveis como caixas de leite em arte e fonte de renda complementar.

Os conteúdos da classe 1, categorizada como Farinha com 16.1% do total das UEC, abrangem a representação do turismo como uma oportunidade para a comercialização de seus produtos, sendo reforçada pelas palavras predominantemente evocadas: artesanato, barraca e evento. Com esse conteúdo, pode-se inferir que, ao associar a farinha com necessidade, entende-se que o empreendimento, além de enfrentar dificuldades, ainda esforça-se na busca por alternativas de criação de produtos que atendam as demandas dos visitantes e possam contribuir para a geração de renda.

Tanto a classe 7 como a classe 6 abrangem 14.3% cada uma do total das UCE dos depoimentos analisados. A classe 7, categorizada como Municipal, abrange representações

sobre a política de turismo municipal com enfoque empresarial na atividade de pesca. Já a classe 6, categorizada como Caso, apresenta as representações sociais do particular empreendimento como uma estrutura histórica que enfrenta problemas devido a falta de recursos e assistência para a continuidade de projetos relacionados ao seu primário propósito de existência. Os conteúdos da sétima e da sexta classe da análise hierárquica fazem menção a uma representação social que centraliza-se nos elementos municipal e caso em referência as diferentes questões políticas que afligem as comunidades de Corumbá e principalmente como a governo local responde a questões como a necessidade de uma política de turismo que inclua a estruturação de uma rota turística na qual os empreendimentos locais tornar-se economicamente ativos.

Por fim, a classe 5, categorizada como Curtimento com 17.9% do total das UCE, tem seu conteúdo majoritariamente fundamentado nas palavras encantado, costureiro e capacitação, representando a representação da arte de estabelecer uma curiosa relação inicialmente instantânea com o turista por meio da explanação e exposição dos produtos, colocando em prática os objetivos por trás das capacitações e atividades de costura.

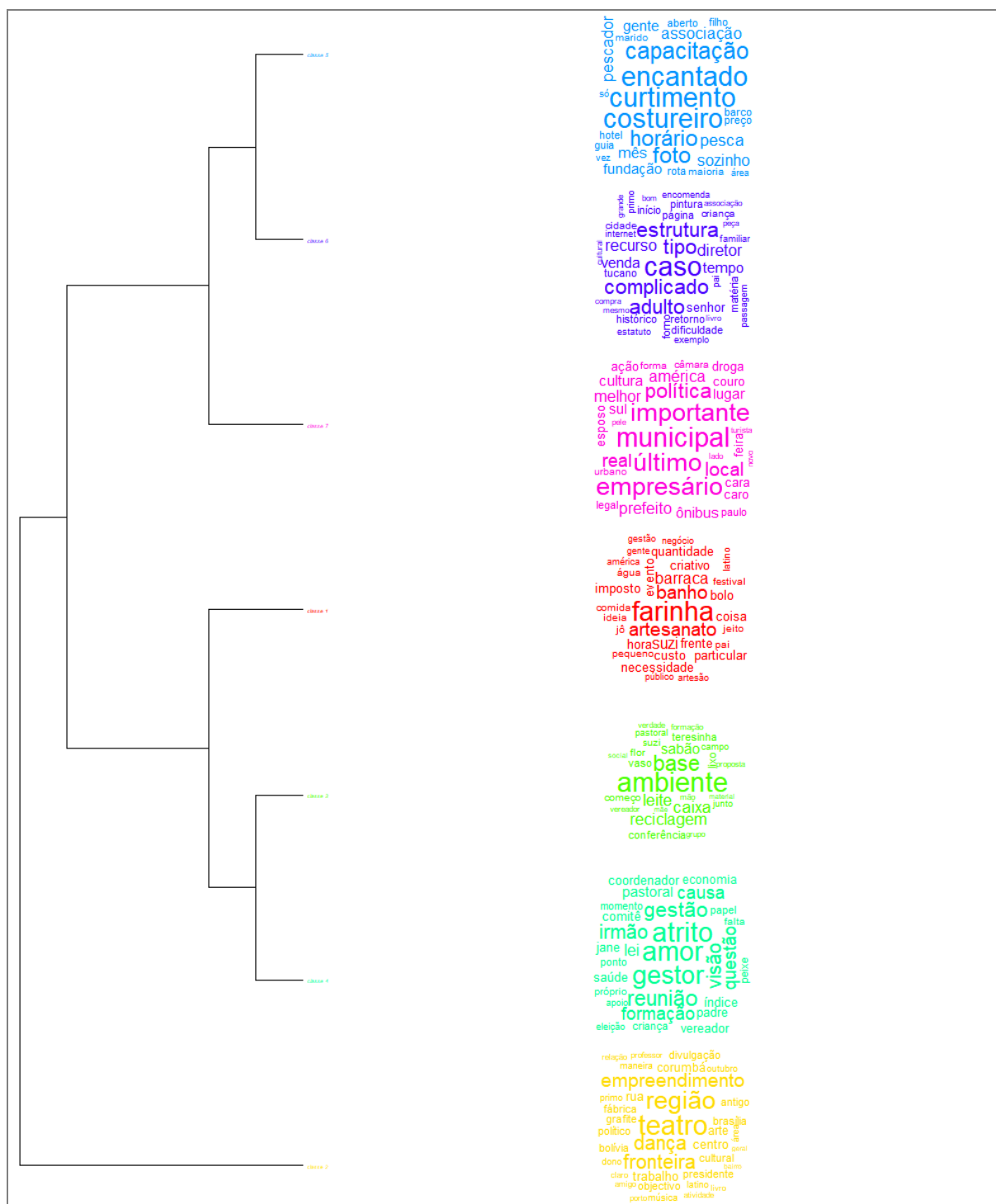


Figura 32 - Dendograma representativo das repartições em classes e nuvem de palavras.

Fonte: Elaborada com base na entrevista por meio do uso do IRAMUTEQ (2018).

O dendograma da figura 32 apresenta as categorias que se tornaram nítidas pelos trechos dos depoimentos anteriormente discutidos na figura 31. Este dendograma permite uma melhor visualização das concentrações por meio das nuvens de palavras para cada classe.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo central analisar as potencialidades de implementação de iniciativas de Turismo de Base Comunitária (TBC) a partir dos Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) no município de Corumbá-MS. Para a consecução da pesquisa foi pesquisado referencial teórico sobre turismo de base comunitária, economia solidária e empreendimentos econômicos solidários para dar sustentação ao tema proposto. Foi apresentada a estrutura metodológica do estudo e a análise dos resultados da pesquisa de campo teve como alicerce a Análise Crítica do Discurso (ACD) e na Análise das Representações Sociais (RS). Foram avaliados quatro Empreendimentos Econômicos Solidários, mencionados ao longo da análise como EES 1, EES 2, EES 3 e EES 4, recomendados pela Prefeitura Municipal de Corumbá. A ACD permitiu ao pesquisador selecionar as categorias discursivas para estabelecer o enfoque das análises, compreendidas por macroestruturas e microestruturas semânticas, consideradas elementos direcionadores para uma análise sobre três estruturas centrais, especificamente para esta pesquisa: turismo, turismo de base comunitária e economia solidária.

Observou-se o forte acomodamento da ACD com os EES. O modelo de análise selecionado assumiu um papel muito peculiar de solidariedade dificilmente encontrado em pesquisas científicas na área de Administração, permitindo o debate sobre as divergências de opiniões e problemas afetando a realidade dos grupos sociais oprimidos, nesta pesquisa, informal e majoritariamente organizados como empreendimentos econômicos solidários. Por meio da análise do discurso dos representantes, comparados e contrastados de acordo com suas vertentes contextuais, observou-se forte semelhança a respeito da maneira como foram gerados, incluindo a origem sociocultural e econômica de seus membros. Percebeu-se também uma concessão sobre os atuais problemas e desafios enfrentados não somente como empreendimentos individuais, mas como um grupo de empreendimentos sem recursos, sem suporte político e em busca de inserção e fortalecimento de suas atividades e relações dentro do histórico município de Corumbá, berço da cultura Pantaneira.

A apresentação e análise dos resultados inicialmente abordou a questão do turismo pesqueiro em Corumbá exaustivamente estudada pelos pesquisadores Banducci Junior (2006) e Paixão (2006) e os indicadores sociodemográficos de Corumbá produzidos pelo IBGE. Foi possível compreender que, por um lado, a inserção do Pantanal do Mato Grosso do Sul no mercado turístico ocorre por meio da atividade de pesca, gerando o maior afluxo de turistas na

região e o volume de divisas no Estado, todavia, por outro lado, evidencia-se que o setor não acompanhou os movimentos contemporâneos que abordam questões de desenvolvimento socioeconômico e de sustentabilidade e, por essa razão, atualmente falha ao manter uma política de turismo inteiramente focada na atividade pesqueira que tão somente envolve agências específicas, interfere nos recursos ambientais escassos e não contribui com a rentabilidade das demais iniciativas e ocupações dentro da comunidade, incluindo os EES discutidos nesta pesquisa. O autor mostrou que o turismo tradicional de Corumbá, com foco na atividade de pesca, influenciou o surgimento de vilas e povoações aos redores dos rios e baías pantaneiras com precariedade de infraestrutura urbana e, em contraste com os índices de desenvolvimento urbano, promovidos pelo setor turístico em outros municípios em território nacional, a política de turismo em Corumbá está na contramão do desenvolvimento regional e comunitário discutido e administrado por governos municipais conscientes sobre as possibilidades de sistematicamente expandir as atividades em prol do empoderamento econômico de membros de comunidades com precariedade infraestrutural, e que, ainda em circunstâncias desafiadoras e fora de seu controle, buscam criar alternativas de trabalho, geração de renda e desenvolvimento econômico comunitário e sustentável, preservando os recursos naturais limitados. Os dados sociodemográficos do IBGE alinharam-se as discussões sobre os problemas que resultam de uma política de turismo com pouca abrangência econômica para as diferentes partes da sociedade, refletindo em somente 19.3% de domicílios com esgotamento sanitário e apenas 15.9% de domicílios com rendimentos mensais de 2.9 salários mínimos, indicando a predominância de pessoas abaixo da linha salarial mínima.

Identificou-se que os quatro EES possuem as seguintes caracterizações: (a) o tempo de existência está entre 6 e 30 anos; (b) todos os EES trabalham com a produção de artesanatos com matéria-prima de origem local; (c) metade dos EES está formalizada; (d) todos os EES alcançam menos de um salário mínimo com a venda dos seus produtos (uma referência aos 37.6% de domicílios em Corumbá com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa); (e) somente o grupo de integrantes do EES 4 tem os resultados das vendas dos artesanatos como principal fonte de renda; (f) uma metade dos EES tem como canal de comercialização feiras, festivais e eventos que ocorrem anual ou pontualmente em Corumbá e a outra metade possui espaços físicos para a comercialização, sendo um destes doado há 30 anos por um membro da sociedade civil corumbaense e o outro mantido pela FCC; (g) somente o EES 4 tinha uma parceria em 2017 estabelecida por meio de um projeto criado por professores do CPAN/UFMS; (h) nenhum dos EES possui participação em projetos do turismo em Corumbá. Esta caracterização, além de contemplar o primeiro objetivo específico

desta pesquisa, evidencia que a maioria dos empreendimentos existe há mais de uma década, são criadas por membros da comunidade e do exterior que acreditam no potencial do município e da região do Pantanal, mas enfrentam desafios semelhantes, especialmente sobre questões de infraestrutura, comercialização, inserção econômica, parcerias estratégicas e participação ativa em questões envolvendo o setor do turismo.

Em relação a polêmica problemática da atual política do turismo em Corumbá, o EES 1, formado em economia solidária, com enfoque na produção de artesanatos e acessórios a partir do couro de peixe e com espaço físico para comercialização, acredita que Corumbá possui um potencial para impulsionar a atividade de produção do empreendimento, contudo, demanda a criação de uma nova rota para o turismo local na qual os turistas sejam educados e direcionados a conhecerem o trabalho do empreendimento, visitarem a CAC e consequentemente contribuam com a economia local e criarem uma relação de troca que envolva as questões culturais e os princípios baseados pelo empreendimento. O modelo de contexto de Van Dijk permitiu analisar que o domínio social do empreendimento é o turismo de pesca desenvolvido pelas agências de turismo e a macro ação é a defesa da necessidade de implementar uma rota turística com foco nos empreendimentos locais; sob os aspectos do turismo, da justiça econômica e do governo, o EES 1 avalia-se fora da atividade do turismo atual e apresentou um discurso em forma de protesto, argumentação e exposição das problemáticas enfrentadas frente ao governo local.

Para o EES 2, formado em economia solidária, composto por mulheres, com enfoque na produção de artesanatos e sem espaço físico permanente, o turismo pode contribuir para a comercialização em pontos turísticos, especialmente de produtos que representam características locais por meio de um maior engajamento de múltiplos agentes governamentais em projetos e ações de longo prazo, sendo a política do TBC uma excelente alternativa. O modelo de contexto de Van Dijk mostrou que o domínio social do empreendimento são as relações políticas na prefeitura municipal e a macro ação é a defesa da importância de oferecer uma política pública em assistência e orientação aos grupos econômicos que emergem das comunidades corumbaenses; sob os aspectos do turismo, da justiça econômica e do governo, observou-se que o ato de fala do EES é uma forma de execução da defesa do empoderamento feminino e este enfrenta problemas estruturais devido a exclusão econômica e as tensões e inconstâncias dos movimentos políticos em Corumbá.

Em relação ao EES 3, formado em economia solidária, com enfoque na produção de artesanato e sem espaço físico para comercialização, o turismo atual não aborda as iniciativas comunitárias e as discussões políticas e partidárias no município resultam no enfraquecimento

dos EES que buscam desenvolvimento e estabilidade. Conforme o modelo de contexto de Van Dijk, apontam-se que o domínio social do empreendimento são as relações políticas e partidárias e a macro ação é a defesa da importância de implementar uma política de turismo em prol do desenvolvimento comunitário; sob os aspectos do turismo, da justiça econômica e social, o ato de fala do EES manifesta-se como uma maneira de exercer a defesa da educação cultural e sua formação de cidadania e empoderamento econômico para artistas à margem da sociedade e membros da comunidade, ao passado em que a ação do governo de acabar com a feira comunitária foi avaliada pelo empreendimento como uma violação dos direitos e condição suficiente para o sucesso do gênero e dos atos de fala na economia solidária.

O EES 4, empreendimento com enfoque na produção de artesanatos a partir da cerâmica, formação de crianças e com espaço próprio para comercialização, o setor do turismo em Corumbá demanda uma rota turística integrada que possa promover a interação entre os visitantes e os empreendimentos da comunidade, de modo a estreitar os laços e promover um verdadeiro senso de troca e reciprocidade. Por fim, o modelo de contexto de Van Dijk mostrou que para o EES 4 o seu domínio social é o turismo centralizado na região do Porto com enfoque na atividade de pesca e a macro ação é a defesa da importância de implementar uma rota turística que promova a sua inclusão econômica e cultural e um relacionamento estreito com os turistas; sob os aspectos do turismo, da justiça econômica e social, o ato de falar sobre educação artística é uma maneira de exercer a defesa da educação cultural para crianças e jovens da comunidade e de proteger a sua herança cultural, por outro lado, a ação do governo de cortar os recursos para a manutenção das atividades do projeto criado pelo empreendimento é definida como uma falta de reconhecimento.

Mediante as questões que afligem os EES e as possibilidades de soluções que variam de acordo com os seus discursos, falas, categorias e palavras evocadas, além da leitura das pesquisas sobre o contexto do turismo pesqueiro em Corumbá, sugere-se, portanto, a implementação do TBC. Os EES clamam pela sua inserção no setor turístico e desejam conjuntamente desenvolver práticas que preservem a cultura local dos seus membros e os coloquem em um patamar de liderança e autonomia para uma gestão mais participativa e inclusiva do setor. Há uma forte possibilidade de aderência e construção prática do TBC por parte dos quatro EES. Os empreendimentos acreditam na oportunidade de inovação, geração de renda e, ao mesmo tempo, de promoção de desenvolvimento sociocultural, isto é, um desenvolvimento que preserve os recursos provenientes do meio ambiente e os patrimônios culturais de uma região ou comunidade. Assim, estas perspectivas contemplam o segundo e

último objetivo específico de avaliar os princípios do TBC e as possibilidades de implementação de iniciativas para o seu desenvolvimento.

Por meio da ACD e dos relatos dos EES, observou-se que há uma deficiência de engajamento político dos EES com o governo local e vice-versa. Ambas as partes, por vezes, esperam por uma ação de iniciativa do outro e não tomam uma ação contundente que possa incitar o necessário diálogo profundo sobre os problemas na comunidade. Identificou-se a necessidade de promoção da capacitação de gestores públicos, com a habilidade de observar atentamente os agentes econômicos que trabalham dentro da própria comunidade, conhecendo seu trabalho de perto, ouvindo suas histórias, demandas, desafios, e, especialmente, buscando uma maneira estratégica de melhor inserção ou integração desses agentes com a atividade do turismo. Além disso, para uma melhor concepção da implementação do TBC, sugere-se a criação de uma rota turista que permita aos visitantes conhecer os patrimônios de Corumbá, os recursos naturais, as atrações locais e o trabalho dos EES, sendo capazes de ter um contato direto com a comunidade local, levando consigo as histórias e cultura da chamada capital do Pantanal. Assim, reforça-se a importância de estabelecer uma política onde os níveis locais e micro de um contexto social sejam integrados de modo que suas próprias estruturas de conhecimentos e relacionamentos sejam consideradas e ajustadas ao processo de reformulação ou desenvolvimento de uma nova política de desenvolvimento turístico local. A exploração de novas possibilidades para a atividade do turismo em comunidades de Corumbá poderia ser um tópico na agenda de discussão dos agentes governamentais sobre como eles podem promover a criação de novos serviços para o setor turístico no município. Essa concepção exige uma avaliação mais aprofundada sobre o contexto regional e local e as suas capacidades a partir de recursos existentes, partindo da própria comunidade.

Por fim, retoma-se a mensagem do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento sobre as medidas necessárias para combater a desigualdade, sendo preciso abordar normas culturais que não reproduzem a desigualdade e fortalecer a agência política dos grupos desfavorecidos, representados nesta pesquisa pelos EES de Corumbá. Assim, sugere-se aos formuladores e gestores de políticas públicas a compreensão de que seus movimentos políticos afligem o contexto destes empreendimentos e, a partir do diálogo, da ação direcionada e do trabalho em conjunto dentro das comunidades do município, será possível dar início ao processo de transformação da atual realidade do setor.

6 REFERÊNCIAS

- AHMAD, J. A.; AZMI, A. Z.; TAN, Z, M. A.; ANUAR, M.S. Comparative analysis of cost and benefits between international and domestic community-based tourism in Malaysia. In: JAMAL, S. A.; RADZI, S. M; SUMARJAN, N; CHIK, C. T.; BAKHTIAR, M. F. S. (Eds.). **Innovation and best practice in hospitality and tourism research: proceedings of the Hospitality & Tourism Conference 2015**. Malacca, Malaysia, n. 2-3, p. 181-184, November, 2015.
- ASKER, S.; BORONYAK, L.; CARRARD, N.; PADDON, M. **Effective community based tourism: A best practice manual**. APEC Tourism Working Group. Brisbane, Australia: Griffith University, QLD, 2010.
- AZAMBUJA, L. R. **Os valores da economia solidária**. Sociologias, Porto Alegre, v. 11, n. 21, p. 282-317, 2009.
- BANDUCCI JÚNIOR, A. **Catadores de iscas e o turismo da pesca no Pantanal Matogrossense**. Campo Grande, MS: UFMS, 2006.
- BERTUCCI, J. O. **A produção de sentido e a construção social da economia solidária**. 2010. 242 f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2010.
- BIANCHI, R. V. The “critical turn” in tourism studies: A radical critique. **Tourism Geographies**, v. 11, n. 4, p. 484- 504, 2009.
- BOONRATANA, R. Community-based tourism in Thailand: The need and justification for an operational definition. **Kasetsart Journal: Social Sciences**, n. 31, p. 280-289, 2010.
- BROHMAN, J. New directions in tourism for third world development. **Annals of Tourism Research**, v. 23, n. 1, p. 48-70, 1996.
- BROWNE, P. L. **The two faces of the social economy**. Paper presented at the Eighth Conference of Canadian Welfare Policy. Saskatchewan: University of Regina, June, 1997.
- CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia**. [online]. Ribeirão Preto, v. 21, n. 2, p. 513-518, dez. 2013. ISSN 1413-389X. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.9788/TP2013.2-16>>. Acesso em: 16 de agosto de 2017.
- CHARTIER, J.-F.; MEUNIER, J.-G. Text mining methods for social representation analysis in Large Corpora. **Papers on Social Representations**, v. 20, n. 37, p. 1-47, 2011.
- CHOK, S.; MACBETH, J.; WARREN, C. Tourism as a tool for poverty alleviation: A critical analysis of “Pro-poor tourism” and implications for sustainability. **Current Issues in**

Tourism, v. 10, n. 2, 3, p. 144-165, 2007. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.2167/cit303>>. Acesso em: 10 de abril de 2017.

CLARK, H. Foreword. In: UNDP. United Nations Development Programme. **Humanity divided: Confronting inequality in developing countries**. New York: United Nations Development Programme, p. XI-XII, 2013.

COHEN, E.; COHEN, S. A. Current sociological theories and issues in tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 39, n. 4, p. 2177-2202, 2012. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.009>>. Acesso em: 10 de maio de 2017.

COLE, S.; MORGAN, N. Introduction: Tourism and inequalities. In: S. COLE; N. MORGAN (Eds.). **Tourism and inequality: Problems and prospects**, p. xv-xxiii, CABI, Oxford, 2010.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COOPER, D.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman Companhia, 2003.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Tradução Magda Lopes. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DIAS, D. S.; SILVA, M. F. **Como escrever uma monografia: manual de elaboração com exemplos e exercícios**. São Paulo: Atlas, 2010.

FLETCHER, R. Sustaining tourism, sustaining capitalism? The tourism industry's role in global capitalist expansion. **Tourism Geographies**, v. 3, n. 3, p. 443-461, 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2011.570372>>. Acesso em: 04 de maio de 2017.

GAIGER, L. I. A economia solidária e a revitalização do paradigma cooperativo. **Rev. Bras. Ciên. Soc. [online]**, v. 28, n. 82, p.211-228, 2013. ISSN 0102-6909. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69092013000200013>>. Acesso em: 05 de junho de 2017.

GAIGER, L. I. A economia solidária na contramarcha da pobreza. **Sociologia, Problemas e Práticas [Online]**, 2015. Disponível em: <<http://journals.openedition.org/spp/2221>>. Acesso em: 01 de junho de 2017.

GEERTZ, C. **Local Knowledge**. USA: Basic Books, 1983.

GIAMPICCOLI, A. Community-based tourism: Origins and present trends. **African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance**, v. 21, n. 2, p. 675-687, 2015.

GIAMPICCOLI, A.; JUGMOHAN, S.; MTAPURI, O. Community-based tourism in rich and poor countries: Towards a framework for comparison. **African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance**, v. 21, n. 4-1, p. 1200-1216, 2015.

GIAMPICCOLI, A.; MTAPURI, O. Between theory and practice: A conceptualization of community based tourism and community participation. **Loyola Journal of Social Sciences XXIX**, v. 29, n. 1, p. 27-52, 2015.

GIAMPICCOLI, A.; MTAPURI, O. Community-based tourism: An exploration of the concept(s) from a political perspective. **Tourism Review International**, v. 16, p. 1, p. 29-43, 2012. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.3727/154427212X13431568321500>>. Acesso em: 18 de abril de 2017.

GIAMPICCOLI, A.; SAAYMAN, M.; JUGMOHAN, S. Developing community-based tourism in South Africa: Addressing the missing link. **African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance**, v. 20, n. 3-2, p. 1139-1161, 2014.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODBOUT, J. **Le don, la dette et l'identité: L'homo donator vs homo oeconomicus**. Paris: La Découverte, 2000.

HALL, C. M.; LEW, A. A. **Sustainable tourism**. A Geographical perspective. London/New York: Longman, 1997.

HAMZAH, A.; KHALIFAH, Z. **Handbook on community based tourism: How to develop and sustain CBT**, Asia-Pacific Economic Cooperation Secretariat. Singapore: Kuala Lumpur, 2009.

HIGGINS-DESBIOLLES, F. Justice tourism and alternative globalization. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 16, n. 3, p. 345-364, 2008. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/09669580802154132>>. Acesso em: 18 de maio de 2017.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Censo 2010 - população. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/corumba>>. Acesso em: 20 maio. 2018.

KINYONDO, A.; PELIZZO, R. Tourism, development and inequality: The case of Tanzania. **Poverty & Public Policy**, v. 7, n. 1, p. 64-79, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1002/pop4.92>>. Acesso em: 13 de março de 2017.

KONTOGEOURGOPOULOS, N.; CHURYEN, A.; DUANGSAENG, V. Success factors in community-based tourism in Thailand: The role of luck, external support, and local leadership. **Tourism Planning and Development**, v. 11, n. 1, p. 106-124, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/21568316.2013.852991>>. Acesso em: 14 de março de 2017.

LADEIA, C. R.; CARVALHO, A. M. R.; FARIA, P. B. Planejamento estratégico: ferramenta para o desenvolvimento dos empreendimentos econômicos solidários. In: ZANIN, M.; GUTIERREZ, R. F. (Orgs.). **Economia solidária: tecnologias em reciclagem de resíduos para geração de trabalho e renda**. São Carlos: Claraluz, v. 1, 2009.

LAHLOU, S. Text mining methods: An answer to Chartier and Meunier. **Papers on Social Representations**, v. 20, n. 38, p. 1-7, 2012.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

LECHAT, N. M. P.; BARCELOS, E. S. Autogestão: desafios políticos e metodológicos na incubação de empreendimentos econômicos solidários. **Revista Katalysis**, v. 11, n. 1, p. 96-104, 2008.

LEITE, M. S. M. **Organização do Trabalho na Polícia Rodoviária Federal**: estudo de caso da jornada de trabalho na Superintendência Regional no Estado de Mato Grosso do Sul. 2018. 135 f. Trabalho de Conclusão Final (Mestrado Profissional em Administração Pública) - Programa de Pós-Graduação strictu sensu em Administração. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), 2018.

LOIZOS CHRISTOU, D. R. Is it possible to combine mass tourism with alternative forms of tourism: The case of Spain, Greece, Slovenia and Croatia. **Journal of Business Administration Online**, 2012. Disponível em: <http://www.atu.edu/jbao/spring2012/is_it_possible_to_combine.pdf>. Acesso em: 16 de março de 2017.

LÓPEZ-GUZMÁN, T.; SÁNCHEZ-CAÑIZARES, S.; PAVÓN, V. Community-based tourism in developing countries: A case study. **Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism**, v. 6, n. 1, p. 69-84, 2011.

MALDONADO, C. Turismo Rural Comunitário en América Latina: las experiencias de REDTURS. In: MIELKE, E. J. C. **Desenvolvimento Turístico de Base Comunitária**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2009.

MANCE, E. Solidarity Economy. **Solidarius**: Fórum Brasileiro de Economia Solidária, dezembro, 2011. Disponível em: <http://solidarius.com.br/mance/biblioteca/solidarity_economy.pdf>. Acesso em: 03 de outubro de 2017.

MARCHAND, P.; RATINAUD, P. L'analyse de similitude appliquee aux corpus textuelles: les primaires socialistes pour l'election présidentielle française. In: **Actes des 11eme Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles**. Liège, Belgique: JADT, 2012. p. 687-699.

MITCHELL, J.; MUCKOSY, P. A misguided quest: community-based tourism in Latin America. **Overseas Development Institute**, p. 102-103, 2008.

MORIN, E. **O problema epistemológico da complexidade**. Lisboa: Europa-América, 1983.

MOSCARDO, G. Building community capacity for tourism development: Conclusion. In: MOSCARDO, G. (Ed.), **Building community capacity for tourism development**. Wallingford: CAB International, 2008. p. 172-179.

MOSCOVICI, S. Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história. In: JODELET, D. (Org.). **As representações sociais**. Tradução: L. Ulup. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001. p. 45-66.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

MOULAERT, F.; AILENEI, O. Social Economy, Third Sector and Solidarity Relations: A Conceptual Synthesis from History to Present. **Urban Studies**, n. 42, v. 11, 2005, p. 2037-2053.

MTAPURI, O.; GIAMPICCOLI, A.; JUGMOHAN, S. Community-based tourism affinity index: A visitor's approach. **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**, v. 4, n. 3, p. 1-13, 2015.

PADILHA, M. I. C. S. et al. A responsabilidade do pesquisador ou sobre o que dizemos acerca da ética em pesquisa. **Texto Contexto Enferm.**, v. 14, n. 1, p. 96-105, 2005.

PAIXÃO, R. O. **Globalização, turismo de fronteira, identidade e planejamento da região internacional de Corumbá/MS**. 2006. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

PLEUMARON, A. **Community-based ecotourism: Miracle or menace?** Paper presented at the IYE Regional Conference on Community-Based Ecotourism in Southeast Asia, Chiang Mai, 3-7th March, 2002.

POCHMANN, M. Economia solidária no Brasil: possibilidades e limites. **Boletim de Mercado de Trabalho** - conjuntura e análise, n. 24, Ago., p. 23-34 2004. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/5249/1/bmt_n.24_economiasoli.pdf>. Acesso em: 20 de setembro de 2018.

POTTER, J.; WETHERELL, M. **Discourse and social psychology**. London, England: Sage, 1987.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Relatório anual PNUD Brasil 2017**. Disponível em: <<http://www.br.undp.org/content/dam/brazil/docs/publicacoes/relatorio-anual-pnud-brasil-2017.pdf>>. Acesso em: 10 de junho de 2018.

PULIDO-FERNÁNDEZ, J.I.; LÓPEZ-SÁNCHEZ, Y. Tourism: Analysis of a global phenomenon from a perspective of sustainability. In: P. PACHURA (ed.). **The systemic**

dimension of globalization, p. 267-288, 2011. Disponível em:

<<http://cdn.intechopen.com/pdfs-wm/17426.pdf>>. Acesso em: 19 de abril de 2017.

QUEIROZ, M. I. P. **Variações sobre a técnica de gravador no registro da informação viva**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1991. (Biblioteca básica de ciências sociais. Série 2. Textos; v. 7)

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SAAYMAN, M.; GIAMPICCOLI, A. Community-based and pro-poor tourism: Initial assessment of their relation to community development. **European Journal of Tourism Research**, n. 12, p. 145-190, Spring, 2016.

SAGUIER, M.; BRENT, Z. Social and Solidarity Economy in South American regional governance. **Global Social Policy**, v. 17, Issue 3, p. 259 -278, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1468018116686921>>. Acesso em: 24 de novembro de 2017

SCHEYVENS, R. **Tourism for development**: Empowering Communities. Harlow, UK: Prentice Hall, 2002.

SCHILCHER, D. Growth versus equity: The continuum of Pro-Poor Tourism and neoliberal governance. **Current Issues in Tourism**, v. 10, n. 2, p. 166-193, 2007.

SCOTT, D.; GÖSSLING, S. What could the next 40 years hold for global tourism? **Tourism Recreation Research**, v. 40, n. 3, p. 269-285, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/02508281.2015.1075739>>. Acesso em: 02 de maio de 2017.

SINGER, P. Economia solidária: um modo de produção e distribuição. In: SINGER, P.; SOUZA, A. R. (Org.). **A economia solidária no Brasil**: a autogestão como resposta ao desemprego. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

SINGER, P. I. A recente ressurreição da economia solidária no Brasil. In: SANTOS, B. S. (Org.). **Produzir para viver**: os caminhos da produção não capitalista. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SINGER, P. O desafio é criar cadeias solidárias. In: MELLO, C.; STREIT, J.; ROVAI, R. (Orgs.). **Geração de trabalho e renda, economia solidária e desenvolvimento local**: a contribuição da Fundação Banco do Brasil. São Paulo: Publisher Brasil, 2006.

SOUSA, D. N. Reestruturação capitalista e trabalho: notas críticas acerca da economia solidária. **Rev. Katál.**, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 53-60, 2008.

SOUZA, A. R. (Org.). **A economia solidária no Brasil**: a autogestão como resposta ao desemprego. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

SPINK, M. J. P. Pessoa, indivíduo e sujeito: notas sobre efeitos discursivos de opções conceituais. In: SPINK, M. J. P.; FIGUEIREDO, P.; BRASILINO, J. (Org.). **Psicologia social e personalidade**. Rio de Janeiro: Biblioteca Virtual de Ciências Humanas do Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2011. p. 1-22.

SPINK, M. J. P. Trópicos do discurso sobre risco: risco-aventura como metáfora na modernidade tardia. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, n. 17, v. 6, p. 1277-1311, nov-dez, 2001.

TIMOTHY, D. J. Participatory planning a view of tourism in Indonesia. **Annals of Tourism Research**, v. 6, n. 2, p. 371-391, 1999.

UNITED NATIONS (UN). Inequality matters: **Report of the world social situation**. United Nations. New York, 2013. Disponível em: <<http://www.un.org/esa/socdev/documents/reports/InequalityMatters.pdf>>. Acesso em: 14 de abril de 2017.

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME (UNDP). **Humanity divided: Confronting inequality in developing countries**. United Nations Development Programme, New York, 2013. Disponível em: <https://www.undp.org/content/dam/undp/library/Poverty%20Reduction/Inclusive%20development/Humanity%20Divided/HumanityDivided_Full-Report.pdf>. Acesso em: 12 de abril de 2017.

UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANISATION (UNWTO). **UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition**. July 2017. July 2017. ISBN: 978-92-844-1901-2. Disponível em: <<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419029>>. Acesso em: 16 de abril de 2017.

VAN DIJK, T. A. **Communicating racism: Ethnic prejudice in thought and talk**. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1987.

VAN DIJK, T. A. **Elite discourse and racism**. Newbury Park, Calif.: Sage Publications, 1993.

VAN DIJK, T. A. **Ideology: A multidisciplinary approach**. London: Sage Publications, 1998.

VAN DIJK, T. A. **Macrostructures: An interdisciplinary study of global structures in discourse, interaction, and cognition**. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1980.

VAN DIJK, T. A. **Prejudice in discourse: An analysis of ethnic prejudice in cognition and conversation**. Amsterdam, Philadelphia: J. Benjamins, 1984.

VAN DIJK, T. A. **Racism and the press**. London; New York: Routledge, 1991.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2006.

WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL (WTTC). **Tourism for tomorrow**: Position paper, 2013. Disponível em: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/mission/tourism%20for%20tomorrow%20-%20final_rgb.pdf>. Acesso em: 19 de abril de 2017.

ZAOUAL, H. **Nova economia de iniciativas locais**: uma introdução ao pensamento pós-global. Rio de Janeiro: DP&A: Consulado Geral da França: COPPE/UFRJ, 2006.

APÊNDICES

APÊNDICE A
ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADO AOS GESTORES DOS EES

BLOCO A - CARACTERIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Nome do empreendimento:

Local de atuação:

Natureza do grupo (podemos solicitar o estatuto/contrato social):

a) Associação (nome):

b) Cooperativa (nome):

c) Núcleo/grupo de produção:

d) Outra natureza (nome):

Natureza da atividade:

a) Produção. Especificar a atividade:

b) Serviço. Especificar a atividade:

c) Comércio. Especificar a atividade:

- 1 O que motivou a criação do empreendimento? Como foi esse processo?
2. Qual é o tempo de existência do empreendimento e qual a condição dele: formal ou informal?
3. Quais são os principais produtos e/ou serviços oferecidos?
4. Quais são as principais atividades do empreendimento e qual é o nível de importância para a atividade local do turismo?

BLOCO B - GESTÃO (administração, pessoas, comercialização e aspectos financeiros/econômicos)

5. Como se dá o funcionamento administrativo do empreendimento (diretoria, coordenação, etc.)? E quais são as instâncias de decisão?
6. Quantas pessoas fazem parte do negócio? Qual é o perfil dos membros do negócio?
7. De que maneira tem sido feita a remuneração de cada membro do empreendimento? Qual é o rendimento médio por membro?
8. O empreendimento já buscou algum recurso financeiro de origem privada (crédito, financiamento) ou pública (programas de transferência de renda)? Se sim, de que forma foi a busca e como tem sido utilizado o recurso?
9. A fonte de renda regular é exclusivamente da venda/comercialização de produtos e/ou serviços ou existe outra fonte regular? Se sim, qual?
10. Como, onde e de que forma se dá a comercialização dos seus produtos? Atinge público local, regional, nacional e/ou internacional?
11. Como se dá a participação do empreendimento em fóruns coletivos para decisões políticas?

BLOCO C - ASPECTOS CULTURAIS

12. De que forma a matéria-prima é consumida? É da localidade? Faz parte da cultura local?
13. Você acha que o seu empreendimento é pertencente ao território? Você mantém seus traços culturais e orgulha-se de mostrá-los?

BLOCO D - TURISMO

14. A atual atividade turística de Corumbá-MS tem influência no empreendimento? De que forma?

15. O que falta fazer como política pública em relação ao turismo para melhorar o negócio?
16. Qual é o grau de participação do empreendimento em projetos turísticos no município?
17. De que forma o seu empreendimento poderia participar mais efetivamente no setor do turismo?
18. O empreendimento tem alguma relação com prestadores de serviço ligado ao turismo? Com qual setor e de que forma? Está satisfeito com esse tipo de relacionamento? O que poderia melhorar?
19. Existe algum impacto negativo da atividade turística para a comunidade? Se sim, quais?
20. A população mostra-se satisfeita com os impactos sociais, econômicos e ambientais da atividade do turismo local? De que maneira? Quais os principais impactos?
21. O empreendimento recebe alguma orientação ou informações sobre maneiras de inserção do mercado, melhorias na produção e obtenção de recursos? De quem recebe e qual o tipo de orientação/informação?
22. Você vê o empreendimento dependente de outras partes interessadas, dominado ou vulnerável? Quem são as partes interessadas?

BLOCO E – NEGÓCIO

23. Quem são seus principais parceiros e qual a contribuição deles para o desenvolvimento do seu negócio?
24. Qual mudança o seu negócio promoveu na comunidade? O que seu negócio trouxe de benefício social?
25. Quais são os resultados/impactos sociais, ambientais e econômicos que seu negócio oferece para a comunidade?

APÊNDICE B

DIÁRIO DE CAMPO

Corumbá, 19 de Abril de 2017. EES 1 (Casa do artesão). Joana. Produtos a partir do couro do peixe. Associação de produção. Capacitação na área de curtimento, 2000 e 2001. De 2002 a 2003, informal. 2003 formal. Produtos: curtimento, costura. Peças: carteiras, bolsas, bijuterias. Gerar renda. Casa do artesão não é rota turística. Comercialização pelo FB (baixo). Transformar em Rota Turística. Presidente Vice Tesoureira. Decisão em conjunto. Cinco pessoas (seis assumindo). Mulheres, família de pesca, simpatia com o peixe. Remuneração / para associação, distribuição por hora de trabalho. R\$ 500,00 (nunca conseguiu SM?). Não financiamento privado. Sem financiamento por Projeto FIC, 5.000 em 2016 para produção. Renda a partir da comercialização/venda. Venda em feiras na estrada e feiras do estado (feira de EcoSol, MDA, Fernata, Festival América do Sul - Conselho Curador Cultura das Mulheres. Matéria prima comprada no frigorífico a cultura local é comer peixe com pele - Toledo-PR Itaporá-MS - traços culturais - produtos da nossa casa.

Já comercializou na Central Ecosol em CG (30%). O turismo praticado poderia auxiliar? Não se sabe... Turista quer ver, já viram o curtimento / tangimento (experiência). Políticas / turismo prefeitura demonstra se interessar. Ver Serginho Groisman. Projetos de turismo - não participam. Não vende em Hotel/Agência/Barco-Hotel. Turista leva muito peixe nosso. Problema de pessoas para comercializar. Recursos através de projeto investiriam no negócio. Pode público poderia dar passagem. Dificuldade de manter as pessoas poderia ter um fundo para ajudar \$. A população não se mostra satisfeita, reclama de tudo. Orientação/Informação quando teve WWF. Mulheres saindo de casa, do forno e fogão, tendo que gerir um negócio. Não se sentem dependentes. Parceiros - Prefeitura (espaço), ano passado-convênio, cedência do local. No auge beneficiou o comércio local com a compra de matéria-prima. Quando viajam levam o nome da cidade. Autoestima, depressão, mulheres sozinhas em casa + segurança, desleixada, "sou uma pessoa pública agora, não posso sair de qualquer jeito". Um carro agitaria a comercialização de produtos. Reconhecimento da população.

Grupo EES 3. Jamil. EES 3 nasceu em Fev 2012. Vários grupos de atividades culturais. Reunir os grupos. Fábrica Artística Cultural Latino Americana (EES 3). Não está institucionalizado, não tem estatuto. Despertando a arte de modo geral. Atuam desde 2008. Produtos: artesanato, grafite (Gabriel), pintura em tela (Anibal), teatro, música, poesia, artesanato. Decisões em reuniões. Aníbal (argentino) desde 1997 tem atividades de teatro

(aula) Grupo Argos de Teatro. EES 3 tem 15 pessoas. Remuneração individual (não coletiva). O EES 3 nasce dos encontros a partir do lançamento de um livro de um autor analfabeto- a maioria deles se envolveu neste processo. Comercialização regional não tem estrutura pra ter os produtos em feiras e eventos. Escultura de material reciclável. Madeira. Projeto MS Solidário. Turismo: EES 3 acha importante a organização de feiras. Identidade representada por meio da imagem. Turismo de pesca, eventos feiras, turismo histórico. Não foi chamado para discutir Turismo. Proposta do Coletivo para poder público e turismo. Corumbaenses, Ladarenses não conhecem o Pantanal. "Como vai amar? Como vai defender? Algo que você não conhece?" Anibal. Não fazer parte do Conselhos Municipais. Impacto? Poder Público deveria criar Escolas de Arte - jovens aprenderiam alguma arte. "Mas nós estamos fazendo arte com nossas próprias mãos". Sesc da 13. Pista de Skate. Maizon Evita.

Muitas mães precisam de um complemento de renda. Reunião "O que sabe trazer?" Costura, bordado, vagonita.... Cada um faz uma coisa. 15 mulheres. Escola Dom Bosco dá os materiais, Padre Ernesto Jacita, Projeto Social. Um ano. Bordado em fita, vagonite, feltro, chaveiro de missanga. Instrutora. Projeto para vender na feira e em lojinhas de artesano. Venda em feiras e festas. Turismo é bom "tem como ampliar o seu negócio porque estamos parados naquilo. Se não tem freguesia não tem como vender". Procura na internet. Não tem apoio do poder público. Como ampliar? Lugar mais amplo (costura em casa). Produção + Máquinas + Venda pela escolha. Não teve curso de formação solidária e nem da Assistente Social.

Cidade Dom Bosco. Delair. Prefeitura reconhece o Clube de Mães como EcoSol. Lindinalva. Objetivo da cidade, crianças, jovens, família. Perfil socioeconômico. Bolsa família. --- Leila. "Caminhar com as próprias pernas". Criar vínculos. Cursos para mãos, adolescentes. Inglês/Espanhol, oitinho, eva, prisangas. Dão material. "Eu ganho sempre, o que eu ganho não valorizo". SEBRAE a mãe ter CNPJ. SemiEster Sinos. Sem apoio. Eventos, barracas, feiras.

EES 2. Suzi Ester Suave. Andreia Monteiro Alves. Joice Rosana. Formação de Ecosol. Princípios, Central de Comercialização de Economia Solidária. "A gente no dinheiro, mas não é isto". A. Pastoral 2003. EES 2 - CRAS - Formação Zilma e Terezinhas 2010. 5 pessoas. Artesano. "Nem todo é só \$, nem tudo são só vendas" J. Proposta de Qualidade de Vida. "O Capitalismo é mais forte" J. Conselho de Saúde J. Conselho de Cultura "Arminto". Festival de América Latina / Eventos da cidade. "O legal é a gente trabalhar em conjunto".

Moinho Cultural (música para tecnologia). Aleksander. Escola de Formação. ONG (nasceu no 3o setor e agora está no setor 2,5). Tecnologia. Programa de inclusão digital, formação, inovação, empreendedora. Público - condição socioeconômica de vulnerabilidade. Gratuito. Orquestra do Moinho. Cia de Dança do Par Vila Beira Rio. Ambiente empreendedor. Start up. Bazar da beira. Bazar movimento empreender. Márcia. Era programa sociocultural do Instituto Homem Pantaneiro 2002. Consultoria Ashoka MacKinsey, 2002. Separação. Instituto Moinho Cultural. Transformar em Hub. Ser reconhecido como centrocultural. "A gente quer ser prestador de serviços". Proteger é Preciso - o caminho para 2,5. Conselho Estadual da Criar e Adolescer. "Ganhamos corpo como Instituto Social ou Hub". Participam de uma série de Conselhos Municipais. Turismo ainda de pesca "não somos visitas como potencial, não estamos na cadeia do turismo. Corumbá, Pantanal tem que ser vendido como turismo". Carnaval de Festival América do Sul. Moinho Aparece. Quebra torto - café da manhã pantaneiro - pessoa com fome. Quebra-torto com letras - lançamento de Livros Turismo Cultural.

Turismo Perspectiva - Quinta Cultural. Boliche Cultural com doces e comidas. Bolsas de Malésre. Se reunir com trade turismo e stakeholders. Quinta - dia de buxo chegando e turistas chegando. Apresentou para o SESC que tem viola caipira, mas tem que pagar cachê para a campanha de dança. 3907 5437 Jane Couto.

EES 4. 4 de outubro 1982. Ocupação para crianças. 2 senhoras ofereceram mesa de cerâmica repassaram para comunidade. Fauna e flora pantaneira na cerâmica. 8 pessoas. Orientação básica. Turismo reduziu (aeroporto barco aeroporto). 8-% de produtor. 20% região. Comercialização - no local, Bonito, Campo Grande. Festival América do Sul. Era do Conselho MS Assis. Turismo influência - Prefeitura apresenta aos turistas graças a um cadastro. SEBRAE, Universidade, FB e divulgação. UFMS Roosiley. Enilson de Campos. 9 9941 8715.

Meninas que Fazem Arte - Economia Solidária. Bruna. Reunião de meninas produção de artesanatos, expor para conseguir renda. Zilma... 6 meninas. Mulheres, mães (aberto a adolescente). Grupo informal - está claro que é uma rede solidária. Primeiro contato em dezembro 2014/15. Produtos: pérolas em chaveiro, tocas de averes com poemas. Turismo não de vincula (prostituição e pesca). Falta formação empreendedora. Mas tem formação em Economia Solidária. Benefício social = vínculo. Ambiental = Reutilização de materiais. Preocupação = manter o grupo.

ANEXO

TRANSCRIÇÕES DAS ENTREVISTAS

**** Entrevista_Amor_Peixe

Associação de produção

Recebemos a capacitação na área do curtimento em 2001, já foi a segunda porque não pegamos a primeira. Foi trazida essa capacitação para nós pela Marlene Barbosa, que é uma filha de pescadores de Coxim. Em 2000 ela capacitou 40 alunos e em 2001 80, nessa turma a gente entrou. Tinha bastante gente da época de pescadores. Ela capacitou e já na capacitação, ela foi semeando a ideia da associação porque ela já tinha montado em Coxim. Ela veio de Coxim. Ela deu a ideia e eu achei muito interessante porque era uma material que pelo cheiro forte, eu fiquei muito encantada depois de ver que curtiu e mudou totalmente que podia fazer tanta coisa, ainda mais eu que na minha casa nunca gostei de fazer peixe. Eu sou filha de pescador, meu marido é pescador, mas eu não gostava de fazer peixe por causa do cheiro. E de repente eu vi que isso se transforma e eu me encantei. Era uma novidade e assim formamos a associação.

Ficamos um ano informal. De 2002 a 2003, o ano que ela foi fundada com CNPJ e tudo, foi registrada. Desde de 2003 pra agora são 13 anos, 14 anos.

Aqui fazemos a parte do curtimento e da costura, são os principais. Fomos tirando as coisas que não tinha saído e hoje o que tem aí é o que sai. Carteiras são as que mais saem. Depois tem as bolsas, as tira colo, bijuterias, mas tudo o que tem aí sai.

Primeiro gerar renda aqui pra gente em geral. Não só a gente, tem outros artesão também. O problema é que a Casa do Artesão não é a rota turística, vem pouco turista aqui, alguns só, que os guias turísticos da pesca os trazem, mas eles vem aqui e só olham e não compram não. Então a gente tem que correr atrás de feiras, às vezes vende pela internet, pelo Facebook.

A comercialização pela internet ultimamente não tem dado certo. Esses dias foi uma lojista que comprou, pessoal que vende em lojas, que vieram uma vez pela Fundação de Cultura pra

ver, essa foi uma venda direta. Pelo telefone a pessoa liga e manda email, que viu a gente em algum lugar. Agora mando foto pelo WhatsApp, aí eles escolhem e a gente coloca nos Correios e eles retiram. Já foi Rio, São Paulo, Belo Horizonte, são vários lugares.

Se investir é uma coisa que funciona bem esse mercado aí?

Por isso que até hoje a gente não desistiu porque teve uma época que a gente estava bombando aqui, tinha 13-14 mulheres, 6-7 costureiras, então a gente ia em feiras e conseguia 8-10 mil reais em produtos, hoje em dia a gente fica só lembrando.

Aqui não é uma rota turística. A maior parte dos turistas que vem aqui é para pescar. E ele não compra muito. Esse tipo de turismo não beneficia em nada a produção aqui do empreendimento. Como você acha que melhoraria o empreendimento de vocês para a atividade do turismo? Vocês tem alguma ideia?

Se a gente fosse ficar aqui mesmo. Primeira coisa seria reformar esse lugar e fazer isso aqui virar uma rota turística. Todos os turistas que vem não só os pescadores, porque isso aqui enche os olhos dos turistas. As pessoas que moram aqui, hoje até que elas aprenderam, tem até bastante gente que compra, mas é pouco. Gente de fora fica encantada.

Temos uma diretoria composta de presidente, vice-presidente, secretária, tesoureira e fiscal. Tá defasado agora. Tá com presidente, vice-presidente e segundo tesoureiro.

As decisões são tomadas em conjunto. Foi a capacitação que a gente recebeu... Eu não posso tomar decisão nenhuma sozinha. Tem que consultar o grupo, se a maioria concordar tudo bem, a maioria decide, tudo em conjunto.

Tem 5 pessoas afastadas e nós 3 aqui dentro. Uma foi ganhar neném agora. Na verdade são 6 só. As afastadas estão paradas em casa. Porque para vir para cá tem que ter passagem, elas moram longe, aí ficar vindo, deixar passagem e não receber nada. Aí não tem como e elas preferem ficar em casa.

Esse é um dado importante. Vocês moram longe. Na beira do rio, mais próximo do rio, ou não?

Até que é mais próximo, mas nossos bairros até que não é tão longe.

Mas para vocês virem pra cá vocês precisam de ônibus, certo?

Eu desço de carona com a minha nora, ela desce pra escola, ela já desce eu já venho e já fico. Na volta, às vezes eu vou de ônibus, mas precisa de condução, todo mundo que vem aqui.

Somos tudo família de pesca. Já vivemos da pesca e simpatiza com a pesca e o peixe que tá aqui. Tem que gostar porque não tem como ficar cheirando peixe. São só mulheres.

Remuneração. Puxa quando tinha... Ultimamente nada. É tudo o que vende né. Tira uma porcentagem pra associação e o resto é distribuído por horas trabalhadas. Tem o livro de ponto que a gente anota o horário de entrada e saída. E por ali você calcula.

Quando estava em alta o rendimento era uns R\$500,00 por membro. A gente nunca conseguiu um salário mínimo mensal aqui, não dá.

Recurso financeiro

Só projetos. A gente participava da Vale comunidade participativa e do FIC Pantanal, um fundo de investimento cultural. Eles abriram desde o ano passado. A gente conseguiu no ano passado 5 mil, esse ano tá aberto de novo. Edital da Fundação de Cultura do município.

No edital passado o que foi feito com os 5 mil?

Foram comprados insumos: pele, produtos, aviamentos para a produção. Agora estamos pensando em tentar novamente. Estamos precisando bastante de aviamentos.

Precisam de pessoas para uma linha de produção para a comercialização?

Isso. Porque ninguém quer chegar aqui, ficar um mês, dois meses, às vezes sem receber nada. Ainda mais depois dessa crise toda. Nessa crise foi todo mundo saindo, ninguém aguentou.

Fonte de recurso somente pela venda porque quando a gente consegue esses recursos tudo é investido aqui mesmo. O que a gente ganha é só da venda mesmo.

Comercialização

A gente vende em feiras. Ultimamente a gente não tá indo, mas era em feiras. Em todo lugar, do estado e fora do estado. Principalmente fora do estado é o que mais vende, São Paulo e Rio de Janeiro vende muito.

Que tipo de feira vocês iam em SP e RJ?

Feira da Economia Solidária, a gente foi bastante. Do MDA - desenvolvimento agrário - na época tinha a FENAFRA, que era a melhor que tinha. As últimas duas que teve foram no Rio. A feira era de cinco dias e acabou no terceiro dia por causa de um acidente. E nesses três dias a gente tinha conseguido vender quase 6 mil reais. Todo mundo que passava falava que a gente ia conseguir vender tudo, ainda nos dias principais, sábado e domingo. Foi na sexta-feira que aconteceu o acidente. Aí depois disso não teve mais. Era muito boa essa feira.

E no Festival América do Sul. Como que é?

Teve aquela vez que a gente participou com vocês, depois disso, no ano passado a gente passou junto com o pessoal da Fundação da Cultura, mas não vendeu nada, muito pouco. Aqui não tem saída.

Quer dizer que onde pega são feiras fora do estado, porque a população, mesmo os turistas que vem do MS não se interessam? Aham, não se interessam.

Eu tô no Conselho Curador da Prefeitura Municipal. Aí a gente participava também do Conselho da Cultura, do Conselho das Mulheres, mas aí foram saindo as mulheres, mas a gente participava de uns quatro conselho pelo menos, cada uma ia para um. Eu que ainda tô lá na prefeitura, mas não até quando.

A gente compra as peles de fora, do frigorífico. Daqui a gente até usa, mas é muito pouco porque se a gente fosse comprar teria que ser o peixe inteiro porque a cultura local é comer o peixe com o couro, então não dá para comprar o peixe inteiro, pois vamos fazer o que com a carne? Algumas peles que nossos maridos pescam a gente traz, mas é difícil, pois quando tem sai tudo, geralmente é de piranha, fica muito bonita a pela. Então a gente precisa comprar porque fica mais viável.

Vocês compram geralmente aonde aqui no estado? Frigorífico?

Bem no início a gente comprava do Maniterra, depois a gente perdeu o contato e compramos de Toledo, PR, até que o mercado Quadro trouxe pra gente porque agora a gente também não acha transportadora pra trazer. Aí eles trouxeram uma remessa de 100 quilos. Agora a gente conseguiu de novo do Maniterra. Eles queriam 2,90 mas eu consegui a 1,20 o quilo de couro, mas antigamente a gente comprava a 4,20.

Maniterra fica em Itaporã, só que essas que a gente comprou vieram de São Paulo. Eles trouxeram para Campo Grande e de lá a universidade, a Miriam, conseguiu e trouxe pra gente, foi 1000 e 1100 quilos. Agora a gente tem um monte de pele e agora com a reforma vão mexer no telhado, não vai dar pra gente mexer também.

Com certeza. A gente fica muito muito feliz quando as pessoas vem, compram nossas coisas e leva. É a cara nossa. O outro prefeito falava que o nosso artesanato é o que representa Corumbá, embora não seja com a pele daqui, mas é de peixe.

Tem algo importante, poderia ser mais utilizado o peixe daqui, só que também tem a cultura daqui de comer o peixe com couro.

Meu marido é pescador e ele não gosta que tira a pele. Diz que fica ruim pra retalhar. O único que consigo tirar é o Tucunaré, teve uma época que andou tendo aqui. Como ele é filézinho dá para fazer o filé e aí eu conseguia tirar o couro. Ele é parecido com o Pacú, pequeno também, então ficava bonito também. Aí o que dava pra fazer daqui seria a pele repintada, mas a gente já tentou umas duas vezes com a capacitação e não ficou legal. Dessa última até que ele ficou macio. Só que as manchinas somem tudo. Fica da cor que você tingiu aí não dá pra saber que é de pintado.

Vocês comercializam naquela central de economia solidária em Campo Grande?

A gente já deixou lá, mas achamos muito caro, eles tiram 30% da gente. Então a gente achava melhor vender direto na feira na época em que íamos bastante.

Um monte de mulherada no meu ouvido perguntando o porquê de não deixar o produto. Mas por quê? Tem que agir né. Chega lá fica parado um tempo aí quando vende. Também desistimos de deixar lá porque nós fomos lá uma vez e nossas coisas estavam lá no fundo. A loja é grande, você viu lá como ficou né. Lá no fundo, tudo mal arrumado numa prateleira velha com tudo despencando, umas carteiras bem bonitas e lá na frente tinha umas outras de couro de peixe também, mas era de curtimento natural. Mas a maioria estava lá jogada. Depois outra associada foi lá disse a mesma coisa 'nossas coisas continuam lá jogadas' e eu falei 'ah não'. Daí eu fui num evento nesse mesmo lugar, peguei nossas peças que estavam na prateleira e comecei a oferecer para as pessoas que estavam no evento e vendi tudo lá. Eu

mesma. Mas eles não foram lá na prateleira procurar porque ficam lá num canto. Eu que vendi para as mulheres. Por isso eu desisti.

O turismo praticado em Corumbá poderia auxiliar vocês na comercialização desses produtos? O turismo que fosse de pesca só. Só vemos esse turismo. Não sei outro turismo que poderia ser. Mas não vem aqui não. O que vem são esses bando de homens pra pescar. Aí não sei. Se tivesse realmente outro tipo com certeza porque o turista que gosta dessas coisas. A gente percebe os japoneses. Eles vêm em grupos e não compram.

O turista tem interesse em perguntar como é feito? Querem olhar a produção? Já mostraram fazendo o tingimento? Qual a reação?

Eles ficam encantados. Acham trabalho e dão mais valor. Alguns não iam comprar e acabam comprando depois que veem. Uma vez uma associada escutou o moço falando pra mulher dele, 'você nem sabe se é de peixe o que você tá comprando', falando baixinho assim, e ela escutou. Aí ela falou 'vem cá moço eu vou mostrar uma coisa pro senhor', e eles entraram tudo lá no fundo. Mostrou e explicou o processo. Acabou que ele comprou mais que ela quando ele voltou pra cá. O pessoal gosta quando vê o processo todo.

Política pública:

Nem sei como seria. Teria que começar na Prefeitura, eles se interessar pelo turismo em Corumbá, pelo artesanato em geral, gerar renda pro povo daqui porque não é só a gente que reclama, tem bastante. E olha que o nosso ainda é uma coisa diferente. A gente já vendeu bastante, tem uns aqui coitados que não conseguem nada mesmo. Eu acho que tinha que ter o olhar do prefeito de Corumbá pra direcionar essas coisas. Como seria feito eu não sei. Só sei que eles têm condições se quiserem né. A esposa junto né. Geralmente é a mulher que tá junto com o prefeito que vê esse lado.

Em 2009, a gente foi lá, levamos nossas coisas, vendemos bem os produtos que apareceram na televisão. Abriu as portas bastante. Passou em setembro ou novembro. Em janeiro geralmente não tinha movimento aqui, mas naquele ano teve. Muita gente veio visitar porque tinha visto na televisão. Compraram e vendemos bastante de janeiro até março por causa do programa do Faustão, mas o prefeito nem ligou pra nós. Antes disso participamos do Altas Horas, temos gravado.

Não temos participação em projetos do turismo. Os artesãos não são convidados a participar de ações para melhoria da atividade do turismo na cidade.

Festival América do Sul

A gente ficava numa rua escura, naquelas barraquinhas que a gente nem se enxergava direito. Umas barraquinhas com o pessoal de comida. Tudo misturado. Achava um absurdo aquilo. Como o nosso artesanato estava ali no meio. Nunca ficavam no pavilhão para o artesanato. Vendia muito pouco.

Alguma sugestão de como você poderiam ter um lucro maior? Por exemplo, se reformasse a casa do artesão teria uma vitrine melhor.

Transformar numa rota turística. Um turismo mais urbano e menos rural com foco na cidade.

Festival América do Sul

A gente ficava numa rua escura, naquelas barraquinhas que a gente nem se enxergava direito. Umas barraquinhas com o pessoal de comida. Tudo misturado. Achava um absurdo aquilo. Como o nosso artesanato estava ali no meio. Nunca ficavam no pavilhão para o artesanato. Vendia muito pouco.

Alguma sugestão de como você poderiam ter um lucro maior? Por exemplo, se reformasse a casa do artesão teria uma vitrine melhor.

Transformar numa rota turística. Um turismo mais urbano e menos rural com foco na cidade.

Não há parceria com prestadores de serviços. Não vendem em hotéis, agências, nem barco hotéis.

A gente até vendeu no Santa Mônica. Eles são abertos, se a gente chegar e quiser vender eles aceitam, só que a gente tá sem peças, temos poucas. Na EMBRAPA a gente já vendeu também. Todo mês, no final do mês a gente vendia bem lá, só para os funcionários que ficavam na frente da lanchonete.

Impacto negativo

O turismo de pesca, que eu conheço mais porque o meu marido está lá. Os turistas vêm e levam muitos peixes nossos. A gente nem come peixe aqui e eles vêm e levam um monte. É um absurdo o que eles levam. Eles têm direito a uma cota pra levar. Eles levam o isopor

cheio. Acho que bastava eles vim pescar só. Não precisava levar. E aí fica essa história que tá acabando o peixe, que os pescadores tão acabando com os peixes, mas são os turistas que vêm e levam um monte. Se no bar que o meu marido trabalha, às vezes chegam 70 turistas, em 4-5 dias, esse é um barco só. E quantos barcos têm aí? Quantos que não vêm de turistas e todos levam peixes? Como que não vai acabar? Eu acho que isso é muito negativo pra gente. Meu marido é guia de pesca, trabalha no barco, é embarcado. Eu já vendi algumas coisas pra algumas pessoas do barco. Aí tem um que era da Fundação de Cultura, também comprou uma pasta nossa e mostrou para os amigos que ficaram muito interessados, mas daí a gente ficou sem a pele. Se levar, tenho certeza que vendem.

A gente já foi convidado a colocar nossos produtos no aeroporto. O problema é que sempre tem a questão de pessoas que precisam ficar o dia todo cuidando, ou pelo menos no horário do avião que chega. E aí a gente tem que pegar mensal ali. Aí fica meio complicado pra gente. Mas não foi, não levou não.

Existe um problema que é esse segmento do turismo que não gera benefício nenhum pra vocês. E que deveria se ter outro tipo de segmento do turismo, ou histórico cultural, urbano, algo nesse sentido, mas também tem uma problemática que você coloca assim: se eu for no hotel ele compra, se eu for no parque, vai ter venda, mas o problema está na estrutura do empreendimento, pois não tem gente e dinheiro pra manutenção disso. É isso? Como poderia ser solucionado isso? O que você espera do poder público?

Se conseguisse recurso através de projetos, eu acho que já dava uma alavancada. Que nem o convênio que foi feito com a gente, o dinheiro que eles deram a gente comprou pele, máquina de descarte. Então já deu uma alavancada. Eu acho que se conseguisse dinheiro de projeto, que a gente investiria na manutenção, até no caso de passagem das associadas. Tudo isso precisa, às vezes parece que não é nada, mas eu acho que só nisso aí a gente já conseguiria manter isso aqui porque é difícil. A gente se banca né. E ainda tem gente que diz que a gente precisa aprender a andar com as próprias pernas. E o que a gente mais fez a vida toda foi andar com as próprias pernas. A gente compra tudo.

A atividade do turismo pode ser uma forte aliada? Ela pode ser boa pra você. O dinheiro para esse projeto seria pra quê? Não basta dinheiro para a aquisição de matéria-prima e

aviamentos. Precisaria ter um dinheiro pra bancar essas pessoas com passagens, entre outras coisas. Pra que você precisaria de dinheiro?

A gente muita dificuldade de segurar as mulheres aqui. A gente pega quando chegam as pessoas novas em estágio de 3 meses. Durante o estágio a pessoa não recebe nada, pode vir só meio período. Mas que fica esse tempo aqui sem dinheiro? Precisava ter um fundo para pelo menos dar um pouco para a pessoa. A gente vê algumas associações que dá cursos, capacita as mulheres, e têm essa ajuda. Ou às vezes dá o curso de cobra, até nisso a gente tá com dificuldade agora. Pensamos em dar curso de capacitação em costura, mas a costureira principal se afastou. Aí só tá ela aí [apontou uma das duas associadas presentes na sala], sozinha cuidando das 4 meninas que estão entrando. Fico pensando até quando elas vão aguentar ficar sem dinheiro. Não fica muito tempo. E sempre essa foi a nossa dificuldade aqui. Porque elas veem a gente aparecendo na televisão e vêm cheias de esperança. Passa um mês, dois meses e descobrem que não é nada daquilo e vazam. Não ficam.

Uma associada muito caprichosa disse que se precisar dela, tiver alguma encomenda, ela vem e faz, mas fez, ela que receber. Ficar aqui direto como ela ficava, ela não fica mais porque ela gosta de dinheiro.

Acho que a sociedade não fica muita satisfeita não. Não sei. Eu tô meio por fora agora. Vi muito comentário agora depois dessa eleição, o pessoal reclamando de tudo, acho que estão insatisfeitos com tudo.

Orientação

Atualmente não recebemos. A gente recebeu tudo isso na época que tava o WWF e trazia o Josenildo. Ele que deu na época e inseriu a gente em vários grupos, ajudou na comercialização e tudo. Mas depois não, não tem ninguém, nada. Agora mesmo tem projeto pra fazer. Eu não sei fazer. Aqui ninguém sabe fazer. Aí tem que ficar dependendo. Tem o técnico de curtimento Lincon que ajuda porque ele veio aqui, viu a nossa realidade, e ajuda muito a gente com os produtos, aviamentos. Imagina um homem comprando forro e botão. Ele ficava o tempo todo mandando foto no WhatsApp perguntando se era aquele produto. Até o projeto do FIC eu falei pra ele ontem ele tá vendo isso. Temos dificuldade pra tudo com tudo. Como diz o meu marido, somos mulheres que saímos de casa, do forno e do fogão, tivemos que chegar e gerir nosso negócio, e a gente até que aprendeu. É muito difícil quando esbarramos na falta de dinheiro.

Recebemos o apoio do WWF por dois anos. Desde 2007 até meados de 2009. Ele vinha a cada 4-6 meses e era lá de Recife e ficava uma semana aqui. Ensinava tudo, calcular preço, comercializar tudo. A parte do acabamento. Escolhemos duas associadas pra fazer o controle de qualidade porque antes não tinha. Então temos esse controle aqui e tem que estar tudo bem feitinho. Se não tiver não vai pra frente. E tudo estava dentro dessa capacitação.

Nós mesmo que resolve tudo aqui.

Parceiros

Então agora estamos sem parceiros. Pra dizer que não tem, tem a prefeitura que a gente não sabe ainda até que ponto vai ajudar e como vai ser. Não tem ninguém. A prefeitura é parceira porque sede esse espaço pra gente por enquanto. No ano passado ajudava com um convênio, mas era com o outro prefeito. Ele tinha prometido dar continuidade do convênio, iria fazer outro. Na época era pra eles cederem esse local definitivamente, passando o documento, e tinha um projeto de reforma do espaço pra gente ficar com uma sala fixa numa dessas daí e o fundo seria reformado, do jeito que precisamos pra área de curtimento, área de descarte do fulão, com a estação de tratamento, tudo. O projeto tava lá pronto, eles trouxeram aqui, mas agora mudou. E esse outro prefeito aí, não sei não. Nunca recebemos repasse mensal, o dinheiro que temos é só da venda mesmo e de projetos que às vezes conseguimos. Um vereador prometeu lutar pra fazer um repasse mensal, foi eleito, mas não conseguiu ser presidente da câmara.

Mudança social

No auge beneficiamos os comércios locais, porque comprávamos aviamentos e assim demos lucro pra cidade. Fora que com as viagens levamos o nome da cidade, como no Programa do Faustão. Pras mulheres, embora nunca tivemos muito benefício financeiro, mas tem os outros benefícios, como da autoestima, que a maioria das mulheres chega com depressão. Tem mulheres geralmente acima de 40 anos que já tá com filhos crescidos, que ficam sozinhas em casa e se acham inúteis e não mais nada pra fazer na vida, chegam aqui e ficam encantadas, pois melhoram autoestima. Até a costureira que falamos, ela era nova, mas chegou aqui com esse quadro, desleixada, não se cuidava, depois que ela chegou aqui ela não ia no mercado sem arrumar o cabelo, passar batom, trocar de roupa. A gente até falava, 'precisa de tudo isso pra ir no mercado?' e ela dizia 'sou uma pessoa pública agora, não posso andar de qualquer jeito'. Então, a primeira coisa que vemos, é que mexe com autoestima da pessoa. E vai

mudando. A cabeça muda. Aqui vemos muita gente, participamos de muitos encontros, cursos e capacitações. Nossa cabeça muda ao sair e aprender. Mudamos.

Se vocês tivessem um fixo por mês, o que vocês fariam?

Primeiro iríamos usufruir do dinheiro pros nossos gastos pessoais e investir na nossa vida. Temos o sonho de comprar um carro. Não conseguimos nem um carro pra associação. A primeira coisa que eu faria se ganhasse essa quantia [10 mil], seria agilizar um carro. Pras mulheres aqui seria também.

Se agilizasse daria para comercializar em vários locais daqui, incluindo hotéis, agencias, barcos, porto, seria interessante?

Tentamos pela receita desses prendidos, mas falaram que esse ano não tem. Precisamos ir lá de novo fazer o pedido.

Desde quando vocês começaram, em 2007, o trabalho de vocês ficou mais reconhecido em Corumbá ou não?

Ficou. Hoje em dias as pessoas daqui compram, professores. No festival mesmo não teve muito turistas, a maioria o povo de Corumbá mesmo, que passa, conhece, elogia, compra e indica pra outras pessoas. Ultimamente pouco turista passa por aqui.

E os filhos de você, acham bonito?

Minha filha é parceira desde que eu entrei. Na questão da internet, tudo eu brinco com ela que é associada. Eu falo só precisa vir pra cá. Ajuda em tudo. Ela é fotógrafa. Todas as vezes que fez catálogo, ela que vinha tirar foto.

Vender pela internet é uma estratégia para se vender mais? Ter uma pessoa só pra mexer nisso?

Aí esbarra na falta de mão de obra pra você bancar depois o site né. Quando a gente anima pra fazer isso, aí começa o pessoal, aí fica sem gente e nisso a vamos adiando. Mas com certeza pela internet sairia bem. A gente até tentou, teve um que veio oferecer pra fazer um site pra gente, acho que incluir no dela, mas acabou que depois até o dela acabou. Acho que sai sim. Mas primeiro precisamos resolver essa questão de gente aqui. Agora precisamos de costureira.

Eu fico admirada delas [referiu-se às associadas presentes], pessoas novas, podiam desistir, procurar outra coisa pra fazer, mas elas ficam aqui, sem dinheiro, no sufoco, mas acreditando que um dia vai melhorar. Mas é difícil achar pessoa assim que fique e aguente. Sobrou só nós mesmo. Meu marido e meu filho não querem mais que eu fique aqui. Eles ficam perguntando o que eu tô fazendo aqui.

****** Entrevista_Mãos_Quem_Fazem**

Tem o centro de comercialização lá também né, tem o FEBES, então quando vamos participar depende, tem informação de uma semana, tem informação de dois dias, tem vários tipos de formação. Fizemos uma em Corumbá. Fizemos de dois dias no Center, tínhamos um gestor na época pela gestão do Paulo Duarte, que deu todo o suporte, material, lanche, almoço, porque a pessoa fica o dia inteiro lá, além do café da manhã e o lanche da tarde. Então a prefeitura cedia tudo por causa da gestão Wesley Santana, que ajudou muito.

Agora como começou essa nova gestão, nós estamos sem teto. Estávamos no Centro profissional e agora sem teto. Estávamos até aqui na Casa da Cidadania, mas o que acontece, estamos sem espaço, tem várias salas lá, mas eles ficam nos enrolando, dizem 'vamos arrumar a sala, estamos comprando cadeira, vendo o ar condicionado'. Desde que começou o ano não estamos produzindo nada, demos uma parada. O Wesley não continua porque acabou o mandato; quando começou o mandato dele, ele conhecia Tiana Almires, e fizemos essas formação que começou em Corumbá em 2013, ele abriu as portas e a formação foi feita no CRAS, foi uma bomba bem grandiosa com a presença dele e de um mente de autoridade e nisso conseguimos espaço, só que logo comecei a trabalhar e elas não ficavam, eu deixei um pouco a economia solidária porque eu estava trabalhando muito, e agora faz pouco tempo que voltei.

Antes quando ela estava trabalhando ela perdeu a oportunidade em que o Paulo cedeu duas salas, uma pra loja e outra de produção. Na casa da cidadania ficamos inclusive um tempo, alguns meses, teve outra 'enrolação' e acabamos ficando sem teto de novo. Fomos pro centro profissional, custamos ficar lá, e aí....

[Joilce chega]

Sou da Pastoral da Criança, que tinha um trabalho junto da economia solidária no Cristo, tínhamos um movimento muito grande no início. Tinha padres envolvidos, o pessoal da igreja, a pessoa do CPT, Padre Pascoal, Adelari, todos eram envolvidos na economia solidária, mas aí o laço foi desfazendo porque cada um foi seguindo um rumo e realmente a proposta de economia solidária, não é que não atingiu a todos, mas é que como a Adelarina é CPT, o Padre Pascoal acabamos ficando sem apoio nenhum, de 2002-2003. Na verdade começou com o pessoal da CUT, era um movimento muito bom, mas não entendi porque o movimento se quebrou, porque o Padre Pascoal saiu. Pedro Medina era um dos articuladores no Estado, então o que aconteceu, na verdade, foi que quando passou a envolver a política partidária. Por isso a igreja saiu, deu uma quebrada, Teresinha permaneceu com José Carlos e vieram pro CRAs.

Desde 2003 já eram formalizadas?

Não. Era um grupo de mulheres, homens, tinha o pessoal da agricultura familiar que era o pessoal da CPT, que é de Lari, a Amélia estava envolvida nessa época, fazia muita parte, participaram de muitos projetos como CPT, mas quando envolveu política partidária todo mundo foi se afastando pela questão partidária mesma.

Quando a Zilma me chamou pra fazer a economia solidária, quem começou isso no CRAs foi a Terezinha, que passava sempre vídeos, falava sobre a economia solidária. Ela fala das formações, de viagens, incentivava nos membros a terem a formação. A Zilma e a Terezinha falaram sobre a formação, então comecei a participar. Como eu disse, eu já fazia economia solidária, mas não sabia o que era, então nisso ela falou 'vamos fazer esse grupo Mãos que Fazem', então foi nisso que começou lá no CRAs. Terezinha trabalhava no CRAs e já vem do começo mesmo, do alicerce da base da economia solidária. É uma das que começou o movimento junto com o Pedro, o padre, em 2010.

Atualmente no grupo Mãos que Fazem sou eu Andreia, a Suzi, a Jo, a Dona Marileide, e a Zilma que foi pra Campo Grande. Não temos estatuto nem nada ainda, estamos caminhando, tivemos a Sandra da FUNTRAB que solicitou fazer um cadastro, como o grupo ARGUS e o Amor-Peixe estão inseridos. Eu tentei entrar e não consegui cadastrar no CadSol.

Fazemos bastante artesanatos, reciclagem com papel de Filtro, EVA, papelão, folha seca, coco, palha, sementes. A Aldelta nos ajudou muito nessa parte de folha e semente, teve uma vez que mal conseguimos apresentar aquilo que vendemos na América do Sul. Ela não ficava com nada, trabalhava na prefeitura, dava aula, ensinava, não posso esquecer dela, mora hoje no Sul. Conseguia ter acesso a material da prefeitura, nós não temos. Como agora, tentamos marcar reunião com a Dona Jane, com a Vânia, e não conseguimos por questões partidárias. Tem materiais nossos lá, vou até falar com elas pra retirarmos pra fazer na minha casa porque desde que começou não fazemos nada. Elas até que nos convidaram pra duas feiras, unimos a comida com o artesanato e até vendemos bem. Participamos agora de duas feiras sobre o Dia da Mulher, só que ainda não estamos sendo acolhidas. Não é interessante pra gestão o nosso momento. Não temos significado nenhum.

É o que se aprende na economia. Você é cogestor. Você não precisa ficar dependendo só da gestão. Já estávamos fazendo esse movimento sem depender da gestão, tanto é que o grupo deu uma alavancada quando estávamos na união, além do CRAs, a união que começou aquela formação, que fomos todas nós. Teve um momento que teve os ex-alunos. Estávamos lá com a Valdiceia e o marido dela, ficamos por um tempo, chegamos a até dar entrevista na televisão, mas então entrou outra gestão, não ficou mais o Valmir, na época estava eu e Zilma, a Suzi ainda não estava. Fazíamos o artesanato com várias outras mulheres reunidas e era uma boa coisa, pena que não continuou.

O CRAs, com a Teresinha e a Zilma, começou a juntar as mulheres pra produzirem e ter informação sobre economia solidária e a colocar um semente sobre formar um grupo de economia solidária, ao longo dos anos hoje o grupo de 5 pessoas, ainda não formalizado, mas há intenção de formalizar. Em Ladário já tem a lei de economia solidária, queríamos pegar e fazer uma base pra fazer em Corumbá porque a Sandra disse que será ótimo, porque nós mesmas teríamos a autogestão em projetos sem depender de outras ajudas.

E por que vocês se unem pra economia solidária e não trabalham separadas?

A Suzi faz trabalho particular. Mas quando nos unimos na economia solidária, é o grupo, é o coletivo. A minha formação é a Pastoral da Criança, nada mais do que viver em comunidade, em comunhão e partilhar. E quando estamos na economia solidária que eu comecei foi justamente isso, pro bem estar não só social meu, mas como bem estar da natureza, das pessoas, porque ali você aprende a trabalhar com a reciclagem. Eu já tinha a base de

reaproveitamento de alimentos, aí foi se encaixando que podemos reaproveitar o óleo, transformar em sabão, então fomos aprendendo, e quando se tem uma bandeira de levantar pelo meio ambiente, pelas pessoas, um bem estar de viver melhor, a economia solidária se encaixa no total. Nós somos sonhadoras, nós queremos um mundo melhor, queremos a busca de coisas melhores, então a economia solidária nos proporciona isso, pra vivermos com essa realidade, que nem tudo é só dinheiro, nem tudo é só vendas, mas só o fato de estarmos ali reunidas, às vezes a Suzi teve uma crise terrível de depressão, então o que alavancou a Suzi foi justamente a Pastoral da Criança. E nós tínhamos aquele começo da Pastoral em que começamos a inserir Clube de Mães, e nesse clube nós tínhamos artesanato, vários tipos, nós não tínhamos reciclagem, a nossa reciclagem era em alimentação, que era talo, broto, entre outros. Não tínhamos o artesanato, aí chegamos numa coordenadora nossa que já estava fazendo parte da economia solidária, e nos levou a essa parte do artesanato de reciclagem em que começamos a conhecer a Teresinha, só que ela nunca ficou em função da Pastoral da Criança porque ela é funcionária do município. Já nós da Pastoral começamos. E a Delari na época de Ladário, que é formada em economia solidária também, que ajudou o projeto como vereadora em Ladário, alavancando um pouco a economia. E uma grande proposta que nós temos: qualidade de vida. Essa é a nossa proposta de economia solidária, pra melhorar o nosso ambiente, melhorar o ambiente das pessoas, nós tentamos chegar no lixão, mas são umas cooperativas muito fechadas, porque nós queríamos o sabão, tivemos uma metamorfose no nosso grupo. Nós fizemos sabão, reciclando caixas de leite, cascas de cebola, de alho, e tudo isso pra mostrar realmente o que é. Só que o capitalismo é mais forte. Ele já vem de berço. Porque hoje é muito mais fácil você consumir um alimento produzido pela grande indústria do que você ir lá e produzir o seu. E na Pastoral começamos a ensinar junto com a economia, a horta caseira, a manipulação de alimentos e reciclagem. O grande problema é que o nosso grupo era grande, tínhamos uma base de 12 pessoas ou mais, mas é aquela coisa, eu tenho que vender o meu, eu sei que a Andreia vende o dela, mas nós não impedimos a Andréia de vender o dela, a Suzi de vender e fazer o trabalho dela, mas a hora que nos unimos é o coletivo, e o grande problema hoje nosso de ser humano no geral é o individualismo. Esse é o nosso maior problema porque você só vai conseguir melhorar o meio ambiente, a vida das pessoas e sua quando você olha no comum. Nós decidimos em grupo, às vezes eu sou um pouco mais afoita, tenho meus momentos, nós não somos sempre 100% felizes, eu discuto com Jô, Suzi, mas acabou a discussão, acabou, resolvemos ali, e retoma a vida de novo. Mas não é 100% só flores porque nenhum casamento é assim, então o nosso também é um casamento, nós temos os nossos percalços e momentos de chateação, de ideias e opiniões

diferentes, somos todas mulheres, mas com cabeças diferentes. O nosso gestor não está nos dando o devido apoio, se nós estivéssemos com nosso espaço como tínhamos antes, legal nada mais justo, colocaríamos a gestão ali presente, mas a gestão não está, e nesse momento se fizéssemos uma reunião lá, você pensaria que estamos com o apoio da gestão. Seria controverso eu falar que não tenho apoio da gestão estando dentro da Casa da gestão. Fomos pela maioria na escolha.

Eu tenho uma visão muito crítica. Eu sou muito crítica nesse ponto. Se eu tenho o seu apoio, você pode ter certeza que tem o meu apoio. Eu não tenho o seu apoio, como é que eu posso te apoiar? Claro que eu vou te apoiar num momento de dificuldade, mesmo que você não me apoie, mas no momento vemos que não é dificuldade. É boa vontade. Eu falo que existe boa e má vontade. Mas tem um que tem a boa, muito boa má vontade, e eu sinto isso, porque espaço físico tem, mas falta aquela acolhida. E se não temos a acolhida, não tínhamos porque... É que essa não é a primeira vez porque, assim, acho que as meninas concordam, quem corre mais atrás das coisas sou eu, então eu já liguei, já falei fui lá, eu fico lá pedindo e nada. Eu ainda não perdi a esperança naquelas pessoas, mas agora já tá bem aqui, então, se já entramos em atrito por causa daquelas pessoas, é porque não está funcionando lá. Teve um momento em que eu e ela acabamos discutindo por causa daquele lugar, então já deu, porque elas mesmas sabem quem mais corre, quem fala, então já deu, vamos parar com isso, vamos falar com elas, vamos tirar os materiais e vamos nos reunir na minha casa, na casa delas, pronto, se não quer como gestão, fazer o que, precisaremos conversar direto com o prefeito. Até porque essa gestão teve o respaldo de aprovar a lei da economia solidária na gestão passada, quando ela deu o 'não' pra economia solidária, aí veio a desesperança porque todo mundo acreditava nessa gestão, nesse gestor, e não era nem questão dos vereadores, era só ele sancionar uma lei e jogar pra Câmara aprovar porque apoio dos vereadores nós teríamos, mas a própria gestão e o gestor, não quiseram. E se você tiver uma ideia, perguntar pra Pedro, naquela época a reunião de economia solidária tinha 30-20-25 pessoas, não era uma só. Era uma proposta bonita, com padre, com pessoas realmente embutidas na casa da economia solidária, mas com 'não' do gestor todos começaram a esmorecer. Então criou-se outros rumos, tanto é que a Delari batalhou e conseguiu lá para Ladário, de onde ela é, e conseguiu a lei municipal.

Faço parte do conselho da saúde. A Pastoral trabalha com vidas, e nós tivemos um problema em Corumbá que de cada 1000 nascidos, tivemos 20% de natimortos, além disso, por outras causas. Já era pra ter um conselheiro da Pastoral da Criança, aí ficou o questionamento,

fizeram a eleição, eu nem participei, mas por algum motivo saiu o meu nome. O Bispo pegou, aprovou e eu acabei participando da eleição porque ele me chamou e falou 'você vai participar do conselho de saúde'. Perguntei se era bom e ele disse que sim. Na época a coordenadora estadual era a irmã Francisca, me ligou convidando. Perguntei porque eu e ela disse que eu era a 'mais dinâmica'. Eu iniciei como suplente e hoje sou conselheira. Acabei ficando no conselho por conta dessa questão da Pastoral da Criança e hoje temos um alto índice de mortalidade, não temos de nutrição porque até fechou o Hospitalzinho Crepan, uma proposta com padre Antônio Muller, que abriu para atender as crianças desnutridas que a Pastoral atendida e era um funcionamento 100%. Quando foi Janeiro ou Fevereiro, por algum motivo, fechou porque não tem criança. Quando você vai numa cervejaria dessa, no Beira Rio, ou no Cristo, você se depara com desnutrição, obesidade é o grande ponto hoje, mas tem desnutrição. Quando fui pro conselho foi por colocarem o meu nome, porque eu já fazia parte do comitê de aleitamento, e do comitê de aleitamento já fui pro comitê de mortalidade, e, quando eu já estava no comitê de mortalidade que levamos o relatório pro Bispo e pros coordenadores, que foi o alto índice de 2011 de 20%, brigaram, se desentenderam, e disseram que eu iria ficar porque já estava no comitê e acabei ficando no conselho de saúde, mas já fui do conselho da cidade.

Nós temos representantes da cultura, tivemos um vice, Armindo. Nós da economia solidária nunca ficamos sabendo de nada que ele passasse pra nós. Amor-Peixe faz parte também da cultura.

Os produtos de vocês têm ligação com o turismo?

Quando nós estávamos com o Delta sim porque ela gostava muito de mexer com coisa aqui do Pantanal. Naquela época sim eu posso até falar, agora iríamos fazer umas ecobags e estávamos pensando em pintar, mas já vamos fazer curso de pintura pra fazer paisagismo aqui do Pantanal. Essa é uma ideia que ainda não conversamos, temos sonhado com essas bolsas. O que mais chamou a atenção, eu estive no Moinho e eu vim ajudar o Franklin que estava se envolvendo na economia solidária, mas vimos que a proposta dele não era economia solidária, era economia criativa. Quando cheguei no Moinho eu fiquei estarecida de raiva, 'passada', de tudo um pouco, foi um mistura. No que entrei, esse malote do correio estava se perdendo, mas eu entrei lá, aqueles malotes estavam se perdendo, ficando mofo, porque aquilo precisa trabalhar, tem que lavar, escovar, é trabalhoso. Quando entrei fiquei revoltada com a situação, já não quis mais ficar, porque na tive aquele atrito com ele na feira da Bocaiuva, onde fomos

levadas até lá, onde seria uma feira pra economia solidária, e nada mais é a feira da Bocaiuva pra economia criativa. Não tem economia solidária lá, é cada um pra si, vamos vender, vender e vender. Eles trabalham com reciclagem, mas a questão deles é venda, é solitário, se tem dois ou três ali, e já envolve assim, ele é meu irmão, então vamos abrir um negócio, fazer e vender. Me deparei e vi que era um negócio de família, já não era a economia solidária, era realmente pra elas, a criativa, ela faz tapete, mas é ali, eles unidos para vender o deles.

A economia solidária é foco muita mais no social. No nosso grupo, quando queremos apresentar alguma coisa, algum tipo de artesanato, vemos o quanto vamos gastar a fazer, só que é dividido tudo igualmente, o custo e o lucro. E o trabalho tem que ser igualmente também. Ela trabalha, eu faço uma coisa, eu faço outra e a gente divide tudo igualmente, nenhum vai ganhar a mais nem a menos. A maioria faz todo o processo, em conjunto. Já fazemos pensando em um evento, alguma coisa pra estar mostrando o nosso trabalho, pro Dias das Mães, dos Pais, das Crianças, ou dos namorados. Mas quando pegamos uma encomenda, quando as pessoas conhecem o trabalho da gente e se interessam, às vezes, de milhares ali saem 1-2 que pega pra fazermos pra fora. Como Suzi mesmo pegou os espantalhos, não obriga ela a estar só ali, ela tem a liberdade de escolher, de poder fazer. Sabemos que ela precisa, ela tem essa necessidade não só financeira, mas também o nome dela, mostrar o trabalho, até porque mostrando o trabalho dela como artesã junto com outros, ela poderá trazer pra cá e puxar o fio da economia. Ela deu uma afastada um pouco no tempo, nós pegamos de feltro, e acabamos fazendo os produtos.

Tudo é decidido entre nós. Damos ideias e daquele momento nós decidimos. Entra na internet, busca, procura, olha, ou tem isso ou tem aquilo, uma novidade, pegamos, é tudo isso. Na feira todo mundo vende junto. Nessas duas últimas feiras fomos nós 4, mas também poderíamos falar se a Jô e a Suzi não puder ir, então vamos eu e a Dona Marileide, se nesse dia nós não pudermos ir, então vão as duas, você entendeu, então podemos estar revisando isso também.

Festival da América Latina

Fomos bem no começo. Comercializamos mais em eventos da cidade, como a Feira do Natal, do Dia das Mães, serestas. Agora fizemos uma proposta, duas ficam com o artesanato e duas com comidas. Achamos bem melhor porque sai mais. Da próxima vez podemos pegar a farinha da Bocaiuva, fazer biscoitinhos, fazer um bolo em pequenas quantidades, vender em saquinhos a 2-3 reais. Nós temos as mulheres aqui que fazem a farinha, que são inseridas na

economia solidária. Eu disse que podemos ir lá, buscar com elas, porque eu já estive visitando tudo, e eu tenho já o jeito de fazer, tenho receita, sei fazer o picolé, fica legal, vamos tentar, que é coisa típica nossa. Só que estamos esperando a oportunidade de poder começar trabalhar e ir frente.

Crédito

Não recebemos. Nosso crédito são os nossos maridos.

Acabou as Mulheres de Fibra. É aquela história, às vezes a pessoa não tem nenhuma formação. Nós tivemos em economia solidária, o que é economia solidária. E quando você monta um grupo você precisa ter uma formação.

Divergência de opinião porque eu já mostrei pra você, eu não posso te apoiar. Toda vez ouço isso. Como é que você pode me apoiar, se eu sempre te dou o não. O que mais me deixou estarecida, foi até um desabafo agora. Eu cheguei lá, uma sala dessa está dividida em 4. Tem várias secretárias e ar condicionados em todos os cantos. Aquilo me estressou e foi justamente o dia em que a Andreia me coloca eu tinha acabado. Eu tinha acabado de ligar pra Suzi, eu fui lá agora, eu vi isso e vi aquilo, como não tem espaço pra gente, mas tá bom. A Andreia demora, desliga o telefone da Suzi e cai a mensagem da Andreia.

A renda é só da comercialização de conseguimos vender. Eu ainda tenho a minha renda porque sou pensionista. Eu de vez em quando por trabalhar com meus bichinhos ganho um bom dinheiro de tenho essa renda extra, às vezes até ajudo o marido, e ele fala 'se eu te emprestar eu vou cobrar juros', porque o dele é mensal né. Tem que equilibrar.

O público de vocês é da cidade ou fora da cidade? Vendem pra fora?

Às vezes é da cidade e às vezes é de fora. Quando conseguimos uma feira boa que a pessoa se interessa pelo artesanato, acaba sendo um pouco de fora, leva uma lembrança.

Os produtos de você tem a cara de ser de Corumbá?

Não. É o que estamos pecando. É o que vemos trabalhando faz hora, é vontade da Zilma, da Andreia, da Suzi, de nós mesmas que vamos trabalhar, tanto é que vamos fazer o curso de pintura pra justamente aprender a fazer arara, tucano, jacaré, a paisagem do rio, pra poder justamente estar fazendo um artesanato com a cara da cidade. A gente vinha com bordadinho,

vinha com a bolsa. Quando fazemos algo, fazemos com o bordado, com o poeminha, com música de Corumbá, porque o turista vem e quer lebrancinha pequena que caiba na mala e que seja um pouco barato, bem acessível. Então isso é bom. Estou pensando muito nessas bolsas pra estar divulgando.

Ja pensou fazer uma bolsa com jacaré, já vem com chaveirinho do jacaré, todo casado. Queríamos fazer tipo uma etiqueta, com instrução da bolsa, como foi feita, por quem foi feita, pelo grupo Mãos que Fazem, porque estamos inscritos na economia solidária porque essa é uma coisa que precisamos sentar e pensar. Nós queremos a nossa identidade. Enquanto não tivermos a nossa identidade, a gestão não vai dar espaço. Estamos aprendendo cada dia uma coisa pra ver o que realmente vamos criar. Mas o grande 'X' é criar coisa do município com traços culturais. De ter tem, mas não é divulgado, o que fica na Casa do Artesão é divulgado lá, mas você não vê aquele pessoal em feira, você quase não os vê participando de nada, eles ficam só na casa do artesão e pronto como as mulheres da Farinha de Bocaiuva que participam do Festival da América Latina, elas participam, mas só com a farinha de bocaiuva, um pão. Pelo que a farinha te dá, ela te proporciona muito pouco. Elas ofereceram no festival e colocaram um pão, um sorvete e a farinha. Mas eu falei que ali dava pra fazer um biscoito, um mingau, N coisas, roscas, pão, não há a necessidade de você fazer pão grande como elas estavam vendendo pão de forma. Não tem necessidade, fazia uma quantidade pequena e oferecesse pro público que aparecer, a pessoa que perguntar, 'prova'. Tem um liquor de bocaiuva, dá uma provadinha, só pra degustar naquele momento e já conhecer. Mais é trabalhar, reservar espaços, porque às vezes fazer da sua cozinha em casa uma cozinha comunitária, 'não dá', experiência como Pastoral da Criança, tem que ser algo separado, com espaço particular.

Já temos pensado na nossa identidade faz horas, mas ficava assim, como eu vou fazer, de que forma vamos chegar a essa identidade? Pra fazer sabão, todo mundo tá fazendo agora. A mesma coisa no artesanato, que tem muitos artesãos, mas todo mundo faz um pouco de cada. Por exemplo, no meu bairro começou com chinelos e hoje já tem 5-6 vendendo no bairro. Então, fulano tava fazendo agora tô fazendo, então é aquela coisa. A mesma coisa o artesanato. A maioria não valoriza o artesanato, as pessoas que vão comprar. Agora se põe comida num evento enche de pessoas pra comer. Vendo como água, o povo come e bebe mesmo. Se você fizer bem feito, cai no gosto popular. Tem uma maneira que faz arroz na chapa e está em todos os eventos, e a barraca dela lota porque ela faz bem feito, não deixou

cair a qualidade e ficou conhecida por todos lá; hoje ela faz eventos. Eu vou fazer uma festa na minha casa, não quero cozinhar, você me cobra quanto? Não precisamos ganhar o mundo de dinheiro, mas precisamos ter uma identidade. Nós temos que estar com o polegar lá.

O turismo influencia vocês?

O turismo influencia vocês?

Não. Faz horas que não participamos porque no momento, quando veio o SESC pra cá, eu e a Zilma participamos, até pensamos que iríamos fechar com uma lojinha, então estávamos pensando em coisas do Pantanal pra colocar ali porque iríamos ter um stand, só que não foi pra frente mesmo. Mas na América do Sul veio gente que comprou bastante coisa. Por isso que tô falando, essa feira, quando a feira é da América do Sul, vem muita gente de fora, e foram os turistas que mais compraram, e olha, foi uma venda maravilhosa com coisa reciclada, que fazíamos vasos, com flores, eram 70-80 reais, e a pessoa não chorava porque era turista e estava dando valor, já daqui de Corumbá olhava, achava bonito e ia embora. Mas eu vou falar, são os turistas que compram nessas feiras. Turista está no Festival, São João, acho que esse ano voltamos pro festival porque a gestão mudou e esta gestão é muito festeira. A proposta que foi passada é que vai ter uma feira de artesanato todo o final de mês, com seresta, como se tinha antigamente. Mas é aquela história, vamos esperar pra ver, porque não estamos nem forçando a barra pra justamente não cair no esquecimento, então vamos aparecendo um pouquinho. Assim como eles estão nos levando em 'banho-maria', nós também vamos levando esses no 'banho-maria'.

O turismo é uma alavanca. Se a gente pudesse produzir artesanato e chegasse 'vai ter o negócio de pesca, vai ser lá em baixo', nós não precisaríamos depender de barraca, mas infelizmente tudo é stand, que a gestão, seja esse, aquele, de esquerda ou de direita, ele monta o stand dele e você tem que estar inserido com ele pra você colocar o seu artesanato. Tanto é que teve uma época que ficou burocrático em Corumbá até para ambulante vender.

Eu sei que tem esse problema com a gestão, mas existe ou já existiu a ideia de vocês participarem de projetos de turismo?

Nós tivemos uma conversa com um gestor nosso, na época, estava inserido na economia criativa, esse ponto. Como vimos que ele estava muito pro lado da economia criativa, nós saímos, porque quando se fala economia solidária, é economia solidária, e quando nos deparamos com ele, vimos a realidade deles, era só produzir pra eles venderem, vamos

atender aquele público 'X', e esse tanto aí... Mas não é isso o que nós queremos, nós queremos a consciência do que é, do que é feito, como se faz, como melhora, a nossa identidade. Aí acabou em óbito, não acabou, tá no CTI ainda, porque é uma coisa que temos pensado muito, a Andreia fala muito, 'vamos voltar, vamos pensar, vamos trabalhar com o turismo pra alavancar tudinho'.

Como seria esse trabalhar com o turismo?

Por isso que eu falo pra você. Se tivéssemos uma gestão, pessoas da prefeitura junto com a gente, pra poder estar falando, vamos pensar nisso, não temos essa abertura agora. Então só vamos ter essa abertura quando eles fizeram uma reunião e eles disserem 'o que vocês acham disso?'. Vamos dar ideia pra eles como eles darão ideia pra gente, só que isso não está acontecendo. Estamos em 'banho-maria'. Não estamos torturando pra nos dar nada, mas também não estamos deixando as portas fechadas para também não nos darem nada. Não fechamos porque nós vamos precisar deles futuramente, mas eles também vão precisar de nós. Como no evento que foi avisado. Nós fomos lá, fizemos nosso arroz-carreteiro, nosso artesanato, só que ela falou 'não, queremos uma barraca pra artesanato prum lado, comida do outro', então combinamos 'vamos fazer comida, mas também vão ficar duas numa barraca de artesanato e a outra numa barraca de comida', pra podermos justamente atender os dois públicos, os que gosta do artesanato e os que gosta de comer. E que 90% gosta de comer.

Na outra gestão cada CRAs, a professora dava a sua aula e fazia esse grupos, quando o Paulo Duarte fez lá embaixo no CRAs essa formação que trouxemos a Tiana aqui em Corumbá, eram vários grupos, muitos grupos, o que aconteceu é que acabou porque os grupos não se falavam. Você tem que estar junto dialogando por que senão não vai pra frente.

A gestão passada justamente abraçou a economia solidária porque foi chegado a ele a realidade da economia solidária que foi através da Delari, do padre Pascoal, do padre Jacinto, passou pra ele que abraçou. O grande problema foi que ele nos colocou numa subsecretaria de assistência social, e quando você fica numa subsecretaria, você fica amarrado. E o gestor da subsecretaria foi, conversou em todos os grupos, mas na verdade não fez o se devia fazer, a formação, o fortalecimento. Porque eu acho que quando você faz uma formação só, você não aprende, eu sei que têm várias formações, todo ano faço formação de guia do líder, todo ano a Pastoral da Criança me recomenda atualizar, porque têm coisas e leis que mudam, a maneira do público que vai vindo, mudando, então, vamos fazer. E grande problema que pecou foi nos deixar num subsecretaria e nós perdemos uma feira, o município perdeu a feira da economia solidária. Como tem no Rio Grande do Sul, em Goiânia, Dourados, uma feira de 3 dias de

economia solidária, em Santana do Livramento. A carta chegou pro gestor e ninguém passou pra ele, quando foi se ver já estava terminando o mandato e você sabe que termina o mandato, outubro deu, gestor nenhum depois da eleição não pode mexer em mais nada. Mas nós perdemos uma feira. Não que eu esteja agraciando a gestão passada, mas, assim, conscientemente por causa de um subsecretário que não soube protestar porque se você é administrado por um subsecretário que olha, que tem um olhar diferente, por isso que eu não estou inventando ainda, eu falo que não tô toda hora em cima da Jane porque ela conhece o movimento da economia solidária, a Vânia conhece. Se o Amor-Peixe está até aí com a identidade própria, a Vânia criou o Amor-Peixe e deu identidade. Vai chegar um momento que vamos ter que apertar a nossa gestão e buscar pra termos a nossa identidade. E eu não sei como vamos fazer isso porque teremos que apertar eles mesmo. E nós somos um grupo, acho que primeiro teremos que sentar, buscar algum vereador, porque o primeiro caminho é esse, buscar um vereador, dizer o que queremos. Somos um grupo pequeno, mas esse grupo pode multiplicar muito. Ele pode fazer uma grande diferença porque nós temos princípios. Então vamos ter que pegar, fazer uma tarde de formação entre nós mesmas, vamos olhar, vamos ver os passos, vamos ver como é isso, como é que manda, pra podermos buscar essa identidade.

Relação com prestadores

Não temos. Não pensamos ainda nessa possibilidade.

Vocês conseguem falar dos impactos sociais, econômicos ou ambientais do Mãos que Fazem? Eu acho que sim, porque como mexemos muito com reciclagem é algo que tá junto com o que você tá falando porque você vê as galinhas que fazemos, foram de caramujo, fazemos vasos com caixas de leite, os filtros de café fazemos vasos e flor, a borra do café se usa pra pintar, então uma coisa tá ligada a outra sim.

Orientação ou capacitação

Tivemos capacitação em Campo Grande sobre como mexer com dinheiro, como fazer o nosso material, porque o dinheiro não é o principal, é o bem-estar, é o meio ambiente, o dinheiro vem do que montamos, vendemos e do nosso lucro, repartido igualmente. Tem um ano ou dois que passamos por uma capacitação. É aquela história, muda o gestor e nem sempre movimento social não interessa por gestor. Nós somos um movimento social. Então um movimento social não vai te agregar a nada, não vai te ajudar a nada, então vou deixar vocês na geladeira. Mas tivemos capacitação do que é economia solidária, formação em economia

solidária, formação de criar banco, formação de várias outras formas de economia solidária. Participamos de conferências também. O mal foi que na gestão passada, não tivemos nenhuma formação em economia solidária local pra trazermos aquelas mulheres do CRAs, pra trazer aquelas mães da Pastoral da Criança, não tivemos, e você não vai sair de um lugar se ninguém te conhecer. Se você não buscar conhecimento e se mostrar, não vai. O que aconteceu com nós foi que ficamos numa sombra. Ficamos bravas pela falta de formação e tive um momento difícil no final do ano passado que eu fui cuidar do meu irmão, então acabou aquela coisa de eu estar cobrando e foi quando chegou o papel da feira. Se você realmente olhar Corumbá, não tem só Mãos que Fazem, tem vários outros grupos, e queríamos buscar esses grupos, mas queríamos conhecer como você conheceu a Andreia, a Suzia, a Dona Jô [ela mesma], não conheceu a Dona Marileide, mas conheceu o fulano e ciclano de grupo, daquele grupo. Só ia um representante do grupo. E o grupo não é só um. Eu brigava por essa questão. Queríamos conhecer o resto, não é só aquela pessoa que faz parte do grupo, e as outras pessoas? O que elas faziam? No que elas trabalhavam? Que visão elas tinham de economia solidária? É igual eu sento com a mãe da Pastoral da Criança, mãezinha a vacina é pra isso e pra isso, eu mostrar, era isso o que eu queria, mostrar para as pessoas que participam da economia solidária como elas viam aquilo, e nunca iam também, então aquilo foi amornando e eu sou muito cobradora, aí fui sendo rotulada de chata e, pelo meu irmão ficar doente, acabei dando uma gelada na coisa também. Eu me afastei porque já estava ficando possessiva na minha cobrança, e não ia. Era eu a Zilma cobrando sabe, cadê a reunião, cadê a Ata, até hoje não temos a nossa Ata inicial, como que uma gestão perde uma Ata em que se dá início a uma economia solidária?

Essa Ata foi feita quando o Paulo abriu e fez essa formação lá embaixo no CRAs, e o gestor perdeu, não sabemos o que aconteceu, e se formos provar, como vamos provar? Só se achar o jornal falando que tal dia aconteceu isso sobre economia solidária.

Mas é aquela história que eu falei, ficamos na subsecretaria, quando você fica sub, sub não manda em nada, eu falo pro meu filho, subalterno não manda, executa.

Não temos parceiros hoje. Parceiros são os nossos maridos mesmo.

Mudança na comunidade

Provoca. Principalmente no olhar pra reciclagem porque muita gente acha interessante. Vou chamar no União, é uma base de 25 mulheres produzindo sabão, produzindo vasilhinhos de caixa de leite, produzindo artesanato com casca de ovo, então provoca pra mostrar o meio

ambiente, a questão financeira, muitas ganham dinheiro hoje com os vasilhinhos de reciclagem, não estão mais no grupo, mas ganham alguma coisa. Quando nós tivemos nos catadores de recicláveis, conseguimos mostrar pra eles uma proposta, mas a menina disse que já estavam trabalhando com sabão, com as gorduras que acham no lixão, que já catam e pegam e fazem. Já estavam até, nós conseguimos até dar uma mudancinha pra algumas pessoas ali, só que a cooperativa não nos dá abertura mesmo. Eu não sei como eles estão inseridos na FUNTRAB. União é um prédio onde os ex-alunos da Cidade Dom Bosco se uniam, e lá tínhamos um grupo de mulheres que se reuniam e passávamos a tarde toda, de terça-feira à sexta-feira, e tornava-se o social, há uma mudança. Conseguimos mudar muita gente.

Se esse complemento de renda e o turismo estiver junto, alavancando o nosso artesanato, não precisa nem ser um suplemento, pode ser a renda, se for uma coisa bem pensada e elaborada, como eu disse, o turista paga, ele vem, esse negócio de falarmos da identidade na bolsa ou em outro artesanato é muito bom e vamos falar sobre isso ainda porque isso poder ser uma renda maravilhosa. O turista vem e vai estar conhecendo, sabendo e nos ajudando.

Nós tivemos até propostas pra fazer bolsa pra uma conferência de medicina, mas, na verdade eles queriam o material estilo essa bolsa, mas nós colocamos o preço porque não é barato e ela queria a bolsa com o crachá e daquele crachá pensamos em colocar uma semente com tudo de papel reciclável, mas ela não entrou em contento com o preço, achou caro. Como falamos, vamos ter que nos desdobrar, vamos pegar um dia lá em casa e vamos trabalhar com papel porque eu tenho um patrocinador, o meu irmão que me empresta o liquidificador industrial para batermos o papel, quando analisamos, sentamos eu, a Suzi, a Zilma, o Wesley e fomos elaborando o preço, porque não é porque você pegou o material reciclável que você não terá custos, como com energia, secagem, arrumar sementes da mão de obra, então ela achou caro. Achou alguém em Campo Grande que fez pra eles, fez a flor de Ipê com o cesto. Mas isso era economia criativa, como os produtos das Joias do Pantanal, ela veio fazer e dar um curso numa área ribeirinha com o trançado de rei, de cinto que o pião usa pra transformar, o curso foi dado como economia criativa, não solidária.

Trabalhamos com sementes. Fizemos aquelas bolas de suporte de decoração e vendeu como água, colada a semente de Pau Brasil, de Tarumãs, de Girassol, Feijão, Milho. Vende mesmo. A ideia foi do Delta, que foi nos CRAs, nos ensinou e acabamos fazendo isso, que é típico daqui.

Em Ladário você acha semente do Pau-Brasil em frente a Marinha, Ns e Ns pés de Pau-Brasil, em Maio-Junho cai direto, mas cai o ano inteiro.

Você tem muita coisa cultural já?

Já. Como eu falei, ficamos buscando também. Cada curso que a damos como alunas, eu, a Andreia e a Jô ficamos procurando aprender mais por que têm técnicas diferentes. E sempre estar se aprofundando. Essa Isabel das Joias do Pantanal, me ofereceu para que eu aprendesse, mas eu falei assim, eu vou lá aprender, mas qual é o interesse dela em me ensinar e eu aprender. Eu já fiquei pensando lá na frente, será que eu vou ficar amarrada com ela? Eu fiquei assim, eu vou ficar amarrada, porque hoje eu vejo assim, ela tem um grupo de mulheres artesãs, que fazem as coisas pra ela. Você acha que ela veio aqui em Corumbá aprender à toa? Ela não veio aqui à toa, porque ela faz joias de osso, de couro, são lindas, sem brincadeira, chifre de boi, anéis, essas coisas, é lindo, mas você vê que já tá bem pra frente, não é pra atender a solidariedade, é o empreendimento dela, já é dela. Aí eu fiquei assim, ela disse 'não foge dessa ideia não, vem aqui aprender comigo', mas isso não me despertou aquela ansiedade em dizer 'não, vou lá aprender' porque eu já pensei assim, eu vou aprender mas depois eu vou ficar amarrada. E eu não quero me amarrar. O legal da gente é trabalhar aqui em conjunto pra todas ganharem, aí vai aconteceu como com a Dona Catarina, em que você aprender a fazer o chapéu dela, mas você não comercializa.

Na realidade não pode comercializar porque a patente é dela. Nós não podemos aprender um tapete com Dona Catarina e comercializar. A patente é dela, de palha de milho, de camelote, e não pode. É porque ela é Guató né, ela tem a etnia Guató, ela é índia. Então quando ela saiu, já patentiou tudo, se eu aprender com ela a confeccionar um chapéu, eu não vou poder comercializar. Se eu fazer um tapete do que ela faz, eu não vou poder comercializar. É dela. Ela tem uma loja em Campo Grande. Eu acho ótimo né, é a divulgação dela, mas aí fomos buscar aquelas mulheres de Ladário de fibra, para aprendermos com ela enquanto damos apoio, mas de repente as mulheres fecharam com uma perfumaria Francesa. A flor do camalote, do água-pé, sei lá do qual porque são várias aquáticas que tem, elas aprenderam a trabalhar, e tiram o extrato do perfume para trabalhar para a França. Eu falei 'Será que estamos sonhando demais?' Será que somos muito sonhadoras?', porque nós queríamos já trabalhar, eu, Andréia, chamar ciclano, beltrano, pra montarmos um grupo legal, uma coisa legal pra gente vender, já tínhamos até programado, cada semana iria uma na lojinha, vendemos, sabe, o espaço já nos foi dado e já estávamos naquela ansiedade e de repente veio e 'vup'. Mas como somos lutadoras, perseverantes, estamos aqui, não vamos desistir tão fácil, nós brigamos, nos estressamos, se derrama, mas estamos juntas.

Será que somos sonhadoras? E o nome do negócio de vocês são Mãos que Fazem. Essas mãos não sonham, fazem.

Só que por muito tempo isso vem acontecendo. Aí tá bem, aí para, aí vai, aí para, porque não fazemos reuniões de economia solidária pra estarmos falando de economia solidária. Não só do grupo de artesanato, então é um sonho. Mãos que Fazem é sim um nome porque estaríamos fazendo, mas toda hora vem um balde de água fria, acontece alguma coisa com uma de nós, aí fica nesse parando. Eu vou te fala, eu acho que somos sonhadoras. Eu sou sonhadora porque eu tô ali, é na discussão, é na briga, é no amor, e nós estamos ali. Eu tava bem 'puta' com ela [apontou pra colega da frente], mas estamos bem. E hoje que elas se encontraram. Mas aí você vê, não tem resquício porque no outro dia de manhã eu já mandei mensagem pra ela. Eu já liguei liguei pra ela 'Jô, você já tá vindo, não vai esquecer, a reunião é hoje', é uma mágoa que já passou, posso ainda estar nervosinha, depois eu pego ela, mas estamos aqui. E vamos brigar de novo? Vamos, porque se não brigarmos, não estamos viva. Nós temos maturidade, nós crescemos, não somos mais aquelas meninas de 12-13 anos que vai ficar brigando e virando a cara, dando língua, mostrando o cabelo, mostrando o dedo, e nada disso. Outro dia eu participei de uma audiência pública que eu fiquei revoltada, porque a audiência foi assim, eu não sei se vocês estão sabendo que em Dourados agora já teve uma audiência que 'se o aluno vir aqui, fazer um coraçãozinho bonitinho com uma flechinha, ele é obrigado a pintar essa parede todinha. E eu fui nessa audiência e fiquei olhando os absurdos dos pais, reclamando e dizendo 'para isso o Estado paga, para isso eu pago imposto'. Pagamos nosso imposto, mas só vamos pagar? Não temos que nos doar? Não temos que olhar que aquilo lá é meu? Fala uma coisa pra mim. Uma unidade básica, tem uma enfermeira, um atendente, os agentes de saúde e o médico. Todo mundo chega lá. O consultório particular é a mesma coisa. Por que a cadeira de uma unidade básica de saúde que atende a população tem que estar quebrada? Por que o bendito do bebedouro é detonado? É igual o prédio público de uma escola. Isso aqui não é seu gente? Zela, é nosso, não é do governo. Um dia eu fui pega, há três anos atrás, catando garrafa, tampa, por causa do surto de dengue. As meninas passaram lá dizendo que fariam um mutirão de limpeza do bairro e começariam às 13h e o Luiz [filho dela] estudava à tarde. Concordei e disse que deixaria um bolo e um café pronto pra gente ir junto. Eu fui catar tampas de garrafa porque o meu bairro teve o maior índice de dengue. Fui junto e muita gente falava 'por que você tá?'. Porque se eu não cuidar, quem vai cuidar? Se eu não tirar, ninguém vai tirar, o mosquito que nascer lá vai vir me picar aqui. Eu recebi boas críticas e péssimas críticas, mas como as críticas boas foram tão boas, excelentes, que não me abalou em nada. Eu fui chamada de 'puxa saco da gestão e das meninas', mas não era, eu não

tinha o que fazer, eu estava de luto, meu irmão tinha acabado falecer, e se eu ficasse em casa eu enlouqueceria. Ela cairia em depressão, eu disse pra ela [afirmou a Suzi]. Se eu não educar o meu neto, o meu filho, a cuidar disso aqui, ninguém vai cuidar. Eu fico olhando uma realidade imensa. Eu morei há 20 anos atrás no Lago Azul, um clube, aquela cachoeira do lago é a coisa mais deliciosa do mundo. Todo dia eu lavava roupa. Sabe porque eu lavava roupa todo dia? Pra poder tomar banho de cachoeira... Cada vez que olho aqui me dói, porque a água está cada vez mais escassa, por causa da mineradora, desvio. Não tem outra alternativa. Precisamos cuidar, é a nossa vida. E se todo mundo tiver essas ideias e praticar isso, o mundo pode ser melhor. É uma coisa tão simples e as pessoas não conseguem ver isso. Tem muita gente que faz economia solidária e não sabe que tá fazendo. As minhas amigas lá, tem aula comigo, elas falam 'Andreia, vamos pegar uma lembrancinha, você quer fazer com a gente?', eu falo que trabalho com economia solidária e como funciona, elas disseram que pensavam do mesmo jeito. 'Então vocês estão fazendo economia solidária e não sabem'. Eu lembro quando começamos na União. Pegava dinheiro, vamos fazer promoção, rifar tal coisa e começamos a comprar uma tinta, uma coisa pra fazer o artesanato, e elas nem sabiam que era economia solidária, onde todas usavam e todas trabalhavam coletivamente. Teve uma época em que descasamos uma abóbora por horas pra fazer doce de abóbora e depois todo mundo ficou com seu pote de doce. Assim como bater sabão. Tudo da fritura do peixe que fritamos pra ganhar, pra vendermos a promoção e comprarmos o nosso artesanato, daquela fritura já saiu o sabão, claro que tivemos o custo de comprar a soda, as outras coisas, o álcool, do doce de abóbora a casa já serviu pro projeto da horta de compostagem.

Pra fechar, eu acho que sonhamos com as coisas... [fala do pesquisador para fechar a sessão]
Como diz no Comitê de Aleitamento Materno 'vamos começar pingando'. Pinga hoje um pouquinho. Insiste que uma hora vem tudo.

****** Entrevista_Grupo_FALA**

Como é o que é, qual o objetivo?

O fala nasceu em Fevereiro de 2012, quando eu morava em outra residência. Nada era tão forte quando o empreendimento poderia ser assi. O grupo surgiu porque existiam aqui vários grupos que fazem atividades culturais, só que de maneira separada. Então existia o projeto 'Passe na Praça' que abrace que era liderado por mim e pelo Benedito Cegelima, poeta, professor, escrito, tem vários livros. Tinha esse grupo que a gente atuava na praça

separadamente. Aí tinha do 'ArteCriu' do El que é separado, o grupo 'Árvores de Teatro' que é do Anibal também de maneira separada. O grupo 'Aleque' que era a academia dliteratura, também era separado. A cultura de rua também. Os grupos não eram juntos. Aí de repente surgiu a ideia de por que não montar um grupo onde pudesse reunir todos num só. Até pra gente estar fortalecendo as nossas atividades. Porque você fazendo tudo de maneira separada, a arte de maneira separada. É claro que sempre eu vou fazer um trabalho quando precisar de uma grana. Claro que você vai desempenhar o seu trabalho. Mas para fortalecer a cultura de Corumbá era interessante todos se juntar. Deu no Fala - Fábrica Artística Cultural Latino Americana (FALA). A intenção do fala não é só ficar Corumbá-Ladário, é estender, abranger Mato Grosso do Sul todo, sair fora do estado. Essa que é a intenção. O grupo ainda não está institucionalizado, não tem ainda estatuto do fala como um grupo. Existe só uma diretoria montada, onde tem eu como presidente, tem o vice que é o Gelima, e o Anibal como outro presidente respondendo por Ladário, tem o diretor, essas coisas, mas no papel, o registro com o CNPJ nós não temos. Legalmente ele não existe. O objetivo é despertarmos a arte de uma maneira geral. Quando falamos em arte não inclui só artes plásticas, você coloca tudo tudo, teatro, teatro, dança, música, tudo é arte; a ideia é fomentar tudo isso de uma maneira em que todos estejam juntos, inclusive dia 29 vai ter nessa esquina de casa uma atividade com pessoal do grafite, que vai estender várias places que eu tenho aqui em casa, umas 12 placas grandes, e eles vão grafitar dos dois lados. Essa ideia já tinha surgido em Janeiro, e aí já tinha ocorrido aquelas pichação na porta da minha casa [apontou as artes no muro de sua casa], fortaleceu mais ainda, até pra gente estar colocando pras pessoas a diferença do grafite e da pichação. Picharam ali a placa de trânsito, o coletor de lixo e eu vou apagar isso depois desse evento. A gente vai fazer uma arte aqui, naquele muro do vizinho. Nessa ocasião virão outras pessoas que já foram convidadas pra participar. Eles não fazem grafite, mas fazem artesanato, outros vão cantae ou dançar. A ideia é reunir todo o grupo aqui, botar na televisão pra divulgar e fortalecer e fomentar o grafite. Essa vai ser a primeira atividade do fala em 2017. Atuamos desde 2008.

Produtos

Tem a parte de artesanato, tem a parte de grafite, que é com ele com o Elquer e tem o pessoal da tela, o Anibal que é teatro, o Armindo que é artesanato e teatro, então são essas as produções que a gente tenta fazer porque Às vezes não consegue em função de estrutura. Pra montar uma exposição como fizemos ano passado, você tem que ter uma estrutura, tem que ter carro, cavalete, todo um aparato para você poder carregar, transportar a tela. Dependem de

prefeitura e Fundação de Cultura, nem sempre você tem aquela mão que o artista espera ter. Mas fizemos essa exposição, ficamos 30 dias, quase 40 dias, na sede da OAB e muita gente presenciou, gostou do evento.

Como se organizam.

Feito por meio de reunião. Temos um calendário. Então toda segunda-feira e sábado, nos reunimos aqui na minha casa e as pessoas envolvidas trazem a pauta.

[Anibal, argentino do Ladário chegou]

Como surgiu o Fala

Primeiro, eu vim da Argentina, cheguei aqui de passagem a princípio em 1994 e por diversas razões decidi ficar por aqui, no começo em Corumbá e hoje Ladário e trabalhamos tanto lá como aqui. Eu sou formado em teatro na Argentina e trabalhei tanto lá como no Uruguai e algumas apresentações no Chile e em Porto Alegre. E depois ficando por aqui porque me parecia uma experiência diferente, a grande cidade e outras possibilidades. A partir dessa minha formação na área do teatro, eu fui me encontrando com diversos outros artistas de Corumbá sobretudo. No começo me parecia que este era um deserto cultural, mas me enganei porque não via nada assim, como uma grande cidade que você vê um centro cultural aqui e outro ali, numa visibilidade maior. Só que subterraneamente de alguma maneira, me encantei que aqui tem uma riqueza muito grande. E aos poucos me começaram a incentivar, porque eu não abri uma experiência parecida com a que eu tinha vivido nos outros países. Em outubro de 1997, três anos depois de eu estar aqui, decidimos abrir o curso, o grupo que agora em outubro dessa anos vai cumprir 20 anos de trabalho ininterrupto e a fundadora do Moinho Cultural, Márcia Rolon, naquela época era dona junto com a mãe, Sônias Ruas, de uma academia de dança e outras atividades. Então me fez a proposta de abrir uma sala com atividades de teatro que eu não tinha aqui, da mesma maneira que eu estava propondo. Porque tinha outro grupo, mas não era aula, era de maneira diferente e que ainda existe. Começamos como uma oficina experimental, obviamente que o processo de adaptação foi um pouco complicado, mas bom porque contei com o apoio do companheiro aqui que colocaram o seu colo e ajudaram a transitar essa caminhada que estamos fazendo e a partir daí não paramos. Meu trabalho específico é formação de atores e montagem e apresentação de peças de teatro. Já fizemos apresentação de peça de teatro tanto aqui, inúmeras, escolas, praças, eventos, etc. em Corumbá-Ladário, como também na Bolívia. Fora da região de fronteira, já estivemos apresentando em Anastácio, Dourados, Campo Grande, Bonito, Porto Mortinho e também

duas vezes em Brasília, além também do interior que eu já tinha trabalhado um pouquinho em Porto Alegre. O grupo em determinado momento viajou a um festival internacional no Porto Murinho, isto faz 12 anos e aí conhecemos uma senhora que estava começando a organizar economia solidária em Mato Grosso do Sul, Sebastiana. Nos encontrou e nos pediu uma reunião, estávamos fazendo trabalho de divulgação no festival. Só conseguimos reunir parte de nossas vivências de madrugada porque todo mundo tinha atividades a fazer durante o dia e a noite. A proposta de Tiana, depois de nos contar do que se tratava a economia solidária, foi que nós, o Arus foi o enlace contemporâneo trabalhando com Corumbá-Ladário, só que depois o contato se rompeu. Depois de trabalhar na prefeitura de Ladário na área de assistência social, e o secretário de assistência social daquele momento convida Tiana para vir a divulgar a economia solidária aqui na região. Quando a vi fiquei meio arrepiado. Para minha imensa surpresa, falou, esta é minha primeira vez aqui, não conheço quase ninguém. A partir daí, começamos a trabalhar novamente com a economia solidária. Portanto o grupo Aro de teatro e o empreendimento coletivo mais antigo de Corumbá-Ladário em relação com a economia solidária, que está cumprindo 8 anos agora em 8 de outubro. E não paramos mais, só que logicamente têm seus problemas no sentido que a economia solidária há de ser a verdade, por um momento funciona e por outro não funciona, mas nós e como podem ver na camiseta [apontou a camiseta que vestia] somos um coletivo, não enganamos ninguém e continuamos. Que quer somar, soma, e se não continuamos sendo uma ponta de lápis. Em 2012, já trabalhando com Jamil, Armindo, esta querida princesa amiga Dalma, decidimos fundar o FALA - Fábrica Artístico Cultural Latino Americana que tem por objetivo potencializar o trabalho que cada um fazia só que de uma mais organizada e mais coletiva, tanto em Ladário como Corumbá. E já fizemos também como FALA, intervenções na Bolívia algumas vezes. E nessa caminhada logicamente que nem tudo foi um leite de rosas porque têm problemas, tem vezes que custa concretizar as reuniões, tem vezes que as coisas planejadas não saem, mas, no geral, normalmente estamos aqui. É uma forma de vida, não tão orgânica, como deveria ser, mas é um movimento que estamos sempre encontrando-nos na luta. E tentando convidar, inquietar novos valores, como Sorriso, talento muito, novos valores da cultura da gente. Por outro lado, de uma forma importante pelos outros, também recebemos algum reconhecimento, cada um de nós. Ontem, por exemplo, a Câmara Municipal de Corumbá nos entregou um certificado a alguns artistas, produtos que se cumprem a 45 anos de uma entidade que se chama ALEQ - Academia de Letras e Estudos Corumbá, nós somos parte da academia, mas se sou membro fundador da Associação de Poetas e Escritores de Corumbá - APEC, prima-irmã, digamos. Recebemos outro reconhecimento por exemplo de

parte do governo federal boliviano pela qualidade e as características sociais de nosso trabalho. O grupo Argo nesse momento são 12 pessoas, que forma parte do FALA. O FALA digamos é uma entidade máxima, um movimento mais amplo onde tem grafiteiros, gente do artesanato, cultura, pintura, música, e nós da área de teatro. FALA tem 15 membros em Corumbá e Ladário, os que mais participam. Tem gente até que é de Corumbá, mas mora no nordeste, e se sente parte do projeto. Tem outro companheiro que mora em Campo Grande, Joel de Vianna, artista plástico reconhecido a nível estadual, que também forma parte da extensão de nosso trabalho. Tem Lauro José que também registra fotograficamente e filma.

Remuneração

O grupo FALA Corumbá-Ladário não tem remuneração nenhuma. Trabalhamos por consciência Agora individualmente cada um faz o seu trabalho, mas como grupo, como coletivo, ainda não temos CNPJ, portanto somos de alguma forma como economia solidária e temos uma assistência real, embora não legalizada com formalidade. Mas tem vida. E não ganhamos nenhum dinheiro. Ao contrário, fazemos um cafézinho, sai do nosso bolso, é assim mesmo. Temos que gastar para passagem, colocamos, porque amamos o que fazemos. Estamos convictos que tem um valor e que segmentos importantes da sociedade reconhecem e nada impede que no futuro a gente passe a outro patamar com projetos que possam visar algum ingresso econômico para o grupo, para cada um dessa área, porque é multidisciplinar como você vê. Arte plástica, grafite, artesanato, teatro, tem outro companheiro da área da música, tem poeta-escritor como Benedito, ou seja, multidisciplinar, e produzindo, não produzimos muita coisa coletivamente, mas em seu segmento cada um produz, não somos estátua, somos seres trabalhantes.

A fonte de renda não advém do coletivo, mas dá ação individual? Quais os produtos?

Arte plástica, grafite, artesanato, literatura, teatro, música e escultura. O artesanato é geralmente de madeira, escultura em talha. Sempre com temas do Pantanal. E o nosso grafite também é voltado pro regional, porque cria uma identidade também. A técnica é urbana, mas com os temas totalmente regional, e isso cria uma identidade, cria vínculo, inclusive, nosso grupo de chama Eterno Arte Grupo, então cada membro é como se fosse um bicho do Pantanal, um é jacaré, outro é uma onça, é como se fosse identificar um personagem, e identifica o próprio artista. Criei um jacaré mais pro lado da charge, são outras vertentes do desenho, o desenho é infinito, tudo é leitura de imagem.

Por que se juntaram no FALA?

Porque já trabalhávamos e a cidade não é tão grande como Campo Grande, São Paulo ou Buenos Aires, nos encontrávamos pro nosso evento. Cada um respeita e valoriza o que faz o companheiro e vimos que longe de ser uma coisa de ter atrito, de concorrer, vimos que se complementa uma coisa na outra, por exemplo, levamos um livro que o coloco como um emblema. Fizemos e lançamos um livro, é uma história bastante interessante porque o autor é um senhor analfabeto, tem quase 80 anos, portanto ele morou muito tempo na roça, então ele conta que estando na roça e sendo alcoólatra, falava para seus ouvintes nas rodas de tereré e pinga, que algum dia escreveria um livro, mas não conseguiu manter-se de pé para fazer e isso e chegando na cidade aposentado começou a idealizar e a pedir que lhe escreva, casos, contos, histórias, poesias, pequenos poemas, enfim, é bastante heterogêneo o trabalho dele. E lhe prometeram durante campanhas eleitorais que lhe iam editar o livro. Passou o tempo, o livro sumiu as páginas, mas ele guardou os originais. Com o tempo, a gente resgatou esse material e consegui que a pessoa que havia originalmente se comprometido a financiar que conseguisse o dinheiro e em outras situações eu ajudei a editá-lo, a fazer o lançamento e a colocar o nome porque ele me pediu a colocar o nome e Benedito Lima também participou, e no lançamento do livro foi a primeira vez que Ladário assistiu tantas pessoas para o lançamento de um livro e nos encontrou os que estava no presente quase todos os que estamos aqui. A prefeitura tinha uma pobreza muito grande para esse tipo de trabalho, e de pronto se encontrou um monte trabalhos, esculturas e papelões para enfeitar o lançamento do livro. Ele fez uma carroça para colocar o bolo do senhor tipo pantaneira, toda a decoração foi feita por ele. Todo esse trabalho não foi de uma só pessoa, se iniciou com esse senhor, idealizando seus contos, seu trabalho literário. Mas terminou sendo trabalho coletivo, sem deixar de reconhecer que é um trabalho dele, literário, mas se tivesse alguém que passasse no papel ele não conseguia, a ilustração foi dele, o nome, etc. Cada um fez um pouquinho e por isso vemos que são artes complementares.

Comercialização

Eu digo assim que é um pouco mais regional do que de fora, mesmo com toda essa tecnologia, internet e tudo né, individualmente um joga ali assim pra divulgar um trabalho ou uma venda. Basicamente não tem aquela estrutura pra gente pegar os trabalhos e levar como se fosse uma caravana pra outro estado ou outro país. É o incentivo que nós mesmos levamos quando tem o festival. Isso quando tem o festival. Isso se eles deixam um espaço ainda. A gente briga pelo espaço.

Tem feira, tem vez que tem evento que vamos em Ladário, colocamos nossos produtos, nossa arte para vender pro público. Por exemplo, esse evento do Dia Internacional da Mulher, eu participei, ela participou. Eu fiz uma coreografia do mês da mulher, fiz um teatro sobre a lei Marinha da Penha e uma coreografia de dança que era uma mulher cadeirante, que veio de Brasília fazer esse evento, veio pra desfilarmos e chegou na hora e disse por que a gente não faz um teatro e uma dança. Eu falei tudo bem mais qual é o tema? Aí vamos ver qual é o tema Dia Internacional da Mulher. E como ela não soube ler, interagimos esse espetáculo. Teve o teatro mais a dança na cadeira de roda. Inclusive estou com as imagens no pen drive se quiserem.

Para complementar, além de todo o trabalho da produção, da divulgação, da venda local, nós já fomos duas vezes a Brasília, evento que se chama Encontro e Feira dos Povos do Cerrado, onde levamos bastante material regional, tanto de pintura, literatura, artesanato, como o trabalho do teatro. Se fez uma exposição no parque com muito sucesso.

Participação de fóruns

Na economia somos um empreendimento, então fomos lá, participamos e apresentamos o delegado. Este livro que fizemos o projeto de lei da economia solidária, também na fronteira.

Aspectos culturais - matéria-prima

Eu trabalho muito com reciclado, caixa, porta celular e garrafa. Tudo matéria prima pra poder usar. Em termo de escultura, eu mexo muito com ferro, faz a cobra que tem relação com o Pantanal, tudo isso aí é material que eu posso pegar na rua e fazer o trabalho.

Sou marceneiro e trabalho com madeira, então fica mais fácil porque tem produto que faço com a madeira e produto que faço reciclagem com madeira que já não podem ser extraídas, como Cejeira, Piúva, Ipê, entre outras. Então demolição, eu consigo essas coisas e como eu trabalho com móveis antigos, então consigo materiais dessa forma.

Traços culturais

Claro, com orgulho. É Corumbá e Ladário na fita.

Turismo

Pobre, muito pobre. Não tem uma feira. Tinha. Por questões políticas partidárias e brigas de outro nível estrutural, acabaram com um empreendimento interessante que já estava se tornando uma identidade e realidade cultural da região, onde ele foi o presidente, só que tem vezes que as contradições políticas terminam destruindo o que o governo anterior construiu. E isso é o que aconteceu com essa feira. Uma coisa que pode parecer de pouca importância, para você ver, eu moro na parte alta de Ladário, os que moram na parte alta, moro onde começa a parte alta de Ladário, para poder comprar produtos de comida, verduras, etc, tínhamos que dizer se queríamos comprar na feira, aos sábados e as quartas-feiras no centro de Ladário. Produto de nossa luta que conseguimos há 8 anos, que tivesse uma única feira noturna na parte alta, porque a diferença da feira noturna escuta-se uma música, come um espetinho, se encontra com os amigos. Quantas vezes nos encontramos para beber uma cerveja fora pra ver gente. E foi se transformando, esse feira, em um patrimônio cultural que toda a região alta de ladário, são como 6 bairros, não só o bairro em que se estava situada a feira, usufruem dela. A família, por exemplo, chegava o marido a casa, tomava banho, descansava um pouco, pegava a criança, a esposa e descia, não só para comprar batata, mas para usufruir dessa manifestação cultural. Ladário como Corumbá não tem shopping, Ladário é muito mais pobre que Corumbá, assim como é menor quanto a população, mas, por outro lado, não tem as coisas que Corumbá tem e, portanto, se foi transformando num patrimônio, chegou no prefeito, que porque era dono de um supermercado, acabou com a feira, na primeira oportunidade que teve, similar como fez o anterior prefeito que acabou com uma feira tradicional chamada Brasilgual, que era produto de um acordo entre os governos bolivianos e brasileiros no marco de um acordo. Acabou-se com a feira daqui, a mesma coisa aconteceu em Ladário, só que em Ladário é noturno. Estamos na batalha com a Câmara Municipal, com 400 e poucos abaixo assinados para que volte, mas não só pedindo um lugar para comprar batata e demais coisas que já é importante porque imagina se uma família que mora na parte alta, para ir ao centro de Ladário não pode caminhar, tem que tomar ônibus, são 30 quadras, portanto, ida e volta, 7 reais por pessoa, se são 4 pessoas, são 28-30 reais, gente que mora na parte alta não tem carro, não é como as pessoas que moram perto do centro. Acabou com isso e estava se tornando uma questão cultural, 7-8 anos, inclusive a economia solidária, colocamos durante um tempo uma barraca para expor e divulgar a economia solidária. Quero dizer, essa é uma dificuldade enorme, não tem quase nada e o pouco que tem, eles querem.

De que forma, para o coletivo FALA, a atividade do turismo seria importante e de que forma o turismo seria importante para o coletivo FALA?

Seria muito importante porque nascia uma feira cultural em Corumbá, uma feira que era de artes e culinária. E essa feira ia muito bem porque já estava no calendário turístico, o turista ia comprar seu artesanato, ia até fazer o show, música, teatro. Então, a feira estava muito bem. Só que a entrar um novo prefeito, este começou a deixar a gente de lado, principalmente ficamos até sem segurança. Ia sabotar. Aí a Fundação de Cultura mudou de presidente, eu era o presidente, aí a outra pessoa pegou a frente como presidente e passou a direção para a Fundação de Cultura, com o intento de que ia mudar de espaço, pra outro lugar. Não aconteceu, fez uma sabotagem, tirou a cadeira. Isso não é política, é uma política suja, porque pagávamos tudo lá, luz, água, até segurança chegamos a pagar. Não queriam colocar, e isso faz parte do município, da prefeitura. Então a feira começou a decair, pegaram as nossas barracas, ficaram quietos, amanhã e depois e começaram a enrolar.

Com uma orientação política, nos últimos tempos estou querendo mudar, mas eu conto qual foi minha impressão quando cheguei aqui em 1994, eu já tinha morado em algumas cidades turísticas, Punta del Leste, Montevideu e quando me falaram que era uma cidade turística me perguntei onde estava o turista, mas depois do escuro para o meu pesar, a realidade turística naquela época foi mudando, mas acho que se mantém em grande maioria. Era um turismo de prostituição, essa é a verdade, o turista chega de avião, pega um ônibus que o espera no aeroporto, todos homens, não vêm com esposas, não vêm com crianças e pegam o ônibus, vão ao porto, sobem ao barco com droga, Whisky, prostitutas, um grupo de pagode e não consomem nada na cidade de forma direta. Então não tinha interesse, era bastante diferente, porque o turismo é isso, era satisfazer a necessidade do grande empresário que vinha de São Paulo pescar, mexer com droga, prostituta. Não trazia a mulher, a criança, então não tinha necessidade de colocar uma feira aqui. E quando o cara chegava aqui não tinha a feira daqui. Se ia pra Bolívia, que a vendia mais barato e tinha uma feira organizada. Então iam direto para lá. Então aqui nada. Não tem uma feira, por exemplo, para apreciar culinária local, pois todo mundo que chega quer conhecer. Não tem lugar onde comercializar o artesanato. Era tudo no barco. Com o tempo isso foi mudando porque apareceu o Festival América do Sul, mas muito pouco para uma cidade, humildemente de ver. Para achar que uma cidade é turística tem que ter uma atividade permanente, os 365 dias do anos e não esperar o festival como algo salvador da pobreza que não se impõem. Cada um aqui tem produção de qualidade, e vamos melhorar acabamento, que falamos tantas vezes em economia solidária.

De que forma esse coletivo é importante para demonstrar a identidade para o turista?

A identidade é transmitida através da imagem. Por ela só, ela já fala, ela é uma cidade histórica, Corumbá é histórica, então através da nossa imagem, da nossa manifestação cultural no artesanato, são leituras de imagem diferentes que o grupo faz. A nossa arte urbana representa a expressão maior e mais rápida não só pro turista, porque também somos arte educadores, porque Corumbá é tida como uma cidade rota de drogas. O Gabriel trabalha com esporte, com skate, e eu faço essa transição mostrando o trabalho através do grafite.

O turismo de pesca gera esses problemas que você disse? E a proposição de um turismo histórico cultural onde para o coletivo FALA isso cairia como uma luva?

Claro, logicamente. Eventos seria bom também acontecer, não só feira. A feira é como um 'point' de lugar, porque Corumbá não tem um lugar legal para se comer uma comida regional e isso identifica o lugar, chama a atenção do lugar pro turismo.

Como você mostrariam para o mundo a comunidade? Não seria o turismo de pesca? Esse perfil de turista não quer consumir na comunidade?

Os empresários de turismo de embarcação. O dinheiro também não fica aqui. Porque os empresários não ficam aqui, não são daqui são de outra cidade que vem pra ganhar seu dinheiro, leva o turista pro Pantanal, com pacote já prontinho, mas não gasta. O dinheiro que eles arrecadam eles vão investir na cidade delas, mas não investem aqui. Então essa visão que os caras vêm só pra pegar o nosso dinheiro e levar pra outro lugar.

O coletivo fala já foi convidado alguma vez pelo poder público ou por uma Câmara Municipal pra se discutir turismo nessa cidade?

Não, em momento algum. Se fosse chamado, temos proposta de coletivo e individual.

A maioria dos Corumbaenses e Ladarienses não conhecem o Pantanal, nunca foram. Conhecem o rio aqui da feira, se você vai pegar um barco local para poder passear Pantanal adentro, você vai gastar 30-40 reais por pessoa. Imagine uma família de cinco vai gastar de 200-250 reais para conhecer o Pantanal, conhecer o rio, ver o rio, entrar no Pantanal como o turista faz. Ontem fiz essa experiência com meus alunos novos de teatro e perguntei, quantos anos você tem, 15, você é Ladarense, sou, alguma vez entrou no Pantanal, uma vez, mas a maioria nunca entrou. Então como você vai amar, defender e lutar por algo que nem conhece? Não é um paradoxo? Então você tem que começar por casa e esses grandes empresários não

estão interessados nisso. Em outros lugares que morei, tinha um navio que era da prefeitura ou era alugado em certos meses do ano em certa época, e te cobravam uma passagem como se paga aqui. Quanto custa o ônibus local, 3 reais, com 3 reais por pessoa, o direito não era por 3-4 dias, mas dar uma volta grande, importante para conhecer in loco o habitat. Aqui fui delegado da conferência de cultura por Ladário e coloquei isso, como vocês vão querer que nós defendamos e nos sintamos sem conhecermos. Há 2 anos eles fizeram um mural que foi uma exposição ao ar livre perto do Colégio Dom Bosco, coisas lindas de qualidade em parceria com a escola. O poder público não se interessou em colocá-lo como uma exposição com os artistas e agentes culturais de Ladário.

Vocês tem assento em algum conselho municipal como o FALA?

Atualmente não. Eu fui do conselho de cultura por 2 anos, só que o conselho nunca tem dinheiro pra nenhum projeto. Tem bons projetos, mas não tem dinheiro pra bancar. Falam que é bom, mas não tem. Em Ladário, o prefeito Jamón, o anterior e este voltou a repetir a mesma ação, democraticamente chamou amigos dele para formar o conselho da parte governamental. Inclusive estou nessa batalha não por questão pessoal, porque em última instância não me interessa muito sinceramente participar, só que o cara voltou a fazer a mesma coisa, chamou 4-5 governamentais que correspondem a ele e aos outros que são amigos dele e montou o conselho. Então você não tem acesso de forma legal e democrática, respeitando os artistas.

Vocês têm relação com algum outro grupo de economia solidária? Se relacionam com outro grupo?

Não. O Dom Bosco. Mas é o ex-aluno, estamos começando agora, inclusive, todos aqui são convidados a dar aula como voluntários para a comunidade, para a identidade, para as crianças.

Vocês se conversam com grupos como Amor-Peixe? Isso é espontâneo?

O Amor-Peixe só quando a gente se encontra e realmente tem uma reunião. Às vezes quando tem uma reunião a gente se comunica. Eles são uma associação né? São mais fechados.

Na minha visão não. Só quando somos chamados para alguma reunião ou evento.

A relação é boa, não existe atrito, ao contrário, a questão é não ter uma estratégia, digamos, que permita avançar um caminho certo de onde queremos ir. O FALA pretendia isso e está pretendendo, tem que pretender. Quando é o papel da arte na sociedade, não é uma questão que eu pinto ou declamo uma questão ao Tuiuiui que se acabou. Quando é o papel do artista e

da arte, da cultura na sociedade em geral, como motor de modificação, de mudança, de transformações profundas, se não cultura, se na arte não tem transformações. Eu acho que com toda humildade que até certo ponto não somos conscientes disso porque não levamos a prática. Está faltando um pouco para assumir esse papel de transformação de poder, de criar poder, para contribuir pra nossa formação. Se você não tem poder, não está organizado, não tem estratégia, não tem meta, não tem objetivo, fica tudo muito amorfo.

Impacto social

As pessoas perguntam que dia vai ter de novo. Se interessam.

A nossa arte é levada para as escolas. Então dá esse impacto. E a pergunta que surge, você fazem tudo isso, o município dá esse apoio? Não temos esse apoio, fica só no tapinha, seu trabalho foi bom, mas cadê o apoio financeiro, um projeto, entendeu.

Houve uma época em que um vereador tentou nos ajudar, ele entrou com tudo, mas foi vetado. Até tiraram ele. Não foi que tiraram por causa nossa, mas por questão política deles. Agora que elas estão querendo fazer os negócios dos bairros.

O movimento tá acontecendo porque nós temos uma representante da economia solidária, a tal da Jane, que já tem um conhecimento, como movimentam lá, ela vai estar movimentando aqui.

O trabalho é mais de formiga, que fazer um impacto de uma vez, sendo que todo mundo está inserido em algum segmento da sociedade e está influenciando só que ao estilo formiga, você vai e aos poucos vai aparecendo novos valores, jovens que começam a perceber que a arte os está influenciando positivamente, inclusive nesta região que parece uma coisa que falamos de um filme ou telenovela, etc, a questão da droga é tem todo o mundo, mas aqui com a questão da fronteira, é terrível. As pessoas, os jovens dos bairros marginalizados, 99% estão despolitizados, e o refúgio é a droga. Então nós não podemos ficar omissos a isso, temos um papel a jogar, e estamos jogando de uma forma, porém de forma não suficiente, mas também, por exemplo, não temos veículo, tem que levar o material, porque eu, que tenho o teatro, posso me virar com algo coisa, mas você tem que levar quadros, como leva? Tem que estar mendigando na prefeitura? Não tem compromisso institucional. Olha é um projeto que tenho obrigação de apoiar, nada disso, longe disso. Então temos que estar pedindo a um colega que tem moto que nos dê uma carona ou outro de bicicleta, não tem problema, só que e o

material? Quantas vezes eles locaram um para fazer trabalho em Corumbá e chegando com sede, com calor, e, portanto, um esforço gasto em toda essa preparação e depois quando chega o momento de recitarmos já estamos cansados, então tudo isso conta. Eu acho que fazem assim porque querem fazer assim, não é uma coisa que 'puxa, não me recordar'. É uma cidade que tem 238-239 anos. Não é uma cidade nova que se está descobrindo. Propositamente não políticas que vão marginalizando aquele que de alguma forma fazem pensar, questionam, e por isso temos que organizar, fazer nosso trabalho e tentar superar essas limitações porque a própria realidade através de...por exemplo, em Ladário, quantas vezes não falaram, 'não já tenho aí um dinheiro para distribuir', mas nunca chegou, e você tem que mandar o plano ação, uma lista de todos que integram o seu grupo e são menores de idade, tudo fizemos, não fizemos pedindo dinheiro. Nunca saiu nem vai sair. Salva que temos um poder suficiente para reverter essas situações o qual não é tão fácil.

Sabemos do FIC. Vocês se mobilizaram pra alguma coisa?

Estamos nisso.

O que mais vocês gostariam de falar pra discutir essa questão do turismo?

Como estamos falando do poder público, desse apoio, acredito que este deveria ter o papel de formar escola de arte, como nós estamos fazendo. Nós fazemos escola, porque nós damos aulas e mostramos nosso produto. E por que o poder público fica omissos em não querer colocar por exemplo uma escola de arte? Muitos jovens estariam numa escola dessas e sairia sabendo fazer alguma arte, então o ponto inicial seria uma abertura de escola de arte no geral. Digamos o Jamil, ele é artista plástico, ele poderia ser o professor de artes plásticas, pagar esses professores, porque aí ele poderia pelo menos se sustentar, uma parte do seu trabalho, e ensinar muitos jovens e pessoas da comunidade no geral. É isso o que está faltando. Nós estamos fazendo isso com nossas próprias mãos. Coisa que o poder público não está fazendo. É chato criticar, mas tem que criticar.

Membros

Meu nome é Aloísio Gabriel, sou Corumbaense, comecei a fazer os trabalhos com 18 anos, entrei no grupo FALA e apresentamos esse projeto social por grafite.

Meu nome é Anibal Carlos Mansón, sou diretor fundador do grupo Argus de Teatro, Corumbá-Ladário que foi fundado em 1994.

Meu nome é Deini Tácia Ejala, meu nome artístico é Maris Falsiga, assino nos trabalhos e quadros com temas abstratos e também nas esculturas e artesanatos.

Eu sou o Armindo Tudela Fardin, sou boliviano, mas moro em Corumbá. Falo sempre que tenho duas cidadanias, uma que eu nasci e outra que me abraçou, então na minha área profissional, sou marceneiro, sou professor técnico de montagem de móveis e atualmente vou dar aula de alfabetização, e também faço teatro, sou artesão e tô tentando ser poeta ainda.

Dona Elza Salcedo Mendes, sou funcionária pública aposentada, trabalho com a pastoral da criança, que desenvolve o envolvimento da economia solidária. A economia solidária já tem quase 12 anos e é representada pela Cuti como professor de alfabetização. Meu empreendimento é o artesanato do Pantanal, mexo com as flores e com as bonecas, meu trabalho é com a comunidade, tanto com a parte alta, como a parte do centro também.

Meu nome é Elquer Ernani, sou conhecido no mundo do grafite como primo, sou criador do coletivo Eterno Arte Cril, desde 1997, criado em Campo Grande e veio fazer aqui um coletivo com a nova geração de grafiteiros da cidade. Tenho um estúdio localizado na Casa do Artesão e faço o quinto semestre de Artes Visuais na UNOPAR e venho representando esse movimento não só no grafite, como na charge, na caricatura, nos desenhos em geral, esse é o meu trabalho.

Eu sou o Jamil Canavarros, Corumbaense e eu atuo como presidente do grupo FALA.

******Entrevista_Massabarro_Artesanato**

Estamos há mais de 10-15 anos já. Começamos com 8 anos de idade. O projeto foi criado em 4 de outubro de 1982. Tem mais de 30 anos já. A finalidade do projeto é dar uma ocupação pras crianças, adolescentes e o pessoal da comunidade em geral.

Motivação

No início teve duas senhoras que tiveram um curso de cerâmica aqui mesmo. Era um casebre bem simples de madeiras aos fundos, aí elas tiveram um aprendizado de cerâmica, uma senhora que veio dar um curso que na realidade era pras senhoras da alta sociedade, na época era ex-mulher de prefeito, a Dona Isa e Josefina mesmo, tinham influência na cidade, então

elas aprenderam arte em cerâmica, e resolveram ter a ideia de repassar o que elas tinham aprendido pra comunidade. Ela conheceu um senhor chamado Gabriel Vandoni de Barros, que era muito influente na cidade, tinha um poder aquisitivo bom. Conversaram com ele e sugeriram que ele arrumasse um espaço pra que elas fizessem esse projeto com as crianças e como ele procurou, viu quem era dono do terreno aqui porque na época era só um terreno baldio, onde jogavam lixo, era bem abandonado e conseguiu comprar o terreno e construiu essa estrutura que tem hoje e doou para que as duas fizessem esse projeto.

Não, não era esse o nome. Os três que sentaram e sugeriram que, como o nome dele era Gabriel Vandoni de Barros, como eles estavam construindo, criando na cerâmica e no barro, eles viram o João de Barros trabalhar, construir a sua casa com o barro, então tiveram a ideia de fazer o nome da instituição Casa Massabarro.

Produtos

Retratamos muito a fauna e a flora Pantaneira. Fazemos qualquer tipo de animal ou espécie que dê pra reproduzirmos em cerâmica. Criamos vários tipos de artesanato e temos uma boa aceitação pra quem compra com o nosso produto, como o São Francisco que é o São Francisco de Assis tradicional com pombas, só que colocamos ele como Pantaneiro, com espaço e bichos do Pantanal como tucano, arara e tuiuiú. A nossa senhora do Pantanal também que foi criação da Dona Ida, diretora, e apareceram várias pessoas que criaram, mas na realidade foi ela que idealizou e criou a santa. Essas são as duas imagens que fazemos bastante. Somos livres para criar o que quisermos. Fazemos qualquer tipo de encomenda, de imagem. E são todos encomendados.

Importância pro turismo

Acredito que tenha uma grande importância pelos anos que já estamos trabalhando sozinhos há mais de 30 anos. Estamos sobrevivendo sozinhos, sem apoio, sem vínculo, com ninguém, financeiramente ou qualquer tipo de ajuda. É um ponto turístico a Casa, já foi divulgada na revista 4Rodas. É um ponto turístico e cultural que tem muita importância pra cidade.

Temos a diretoria. Eu sou o diretor. Fazemos a eleição, temos uma diretoria formada, tem a secretária, tem esse diretor, tem o tesoureiro. Mas assim todas essas funções eu mesmo faço. Eu mesmo que tô administrando, sou voluntário, não ganho nada pra estar administrando.

Então além de correr atrás e vender, porque ganhamos por produção, se produzir e vender ganhamos, se não vender, não ganhamos.

Hoje estamos envolvidas diretamente com 8 pessoas, mas já chegou a ter 70-80 crianças. Antigamente quem estudava de manhã vinha a tarde e quem estudava a tarde vinha de manhã, as crianças no caso. No início era pra ser crianças e adolescentes, mas, assim, agregava tudo. Tinha que ter um acompanhamento escolar, familiar com reunião com os pais, tinha até uma psicóloga que fazia acompanhamento e hoje não temos mais. Então preferimos afastar as crianças e ficar diretamente só com adultos. Não que não queremos, mas...

Remuneração é com base em produção e venda.

Tá formalizado, mas estamos irregular, tipo o CNPJ, porque tínhamos alguns encargos sociais que deixamos pra atrás e acabou virando uma bola de neve. Reformulamos o nosso estatuto recentemente, tem um ano que nosso estatuto está reformulado porque precisamos nos destacar com o estatuto da criança e do adolescente porque pra trabalhar com essas crianças precisamos estar regular, pra não corrermos risco algum porque a qualquer momento que ela começa a comercializar somos responsáveis para que não seja exploração infantil. Temos que estar tendo esse pequeno cuidado para estar aqui.

Começamos criança. Tem mais homem, acho que as mulheres não se deram muito bem. Não que não queremos, mas talvez não abrimos espaço. Tá fechamos mas porque não...fica aberto ao público, quem quiser participar abrimos as portas, só que assim, hoje em dias damos uma orientação básica, bem básica, não pegamos diretamente pra ensinar porque antigamente quando entrávamos tinha uma pessoas mais adulta que orientava e repassava, hoje não, sobrevivemos diretamente do que produzimos e vendemos então fica complicado estar parando e ensinando, então damos uma orientação bem básica. Vamos em escolas, aqui mesmo se a pessoa quiser vir, damos orientação, mas especificamente ensinar deixamos de fazer.

No caso dependemos muito do turismo. O turismo de uns anos pra cá reduziu bastante. Hoje temos mais o turismo...Vemos muito, o cara chega do aeroporto, do aeroporto vai pro barco, do barco volta direto pro aeroporto e vai embora. O que movimenta mesmo o fluxo de venda é mais o turismo familiar, o cara vem com a mulher, com a filha e tal, ficam na cidade e movimentam financeiramente e gastam. E esse é o que realmente conseguimos ter um retorno

deles. Agora o turista que vem só conhecer o Pantanal e ir direto embora... e caiu bastante, antigamente em época de temporada recebia 2-3-4 ônibus com 40 pessoas, então não conseguíamos dar conta do recado, hoje até sobra.

Recurso financeiro

Não conseguimos devido ao nosso estatuto. Desde 2007 estamos com nosso estatuto regular, ano passado eles conseguiram, então, mesmo se não tiver a documentação toda legal não conseguimos. O estatuto tá regular, mas temos imposto de renda, FGTS de uma funcionária que os antigos diretores contrataram, então, por exemplo, como eles faleceram acabaram deixando como administrar, então não conseguimos pagar ela porque deixamos. Se eu vendo, 80% é meu, 20% eu deixo para reposição de material. Água, luz, telefone, material de consumo para reproduzir, são repostos através desses 20%. Nosso forno elétrico funciona bastante.

Comercialização

Procuramos várias formas de comercialização, mas diretamente é aqui no prédio, que e loja, oficina, tudo é aqui. Temos bastante fregueses que compram, não é uma grande quantidade, porque também não conseguimos atender todos eles ao mesmo tempo. Como é artesanal, é um por um, fica bem limitação. Bonito, Campo Grande, Cuiabá, Brasília, mandamos nossos produtos pra revender, mas são bem poucos. Aqui mesmo vendemos bem pouco. Como dependemos do turismo e o turismo é bem fraco aqui, não vendemos quase nada. Até temos o Festival América do Sul que nos oferecem um espaço. Agora tem feiras que, por exemplo, o pessoal da Fundação de Cultura de Campo Grande vão, recentemente teve em Brasília agora, aí tem no Nordeste, Minas Gerais, então tem em todos esses locais. Mas eles já têm um grupo deles fechado que precisa chegar até eles para talvez participarem. Sempre participamos do Festival América do Sul, antigamente tinha o Festival das Águas. No Festival América do Sul não vendemos muito, mas divulgamos bastante o nosso trabalho, através do que vamos lá expor ou do pouco que vendemos, futuramente acabamos com pessoas entrando em contato e unindo para novos clientes, mas é bem pouco.

Conselho

Sim, éramos cadastrados no Conselho Municipal da cidade. Participávamos, podíamos nos candidatar e também tínhamos delegados para que pudessem participar de eleição e votação de conselho tutelar da parte de assistência social. Deixamos de participar por causa de

documentação também. A documentação nos limita muito. Tem investimento de fundo social que não conseguimos porque é barrado com a nossa documentação.

Atividade turística

Influencia bastante. Retratamos o que existe dentro do meio onde vivemos. Fazemos uma onça, um tuiuiú, uma onça com jacaré, entre outros, então, influencia porque estamos relacionados diretamente, então precisamos que haja um fluxo de turismo bom pra comercializarmos também.

Política pública

Poderíamos ser bem melhor vistos, hoje já mudou várias gestões, passou de partido pra outro político, não vamos entrar em muitos detalhes, mas, assim, se vier alguém de fora pra apresentar a cidade, eles vão trazer aqui, é como se eles fizessem parte disso aqui como se eles tivessem ajudando, então mostra qual a cultura da cidade, e isso aqui já é uma parte da cultura da cidade.

A prefeitura se organiza pra trazer

Por exemplo, eles três têm um cadastro na prefeitura que, não é que temos que nos cadastrar, mas a Fundação de Cultura daqui vem aqui, pergunta qual o horário de funcionamento, onde funcionamos, qual o horário que estamos funcionando, faz um cadastro com a nova direção, vai organizando aqui, então precisamos estar repassando tudo isso, pra que se eles precisarem de algum, vamos supor, se chega alguém de fora e eles querem nos apresentar, é isso. Eu acho que eles deixam a desejar porque, puxa, a Casa Massabarro tem 34 anos e eu já viajei vários locais, dei aulas, apresentei o que eu faço, tudo através da associação. Quando eu vou, tudo o que consigo e mostro, eu tenho retorno rapidamente, é uma valorização que lá fora eu tenho e aqui dentro da cidade não conseguimos.

Como você chega nesse público fora

Redes sociais, internet, Facebook, WhatsApp. Eu tenho a minha página pessoal, agora estamos criando uma página específica da Casa Massabarro, então também temos um pessoal que trabalham conosco há mais de 10-15 anos que compram aqui, então, por exemplo, mesmo se ele fechar aquela loja, repassar pra uma outra pessoa. Em Bonito estávamos fazendo uma remessa pro pessoal de uma fábrica de lá porque a mulher que morava lá foi pra Chapada dos

Guimarães, Cuiabá e vendeu a loja de Bonito pra ele. Mas ela me passou todos os seus fornecedores pra ele e estamos continuando.

Parceria

Não temos nenhuma. Nada. De vez em quando o SEBRAE me dá uma orientação, toda a gestão de empresa, de preço, embalagem, venda de produtos, eles dão orientação, mas bem básica. Não temos nenhum apoio.

Satisfação social

Acho que não porque a população em geral pouco se influencia com o impacto do turismo. Porque se você olhar é o Porto geral ali só, algumas lojas, o pessoal que vão viajar e trabalham nos barcos, os familiares deles. São bem poucos que ficam dentro da cidade para conhecer diretamente a cidade e ficam uns 3-4 dias pra mexer com o comércio.

Se a prefeitura tentasse mudar o enfoque e desenvolver a parte histórico-cultural, criar uma rota turística dentro do município, você acha que ajudaria o negócio?

Hoje ajudaria bastante porque como vemos pessoas que moram aqui na cidade, eles vêm aqui, falam que nunca entraram aqui, não conhecem. Tá desde 1982. Essa semana mesmo apareceu um senhor aqui, falou que sempre passou, porém nunca entrou, disse 'vocês que fazem?'. O pessoal da cidade mesmo pouco nos conhece, pouco conhecem como trabalhamos, as cidades onde passamos, eu acho que se tivéssemos placas que indicam onde é o projeto, mas fica bem afastado sempre, então a dificuldade de se encontrar aqui é difícil.

Orientação sobre inserção no mercado

Já tivemos, mas é bem limitado porque o pessoal da universidade sempre faz alguma coisa. Temos bastante de vocês que vêm aqui dar uma orientação. Do ano passado pra cá estou trabalhando com dois grupos da universidade. Uns estão criando página no Facebook e fazendo a divulgação de como criar uma página na internet pra ficar divulgando o nosso trabalho. E o outro está criando uma marca, fazendo esse tipo de trabalho desde agosto de ano passado, fazendo esse tipo de trabalho. Já tem um bom tempo que a professora Rosiley trabalha conosco, já fez a tese de mestrado dela e um livro a respeito da nossa associação, como trabalhamos.

Dependência

Não. Somos totalmente independentes. Não que não queiramos, se alguém quiser participar, principalmente na parte administrativa porque estamos bem enrolados. Pra eu fazer tudo isso aqui é complicado. Eu tenho que fazer a contabilidade, a parte burocrática, produzir, preocupação maior em vender. É um trabalho bem preocupado, principalmente se for mexer com o dinheiro dos outros. Prestar conta com mais 5 é complicado pra caramba.

Mudança

No início era... Quando o projeto iniciou não era só um encima de cerâmica. Por exemplo, as mães que participavam, tinha um grupo de mães, havia aulas de crochê, pintura, artesanato pra pintar azulejo, tudo tinha na época. Ao invés das crianças virem, eles traziam os pais, conheciam o projeto, repassava então, uma época tinha até 70 pessoas fazendo parte da associação, era bem visto porque fazíamos essa parte social com a comunidade. Depois que passamos a não atender mais as crianças em 2017, perdemos bastante porque o pessoal quando engenhou aqui o turista, ele vinha e queria ver as crianças trabalhando, ver o que eles estavam fazendo, achavam legal aquilo que estávamos repassando. Hoje em dia eles querem vir ver as crianças e estão todos aí adultos, então não mostramos muita coisa. Na época era muito usado aquilo lá, são meninos de rua, não que fossem abandonados, mas que estavam ali aprendendo. Aqui na época tinha merenda, uma merendeira, o zelador, todos faziam a merenda, e até as crianças que não trabalhavam aqui vinham fazer essa merenda. Como trabalhávamos tínhamos mais saída mesmo de recursos pra poder dar de entrada. Diretamente somos nós que mantemos, eu dependo dele, e ele do outro, porque não adianta às vezes só eu produzir, tirar meus 20% se não tiver o montante acabamos... então temos uma dependência um do outro pra que haja uma boa venda e consigamos cobrir esses gastos que temos.

Apropriação cultural

Criamos até uma certa identidade do que produzimos. Se pegar a estrada daqui até Campo Grande, ou até mesmo chegar a Bonito, vemos vários tipos de artesanato... é uma qualidade que já adquirimos porque trabalhamos há tanto tempo trabalhando juntos, então, temos uma boa aceitação, tanto é que fora daqui fomos vender o nosso produto, mas conseguimos vender bem porque é um tipo de obra diferente, vamos dizer assim, porque se for daqui para Campo Grande você verá bastante peças, mas elas são foscas, como tá pintado o tucano é sem brilho, esses tipos de pintura que usamos é bem característico nosso. Até a queima das peças é bem diferente. Até a argila é muito boa. Por exemplo, trabalhei em Campo Grande, e em Bonito

vemos que é mais arenosa, tem uma certa dificuldade estar trabalhando com ela. Essa argila é retirada da beira do rio. Tem a molaria que faz a extração da matéria-prima, eles limpam aquela parte suja, faz tijolo e telha. Os tijolos e telhas que não ocupam eles acabam doando pra reaproveitarmos. Só pagamos o frete da argila, e temos custos com pincel, tinta, a queima do forno, solvente, energia, água, internet. A peça de forno seca naturalmente, aí depois entra no forno, depois que sai do forno, recebe a pintura, porque tem muito artesanato que é pintado antes de entrar no forno. Agora pintamos depois.

Melhoria do empreendimento por meio de ação governamental

A parte mais complicada de hoje em dia. Não estamos repassando o que aprendemos para ninguém. Somos entre 5 hoje, vamos supor, sempre temos entre nós alguém que arruma um emprego e sai, diminuindo pra 4-5. Meu medo é que um dia exista só 1-2 e não consiga dar conta do recado ou cuidar mesmo da associação. Poderia vincular talvez um parte social junto ao conselho membro municipal pra estarmos repassando esse ensinamento que aprendemos para as crianças. Mas, como tudo isso gera um tipo de custo, acho que não seria nada mais justo do que termos um retorno pra termos esse tipo de ensinamento. Como trabalhamos há um bom tempo independentemente sem retorno algum, acho que não seria mais. Agora que tanto é que se fizéssemos isso aqui mesmo, atrairíamos o público pra que tá, por exemplo, o turista tá aqui pra ver, a gente estava ensinando as crianças, então poderíamos ter um retorno do turista para que ele possa estar vindo visitar e saber do que estamos vendo. Por exemplo aqui estamos vendendo muito pouco aqui na cidade, estamos vendendo mais fora do que aqui. Vendemos pra Forças Armadas, pro Exército, pra Marinha, mas o pessoal que estão de passagem, por exemplo, troca de comando, eles vêm, um passa pro outro. Sobrevivemos praticamente só de encomenda, se formos depender só da venda, é complicado. Até na Casa do Artesão de Campo Grande vendemos bastante. Não temos custo em colocar material, acrescentam 10% do valor só. O curso que temos é o frete porque temos que mandar pelo Correio. Temos um custo de envio. Embalagem também gastamos um pouco com o material, cuidado se formos fazer alguma boa embalagem, principalmente os Correios.

Denilson de Campos