

O SISTEMA DA DÁDIVA NAS RELAÇÕES COMUNITÁRIAS E A CONSTITUIÇÃO DE ALIANÇAS PELO TRABALHO TRADICIONAL

Maria do Rosário Rolfsen Salles¹
Gabriela Arantes Ferreira de Sales²

Recebido em 21/03/2011

Aprovado em 30/05/2012

¹ Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Docente do Programa de Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. mrrsalles@uol.com.br

² Mestre em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi. gabbrielasales@hotmail.com

RESUMO

A proposta do presente trabalho é apresentar uma reflexão sobre a constituição de vínculos sociais estabelecidos a partir de um sistema de cooperação integrado, representado pela organização da atividade turística em comunidades tradicionais e verificar sua relação com o sistema da dádiva na sociedade moderna. O estudo é desenvolvido tendo como referência, o sistema do dom, modelo de trocas sociais, sugerido por Marcel Mauss (1974), baseado em um encadeamento de dádivas e contra-dádivas que podem suceder infinitamente. Serão apresentados resultados da pesquisa desenvolvida em oito comunidades localizadas na costa leste do Estado do Ceará. Nos vilarejos estudados, os grupos são organizados em projetos de base familiar e o turismo comunitário é idealizado partindo da ética e da solidariedade para estabelecer relações comerciais e de intercâmbio entre a comunidade e visitantes. As atividades turísticas são realizadas por meio de redes colaborativas estabelecidas a partir de vínculos sociais espontâneos como proposta para uma gestão solidária.

PALAVRAS-CHAVE

Dádiva. Turismo Comunitário. Economia Solidária. Redes de Colaboração Solidária.

1. INTRODUÇÃO

O sistema de dádivas foi descrito pela primeira vez por Mauss em seu célebre *Ensaio sobre a Dádiva* (*Essai Sur le Don*, no original), publicado em 1923. Mauss descobriu que os habitantes das sociedades da orla do Pacífico e do noroeste da América do Norte praticavam um tipo de intercâmbio de prestações e de contraprestações, denominadas pelo autor de “prestações totais”, caracterizadas basicamente pela oferta voluntária de presentes, livre e gratuita, e, simultaneamente, interessada e obrigatória (MAUSS, 2003).

A obra de Mauss tem inspirado a reflexão de cientistas sociais contemporâneos e por isso, hoje há um considerável universo de pesquisadores trabalhando acerca da dádiva. A maior contribuição do *Ensaio* de Mauss (2003) talvez seja a de mostrar como as mais diferentes civilizações revelam que trocar é mesclar almas, permitindo a comunicação entre os homens, a

inter-subjetividade, a sociabilidade. Assim, para Mauss (2003, p. 211), o objetivo da dádiva “é produzir um sentimento de amizade entre as duas pessoas envolvidas”. Não são apenas bens e riquezas que são trocados, ou seja, bens econômicos, mas, sobretudo, “amabilidades, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, feiras, dos quais o mercado é apenas um dos momentos, e nos quais a circulação de riquezas não é senão um dos termos de um contrato bem mais geral e bem mais permanente” (MAUSS, 2003, p. 191). Nesse sentido as trocas não são só materiais: a circulação pode implicar prestações de valores espirituais, assim como maior ou menor alienabilidade do que é trocado (LANNA, 2000). Um aspecto fundamental também discutido é o fato de as trocas serem simultaneamente voluntárias e obrigatórias, interessadas e desinteressadas, úteis e simbólicas. Coexistem, portanto, uma liberdade e uma obrigação de dar e receber, assim como uma liberdade e uma obrigação de retribuir. A dádiva não procura a igualdade ou equivalência, ela está no cerne de incertezas que caracterizam o vínculo social.

Nas palavras de Mauss (2003, p. 212): “Trata-se, no fundo, de mistura. Misturam-se as almas nas coisas, misturam-se as coisas nas almas. Misturam-se as vidas, e assim as pessoas e as coisas misturadas saem cada qual de sua esfera e se misturam: o que é precisamente o contrato e a troca.” A dádiva, portanto, serve “para se ligar, para se conectar à vida, para fazer circular as coisas num sistema vivo, para romper a solidão, sentir que não se está só e que se pertence a algo mais vasto, particularmente a humanidade, cada vez que se dá algo a um desconhecido, um estranho que vive do outro lado do planeta, que jamais se verá” (GODBOUT, 1998). A tese principal do *Ensaio* de Mauss (2003) é, portanto, que a vida social se constitui por um constante dar-e-receber. A reflexão mostra ainda como, universalmente, dar e retribuir são obrigações, mas organizadas de modo particular em cada caso. A dádiva produz aliança, tanto as matrimoniais como as políticas (trocas entre chefes ou diferentes camadas sociais), religiosas (como nos sacrifícios, entendidos como um modo de relacionamento com os deuses), econômicas, jurídicas e diplomáticas (incluindo-se aqui as relações pessoais de hospitalidade) (LANNA, 2000). A dádiva serve, portanto, antes de mais nada, para estabelecer relações. “Ela é mesmo a relação social por excelência” (GODBOUT, 1999, p. 16).

Segundo Pereira (2000), tudo indica que a teoria da dádiva é uma aparelhagem adequada à apreensão dos mecanismos subjacentes às trocas simbólicas nas sociedades contemporâneas. Para Godbout (1999, p. 20), ela é “tão moderna e contemporânea quanto característica das sociedades primitivas”. O mesmo autor afirma, ainda, que “o indivíduo moderno está constantemente envolvido em relações de dádiva” (GODBOUT, 1999, p. 113). Para Godelier (2001), em nossa sociedade a dádiva se tornou uma operação subjetiva, pessoal, individual. “O dom é a expressão e o instrumento de relações pessoais situadas além do mercado e do Estado” (GODELIER, 2001, p.

314). Este é um fenômeno essencial na sociedade contemporânea. É nesse sentido que Dencker (2004, p. 189) afirma que “as relações de mercado não existem isoladamente, coexistem com outras formas de relação de troca, uma vez que faz parte da condição humana interagir com o outro, trocar emoções, compartilhar sonhos, esperanças, tristezas, aflições, reconhecer e ser reconhecido pelo outro”.

Portanto, se o sistema normativo e institucional tende a integrar esse “a mais” introduzido pela dádiva, reduzindo-o a uma troca equitativa, os seres humanos tendem a reinventar e a escapar continuamente daquilo que se fixa, que se normatiza, fugindo-se das equivalências mecânicas, calculáveis. “Saímos do mercado toda vez que introduzimos o valor do vínculo. Saímos voluntariamente da relação mercantil e reintroduzimos um gesto inesperado, imprevisto, uma graça” (GODBOU, 1999, p. 223).

A proposta do presente trabalho é apresentar uma reflexão, resultado de uma pesquisa de campo em oito comunidades localizadas na costa leste do estado do Ceará. O estudo é bastante instigante, na medida em que percebe-se que desenvolvimento comunitário está associado ao modo de produção e à organização do trabalho. A pesquisa de campo foi realizada no mês de janeiro de 2010, quando, foram percorridos 215 km pela costa leste do estado do Ceará para a obtenção de registros e depoimentos de comunidades envolvidas. Em cada uma das comunidades, a permanência no território se deu em instalações comunitárias com hospedagem domiciliar, o que permitiu participar do cotidiano destas comunidades. Os vilarejos visitados foram: Alojamento Frei Humberto (MST), Associação Mulheres em Movimento, Batoque, Jenipapo-Kanindé, Prainha do Canto Verde, Ponta Grossa, Assentamento Coqueirinho e Tremembé. A análise de campo buscou estruturar-se com base nos objetivos específicos da pesquisa, em especial, sobre como são estabelecidos os vínculos sociais entre os envolvidos nas atividades do turismo comunitário e sobre como ocorre a organização do trabalho comunitário para o estabelecimento de redes de cooperação. Foram realizadas entrevistas formais e informais com moradores das comunidades caiçaras da costa, lideranças comunitárias e representantes de organizações sociais envolvidas.

As comunidades estudadas fazem parte da Rede Tucum – Rede cearense de turismo comunitário como objeto de estudo. A rede Tucum está estabelecida na costa cearense e é constituída por doze comunidades, que por meio da autogestão e com base nos princípios da economia solidária, trabalham para oferecer produtos e serviços turísticos, planejados a partir de atividades que têm contato direto com a cultura local. O estudo é desenvolvido tendo como referencial teórico, o sistema do dom, modelo de trocas sociais, sugerido por Marcel Mauss (1974), e também a partir das reflexões de Paulo Henrique Martins, que vislumbra o mecanismo da dádiva nas sociedades modernas.

Trabalha-se com foco na problemática sobre a constituição de vínculos sociais estabelecidos a partir de um sistema de cooperação integrado, representado pela organização da atividade turística em comunidades tradicionais e sua relação com o sistema da dádiva na sociedade moderna. Algumas hipóteses foram levantadas com base em estudos preliminares, como por exemplo: as atividades relacionadas ao turismo de base comunitária favorecem a formação de vínculos comunitários a partir da troca de experiências e saberes tradicionais; o trabalho comunitário é organizado em projetos coletivos e baseia-se na ética e na solidariedade para estabelecer as relações comerciais; a gestão fundamenta-se na construção de uma relação entre sociedade, cultura e natureza em prol da sustentabilidade sócio-ambiental. Trata-se de uma pesquisa qualitativa explicativa, a qual analisa a Rede Tucum, como estudo de caso. Os dados coletados foram analisados utilizando o método de análise de conteúdo e por isso, foram agrupados em categorias temáticas, a saber: 1ª - Turismo Comunitário, 2ª - Redes de Turismo Comunitário, 3ª - Organização Social do Trabalho Comunitário, e 4ª - Representação de vínculos por colaboração solidária.

A pesquisa de campo foi realizada após alguns meses de negociações com os organizadores, que nos deram apoio e autorização prévia para que a pesquisa pudesse ser realizada. Foram realizadas entrevistas formais (utilizando instrumento de pesquisa semi-estruturado) e informais, com moradores das comunidades caiçaras da costa, lideranças comunitárias e representantes de organizações sociais envolvidas com a Rede que serviram como unidades de análise, além de documentos analisados em museus, centros culturais e bibliotecas.

2. REFLEXÕES SOBRE A DÁDIVA NA SOCIEDADE MODERNA

As sociedades modernas vivem em torno da hegemonia do sistema econômico capitalista dirigido pelos interesses do mercado e o consumismo desenfreado. Esse modelo econômico tem sido discutido mundialmente, pois além de sacrificar bens naturais não renováveis e restringir os recursos em prol do crescimento econômico, cria novas tendências mercantis que entusiasmam a mecanização do pensamento humano e ajustam novas regras de vida e comportamento para a sociedade. Segundo Goudbout (1998, pg. 39-52), para essa modalidade política e econômica atual, existe um paradigma sociológico que explica tal comportamento e busca refletir sobre as tendências desse mecanismo para os atores desse sistema, que muitas vezes tem suas necessidades transformadas e maquiadas por instituições e autoridades em função do crescimento comercial. Esse paradigma é conhecido como o neoliberalismo. Nas ciências humanas, ele possui diversos nomes: teoria da escolha racional, racionalidade instrumental, individualismo metodológico, utilitarismo, *homo æconomicus*, teoria econômica neoclássica, entre outros. (GODBOUT, 1998, pp. 39-52).

Ainda segundo o autor, as diversas nomenclaturas atribuídas ao paradigma, podem classificar seus diferentes aspectos, porém existe um ponto em comum em todos eles que pode resumir sua essência: “procura explicar o sistema de produção e, sobretudo, de circulação das coisas e dos serviços na sociedade a partir das noções de interesse, de racionalidade, de utilidade”. Para Simmel (apud GODBOUT, 1998, pp. 39-52), esse sistema tende a guiar os atores do processo a partir de vontades criadas por meio de um ambiente imaginário em que as necessidades são criadas artificialmente para que o ciclo desejo-consumo seja abastecido periodicamente:

O membro da sociedade moderna se vê às voltas com um número impressionante de instâncias, de pessoas, de instituições, de autoridades, que tentam lhe dizer quais deviam ser seus valores, suas preferências, que tentam lhe dizer o que é bom para ele. Costumam ser instâncias externas à sua comunidade, que ele tende a considerar ilegítimas. (SIMMEL APUD GODBOUT, 1998, pp. 39-52).

Nesse caso, as relações são extremamente impessoais, não há envolvimento e não há promessa de uma relação a longo prazo. Para Godbout (1998, pg. 40), as sociedades modernas encontram espontaneamente uma vantagem no sistema de mercado: a liberdade, traduzida pela facilidade de sair de uma relação que não se aprecia, e ir procurar outra, livre de regras e sem necessidade de explicações ou satisfações sociais. Segundo o autor, o modelo mercante visa à ausência de dívida.

Nesse modelo, cada troca é completa. Graças à lei da equivalência, predominante no sistema utilitarista, “cada relação é pontual, e não compromete o futuro. Não tem futuro e portanto, não nos insere num sistema de obrigações” (GODBOUT, 1998, pp. 39-52). Nesse sentido, a liberdade moderna pode ser considerada essencialmente como a ausência da dívida. “O par constituído pelo individualismo e a economia neoclássica busca fundar a ética do comportamento do homem sem nenhuma dívida em relação a quem quer que seja” (SIMMEL apud GODBOUT, 1998, p. 41). Assim, Berthoud (1994, p. 53), classifica o mercado como um meio criado pela sociedade moderna, onde os indivíduos buscam sanar as dívidas pontualmente, sem que haja comprometimentos futuros. Para o autor, o mercado é “um laço social que visa escapar das obrigações normais inerentes aos laços sociais. É a essência da liberdade moderna. Nesse jogo infinito da circulação de equivalências, ser um indivíduo, equivale a não dever nada a ninguém”. (BERTHOUD APUD GODBOUT, 1994, P. 53). Nesse sentido, o homem da sociedade moderna torna-se seguro para concretizar sonhos e desejos, muitas vezes criados e manipulados pelo mercado, em um ambiente de liberdade de escolha e garantia de não atrelar pendências futuras à essas transações. Para Godbout (1998), esse modelo tende, a generalizar um valor, o valor de produto.

Se, graças à modernidade, libertamo-nos de nossos laços, por outro lado tornamo-nos cada vez mais dependentes de nossos bens, de nossos produtos e, principalmente, da necessidade de produzir cada vez mais. Em outras palavras, o que era meio (o produto) torna-se fim. Inverte-se a relação fim-meio. O que fora inicialmente definido como estando a serviço das preferências individuais — a produção — acaba sendo o valor supremo, a finalidade (GODBOUT, 1998, pp. 39-52).

Em contraposição ao paradigma economicista e utilitarista, sociólogos e antropólogos desenvolveram estudos que criticam essa abordagem e apresentam uma outra forma de analisar o comportamento social, dessa vez partindo de um olhar coletivo e não mais restrito ao indivíduo. Esse novo paradigma preocupa-se em analisar as diferentes formas de holismo, termo que designa em sentido amplo, todas as teorias que falam da sociedade mais do que do indivíduo. Esse movimento recrimina o monopólio da economia neoclássica e se apresenta como uma alternativa ao paradigma utilitarista (GODBOUT, 1998, pp. 39-52). Segundo Godbout (1999, pg. 37), a essência desse novo pensamento está em romper o isolamento do indivíduo e situá-lo no contexto de suas relações sociais. Etzioni (apud GODBOUT, 1998, pp. 39-52) denomina essa nova rede pensamento de "paradigma do eu e nós", que significa que cada indivíduo possui um sentimento de identidade compartilhada com os outros. Nesse novo paradigma, os atores sociais não agem somente em função de seus interesses, mas sim em função de normas e valores coletivos. Para Etzioni (1988, pp. 41-43), os atos morais tendem a representar os ímpetus sociais sobre compromissos não deliberados:

Atos morais refletem um imperativo, uma generalização, e uma simetria quando aplicados aos outros [...] são intrinsecamente motivados e não passíveis de uma análise meios-fins. [...] repudiam a racionalidade instrumental que inclui a consideração de custos e benefícios. [...] De fato, a "instantaneidade" de tais decisões é usada por várias pesquisas como uma indicação de que se trata de um compromisso não deliberado. (Etzioni, 1988, pp. 41-43)

Os dois paradigmas descritos representam que as relações sociais decorrem a partir da liberdade e da livre escolha, onde os indivíduos podem seguir guiados pelo modelo da racionalidade, ou por um comportamento determinado por normas, pela obediência a regras. Para Caillé (1998, pp. 5-38), nenhum dos dois grandes paradigmas apresentados podem elucidar questões relativas ao comportamento social. Por isso, ele propõe e instiga reflexões acerca da dádiva e sobre os estudos realizados inicialmente por Marcel Mauss, e que hoje são conduzidos por autores representantes do movimento "Mouvement Anti Utilitariste em Sciences Sociales (M.A.U.S.S)" – Movimento Antiutilitarista em Ciências Sociais, entre os quais, Alain Caillé foi o precursor. Para Caillé (1998, pp. 5-38), a dádiva desafia os grandes paradigmas propostos e por isso merece destaque dentre as pesquisas sociológicas:

Entende-se por dádiva tudo o que circula na sociedade que não está ligado nem ao mercado, nem ao Estado (redistribuição), nem à violência física. De modo mais positivo, é o que circula em prol do ou em nome do laço social. Não é um fenômeno irrelevante. Basta pensar no que circula entre amigos, entre vizinhos, entre parentes, sob a forma de presentes, de hospitalidade e de serviços. Na sociedade moderna, a dádiva circula também entre desconhecidos: doações de sangue, de órgãos, filantropia, doações humanitárias, benevolência, etc. (GODBOUT, 1998, pg. 39-52).

A dádiva não corresponde ao modelo mercantil; uma de suas principais características consiste no fato de que os agentes sociais não estão condicionados à equivalência e a quitação das dívidas contraídas. Para Godbout (1998, pg. 39-52) “[...] O mercado se baseia na liquidação da dívida. A dádiva baseia-se, ao contrário, na dívida. Isso pode ser observado tanto nos laços primários como nas relações de parentesco, na doação a um desconhecido, na doação de órgãos”.

A dádiva não corresponde ainda ao paradigma holista, pois enquanto os agentes nesse sistema agem por obrigação às regras e normas, no sistema da dádiva, os atores valorizam o prazer envolvido na relação. Segundo Godbout (1998, pp. 39-52), uma dádiva feita por obrigação, por obediência a uma norma, é considerada de qualidade inferior e por isso a moral do dever não se aplica à dádiva. [...] os membros de um sistema de dádiva possuem uma relação muito particular com as regras. “Antes de mais nada, as regras devem estar implícitas. No sistema da dádiva – o doador, por muitas vezes chega a negar a importância da dádiva. Ao doar algo, é comum responder após o agradecimento, “*de nada*”, como forma de diminuir a obrigação de retribuir e tornar a retribuição incerta. Esse mecanismo torna o outro livre para dar por sua vez. Oportuniza-se assim ao receptor fazer uma verdadeira dádiva (GODBOUT 1998, pp. 39-52).

Constata-se, desse modo, que os atores da dádiva introduzem, deliberada e permanentemente, uma incerteza, uma indeterminação, um risco quanto à efetivação do contradom, de modo a se afastarem o máximo possível do contrato, do comprometimento contratual (mercantil ou social), e também da regra do dever; na verdade, de qualquer regra de tipo universal. Por quê? Porque estas últimas têm a propriedade de obrigar o outro independentemente de seus "sentimentos" em relação a mim, independentemente do elo que existe entre o outro e eu (GODBOUT 1999, pg. 52).

De acordo com Caillé (1998, pp. 5-38) o sistema da dádiva, representado pela tríplice obrigação – dar, receber e retribuir, é um modelo de ação social totalmente diferente e paradoxal, pois estabelece ao mesmo tempo, uma relação de "liberdade e obrigação" e de “interesse e desinteresse”. O ritual da dádiva não se resume em em mero ritual, pelo contrário, em uma relação que envolve dádiva, há expressão obrigatória de sentimentos de generosidade, gratidão e espontaneidade (CAILLÉ, 1998, pp. 5-38). Em suma, as formas de liberdade e dívida descritas no sistema da dádiva são diferentes daquelas contraídas pelo sistema mercantil. Na dádiva, não há preocupação em

relação à contração da dívida e não consiste na facilidade, para o ator, de sair da relação; “situa-se, ao contrário, dentro do laço social, e consiste em tornar o próprio laço mais livre, multiplicando os rituais que visam diminuir, para o outro, o peso da obrigação. A dádiva é um jogo entre liberdade e obrigação”. (GODBOUT 1998, pp. 39-52).

Assim, o modelo da dádiva não se liga, a nenhum dos dois paradigmas dominantes. A não equivalência, a espontaneidade, a dívida, o prazer do gesto e a liberdade se opõem às teorias de holismo e individualismo metodológicos (GODBOUT 1998, pp. 39-52). Para Godbout (1998, pp. 39-52), “[...] a verdadeira dádiva é um gesto socialmente espontâneo, um movimento impossível de captar em movimento, uma obrigação que o doador dá a si mesmo, mas uma obrigação interna, imanente”.

3. SISTEMA DA DÁDIVA E ECONOMIA

Para Donati (apud Godbout, 1998, pp. 39-52), a dádiva seria uma experiência que permite pertencer a uma comunidade que não limita seus indivíduos, pelo contrário, tem por objetivo, expandir os pensamentos em uma voz comum. Para o autor, a dádiva está presente em uma comunidade de forma a fazê-la prosperar, contrariamente a uma visão individualista, a experiência da solidariedade comunitária não contradiz a identidade e pode, ao contrário, desenvolvê-la. Nesse sentido, Caillé (1998, pp. 5-38), descreve que a dádiva seria, uma experiência social fundamental, de experiência dos fundamentos da sociedade, daquilo que nos liga a ela para além das regras cristalizadas e institucionalizadas como normas da justiça. A constituição do sistema da dádiva quando completo em um ciclo, pode ser denominado de “um fato social total – uma experiência que concretiza a ligação entre indivíduo e sociedade, entre liberdade e obrigação. Uma experiência em que a sociedade é vivida como comunidade. (MAUSS apud CAILLÉ, 1998, pg. 5-38)

Nas sociedades e comunidades, o sistema do dom, representado pela tríplice-obrigação ocorre por diversos motivos: para que as pessoas estejam ligadas, para se conectarem à vida, para fazer circular as coisas num sistema vivo, para romper a solidão, sentir que não se está só e que se pertence a algo mais vasto, entre outros. Por isso, Caillé (1998 pp. 5-38) explica, “a dádiva é o que circula a serviço do laço social, o que o faz aparecer, o que alimenta”. A dádiva é sistema que propicia o vínculo pela comunicação, atua para romper o isolamento e para que as pessoas sintam sua própria identidade. Por isso é perceptível o sentimento de poder, de transformação, de abertura, de vitalidade que invade os doadores, que dizem que recebem mais do que dão. “A dádiva seria, então, um princípio consubstancial ao princípio vital, aos sistemas vivos” (CAILLÉ 1998, pp. 5-38). Nesse sentido, é possível observar algumas comunidades que interagem consciente ou

espontaneamente por meio do sistema da dádiva. Essas comunidades, que serão apresentadas a seguir, são reconhecidas por desenvolverem atividades cotidianas que utilizam o sistema do dom como canal principal para aproximar pessoas, firmar laços e constituir alianças. Envolvidas neste processo, essas comunidades passam a estabelecer vínculos solidários a partir da formação de redes de cooperação. Nesse sentido, observa-se a participação de indivíduos em uma economia diferenciada, que não segue os padrões economicistas e que será denominada nesse trabalho de economia da dádiva.

Em Ciências Sociais, a economia da dádiva ou economia do dom é uma forma de organização social na qual os membros fazem doações de bens e serviços, uns aos outros, sem que haja, expectativa de reciprocidade, como no sistema economicista. Todavia, a obrigação de reciprocidade existe, não necessariamente envolvendo as mesmas pessoas, mas como uma corrente contínua de doações. Pode ser caracterizada e comparada às economias primitivas, que são autosuficientes, pois utilizam o sistema de troca do excedente produzido, pelos poucos bens que não conseguem produzir. Essa economia pode coexistir, com as economias planificadas, ou de mercado. Segundo Mauss (1974, pg. 54), dispor de um bem, seja ofertando-o ou destruindo-o, é a base para a formação de alianças e geração de respeito. Permeados sempre por significados simbólicos diversos, os contratos são feitos com base na oferta. Dispor de um objeto significa fazer um pacto. A economia do dom é uma forma de organização, não um tipo de contrato que se assina conscientemente. Segundo Mauss (1974, pg.47), “não se está falando em termos legais: estamos falando de homens e grupos de homens, porque são eles, é a sociedade, são os sentimentos humanos que se transformam em ação” (MAUSS, 1974, pg.47).

4. REDES DE COOPERAÇÃO SOLIDÁRIA PARA O TRABALHO

Para Caillé (2002, pg. 5), a rede “é o conjunto de pessoas com as quais o ato de manter relações de amizade ou de camaradagem, permite conservar e esperar confiança e fidelidade”. Segundo o autor, é importante reconhecer que essas redes, tradicionais ou modernas, são alianças generalizadas criadas na aposta na dádiva e na confiança.

Círculo ou rede, dá no mesmo. Sem saber — já que os sociólogos americanos ignoram completamente Mauss —, Granovetter centra sua reflexão a respeito das redes exatamente naquilo que Mauss descobrira em sua busca da dádiva através da infinita variedade de culturas: fidelidade e confiança. A única coisa que falta *a priori* nessas análises é reconhecer que essa aliança generalizada que constitui as redes, atualmente como nas sociedades arcaicas, só se cria a partir da aposta da dádiva e da confiança. E constatar que o vocabulário da fidelidade e da confiança é indissociável do da dádiva (Servet, 1994), já que é a palavra dada, mais do que o juramento e antes dele (Verdier, 1991). A referência à dádiva, em razão de sua

natureza simbólica, abre imediatamente para uma dimensão que é irreduzível às redes concretas e empiricamente determinadas. (Caillé, 2002).

Isto significa dizer que a obrigação social que une os membros de uma rede não tem apenas caráter moral, mas igualmente político, dado pelo interesse dos membros na aliança. A formação de redes de cooperação resulta de uma busca progressiva de um pensamento sociológico antiutilitarista e humanizante que, ao longo do século XX, valoriza a força da associação como recurso explicativo poderoso dos movimentos coletivos e espontâneos (MARTINS, 2008, pg. 9). Para Martins (2008, pg. 9), a rede social responde a uma exigência a partir de demandas práticas, representadas por meio de novas metodologias de intervenção social, ou novas formas de participação e de mobilizações coletivas. A teoria da rede social revela a preocupação em explicar o fato social não a partir da liberdade individual, mas de uma formação coletiva que se impõe às vontades individuais.

Para Mauss (apud, CAILLÉ 1974, pg. 45), o fato social, para aparecer como “fenômeno total”, exige que a observação seja centrada sobre o conjunto de bens materiais e simbólicos que circulam no interior da sociedade, determinando que os lugares próprios e singulares de cada membro sejam compreendidos pelo ângulo da totalidade. Assim, Martins (2008, pg. 12), conclui que a introdução da noção de rede nos estudos sociológicos constitui um objeto importante para se avançar na discussão sobre as mobilizações sociais a favor das redes de cidadania. O sociólogo italiano Alberto Melucci (apud MARTINS, 2008, pg. 14) afirma que os movimentos são naturalmente sugeridos por uma estratégia de redes - pequenos grupos imersos na vida cotidiana, na qual os membros, mediante suas experiências e inovações culturais, contribuem para o seu desenvolvimento.

A noção de rede coloca a ênfase nas relações entre diversidades que se integram em laços de sinergia coletiva, que facilitam a transformação de cada parte pela sua relação com as demais. (MANCE, 2006 pg. 46). A Rede de Colaboração Solidária integra grupos de consumidores, de produtores e de prestadores de serviço em uma mesma organização, onde todos propõem a praticar o consumo solidário, por meio da aquisição de produtos e serviços da própria Rede, sendo que o excedente obtido é reinvestido, o que garante a sustentabilidade das ações e o consumo de todos. Para MANCE (2006 pg. 46):

Quatro são os critérios básicos de participação nessas redes: a) que nos empreendimentos não haja qualquer tipo de exploração do trabalho, opressão política ou dominação cultural; b) busque-se preservar o equilíbrio ecológico dos ecossistemas (respeitando-se todavia a transição de empreendimentos que ainda não sejam ecologicamente sustentáveis); c) compartilhar significativas parcelas do excedente para a expansão da própria rede; d) autodeterminação dos fins e autogestão dos meios, em espírito de cooperação e colaboração.

Quando redes locais deste tipo são organizadas, elas operam no sentido de atender demandas imediatas da população por trabalho, melhoria no consumo, educação, reafirmação da dignidade humana das pessoas e do seu direito ao bem viver, ao mesmo tempo em que combatem a exploração e dominação responsáveis pela pobreza e exclusão. As redes de colaboração solidária, portanto: a) permitem aglutinar diversos atores sociais em um movimento orgânico com forte potencial transformador; b) atendem demandas imediatas desses atores por emprego de sua força de trabalho c) negam estruturas capitalistas de exploração do trabalho, de expropriação no consumo e de dominação política e cultural, e d) passam a implementar uma nova forma pós-capitalista de produzir e consumir, de organizar a vida coletiva afirmando o direito à diferença, promovendo solidariamente (MANCE, 2006 pg. 49).

Para Caillé (1998, pp. 5-38), as análises em termos de redes se inscrevem no quadro da reflexão aberta por Marcel Mauss. Segundo o autor, os dois grandes paradigmas sociais representados pelo holismo e individualismo, têm em comum o fato de pensarem a sociedade segundo um eixo vertical:

Raciocinar em termos do interacionismo da dádiva, de pensamento do político, é, ao contrário, adotar um ponto de vista radicalmente imanente, horizontalista, e mostrar que é do mesmo movimento que se produzem ou se reproduzem os termos opostos, a base e o topo. Nesse sentido, entende-se que não há nem indivíduo nem sociedade — nem natureza nem sociedade, mas a (inter)ação dos homens concretos. (CAILLÉ 1998, pp. 5-38)

Caillé acredita que hoje a sociedade vive em um momento de pressões para reforma do sistema político em geral e a discussão sobre rede, parece estratégica para auxiliar teórica e politicamente as mobilizações sociais, permitindo que as organizações não-governamentais e associações locais possam administrar os problemas que atingem a sociedade (CAILLÉ 1998, pp. 5-38).

Partindo das reflexões sugeridas por Mauss e Caillé acerca do interacionismo em redes para a mobilização de sistemas políticos, econômicos e sociais, Coraggio (apud Leite, 2009, pp. 31-51) desenvolveu uma reflexão teórica, com base nos princípios da economia solidária, mas a partir do que ele denomina “economia do trabalho”. Esta é entendida pelo autor como uma economia social que vai além dos interesses individuais e que busca, primordialmente, a criação de bens coletivos. Este tipo de economia, baseada nas unidades domésticas, contemplaria um conjunto de atividades, entre as quais as cooperativas e outras formas de ações econômicas, apareceriam juntamente com o trabalho por conta própria e as atividades de produção de bens e serviços que são consumidos pelas unidades domésticas sem passar pelo mercado. Tais atividades incluem o trabalho de limpeza, da

cozinha, de tomar conta das crianças, na horta, do conserto e confecção de roupas, de construção de móveis, da própria casa etc. (CORAGGIO, 2000, p. 98).

Para o autor, o conjunto da população trabalhadora não consegue ser inserida em empreendimentos do sistema capitalista atual. Ainda assim, a limitação das políticas públicas em face do desemprego e da precarização do trabalho estariam levando a população excluída a buscar formas de subsistência na economia doméstica, cuja lógica não é da reprodução do capital, mas da reprodução ampliada da vida (Coraggio apud Leite, 2009, pp. 31-51). Nesse sentido, Coraggio considera que é a partir da economia do trabalho, que se poderia apoiar a empresa social: "os empreendimentos que não só produzem mercadorias, mas que 'produzem sociedade'. Tal tipo de empreendimento 'investe num único capital que possui: 'as pessoas' e isto começa por dar créditos a elas, no sentido da reprodução ampliada da vida, que para o autor significa, a melhoria da qualidade de vida com base no desenvolvimento das capacidades e das oportunidades sociais das pessoas (CORAGGIO, 2000, p. 98).

Coraggio admite a possibilidade do desenvolvimento de relações de cumplicidade e ao mesmo tempo de fortalecimento de laços sociais entre os envolvidos na economia do trabalho, o autor acredita na possibilidade de uma economia alternativa:

[...] que se desenvolveria a partir da economia dos setores populares, fortalecendo suas vinculações e capacidades, potencializando seus recursos, sua produtividade, sua qualidade, assumindo novas tarefas, incorporando e autogerindo os recursos de políticas sociais de modo a fortalecer os laços sociais entre seus membros, seus segmentos, suas micro-regiões; uma economia que estruturalmente distribua com mais igualdade, que supere essas tendências à exploração ou à violência, que seja um setor da sociedade mais harmônico e integrado com outros valores de solidariedade, com maiores recursos voltados para a cooperação (Coraggio, 2003, p. 116).

Embora o autor não considere que a economia do trabalho seja inexorável, ele a vê como uma promessa que pode satisfazer diretamente parte das necessidades das maiorias locais e competir exitosamente no mercado nacional ou global, "gerando ocupações mercantis e os ingressos monetários necessários para sustentar-se e ampliar-se sobre suas próprias bases de interdependência" (Coraggio, 2003, p. 116).

4.1. Origem e Conceitos do Turismo Comunitário

O Turismo Comunitário responde a um segmento do mercado especializado (nicho) ao dirigir-se a pequenos grupos de viajantes em busca de experiências pessoais originais e enriquecedoras, combinando vivências culturais autênticas, desfrutando de cenários naturais e de uma remuneração adequada do trabalho comunitário. Esta modalidade contrasta com o padrão convencional do turismo de massa, cujos pacotes rígidos e impessoais obedecem a uma lógica

econômica de um retorno imediato e máximo dos investimentos (Maldonado, 2006). Outro fator explicativo para o desenvolvimento do turismo comunitário, deriva-se das necessidades econômicas e trabalhistas da grande maioria das pequenas comunidades receptoras, que buscam com a atividade turística, superar a situação de pobreza. Essas comunidades encontraram o turismo como uma das opções de diversificação das atividades econômicas, a partir da dinamização das atividades não-agrícolas: a pequena agroindústria doméstica. Maldonado (2006) acredita que o turismo, gerido sob essas condições, pode contribuir na revitalização da economia rural e conseqüentemente a valorização do patrimônio ambiental e dos acervos culturais. O terceiro fator que explica o surgimento do turismo comunitário é o papel relevante que desempenham as pequenas e microempresas no desenvolvimento econômico local e na diversificação da oferta turística nacional.

O setor do turismo cobre uma ampla gama de pequenos negócios que se encontram na base piramidal, configurando segmentos especializados. As pequenas e microempresas têm como denominador comum a prestação de serviços personalizados ao cliente, operações com escala reduzida e uma grande flexibilidade de operação. Por serem espalhadas em todo o território nacional dão vida a um grande tecido que mobiliza recursos, gera riquezas e distribui renda para as economias locais (MALDONADO, 2006 p. 25).

O conceito de turismo de base comunitária se apresenta de diferentes formas devido às suas inúmeras formas de representação. Serão apresentadas a seguir algumas das definições que tem tomado lugar de importância no meio acadêmico a partir de debates sobre o tema. Nos últimos anos, o governo boliviano redirecionou sua política de desenvolvimento turístico privilegiando o fomento ao turismo de base comunitária:

Es un modelo alternativo de gestión turística, endógena y autónoma, manejado por las organizaciones comunitarias rurales-indígenas y urbanas, en el marco de la diversificación económica de sus sistemas productivos y la administración integral del desarrollo en sus territorios originarios (BOLÍVIA, 2006).

No Brasil, essas definições e conceitos incorporam ainda as noções de empreendimentos comunitários e intercâmbio intercultural (Bursztyn, Sansolo 2009, p. 142-161):

Toda forma de organização empresarial sustentada na propriedade do território e da autogestão dos recursos comunitários e particulares com práticas democráticas e solidárias no trabalho e na distribuição dos benefícios gerados através da prestação de serviços visando o encontro cultural com os visitantes (TURISOL, 2008).

Há ainda a definição elaborada pela rede Tucum, Rede Cearense de Turismo Comunitário, que faz uma importante relação entre o turismo comunitário e a economia solidária:

O turismo de base comunitária é aquele no qual as populações locais possuem o controle efetivo sobre o seu desenvolvimento e gestão, e está baseado na gestão comunitária ou familiar das infra-estruturas e serviços turísticos, no respeito ao meio ambiente, na valorização da cultura local e na economia solidária (TUCUM, 2008).

Existe ainda, uma definição que permeia o caráter solidário da atividade turística comunitária - nesse sentido o turismo comunitário, ganha um viés colaborativo, ao seguir uma linha voltada para a reciprocidade das ações realizadas. Partindo das análises feitas por Caillé (1998, p. 5-38) e Martins (2003, p. 14) sobre a formação de redes de cooperação, é possível verificar como exemplo dessa articulação as iniciativas caracterizadas pelas redes solidárias de turismo comunitário. Essas organizações, geridas por um núcleo comunitário local, administram a atividade turística, em uma formação horizontal, que busca trazer desenvolvimento local e inclusão social para os envolvidos. Para Barretto (2004, p. 45):

O turismo comunitário solidário apresenta-se como proposta alternativa ao turismo de massa e representa uma ferramenta de desenvolvimento local, quando oportuniza o envolvimento direto da comunidade para o planejamento, implementação e gestão da atividade turística. Também pode ser entendido como provedor do resgate cultural de um povo à medida que estimula a manifestação de representações sociais, como festas e eventos e incentiva a transmissão desse conhecimento para outras gerações. O turismo pode ser também potencializador do resgate de aspectos étnicos, sem necessariamente ser espetáculo de autenticidade das culturas (BARRETTO, 2004, p. 45).

Para Irving (1998), o turismo de base comunitário ou turismo comunitário possui algumas características fundamentais:

Iniciativa e desenvolvimento local: O turismo de base comunitária pode resultar de uma demanda direta dos grupos sociais que residem no lugar turístico, e que mantém com este território uma relação cotidiana de dependência e sobrevivência material e simbólica. Assim, não é possível imaginar uma iniciativa de turismo de base comunitária resultante de uma decisão externa, de uma intervenção exógena à realidade e aos modos de vida locais. Se a iniciativa não tiver motivação endógena e expressar o desejo dos grupos sociais locais, ela certamente não atenderá às demandas de desenvolvimento local e nem contribuirá para o protagonismo social, condição essencial para este tipo de turismo.

Impactos sociais e ambientais em controle efetivo pela comunidade: No caso de turismo de base comunitária, uma premissa essencial é que este se desenvolva em escala limitada, definida a partir dos recursos locais, potencialidades e restrições identificadas com a participação direta das populações envolvidas.

Participação dos recursos à população local: O tema da geração de benefícios diretos à população local representa efetivamente um dos pré-requisitos para o turismo de base comunitária.

Reafirmação cultural: A valorização da cultura local constitui parâmetro essencial em turismo de base comunitária, não no sentido de sua importância na configuração de um “produto” de mercado, mas com o objetivo de afirmação de identidades e pertencimento.

A interconectividade: A condição para o turismo de base comunitária é o “encontro” entre identidades, no sentido de compartilhamento e aprendizagem mútua. Neste caso, seu planejamento deve considerar “o compromisso ético, de respeito e engajamento de ‘quem está’ e de ‘quem vem’ e o intercâmbio real entre os sujeitos ‘que recebem’ e os que ‘são recebidos’ e, destes, com o ambiente no qual interagem. Sem essa interação, a troca de valores não se efetiva e o ‘espaço da interação’ ganha contornos apenas circunstanciais” (Irving, 2008).

4.2. Redes de Turismo Comunitário: características e experiências

O turismo comunitário apresenta-se como uma alternativa de reconstrução do patrimônio cultural e de intercâmbio entre anfitriões e visitantes. Nesse processo comunitário de “recepção” e interação, ainda podem participar ONG’s que apóiam e fomentam iniciativas locais e empreendimentos ligados aos setores público e privado.

Toda a ligação existente entre esses diversos atores formam uma grande rede de conexões e contatos. As redes de turismo comunitário buscam o fortalecimento das atividades comunitárias, fomentando a troca de experiências e a cooperação, o compartilhamento de saberes e a construção de estratégias coletivas de superação dos desafios. A necessidade de troca de conhecimento e experiências entre os organizadores comunitários envolvidos nas atividades turísticas permitiu reconhecer a importância de se trabalhar de forma integrada, valorizando do saber alheio empreendido em ações comunitárias. Muitas comunidades receptoras verificam que as atividades do turismo comunitário podem ser desenvolvidas como reflexo das atividades tradicionais já realizadas de forma coletiva e solidária e cada vez mais se organizam em redes de cooperação mais eficientes e cientes do processo de produção, que primam pela valorização do recurso humano, o incentivo dos processos de aprendizagem contínuo e a gestão sustentável dos recursos. Essas redes constroem-se para assegurar às organizações de trabalhadores comunitários, a redução do déficit de trabalho e contribuir com o intercâmbio de experiências e à participação destes atores no debate de questões prioritárias, incentivando processos de aprendizagem coletiva e elaboração de agendas de trabalho conjuntas.

Nesse sentido, as redes de turismo comunitário são organizadas por comunidades rurais que buscam compartilhar uma visão de desenvolvimento do turismo sustentável. Procuram conciliar os objetivos de eficiência econômica e princípios de equidade social, identidade cultural e preservação dos recursos naturais.

As redes de turismo comunitário possuem objetivos comuns, entre eles destacam-se: promover oportunidades de negócios nas comunidades; erradicar a extrema pobreza; promoção da igualdade de gênero e assegurar a sustentabilidade ambiental.

As redes de turismo comunitário funcionam com projetos nas áreas de planejamento; comunicação e promoção; pesquisa; formação de agentes e intermediação de fomento público.

No Brasil, muitas comunidades fazem parte dessa Rede de Turismo Comunitário, destacando-se alguns movimentos sociais, comunidades, organizadores de viagens, operadores de comércio justo, de economias solidárias, organizações ambientais e ONGs, todos empenhados nesta tarefa de encontrar outros caminhos para o desenvolvimento.

5. ALIANÇAS PELA DÁDIVA: COLABORAÇÃO SOLIDÁRIA NO CEARÁ

Observou-se que as comunidades estudadas, articulam-se prioritariamente a partir de um sistema de cooperação informal às regras do trabalho oficial. Nessas comunidades os laços sociais são formados a partir da cooperação e reciprocidade, que se tornam os principais meios de proposta de sociabilidade.

As famílias envolvidas na rede de trabalho, dispõem gentilmente suas habilidades aos demais, propondo a criação de uma rede de trocas. Na maioria das vezes, para esses gestos, há retribuição, por isso, implicitamente e de forma sutil, “a obrigação” de dar em retribuição é destacada pela gratuidade e pela liberdade. Para todas as trocas simbólicas realizadas nessas comunidades existe a sensação de espontaneidade e generosidade. Nota-se que todos os envolvidos nesse sistema, preocupam-se em retribuir a dádiva recebida de forma criativa e cuidadosa, para que a retribuição seja envolvida pelo sentimento de gratidão absoluta, afirmando a perenidade da relação. Muitas vezes o agrado retribuído pode ser apenas um gesto de atenção, ao ouvir uma história a beira do rio, ou a simples companhia em uma noite de calor – nessas comunidades, observou-se que os pequenos gestos em retribuição às dádivas recebidas, são fortemente percebidos, registrados e considerados pelos receptores.

Observou-se ainda, que as comunidades cearenses procuram evitar a circulação monetária. Os serviços prestados nas comunidades são realizados de acordo com as aptidões individuais, em um movimento que busca trocar saberes e valorizar cada uma das experiências do grupo. Nesse

sentido, as pequenas comunidades possuem integrantes com mais habilidades em determinadas atividades, sendo esse, o responsável por repassar suas aptidões à frente e divulgar ao grupo seus saberes especiais. Esses ensinamentos, muitas vezes tornam-se serviços prestados, que são retribuídos das mais diversas maneiras. Existe assim, a afirmação de uma convenção de gratuidade para essas ações, que serão recompensadas com outros gestos. Para essas relações, a simples troca mercantil não poderia preencher a quantidade nem a qualidade do vínculo estabelecido. Esses vínculos fazem parte de uma cadeia ininterrupta, e as dádivas concedidas, muitas vezes não são consideradas como dádivas pelos seus doadores. Muitos afirmam que não notaram sua atitude de retribuição ou que não perceberam em si, um gesto acolhedor ou confortante. Percebe-se assim, que o dom circulante nessas comunidades, é recoberto de gratidão autêntica, onde a dádiva atua por si só, estruturando um sistema espontâneo de cooperação, representado por trocas simbólicas.

Assim, o dom torna-se uma sequência arbitrariamente destacada por propostas de vínculos que estabelecem boas relações. O que circula entre os moradores das comunidades estudadas, está a serviço do laço. Ao contrário da troca mercantil, a sequência não é fechada, e os papéis não são finitos. De certa maneira, nesse sistema de laços sociais, nota-se cotidianamente que a equivalência do mercado tende a ser substituída por uma “nova economia”, que valoriza o trabalho humano e que propõe a aliança social e a cooperação integrada como reparadoras dos problemas ocasionados pelo utilitarismo. Da mesma forma, percebe-se que as dívidas assumidas pelo vínculo, são aceitas de forma aberta e sincera, indicando que para cada dádiva recebida, existirá um envolvimento em um processo prazeroso que invade a promessa de retribuição.

A sequência do dom, representada pelas comunidades estudadas não compromete apenas os dois indivíduos envolvidos nesse sistema, mas também as suas famílias. As representações de sentimentos de amizade e fraternidade estão presentes nas atividades cotidianas das comunidades. Acredita-se que nem mesmo essas comunidades saibam a proporção dos vínculos criados a partir do sistema de cooperação solidária estabelecido entre eles, afinal, são muitas as comunidades que podem ser consideradas beneficiadas com os enlaces da cooperação mútua, propiciando a troca de experiências e a valorização do trabalho tradicional. É possível que os laços estabelecidos tenham tomado proporções tão maiores do que aquelas que a população local possa reconhecer. Isso porque, os indivíduos estão inseridos numa rede de alianças que não se isolam, ao contrário do que se observa numa transação mercantil, todas as ações vigoradas nesse processo são seladoras de novas comunhões, que por sua vez, são responsáveis por gerar novas redes colaborativas e assim por diante.

6. O TURISMO COMUNITÁRIO NA COSTA CEARENSE

No Ceará, os casos de turismo de base comunitária ocorrem em pequenas comunidades, assentadas em povoados, aldeias e vilas. São estruturados alguns circuitos de turismo de base comunitária no litoral do estado, o que poderia ser entendido como uma configuração regional; identificou-se com a pesquisa que a atividade não possui uma dimensão territorial muito definida, mas, sobretudo, prevalecem as relações de proximidade, de vínculos simbólicos, mas também vínculos territoriais, com o lugar vivido. O principal acesso aos casos pesquisados é feito por meio de rodovias, com transporte especial (tração nas rodas) para as comunidades que se localizam próximas as dunas.

Dentre os atrativos culturais, as festas populares se destacam. Festas religiosas, danças e ritmos regionais também são diversos e representam as crenças, os valores e o etnoconhecimento. Os espaços comunitários, que são ofertados como infra-estrutura turística, são espaços onde os moradores podem compartilhar seu cotidiano o lazer, a religiosidade, o ócio, a política e o esporte, dentre outras atividades.

Em algumas iniciativas, a abertura para o turismo foi uma iniciativa própria das comunidades, mas mesmo nesses casos as ONGs foram chamadas para dar suporte técnico e até apoio financeiro. Nos casos pesquisados, a noção de coletivo é preponderante. Em alguns casos, os empreendimentos são comunitários e geridos por cooperativas. Em outros, prevalece a organização familiar.

A maior parte das experiências pesquisadas está em processo de consolidação. Alguns manifestaram preocupação em não acelerar o processo para que ele seja assimilado pela comunidade, evitando a entrada de “estrangeiros” (nacionais ou internacionais).

Com relação aos serviços de hospedagem, prevalecem os micro-empresendimentos. Na maioria dos casos são comercializados produtos artesanais de produção local (cooperativas e associações de artesãos ou produção individual). Em todos os casos pesquisados há atividades de planejamento do turismo de base comunitária.

Foi possível constatar ainda, nas comunidades visitadas que a valorização da cultura local constitui parâmetro essencial, não no sentido de sua importância na configuração de um “produto” de mercado, mas com o objetivo de afirmação de identidades e pertencimento.

Observou-se que o “encontro” entre identidades, no sentido de compartilhamento e aprendizagem mútua, é o principal motivador dessas experiências. Neste caso, seu planejamento deve considerar “o compromisso ético, de respeito e o intercâmbio real entre os visitantes e

anfitriões e, destes, com o ambiente no qual interagem. Sem essa interação, a troca de valores não se efetiva e o ‘espaço da interação’ ganha contornos apenas circunstanciais” (Irving, 2008).

7. REDES DE SOLIDARIEDADE

Pode-se constatar ainda com a pesquisa que as comunidades da costa leste cearense organizam-se em redes de solidariedade, intensificadas pelo trabalho comunitário. Muitos trabalhadores tradicionais prestam serviços na própria comunidade onde vivem, multiplicando seu saber e repassando seu conhecimento aos outros comunitários.

Pensar em uma atividade gerida de forma coletiva, implica em participar e respeitar a comunidade como um todo, em todas as ações. Partindo desse aspecto, é possível dizer que a comunicação e a interatividade deve ser intensa e verdadeira para que todos os processos sejam registrados de forma democrática e transparente. Acredita-se que as atividades desenvolvidas a partir do turismo comunitário, são capazes de intensificar os vínculos e propiciar o estabelecimento de novas alianças entre os habitantes de núcleos receptores. Essa nova forma de organização do trabalho, possivelmente, permitiu que as pessoas estivessem ainda mais próximas, a partir de gestos solidários.

Em muitas ocasiões pode-se observar a retribuição desse serviço prestado com a intenção de reforçar os vínculos das relações. A retribuição ao trabalho voluntário prestado pode ser em forma de presentes, ou com a retribuição de outros serviços, ou ainda, com homenagens públicas, em festas e ocasiões especiais, prestadas à pessoa que concedeu o serviço.

7.1 Relações entre a comunidade e seus visitantes

O produto turístico de base comunitária se diferencia por incorporar o modo de viver e de representar o mundo da comunidade anfitriã. Desta forma, prevê na sua essência um intercâmbio cultural com a oferta dos produtos e serviços turísticos, em que há oportunidade para o visitante vivenciar uma cultura diferente da sua e a comunidade local de se beneficiar com as oportunidades geradas e também pelo intercâmbio cultural.

Nesse contexto, a comunidade local, deve disponibilizar aos turistas, produtos e serviços que entendem ser valiosos, em termos culturais e ambientais. No intercâmbio, as relações são o princípio fundamental do turismo de base comunitária, assim como quem busca tem a intenção de se adaptar e valorizar os códigos dos lugares visitados. Trata-se, portanto, de um turismo que tem nas relações de hospitalidade a principal motivação. Não se exclui o processo do contrato comercial, entretanto, as relações econômicas podem ser enriquecidas por outras relações que

ultrapassam a racionalidade do lucro imediato. No caso brasileiro, o turismo de base comunitária vem se apresentando em casos que têm em comum as lutas sociais, como a conservação dos recursos naturais, base da subsistência de diversas comunidades; a luta pela terra; a luta pelo direito à memória cultural; a luta por uma educação digna.

Segundo esta interpretação, para que o encontro aconteça, atores locais e turistas são, simultaneamente, agentes, sujeitos e objetos no processo. Neste sentido, uma reflexão a ser trazida para o primeiro plano desta discussão se refere à interpretação do turismo no sentido da *dádiva*, conforme discutido anteriormente na perspectiva das condições essenciais para o desenvolvimento do turismo de base comunitária, que implica essencialmente a troca subjetiva entre “quem chega” e “quem está” no lugar turístico (Irving, 1998).

Para Mauss (1974), o objetivo da dádiva “é produzir um sentimento de amizade entre as duas pessoas envolvidas”. Para o autor, as trocas são simultaneamente voluntárias e obrigatórias, interessadas e desinteressadas, úteis e simbólicas. A tese central do Ensaio de Mauss (1974) é que a vida social se constitui por um constante dar-e-receber. Neste sentido, a dádiva, como relação, não é unilateral mas implica interação. Neste caso, pensar a dádiva em turismo de base comunitária requer também uma nova percepção do significado de hospitalidade, uma vez que este ultrapassa a noção clássica vinculada apenas ao ato de receber para se expressar como troca, interação, descoberta e retroalimentação. O “encontro” representa assim dar, receber, retribuir, segundo uma dinâmica em que a qualidade da vivência do visitante está relacionada à qualidade de vida do anfitrião, conforme tem sido rediscutido e resignificado o sentido de hospitalidade (Dencker, 2003), em um processo permanente de retroalimentação e construção de laços sociais. “Quem recebe” protagoniza o ato de acolher na busca da troca que potencializa o seu sentimento de pertencimento e a aprendizagem da diferença, na afirmação das identidades envolvidas. Mas segundo os autores, o ponto comum da maior parte dos projetos de turismo solidário (e neste caso pode ser incluído o turismo de base comunitária) é a vontade de gerenciar o próprio rumo, ou um “alterturismo”, no qual gerenciar o próprio destino signifique três desafios centrais: a) refletir sobre e definir o destino desejável; b) escolher os meios de realização, tendo-se em conta a realidade do mundo; e c) avaliar se os resultados estão de acordo com as expectativas.

Assim, o encontro é também processo, descoberta, crítica e reinvenção de uma nova realidade. Portanto, inovar é possível e o turismo de base comunitária talvez represente um excelente “laboratório” de construção de novas realidades e transformação social, no caso brasileiro, se for interpretado como alternativa ética, duradoura e humanizante.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas comunidades analisadas, por meio do sistema solidário de produção, foi possível observar o aparecimento de vínculos sociais estabelecidos entre os envolvidos, que direta ou indiretamente se organizaram nos moldes da economia solidária, sistema que supõe a relação de intercâmbio respeitoso entre o turista, a comunidade local e a natureza. O que circula entre os moradores, está a serviço do laço, da compreensão e do auxílio mútuo. Em contraposição à troca mercantil, nesse sistema de alianças, nota-se que a garantia de inclusão social é o eixo de todo o processo. Da mesma forma, em que as dívidas assumidas pelo vínculo, são aceitas, existe uma promessa implícita de retribuição. As representações de amizade e fraternidade são presentes em atividades profissionais e a cada movimento de troca e aprendizado é possível perceber a intensificação desses sentimentos. São muitas as comunidades que podem ser consideradas beneficiadas com o sistema de cooperação implantado, que prima por valorizar o trabalho tradicional. É possível que os laços estabelecidos entre os indivíduos, por meio do trabalho comunitário, tenham tomado proporções maiores do que a população possa reconhecer, o que comprova que muitos dos atores do processo desenvolvem ações solidárias de forma espontânea, sem alimentar esperança pelo retorno imediato. Conclui-se que a alternativa encontrada pelas comunidades tradicionais cearenses para a inclusão social, por meio do trabalho comunitário, beneficiou significativamente a todos os envolvidos, garantindo o fortalecimento dos laços sociais comunitários.

REFERÊNCIAS

- BARRETO, Margarita. **Relações entre visitantes e visitados: um retrospecto dos estudos socioantropológicos**. Turismo em análise, São Paulo, v.15, n. 2, Nov.2004, p.133-149
- BURSZTYN I. & SANZOLO D.G. **Turismo de Base Comunitária: potencialidade no espaço rural brasileiro**. In Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Roberto Bartholo, Davis Gruber Sansolo e Ivan Bursztyn, organizadores. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.
- CAILLÉ, Alain (2002a) **Antropologia do Dom: o terceiro paradigma**, Petrópolis, Vozes;
- CAILLÉ, Alain (2002b) **“Dádiva e associação”** In Martins, P.H. (org.) A dádiva entre os Modernos: discussão sobre os fundamentos e as regras do social, Petrópolis, Editora Vozes;
- CAILLÉ, Alain (1998) **“Nem holismo nem individualismo metodológico: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva”** in Revista Brasileira de Ciências Sociais, n.8, volume 13, ANPOCS;
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **A pesquisa em Hospitalidade**. Revista Hospitalidade, São Paulo, ano V, n. 2, p23-56, dez. 2008.

CORIOLOANO, L. N. M. T. (Eds.). **O turismo de inclusão e o desenvolvimento local**. Fortaleza: FUNECE, 2003.

CORIOLOANO, L. N.; LIMA, L. C. (Org.). **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003.

CORAGGIO, José Luís. (2000), "**Da economia dos setores populares à economia do trabalho**", in Gabriel Kraychete, Francisco Lara e Beatriz Costa (orgs.), *Economia dos setores populares: entre a realidade e a utopia*. Petrópolis, RJ, Vozes.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti e BUENO, Marielys Siqueira (Orgs.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Thomson, 2003.

DENCKER, A. F. M. **Considerações Finais: hospitalidade e mercado**. In: DENCKER, A. F. M. (Org.). *Planejamento e Gestão em Turismo e Hospitalidade*. São Paulo: Thompson, 2004.

DOWBOR, L. A **Reprodução Social**. Proposta para uma gestão descentralizada. Petrópolis: Vozes, 1998.

GODBOUT, Jacques. **Introdução à dádiva**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol.13, n.38. São Paulo: outubro, 1998.

GODBOUT, Jacques. **O espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.

GODBOUT, Jacques. (2004) "**Digressão sobre as redes e os aparelhos**" in *Redes sociais e saúde: nova perspectiva de análise*, Recife, Editora Universitária da UFPE.

IRVING, M. A. **Turismo e ética: premissa de um novo paradigma**. In: CORIOLOANO, L. N. M. T. (Org.). *Turismo com ética*, v. 1, p. 33-42. Fortaleza: UECE, 1998.

IRVING, M. A. IRVING. M. A. **Ecoturismo em áreas protegidas: da natureza ao fenômeno social**. In: NEIMAN, Z.; CASTILHO, N.; CASTILHO, V. (Orgs.) *Nas trilhas do ecoturismo*. São Carlos: Editora Rima, 2008, p. 1-15.

LEITE, Marcia de Paula. **A economia solidária e o trabalho associativo: teorias e realidades**. Rev. bras. Ci. Soc. [online]. 2009, vol.24, n.69 [cited 2010-07-09], pp. 31-51 . Available from: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092009000100003&lng=en&nrm=iso. ISSN 0102-6909.

MALDONADO, Carlos: **Negocios Turisticos con Comunidades (NETCOM)**, Manual de facilitador, Módulo 3: "El Turismo Comunitario em América Latina: p.11, OIT-REDTURS, Quito, 2006.

MANCE, E. A. **A revolução das redes: a colaboração solidária como uma alternativa pós-capitalista à globalização atual**. Petrópolis: Vozes, 2006.

MARTINS, Paulo Henrique. (2000) "**Sociologia, intervenção e ação social**" in *Estudos de sociologia: Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPE*, Recife;

MARTINS, Paulo Henrique. (organizador) (2002) **A dádiva entre os modernos: discussão sobre os fundamentos e as regras do social**, Petrópolis, Vozes, 2002;

MARTINS, Paulo Henrique e Medeiros, (2003) **A Economia solidária e popular: questões teóricas e práticas**, Recife, Ed. Bagaço;

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas**. In: *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: EPU; Edusp, 1974.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

SAMPAIO, C. A. C. **Turismo como fenômeno humano: princípios para se pensar a socioeconomia.** Santa Cruz do Sul. EDUNISC, 2005.

SHERER-WARREN, I. (1993) **Redes de movimentos sociais**, São Paulo, Edição Loyola.

TUCUM. Rede Cearense de Turismo Comunitário. **Presentation held at the II International Seminar on Sustainable Tourism.** Fortaleza, 2008.

TURISOL. Rede Brasileira de Turismo Comunitário e Solidário. **Presentation held at the II International Seminar on Sustainable Tourism.** Fortaleza, 2008.