

# **ECONOMIA SOLIDÁRIA E TURISMO COMO LUZES PARA UMA INCURSÃO PELOS CAMINHOS DA TRANSFORMAÇÃO SOCIAL: REFLEXÕES SOBRE GRUPOS DE CONSUMO RESPONSÁVEIS A PARTIR DA REDE BEM DA TERRA, PELOTAS – BRASIL**

Thiago Sebastiano de Melo<sup>1</sup>  
Maria Laura Victoria Marques<sup>2</sup>

## **Resumo**

O objetivo deste texto é contribuir com a teoria crítica do turismo utilizando como objeto de análise as experiências econômicas-solidárias denominadas grupos de consumo responsável (GCR). Sobretudo, o intuito é avançar na indagação: Quanto as pessoas estão dispostas a adaptar seus hábitos de consumo diante das demandas coletivas? Para tanto, serão realizadas uma revisão bibliográfica e uma sistematização de dados empíricos coletados no cotidiano da construção e manutenção da Rede Bem da Terra e do GCR Feira Virtual Bem da Terra. É possível concluir que o consórcio entre turismo e economia solidária constitui pontes que auxiliam a superar dificuldades locais e estruturais, gerando oportunidade de mobilidade econômica, além do fortalecimento de vínculos territoriais e sociais.

## **SOLIDARITY ECONOMY AND TOURISM AS LIGHTS FOR AN INCURSION ON THE PATHS OF SOCIAL TRANSFORMATION: REFLECTIONS ON RESPONSIBLE CONSUMPTION GROUPS FROM THE REDE BEM DA TERRA, PELOTAS – BRAZIL**

## **Abstract**

The objective of this article is to contribute to the critical theory of tourism using as an object of analysis the economic-solidarity experiences called responsible consumption groups (GCR). The aim is to advance the question: How much are people willing to adapt their consumption habits in the face of collective demands? Therefore, a bibliographic review and a systematization of empirical data collected in the daily construction and maintenance of the *Rede Bem da Terra* and the GCR Feira Virtual Bem da Terra will be carried out. It is possible to conclude that the consortium between tourism and solidarity economy constitutes bridges that help to overcome local and structural difficulties, generating opportunities for economic mobility, in addition to strengthening territorial and social bonds.

---

<sup>1</sup>Docente no Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília. E-mail:sebastianodemelo@gmail.com

<sup>2</sup>Doutoranda em Ciências Econômicas pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCE/UERJ). E-mail: marialauravmarques@gmail.com

## **ECONOMÍA SOLIDARIA Y TURISMO COMO LUCES PARA UNA INCURSIÓN EN LOS SENDEROS DE LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL: REFLEXIONES SOBRE LOS GRUPOS DE CONSUMO RESPONSABLE DE LA RED *BEM DA TERRA*, PELOTAS – BRASIL**

### **Resumen**

El objetivo de este artículo es contribuir a la teoría crítica del turismo utilizando como objeto de análisis las experiencias económico-solidarias denominadas grupos de consumo responsable (GCR). El objetivo es avanzar en la pregunta: ¿Hasta qué punto las personas están dispuestas a adaptar sus hábitos de consumo frente a las demandas colectivas? Para ello, se realizará una revisión bibliográfica y una sistematización de los datos empíricos recolectados en el día a día de la construcción y mantenimiento de la Rede Bem da Terra y del GCR Feira Virtual Bem da Terra. Es posible concluir que el consorcio entre turismo y economía solidaria constituye puentes que ayudan a superar las dificultades locales y estructurales, generando oportunidades de movilidad económica, además de fortalecer los lazos territoriales y sociales.

### **INTRODUÇÃO**

O atual contexto de pandemia fez emergir uma questão central para este trabalho: o quanto as pessoas estão dispostas a adaptar seus hábitos de consumo diante das demandas coletivas? Sabemos que a desregulação na cadeia de extração mineral, que sustenta, entre outros setores, o avanço do mercado tecnológico, propicia alta concentração de riqueza, subordinação para países com economias dependentes, privatização e contaminação de bens comuns (água, ar, solo, subsolo, fauna e flora) e gera uma profusão de resíduos sólidos (lixo eletrônico). Ainda assim, com poucos movimentos mais contundentes de resistência coletiva, bailamos ao som da obsolescência programada e trocamos continuamente aparelhos que, de outro modo, poderiam durar muito mais. Tanto assim, que não é incomum trocarmos um celular ou um computador em bom estado físico, mas cujas funcionalidades começam a travar (porque foram programadas para tal).

Podemos pensar, ainda, na cadeia alimentícia, do café ao cacau, da cana-de-açúcar ao gado, que utiliza mão de obra análoga à escravidão, inclusive de crianças. E, igualmente, a sociedade segue frequentando e exaltando redes de cafeterias e de chocolates que foram denunciadas por se valerem desse tipo de expediente em sua cadeia.

Esse misto de desconhecimento, conhecimento, negação, resistência e cinismo, onde claramente a resistência aparece como a peça mais fraca da engrenagem, merece ser observado

com atenção, pois alicerça as formas de estruturação coletiva dos hábitos de consumo. Por um lado, há narrativas oficiais, estatais, de grupos organizados que convocam para o consumo consciente, mobilizando uma vaga noção de sustentabilidade. Por outro, as cadeias produtivas, de distintos bens e serviços, seguem sua luta quixotesca contra a tendência à queda das taxas de lucros, valendo-se de leis contra tendências que resultam, notadamente, na precarização do trabalho e na degradação ambiental, defendidas como o mal necessário para o crescimento econômico e o desenvolvimento social.

Estas duas faces não são necessariamente autônomas uma da outra. Geralmente, em verdade, são duas faces da mesma moeda. A exemplo, diferentes campanhas publicitárias de empresas condenadas diversas vezes por poluição e/ou uso de trabalho análogo à escravidão e/ou expedientes de obsolescência programada em diferentes países, que advogam os princípios da sustentabilidade, da geração de emprego e renda. No Brasil isso se demonstra em toda sua inteireza na exaustiva e incorreta campanha publicitária da cadeia produtiva do agronegócio que mobiliza estes argumentos, a despeito de ser regularmente flagrada, denunciada e condenada por uso de trabalho análogo ao escravizado e degradação ambiental, além dos conflitos fundiários com sujeitos que residem no campo, muitas vezes resultando em mortes por parte destes, como tem documentado os Cadernos de Conflito do Campo da Comissão Pastoral da Terra. Cinicamente, a campanha tenta confundir o que é agronegócio com o que é agricultura camponesa/familiar, a despeito de fazer lobby no Congresso disputando verbas com este segmento, que responde por 70% da produção do que é efetivamente consumido na alimentação nacional.

Ocorre que a cadeia produtiva alimentícia é só um exemplo. Na realidade, um nexo que está diretamente associado à nossa abordagem será retomado adiante. Contudo, não percamos de vista o horizonte mais amplo da ligação entre consumo, responsabilização pelo consumo e turismo.

Pautar o consumo na sociedade contemporânea passa necessariamente por problematizar sobre o turismo. Na seara do que pautou o influente pensador no campo turístico John Urry, em seu livro *O olhar do turista* (2001), ser turista é a condição do sujeito moderno. Essa é certamente uma trilha que precisamos percorrer. No entanto, neste texto, queremos pensar as dinâmicas de turistificação da existência, seus rebatimentos territoriais e influências na interrelação pessoal entre os indivíduos, partindo das atividades que compõem o que se concebe como sua cadeia produtiva, ou seja, as Atividades Características do Turismo.

Chamamos atenção especial para as ocupações e atividades em alimentação, eventos, entretenimento e lazer. Estas dimensões revelam em boa medida as dinâmicas de turistificação da existência nos dias que correm. Muito embora o turismo se estruture ainda em ideias e ideais de um modelo existencial industrial, como propôs Krippendorf (2009), atualmente as atividades corriqueiras, cotidianas, são incorporadas à estruturação do fenômeno turístico.

Os contornos do estado de exceção que impera há tempos, como defende Agamben (2012), se intensificaram desde o início da pandemia. Em uma de suas formas mais controversas, expressou a barbárie por meio da negação do conhecimento científico e das teorias da conspiração. Em países que tiveram que enfrentar isso de dentro do próprio governo, os resultados foram muito piores que o restante, como é o caso de Brasil, EUA, Irã e Índia, por exemplo (TRICONTINENTAL, 2020).

O turismo, em suas expressões diárias, não excepcionais, se viu gravemente comprometido com a restrição da circulação de pessoas. Esta, que diante da ausência de uma vacina contra o vírus, é a melhor forma de controlar sua dispersão e consequentes mortes, não tardou a sofrer ataques. Diante de números altíssimos de mortes diárias, os estabelecimentos fecharam, ou por entendimento próprio, ou por força de lei. No entanto, com presidentes advogando remédios à margem das comprovações científicas, bem como o fim das restrições de circulação, não demorou para as empresas pressionarem para poderem voltar a abrir. Shoppings abrindo para circulação de carros, restaurantes, bares, academias de ginástica, igrejas... A depender das condições locais, estes e outros estabelecimentos passaram a abrir sem qualquer garantia de que a circulação do vírus estivesse controlada. E foi em bares, restaurantes e festas com centenas de pessoas que vimos proliferar vídeos debochando de quem estava em quarentena, de profissionais trabalhando com Equipamentos de Proteção Individual e, até, com influenciadoras digitais desprezando a vida, convocando à um hedonismo raso e imediatista, muito característico das campanhas publicitárias turísticas hegemônicas.

O silêncio das grandes empresas de turismo no início da pandemia e sua pressão para retorno às atividades antes de um efetivo controle da situação, não deixa dúvidas de que impera no turismo o pior da sociabilidade capitalista – a vida rebaixada à condição de mercadoria. As cenas de shoppings lotados e com fila de espera, de praias lotadas e tantas outras que deveriam chocar e são naturalizadas como retorno das atividades, demonstram como a introjeção de valores desumanos está na base dessa sociabilidade. O consumo se converte no próprio sentido da existência. E o turismo, em suas expressões hegemônicas, atualiza e legitima essa

sociabilidade e suas formas de consumo, reforçando os limites imaginários das estruturas da economia capitalista.

Há no radar um feixe de contestação: a construção popular e coletiva de outra economia. Sem avançar nas determinações e potencialidades históricas, basta dizer que a economia solidária se organiza como um contraponto à economia capitalista. E, portanto, cria as condições, ou pelo menos incita, para a crítica política desta economia.

Nestes termos, a própria experiência gestada no Brasil de controle social das inversões públicas foi importante passo nesse sentido. O Orçamento Participativo levado à cabo no governo estadual de Olívio Dutra no Rio Grande do Sul tem servido de referência para experimentos sociais similares em outras partes do mundo. Tais experimentos colocam na cena política e no debate público a importância da participação e controle popular nas economias dos Estados. E, mais uma vez, o cenário pandêmico sublinha um assunto marginalizado: a Renda Básica Universal – RBU. Diante da corrosão dos empregos derivada da desaceleração da produção, os governos se viram, inclusive como medida para apaziguar o rebaixamento do consumo, impelidos a remediar a situação de um contingente crescente de desempregados e/ou de pessoas que não podiam mais exercer suas atividades informais com auxílios emergenciais. Tais auxílios, além de remediação econômica, se mostrou vital como medida social. E nesse exato sentido é que emergiu a necessidade de maiores reflexões acerca do controle social das inversões públicas, bem como de uma conversa inevitável, ainda que sempre adiada, frente ao crescente desemprego estrutural, a supracitada RBU.

O intuito deste texto, a partir de uma revisão bibliográfica articulada com a sistematização de dados empíricos coletados no cotidiano de construção e manutenção da Rede Bem da Terra, em Pelotas – RS / Brasil, é apresentar o Grupo de Consumo Responsável – GCR como possibilidade de enfrentamento das desordens socioeconômicas que afetam produção e consumo, estruturando circuitos curtos de comercialização, e avançar sobre a indagação que abre esta introdução, que cabe lembrar: o quanto as pessoas estão dispostas a adaptar seus hábitos de consumo diante das demandas coletivas? Em outros termos, estabelecer uma ponte entre a empiria nas dinâmicas de construção de GCR's e a teorização crítica do turismo. Para tanto, o texto tem, além desta introdução, um tópico que aproxima de modo mais pormenorizado Turismo e Economia Solidária, notadamente a partir do consumo responsável; um tópico sobre a Rede Bem da Terra e seu GCR; e considerações finais.

## Turismo e Economia Solidária no Caminho da Transformação Social

No segundo semestre de 2020 tivemos a oportunidade de trocar experiências em relação à aproximação do turismo com a economia solidária, ou, mais propriamente, com os princípios da economia solidária que sustentam os GCR's. Estas trocas criaram a demanda de uma sistematização em texto que, por sua vez, encontrou na organização do presente livro a possibilidade de realização.

Nas constantes interações ao longo do referido semestre, tanto em sala de aula, quanto nos espaços da Rede Bem da Terra, algumas coisas ficaram latentes: pensar os princípios da Economia Solidária à luz do turismo passa, inevitavelmente, por desvelar, ainda que em traços gerais, a estruturação do turismo em sua forma hegemônica, para que seja possível estabelecer as pontes com tais princípios. E a forma mais aparente dessa expressão é o chamado turismo de massas.

O turismo 'massificado' à medida que se expande, e esta expansão talvez seja a única parte boa nessa história, deixa um rastro de descontentamentos. Tal qual a experiência em condomínios teorizada por Dunker (2015), cria-se uma aversão generalizada, ao menos em discurso, a esse tipo de prática. A experiência condominial turística tem sua maior expressão em pacotes *all inclusive*, cuja proposta é que ao se dirigir até tal estabelecimento o turista encontre tudo o que precisa ali, com refeições e bebidas à vontade, e assim não precise deixar o local. Criam-se pequenas bolhas que ignoram a realidade local. Esse que foi um modelo que já teve seu auge, ainda que sobreviva, e é cada dia mais criticado. Em seu lugar as 'experiências reais' ganham destaque na literatura especializada.

Em troca de ganhos que deveriam ser complementares para alguns, é justo sacrificar o local de moradia de outros tantos? Uma cidade corroída pela lógica mercantilista turística não tem como oferecer mais que um simulacro do que foi outrora uma experiência comunitária ali. Sejam os cafés parisienses, sejam as bibliotecas paulistas, sejam os botecos em Havana, tudo ganha outro sentido e novas dinâmicas quando as populações locais começam a ser enxotadas pela dinâmica turística. Essa violência ao direito fundamental, à moradia digna, e aqui os laços com o lugar, constituintes dos territórios, não podem ser postos de lado, leva à uma insegurança territorial que tem fomentado o que já se conhece mundialmente como turismofobia.

O poder destas empresas, que independentemente de discursos mais ou menos progressista e adaptados aos novos termos dessa sociedade se movem dentro da lógica do

capitalismo de monopólio generalizado (AMÍN, 2016), é forte o suficiente para que elas desafiem os poderes estatais. A resultante dessa imposição de valores de mercados (essa mercantilização que decepa as cabeças acima do denominador comum chamado dinheiro) combinada com a dinâmica turística leva a uma gentrificação nos territórios, e, portanto, a um aniquilamento destes. Slee dá um resumo preciso dessa combinação.

Em Paris você pode alugar sua residência principal por curtos períodos para pessoas em férias, mas o governo da cidade acredita que dois terços das propriedades que estão sendo alugadas em contratos muito curtos não se enquadram nessa categoria. Como de costume, o Airbnb ofereceu banalidades, mas não dados, na hora de se contrapor a essa crítica. Em fevereiro de 2015, a empresa firmou um acordo com a prefeitura de Paris para cumprir a lei, mas em maio do mesmo ano as relações pareciam ter novamente piorado quando a administração municipal fiscalizou dois mil anúncios no Marais. O funcionário local François Plottin disse: “O centro de nossa cidade está ficando deserto. Mais e mais, são apenas turistas”.

[...]

O slogan da corporação – que diz permitir a seus usuários “viver como um local” – perde o sentido quando não há mais locais no pedaço; o mote de promover uma cidade compartilhada soa cada vez mais como uma fachada para uma empresa norte-americana que não está interessada em entender que outras cidades e outros países são diferentes, e têm o direito de fazer suas próprias regras por suas próprias razões (SLEE, 2017, p. 79, grifo nosso).

Autodeterminação territorial. É isso que se perde quando empresas começam impor seus próprios objetivos a toda uma comunidade independente da opinião dos autóctones. E os sujeitos vão sendo capturados por esse atordoamento discursivo que, sem uma mediação crítica, soa altamente sedutor e revigora nossos princípios desenvolvimentistas. E por isso são tantos os discursos e as narrativas. Na intenção de atingir grandes grupos. E quanto ‘menos viajado e menos lido’ o sujeito é, mais se deixa capturar. Certo? Não! Um passeio pelo *boulevard* no centro histórico de Havana ou em Madri mostram que não. São ocupados por um sem número de turistas europeus, portanto, sujeitos do primeiro mundo, do mundo moderno e desenvolvido. O próprio fazer turismo constitui essa condição moderna, como destaca Urry (2001).

Conhecer as mediações que constroem o cenário social de uma ética humanista (FROMM, 1974) é uma necessidade histórica cada vez mais premente e que carece de pesquisas e respostas mais robustas no nível da relação desejo-consumo. Consideramos, neste trabalho, que é possível estabelecer parâmetros para pensar o ato do consumo responsável. Algo como “a capacidade de cada pessoa, instituição, pública ou privada, escolher bens e serviços, de maneira ética, para melhorar a qualidade de vida de cada um, da sociedade e do ambiente”

(BADUE et al, 2005, p.20-21). Esta talvez seja a característica central de grande parte dos Grupos de Consumo Responsáveis (GCR).

Os GCR's podem ser relevantes para que a aproximação entre turismo e economia solidária não se articule com a fragilização das autodeterminações territoriais das comunidades que lidam com o turismo. Isso porque, como afirma Marques (2019, p. 15),

A sensação de pertencimento e envolvimento com a comunidade e, por conseguinte, a busca pelo desenvolvimento local constituem motivações marcantes dessas organizações. De modo geral, os GCRs organizam-se para comprar produtos de empreendimentos organizados coletivamente na região, produzidos através de princípios de economia solidária, agroecologia e da agricultura familiar. O processo decisório se dá por meio de diálogo entre quem consome e quem produz, colóquio que é oportunizado em grandes encontros, rodas de conversa, visitas às propriedades e assembleias.

Essa relação comunitária cria implicações entre desejo-consumo. Marques aponta que

Como organizações com características autogestionárias, a gestão das atividades desenvolvidas pelo grupo é realizada de modo compartilhado e democrático. A participação e o envolvimento dos/as consumidores/as não se bastam no consumo final, mas também, e principalmente, em processos reflexivos e deliberativos como: “de quem comprar?”; “quanto?”, e “por quê?”. Além dessas questões, decidem também sobre o recolhimento de suas próprias encomendas, sobre a recepção dos produtos, organização e separação deles para a entrega a todos os demais integrantes associados/as, entre outras questões operacionais. Isto acaba imbuindo nessa forma de consumir, um conjunto de elementos não imediatamente individuais, considerando aspectos de dimensão laboral, técnico-ambiental e social (MARQUES, 2019, p. 14)

A observação da autora a respeito de aspectos que extrapolam o âmbito individual é sagaz sobretudo quando olhamos para uma cadeia produtiva literalmente vital para a humanidade: a alimentícia. A necessidade de participação e decisão popular sobre as inversões dos Estados se mostra quando olhamos, por exemplo, para o mercado de compras institucionais agrícolas no Brasil. Apesar do campesinato responder por mais de 70% da produção dos alimentos que são consumidos pela população brasileira, de acordo com o extinto Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA, este segmento tem sofrido sucessivos ataques, com desrespeito inclusive às leis que regulam esta relação, e o cenário de excepcionalidade da pandemia agravou essa situação (VASCONCELOS, 2020).

A redação do jornal Brasil de Fato (2020) diz que “A comercialização de alimentos produzidos pela agricultura familiar, por meio do Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA), apresentou uma queda de 95% nos últimos oito anos”. Segundo o periódico:

Das 297 mil toneladas de alimentos comercializadas por meio do programa em 2012 o número despencou para apenas 14 mil toneladas em 2019, primeiro ano do governo de Jair Bolsonaro (sem partido).

Em relação ao orçamento federal executado, a queda foi similar: 93%. Dos R\$ 587 milhões utilizados pelo governo para execução do programa em 2012, passou para R\$ 41,3 milhões em 2019, valor mais baixo desde a criação do programa em 2003 dentro da política de combate à fome do governo de Luiz Inácio Lula da Silva.

Em 2012, foram atendidas pelo programa 128.804 famílias agricultoras pertencentes aos grupos do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf). Em 2019, o número caiu para um total de 5.885 agricultores familiares (BRASILDEFATO, 2020, s/p.)

A relação Estado-Governo-Projeto de sociedade é complexa e não pode ser tratada sumariamente. Basta dizer que o vínculo entre a aposta num modelo agroexportador e a aposta no turismo como vetor de desenvolvimento beneficia aquele em detrimento deste, inclusive em acordos bilaterais com outros países (MELO, RODRIGUES, BARBOSA JR, 2019).

Se não nos ocuparmos coletivamente nem do que é mais vital para a reprodução da espécie humana, nos ocuparemos com o quê? Assim, as reflexões sobre consumo partem e chegam no indivíduo, mas se ficarem restritas a ele, perdem potência e sentido, em uma perspectiva de transformação social. Isso levanta algumas questões: O desejo de consumo responde aos chamamentos da responsabilidade social? O tempo acelerado da sociedade de consumidores (BAUMAM, 2008) permite que os ecos desses chamamentos se solidifiquem no intervalo desejo-consumo? Esse tempo que constrange à existência em ato leva ao adoecimento (KEHL, 2015); pode ele mesmo colapsar essa espiral temporal regressiva? São indagações que implicam o sujeito ao ato de consumo e demandam maiores reflexões.

O sujeito contemporâneo é atravessado por narrativas contraditórias. Ainda que seja sobredeterminado pela metanarrativa capitalista, que agrupa e se constitui de uma multiplicidade de narrativas (muitas vezes contraditórias), estes sujeitos transbordam essas contradições em suas práticas e discursos, mas, sobretudo, em seus desejos. Sem uma aproximação atenta e rigorosa entre essas dinâmicas sociais, será impossível uma leitura crítica e profunda dos alcances da narrativa turística nos processos de subjetivação do sujeito contemporâneo. Bem como não será possível uma análise nestes termos do contributo da Cadeia

Produtiva do Turismo – CPTur para oferta de emprego e renda que garantam dignidade e respondam às novas demandas destes sujeitos, de início, todos turistas. Se a CPTur ocupa lugar de destaque na reorganização do capitalismo, é dizer, nessa sociedade de serviços, então, que ela deva igualmente ocupar destaque nas formulações de respostas aos problemas sociais, novos e atuais. Isso passa por compreender com exatidão os alcances do turismo como fenômeno social. Uma medida inicial é aproximar o turismo do conceito de mercadoria, e a relação reificada que hegemonicamente se estabelece com ele do conceito de fetichismo da mercadoria. De outro modo, o turismo seguirá construindo discursos e práticas que em maior ou menor medida fortalecem e legitimam esse modo de produção e suas implicações, tanto no âmbito do trabalho, quanto no âmbito ambiental.

Aprofundar as interações entre desemprego estrutural, precarização do trabalho, que como nos alerta Antunes (2018) se intensifica na sociedade de serviços, e o turismo, passa por implicar este fenômeno social no bojo das respostas possíveis aos imperativos da economia capitalista, o que, acreditamos, pode ser feito a partir dos GCR's.

### **Grupo de Consumo Responsável na Rede Bem da Terra**

A Rede Bem da Terra é uma organização de empreendimentos de economia solidária, dela resultando operações associadas de produção, consumo e distribuição. É composta de três associações (sendo uma delas ainda em condição informal):

- (i) Associação Bem da Terra - Comércio Justo e Solidário (2009)
- (ii) Associação Educacional Para Consumo Responsável - Rede Bem da Terra (GCR Feira Virtual Bem da Terra) (2014)
- (iii) Rizoma Bem da Terra (2015)

A história do surgimento da Associação Bem da Terra aponta para a criação da Feira Virtual Bem da Terra. Esse início teve como base uma pesquisa-ação desenvolvida pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Católica de Pelotas, em 2007, para pensar os processos de comercialização solidária, que além de indicar ações de curto e médio prazo, estabeleceu também possibilidades futuras.

A pesquisa-ação, citada anteriormente, opera estabelecendo um diálogo com os atores envolvidos e a universidade, de modo que exista troca, escuta e compreensão das particularidades regionais e culturais de cada grupo, de modo que mutuamente se impliquem

nos objetivos da construção de uma experiência, de tecnologias e conhecimentos (THIOLLENT; ARAÚJO; SOARES, 2000).

A Associação Bem da Terra – Comércio Justo e Solidário é composta por cerca de 40 empreendimentos econômicos solidários, dentre grupos produtivos rurais e grupos urbanos de produção. Articulam-se cerca de 150 famílias que, em seu modo de produzir, partilham de compreensões análogas acerca do modo de se atuar em mercado.

Os grupos urbanos localizam-se na cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul, em sua grande maioria. Apenas um empreendimento, o Bem da Terra Piratini, situa-se na cidade de Piratini, cerca de 100km de Pelotas. Já os empreendimentos rurais, localizam-se no interior de outras duas cidades, para além de Pelotas; Morro Redondo e Canguçu.

Essa associação de empreendimentos solidários surge, sobretudo, segundo conta Cruz (2011, p. 22), como “a história de um ‘coletivo de coletivos’ em busca de um espaço comum: a constituição de uma rede de EES que – sendo eles próprios, cada um, uma rede de pessoas – se articulam para encontrar juntos os caminhos intrincados da comercialização”. A partir de reuniões em que participavam coletivos de produção da região e instituições de apoio à economia solidária, três elementos foram constatados e orientaram o trabalho a ser desenvolvido:

- (a) a dificuldade desses empreendimentos de viabilizarem-se economicamente;
- (b) os grupos indicavam não possuir problemas em produzir, mas em escoar as suas produções;
- (c) os consumidores, por sua vez, que demandavam produtos saudáveis e produzidos de forma solidária e sustentável cresciam na região e, no entanto, ainda encontravam dificuldades no acesso a essa oferta.

Outra importante análise realizada, e que de certa forma corrobora abordagens de comercialização tais quais a da Feira Virtual, está dito por Cruz (2011, p. 27):

As feiras [as presenciais] eram consideradas o espaço comum mais importante que havia, mas eram eventuais (para a maioria dos grupos) e representavam um enorme dispêndio de tempo, esforço físico e recursos (por conta da logística); os consumidores ficavam restritos a dias e horários muito específicos; não havia um trabalho “profissional” de vendas, pois os vendedores eram os mesmos produtores, que durante o período de feira estavam afastados da produção ou tinham que utilizar períodos de folga produtiva para comercializar, produzindo sobrecarga de trabalho.

Foi desencadeada uma pesquisa que buscava estudar estruturas de comercialização para fazer frente às especificidades apresentadas pelo conjunto de pequenos grupos produtivos, que resultou, mais adiante, em 2014, na formação de um Grupo de Consumo Responsável. Elaboração que destaca outras experiências já existentes no Rio de Janeiro e em Campinas, Rede Ecológica e Trocas Verdes, respectivamente, de grande contribuição.

A Feira Virtual Bem da Terra, então, é um grupo de consumo responsável (GCR), a bem dizer, uma tecnologia social, criada pela articulação de consumidores e produtores, em condição de incubação<sup>3</sup>, em vistas de dar conta de realidade enfrentada por empreendimentos-econômicos solidários da Associação Bem da Terra e de consumidores com motivação crítica ao consumo dispersos pela cidade, que agora passaram a ter uma melhor organização da oferta consonante com suas preferências políticas. Neste GCR, a preferência é dada para (i) Empreendimentos econômico-solidários, (ii) Artesanais e (iii) locais. A Feira Virtual Bem da Terra (FVBdT), hoje, tem como intento educacional transitar o consumo de seus associados de uma lógica individualizante de consumo, para uma lógica associada, organizada, de refletir e operar os seus atos de troca.

Esse movimento de organização para consumo responsável não ficou circunscrito a Pelotas, e logo outras cidades vizinhas passaram a adotar articulações similares. Em 2015, inspirado pela experiência em curso, em Rio Grande foi organizado o GCR Armazém de Economia Popular e Solidária, com o apoio do Núcleo de Desenvolvimento Social e Econômico (FURG). Nesse mesmo ano, com apoio da FVBdT, cria-se o Grupo Araçá, em São Leopoldo e Novo Hamburgo. Em 2017, via fomento do CNPq, a incubadora TECSOL/UFPEL junto a esforços locais e fomento do CNPq dado ao <sup>4</sup> Rizoma<sup>COB</sup>, viabilizou a formação de outros três GCRs em Jaguarão, São Lourenço do Sul e Canguçu. Em cada uma dessas cidades, a fotografia social-política-econômica que gerou os acordos coletivos, procedimentos e protocolos, também implicou em diferentes funcionamentos, bastante particulares. Dessa forma, estreita e fortalece vínculos entre consumidores e produtores, a partir deles legitima o papel, o pertencimento e a ocupação territorial de cada importante grupo de atores nestas articulações. Assim, o que fundamenta tais experiências é o entendimento de que as escolhas de consumo e produção são implicadas politicamente, pois afetam em maior e menor grau, mas sempre diretamente, a vida

<sup>3</sup>Pela Universidade Federal de Pelotas - Núcleo Interdisciplinar de Estudos e Extensão em Tecnologias Sociais e Economia Solidária (TECSOL); Universidade Católica de Pelotas - Núcleo de Economia Solidária e Incubação de Cooperativas (NESIC); Instituto Federal Sul-Rio Grandense - Núcleo de Economia Solidária (NESOL).

<sup>4</sup>Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/tecsol/files/2018/03/projeto-rizoma-Tecsol-UFPEL.pdf>.

local (mas não somente), individualmente (mas, ainda melhor, coletivamente), as gerações atuais (e sobretudo as futuras) de modo sistêmico.

Para além de organizar o consumo local, é através da rede Rizoma Bem da Terra, que GCRs e grupos produtivos na Região Sul articulam-se para operar consumo responsável em outra escala e localidades do país - também do continente. Estrategicamente, se opera nesta organização o consumo de produções provenientes da economia solidária agroecológica que não são efetivadas na região nestes termos. Por exemplo, grãos e cereais, são adquiridos de Santa Rosa, noroeste do estado do Rio Grande do Sul. Arroz de Eldorado do Sul, região metropolitana de Porto Alegre (capital do estado). Os vinhos são trazidos de Garibaldi, região norte do estado. Até distâncias mais longas são realizadas, tais como o café, trazido de uma associação de pequenos produtores de Araçuaia, Minas Gerais. Castanhas do Pará, do Amazonas.

Ademais, desde 2017, após uma atividade com GCRs na Feira Internacional de Economia Solidária, em Santa Maria/RS, desenvolveu-se uma articulação com empreendimentos da economia solidária da Argentina, a Red de Comercio Justo del Litoral. Desta articulação, que tinha como operação econômica as trocas de produto por produto, os GCRs brasileiros tiveram acesso a azeite, vinhos, azeitonas e têxteis, e os grupos argentinos, em troca, tiveram acesso a café, castanhas e arroz; todos produtos provenientes de movimentos sociais e que não são encontrados em suas respectivas regiões oriundos de produção coletiva. Nestas operações, os GCRs e grupos produtivos se articularam para discutir sobre esta demanda, viabilizar recursos, logística e armazenamento destes produtos.

Algo que se evidencia com a história da Rede Bem da Terra, com o surgimento da Feira Virtual Bem da Terra e logo em seguida do Rizoma Bem da Terra, é o desvelamento de uma demanda reprimida pela organização da oferta solidária e agroecológica nos territórios e da importância de viabilizar e concretizar essas expressões de consumo. Em um primeiro momento, esse processo ocorre a partir de auto seleção dos consumidores que já carregam a consciência desta necessidade – do consumo crítico - dispendo de seu tempo e trabalho (voluntário) para lograr a manutenção deste espaço. Em um momento seguinte, avançam na sua expansão através de processos de cunho educacionais que se expandem para além das atividades imediatas do grupo, envolvendo reflexões mais amplas sobre o agente econômico consumidor.

O turismo participa destas dinâmicas à medida que atividades desenvolvidas no escopo do funcionamento destas iniciativas de economia solidária, como os GCR's, lançam mão de eventos, equipamentos e serviços que compõem sua cadeia produtiva. E pode participar, também, organizando estes equipamentos e serviços de modo imediatamente solidário, como por exemplo, o Hotel B.A.U.E.N., em Buenos Aires/Argentina, visitado durante um trabalho de campo para troca de conhecimentos entre iniciativas de economia solidária. Trata-se de uma experiência de autogestão que está circunscrita a um conjunto de retomada de empresas que passaram a ser gerenciadas pela classe trabalhadora.

Nestas condições, quando articuladas, as organizações econômicas voltadas para o consumo são capazes de prover resiliência a um conjunto de experiências locais de produção, que embora se situem no sistema capitalista, buscam reproduzir distintas racionalidades econômicas, sobretudo as não pautadas no lucro, e sim na solidariedade (SINGER, 2002), o que é condição para que se convertam em possibilidades reais de manutenção das suas atividades nestes termos e fortalecimento de sua capacidade de autodeterminação territorial.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os desafios impostos para que rompamos com os ditames da economia capitalista são inúmeros e de difíceis resoluções. Não obstante, a construção de grupos de consumo responsável como a Feira Virtual Bem da Terra, demonstra não apenas ser possível contorná-los, como indica que a força simbólica destas ações é grande o suficiente para animar outros grupos em diferentes espaços e contextos a buscarem caminhos semelhantes.

O papel do turismo na reorganização produtiva do capitalismo contemporâneo é correlato com a sua influência nas dinâmicas de autodeterminação territorial das comunidades. Em suas expressões hegemônicas, isso se reverte em enfraquecimento destas. Consorciar turismo e economia solidária constitui pontes que auxiliam a superar gargalos locais e estruturais, criando mobilidade social e econômica entre diferentes cenários.

As transformações destas fotografias, como no caso de Pelotas e região, indicam que outra paisagem social está em constituição. Os problemas de escalas, criação, fortalecimento e comunicação de redes, divulgação e concorrência são apenas partes de uma engrenagem que precisa ser reestruturada para que a vida seja mediadora dos sentidos da economia, e não o inverso.

As inúmeras possibilidades de participação e controle popular sobre as inversões públicas precisam ser consolidadas e aprofundadas. Os GCR's podem ser o *locus* de fermentação da revisão de sentido da relação desejo-consumo no campo individual e coletivo.

Conhecer de modo mais preciso os vínculos entre posições políticas, identidades, e outras variáveis, e à disposição de repensar formas de consumo à luz das demandas populares, incluindo aí as parcelas excluídas das esferas de consumo, é tarefa histórica que está por ser feita em conjunto em diferentes sentidos da pesquisa socioeconômica.

Os vínculos afetivos, que carecem de maiores aprofundamentos analíticos, tais como o pertencimento/consciência de classe, estabelecem dinâmicas de consumo que podem não ser determinadas exclusivamente pela lógica de mercado. Razoável supor, portanto, que a aproximação entre turismo como dimensão da experiência de consumo e a economia solidária, como construção de vínculos afetivos a partir do ato de consumir (o consumo como ato político), desdobre numa sensibilização não só das formas como também do que é consumido em um mundo que se turistifica à velocidade da reprodução ampliada de um capitalismo cognitivo e cada vez mais desigual.

## REFERÊNCIAS

AGAMBEN, G. **Estado de exceção**. Tradução Iraci D. Poleti. – 2ª ed. – São Paulo: Boitempo, 2004.

AMÍN, S. Globalización, financierización y emergencia del Sur globalizado. In: LEVITT, K. P. **De la gran transformación a la gran financierización**. Trad. Aina Bahr Valcárcel. Santiago de Cuba: Editorial Oriente, 2016.

ANTUNES, R. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.

BADUE, A. F. et al. **Manual pedagógico: entender para intervir**: por uma educação para o consumo responsável e o comércio justo. São Paulo: Instituto Kairós; Paris: Artisans duMonde, 2005, 212p.

BRASILDEFATO. **Com queda de 95% em 8 anos, aquisição de alimentos chega a menor nível com Bolsonaro**. Disponível em < <https://www.brasildefato.com.br/2020/10/29/com-queda-de-93-em-8-anos-aquisicao-de-alimentos-chega-a-menor-nivel-com-bolsonaro> > Acesso em 31/10/2020.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Tradução Carlos Alberto Medeiros – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

CRUZ, A. **A construção de uma estrutura-rede de comercialização entre Empreendimentos de Economia Solidária**. In: RIGO, A; CANÇADO, A, SILVA JUNIOR,

J (Orgs). Casos de ensino: cooperativismo e associativismo. Petrolina: Gráfica Franciscana, 2011, pp. 21-46.

CRUZ, A. **A diferença da igualdade:** a dinâmica da economia solidária em quatro cidades do Mercosul. 2007. 343 f. Dissertação (doutorado em economia aplicada) - Instituto de Economia, Universidade de Campinas, Campinas, 2007.

DUNKER, C. I. L. **Mal-estar, sofrimento e sintoma:** uma psicopatologia do Brasil entre muros. São Paulo: Boitempo, 2015.

FROMM, E. **Análise do homem.** Tradução Octavio Alves Velho. São Paulo: Círculo do Livro S/A, S/D (1974).

KEHL, M. R. **O tempo e o cão:** a atualidade das depressões. 2ª ed. 4ª reimpressão. - São Paulo: Boitempo, 2015.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo:** para uma nova compreensão do lazer e das viagens. 3ª ed. rev. e ampli. São Paulo: Aleph, 2009.

MARQUES, M. L. **Sensibilidade a preços em organizações para o consumo responsável:** O caso da Feira Virtual Bem da Terra. 2019. 69 f. Trabalho de conclusão de curso - Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2020.

MELO, T.S.; RODRIGUES, A. O.; BARBOSA JR., R. Cooperação sul-sul entre Brasil e Moçambique: da (in)segurança territorial à alteridade construída pela soberania popular. **Revista da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Geografia (Anpege).** p.83-114, V.14, n.24, mai./jul. 2018.

OTTERLOO, A. M. A tecnologia a serviço da inclusão social e como política pública. In: RTS – REDE DE TECNOLOGIA SOCIAL. **Tecnologia social e desenvolvimento sustentável:** Contribuições da RTS para a formulação de uma política de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação. 2ª Ed. Brasília: Secretaria Executiva da Rede de Tecnologia Social (RTS), 2010, p. 17-24.

SINGER, P. **Introdução à economia solidária.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo. 2002.

SLEE, T. **Uberização:** a nova onda do trabalho precarizados. Trad. João Peres. São Paulo: Editora Elefante, 2017

THIOLLENT, M; ARAÚJO, T; SOARES, R. (coord.) **Metodologia e experiências em projetos de extensão.** Niterói-RJ : EDUFF, 2000.

TRICONTINENTAL. **Coronachoque:** um vírus e o mundo. Instituto Tricontinental de Pesquisa Social. Dossiê n. 28, 2020.

URRY, J. **O Olhar do turista:** lazer e viagem nas sociedades contemporâneas. 3. Studio Nobel. 2001.

VASCONCELOS, J. **Compras de alimentos da agricultura familiar pelo PNAE diminuem 44% na pandemia.** Disponível em <

<https://www.brasildefato.com.br/2020/10/30/compras-de-alimentos-da-agricultura-familiar-pelo-pnae-diminuem-44-na-pandemia> > Acesso em 31/10/2020.

*Recebido em 03 de março de 2022*

*Aceito em 16 de junho de 2022*

*Publicado em 29 de julho de 2022.*