

## Artesanato com Lã de Ovinos, Turismo e Desenvolvimento Local

**Dyego de Oliveira Arruda\***; **Milton Augusto Pasquotto Mariani\*\***  
**Leandro Sauer\*\*\***; **Thiago Gomes de Oliveira\*\*\*\***

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS(Brasil)

**Maria Augusta de Castilho\*\*\*\*\***

Universidade Católica Dom Bosco – UCDB (Brasil)

**Resumo:** O Estado de Mato Grosso do Sul/Brasil apresenta reconhecida potencialidade para impulsionar a atividade do turismo regional através da divulgação das especificidades culturais locais – dentre as quais a produção de artesanato com base na lã de ovinos. Sendo assim, a presente pesquisa teve como escopo analisar as dinâmicas sob as quais pode se dar a inserção do artesanato ovino como produto turístico em municípios do Estado de Mato Grosso do Sul. Para tanto, utilizaram-se questionários semiestruturados; além de entrevistas com questões norteadoras. Observou-se que o artesanato com lã de ovinos não se insere de forma efetiva no âmbito da atividade turística dos territórios investigados, sobretudo por conta das estratégias organizacionais dos grupos, e da falta de dinamismo da atividade do turismo de base local. Não obstante, são proficuas as possibilidades de que se fomente essa inserção.

**Palavras-chave:** Artesanato; Turismo; Ovinocultura; Desenvolvimento Local; Mato Grosso do Sul/Brasil

### Handicraft with Sheep's Wool, Tourism and Local Development

**Abstract:** The state of Mato Grosso do Sul/Brazil has been recognized by its potential to boost regional tourism activity through the dissemination of its particular culture – which includes the production of handicrafts based on sheep's wool. Thus, the present study was intent to analyze the dynamic scope in which the insertion of sheep's handicrafts as tourist product in municipalities of Mato Grosso do Sul/Brazil may occur. For this, semi-structured questionnaires, and interviews with guiding questions were used. It was observed that the handicrafts with sheep's wool does not effectively lay down within the investigated tourism territories, mainly due to the organizational strategies of the groups, and the lack of dynamism of their community-based tourism.

**Keywords:** Handicrafts, Tourism; Sheep; Local Development; Mato Grosso do Sul/Brazil

\* Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). É mestrando em Administração pela mesma instituição, e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). E-mail: dyego.arruda@gmail.com

\*\* Doutor em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo (USP). Mestre em História Social pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Docente da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), nos Programas de Pós-Graduação em Administração e Estudos Fronteiriços. E-mail: miltmari@terra.com.br

\*\*\* Doutor em Engenharia Elétrica pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Docente da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), no Programa de Pós-Graduação em Administração. E-mail: leandrosauer@uol.com.br

\*\*\*\* Bacharel em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). É mestrando em Administração pela mesma instituição, e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). E-mail: thiagomesde@hotmail.com

\*\*\*\*\* Doutora em História Social pela Universidade de São Paulo (USP). Professora e Vice-Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local – Mestrado Acadêmico – da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB). Professora do Curso de História da Universidade Católica Dom Bosco – UCDB. Email: maugusta@ucdb.br

## 1. Introdução

A criação de ovinos, analisada no seio de um processo histórico, mostra-se como uma das mais antigas atividades praticadas pelo ser humano, que inicialmente utilizava o pastoreio como método de criação, tendo a finalidade de suprir sua contínua demanda por proteína e vestimenta. Sendo o pastoreio de cordeiros uma atividade relativamente fácil e segura – por serem animais de porte médio, sociáveis e pacíficos – nota-se que esta atividade espalhou-se por diversos locais, exercendo importante fonte de subsistência e fixação do homem às atividades características do campo (Mariani *et al*, 2010).

No Brasil, os registros históricos dão conta de que os primeiros ovinos foram introduzidos no país nos idos do século XVI, com a chegada dos colonizadores ibéricos. Contemporaneamente, as zonas tradicionais de criação estão consolidadas nos Estados do sul e nordeste brasileiros, especialmente no Rio Grande do Sul, Bahia, Ceará e Piauí. Ao todo, o rebanho ovino brasileiro é de aproximadamente 14,2 milhões de cabeças (IBGE, 2012).

No que tange em específico ao Estado de Mato Grosso do Sul, nota-se que os ovinos possivelmente chegaram a este território já nos idos do século XVIII, sobretudo com a finalidade de servir de alimentação e vestimenta para as tropas militares que se instalavam às margens dos rios Paraguai e Miranda. Atualmente, os ovinos estão espalhados por todas as regiões do Estado, sendo que os maiores rebanhos estão justamente próximos às localidades consideradas ‘turísticas’ (Carneiro, 2002).

Em suma, o rebanho ovino de Mato Grosso do Sul alcança algo em torno de 450 mil cabeças e está entre os 10 maiores do país (IBGE, 2012). Ao todo, evidenciam-se quase oito mil propriedades que criam ovinos no Estado, espalhadas por todo o seu território. Isso significa que 13,9% das propriedades que exploram a produção animal em pastagem também contam com a criação de ovelhas no estabelecimento.

Dentre os subprodutos da atividade da ovinocultura, nota-se que a produção de carne e a obtenção de lã são os mais relevantes. No ano de 2006, segundo informações do Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), foram geradas cerca de 400 toneladas de carne ovina decorrentes da venda de animais para abate em frigoríficos (IBGE, 2012).

No que tange à produção de lã, o Censo de 2006 dá conta de que a obtenção deste tipo de produto no Mato Grosso do Sul girou em torno

de 48 toneladas. Isto coloca o Estado como o 4º maior produtor de lã do país e o maior fora da região Sul do Brasil (Sorrio, 2009).

Assim sendo, nota-se que a atividade da ovinocultura tem importância considerável no processo de diversificação das atividades agrárias no Brasil e, particularmente, no Mato Grosso do Sul, sobretudo diante de um quadro de estreitamento das margens de rentabilidade de atividades tradicionais no campo, tais como a bovinocultura de corte (Sebrae, 2005). Portanto, a ovinocultura mostra-se como importante elemento de geração de renda e melhoria da qualidade de vida das comunidades (sobretudo rurais), estimulando atividades outrora inexistentes nestes territórios, tais como a confecção e comercialização de artesanatos a base de lã; bem como o turismo gastronômico a base de carne ovina. Desta feita, pode-se dizer que a atividade da ovinocultura revela-se como um mecanismo de fomento ao desenvolvimento local (Azambuja, 2001; Coriolano, 2003a).

A utilização da lã como matéria prima possibilita a confecção de peças artesanais voltadas para o consumidor local para uso cotidiano e na lida do campo. Não obstante, entende-se que essa matéria prima pode ser aproveitada ainda na confecção de artesanatos e *souvenirs* para a comercialização nos destinos turísticos regionais, servindo como elemento de reprodução e divulgação – mesmo que de forma indireta – da cultura local, especialmente no que diz respeito às tradições do homem do campo.

O turismo sul-mato-grossense contemporâneo movimenta uma quantidade de recursos técnicos e econômicos de considerável importância, sobretudo através de empreendimentos de grande porte. Estas organizações, ao se implantarem, procuram tirar o máximo de vantagens dos territórios e dos poderes públicos locais – por exemplo, através de isenções fiscais e de linhas específicas de financiamento, sob o pretexto de colocar o novo e o exótico para o mercado nacional e internacional. Porém, as grandes empresas costumemente não incluem os residentes locais em seus projetos; e os governos normalmente não costumam exigir que sejam feitas parcerias com as comunidades receptoras (Almeida, 2002; Coriolano, 2003a).

Justamente uma das formas pelas quais as comunidades locais podem se inserir no contexto turístico é oferecer determinados produtos e serviços específicos, tais como o turismo de experiência e a própria produção e comercialização de artefatos artesanais. Esta dinâmica possibilita a agregação de valor à experiência do turista, fazendo com que ele se sinta inclinado

a retornar ao destino turístico. Ademais, essa inserção das comunidades no seio da atividade do turismo permite a inclusão de grupos outrora marginalizados em uma importante atividade econômica, possibilitando o desenvolvimento dos territórios que conseguem estabelecer esta proposta (MTUR, 2003).

No Mato Grosso do Sul, uma tentativa de inserção de comunidades locais na atividade do turismo, através da produção de artesanato a base de lã de ovinos, ocorreu nos municípios de Campo Grande, Ivinhema, Caarapó e Ponta Porã. Nestes territórios, objetivou-se utilizar mão de obra e matérias primas locais para a confecção de artesanato de lã, a partir da premissa de valorização das tradições e aspectos culturais regionais – além, é claro, da possibilidade de geração de renda à esses grupos.

Porém, como se dá a dinâmica do processo de inserção destas localidades – e de seus respectivos artesanatos – no âmbito da atividade do turismo regional? Entende-se que o estabelecimento de uma investigação acerca da problemática em tela mostra-se como um fator propício à análise, planejamento e efetiva gestão da atividade do turismo sul-mato-grossense consubstanciado ao desenvolvimento local; em escala humana.

Percebe-se, em um breve levantamento bibliográfico, que vários estudos procuraram analisar a inserção da carne ovina no seio da atividade do turismo regional, com destaque para os trabalhos de Carneiro (2002); Mariani e Sorio (2008); Sorio e Mariani (2008); Sorio (2009); além de Mariani *et al* (2010 e 2011). Não obstante, ainda são inexistentes as publicações com a premissa de investigar a questão do artesanato a base de lã de ovinos como aspecto favorável à agregação de valor à atividade do turismo em Mato Grosso do Sul – pelo que, naturalmente, o presente trabalho reveste-se de ineditismo.

Em suma, o trabalho estrutura-se em três partes – além desta introdução e das considerações finais. Na primeira parte, expõe-se breve referencial teórico acerca das dinâmicas do turismo regional calcado nas expressões culturais através do artesanato, e as implicações desta correlação no desenvolvimento local. Na segunda parte, elucidam-se os pressupostos metodológicos que embasaram a pesquisa. E, por fim, na terceira e última parte, analisam-se os resultados auferidos na investigação empírica, sob um paradigma holístico e sistêmico – onde são aferidas as especificidades da obtenção de matérias primas para a confecção dos artesanatos; o próprio processo produtivo em si; bem como a oferta dos produtos artesanais ao con-

sumidor final, majoritariamente representado pelos turistas.

## **2. Turismo regional e artesanato de lã de ovinos – em busca de complementaridades, partindo da premissa do desenvolvimento local**

O turismo é um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais relevantes neste princípio de século XXI, seja pelo aumento no tempo livre disponível à realização de atividades ligadas ao lazer e ao ócio; seja pela necessidade humana de se refugiar em outros espaços geográficos que não façam parte de seu cotidiano.

Basicamente, existem dois principais grupos de turistas ou de 'olhar turístico'. O primeiro deles nasce da presença de um grande número de pessoas, e tem um sentido carnavalesco e um caráter cosmopolita e homogêneo; é o padrão encontrado no turismo de massa, em que há oferta padronizada, restringindo a oportunidade de escolha de consumidor. O segundo tipo de olhar equivale ao romântico, um relacionamento espiritual e pessoal com o objeto turístico. É representado por produtos cada vez mais segmentados, a fim de atingir variadas motivações e padrões de compra (Urry, 2001).

Contemporaneamente, existe a tendência de os deslocamentos turísticos convencionais cederem espaço para uma nova forma de turismo, caracterizado por viagens mais flexíveis e que envolvam experiências pessoais, sociais e culturais autênticas, em oposição ao turismo de massa, que tende a uniformizar os locais visitados e as preferências dos turistas (Gastal, 2001). Ou seja, há uma tendência de se privilegiar o aspecto romântico e paisagístico inerente à prática do turismo (Thomaz, Mariani e Moretti, 2012).

Entende-se que atrativo turístico é todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motive o deslocamento de grupos humanos para conhecê-lo. Os atrativos turísticos podem ser classificados em naturais, culturais, manifestações tradicionais, realizações técnico-científicas e eventos. Entende-se por 'turistificação' o processo pelo qual as potencialidades de uma região passam por um processo de planejamento, que tem o objetivo de convertê-las em produtos destinados ao consumo turístico (Benevides, 2003; Beni, 2003).

Em suma, a produção de artesanato tem sido associada ao segmento cultural de turismo, sobretudo de forma complementar aos destinos turísticos calcados nas atividades de lazer e negócios. Essa complementaridade se dá na

medida em que o turista – independentemente do motivo que o levou a deslocar-se de seu local habitual de residência – pretende levar junto de si elementos e representações da cultura do local visitado, através do artesanato (Santana, 1997).

Não são somente os elementos físicos, como edificações (só para citar um exemplo), que se inserem na noção de patrimônio. Também fazem parte do patrimônio aqueles intangíveis, como hábitos, costumes e saberes. Nesse sentido, as expressões culturais através do artesanato são consideradas tão valiosas quanto os atrativos físicos de um território (Gimenes, 2006; Schluter, 2003).

“(...) a riqueza monumental, as acessibilidades, a qualidade do alojamento, os equipamentos sociais, a segurança, a cultura local, a gastronomia, a animação, o artesanato, a paisagem, a hospitalidade e outras componentes qualificam os “pacotes” e tornam os destinos desejáveis. Naturalmente que, nem sempre, tal conjugação existe e é viável na sua totalidade. Mas, como diria um operador pragmático, é preciso ocupar o tempo dos turistas para fixá-los de maneira mais duradoura aos destinos escolhidos” (Ramos, 2000: 02).

Ainda com base em Ramos (2000) percebe-se que a prática do artesanato, em uma análise *stricto sensu*, surgiu como método de substantivação da criativa humana, onde o homem (artista) era o detentor do produto de seu trabalho e dos instrumentos que utilizava. Não obstante, a configuração do turismo contemporâneo induziu a uma verdadeira transferência do caráter utilitário dos artefatos artesanais para funções estético-decorativas, provocando um verdadeiro choque no fluxo artesanal, que se deslocou do escopo da necessidade para o campo do desejo e do estético, muito determinada economicamente pela condição do comprador/turista (Horodyski e Ruschmann, 2007)

Inúmeras regiões ao redor do mundo se aproveitam de sua tradição e expressão cultural traduzidas nos artefatos artesanais, oferecendo ao turista um produto diferente, além do simples *souvenir* (Azambuja, 2001). Essa possibilidade permite a criação de verdadeiros roteiros turísticos calcados na bagagem cultural dos territórios, onde outros elementos – além dos artefatos artesanais em si – são passíveis de ‘turistificação’, tais como as características do processo produtivo e da obtenção de matérias primas; os próprios locais de produção; o método de organização comunitária para a produção do artesanato, etc.

Há estudos que reiteram a importância do artesanato do ponto de vista econômico, como fator gerador de renda às comunidades. Dentre alguns trabalhos de relevância, pode-se citar Saraiva e Sawyer (2007) que ponderam, através de metodologias de valoração econômica, o bom potencial da atividade do artesanato em promover mudanças socioeconômicas na região dos Lençóis Maranhenses; bem como o estudo de Couto (1998), que analisa a importância do artesanato como fator de dinamismo à agricultura familiar e conseqüente fixação do homem às atividades características do campo, através da difusão do turismo rural com viés cultural.

Portanto, com base no referencial teórico de Santos (2007) pondera-se que a manutenção das especificidades culturais das comunidades e territórios; aliado à geração e fixação da renda no seio das próprias comunidades, são fatores que – uma vez operando de forma conjunta e indissociável – promovem o desenvolvimento local.

O desenvolvimento local é definido como um processo de mudança de mentalidade, de câmbio social, institucional e de troca de eixo na busca do desenvolvimento, por isso orienta-se para a difusão de pequenas empresas, tendo em vista socializar as oportunidades e promover o desenvolvimento (Coriolano, 2003b).

Entende-se que desenvolvimento, turismo e ambiente encontram-se imbricados em uma relação recíproca. Em síntese, entende-se que o desenvolvimento de caráter local em si mesmo alavanca a possibilidade de equalizar cinco objetivos distintos: preservação ambiental; identidade cultural; geração de renda; desenvolvimento participativo e qualidade de vida (Barbosa, 2005; Coriolano, 2003a).

Martín (1997) escreve que no escopo do desenvolvimento local, merecem atenção algumas nuances analíticas, quais sejam: a) o município/local como referência e unidade de análise; b) a abertura do lugar ao mundo; c) os valores e produtos locais, como o patrimônio, a história, a cultura e os alimentos; d) os habitantes como protagonistas da dinâmica social que leva ao desenvolvimento.

As associações produtoras de artesanato ovino investigadas no âmbito do presente trabalho revelam a confluência de vários dos pressupostos característicos do desenvolvimento local. Do ponto de vista social, empregam pessoas da localidade, não raro sob um regime de parceria e cooperativismo, criando vínculos sociais e gerando processos de aprendizado mútuo; do ponto de vista econômico, gera renda no território, complementando os ganhos dos indivíduos que tem na atividade do artesanato uma

importante fonte de subsistência familiar; e, por fim, do ponto de vista ambiental, embasa-se na utilização de matérias primas que não agredem o ecossistema e visam ao máximo de aproveitamento da lã (Hard e Milstein, 2004).

### 3. Procedimentos metodológicos

Segundo Vergara (2007), a pesquisa realizada classificou-se por ser: *exploratória*, por ter a finalidade de estudar profundamente um problema de pesquisa pouco investigado; e *descritiva*, por resultar em informações instantâneas e precisas, mas ao mesmo tempo hipotéticas a respeito dos produtores de artesanato com base nos subprodutos da ovinocultura em Mato Grosso do Sul, expondo as características dessa população.

Rememorando Yin (2001) pode-se ressaltar que a pesquisa classificou-se como estudo de casos múltiplos, por investigar, em vários municípios, a maneira e a forma com que as cooperativas, associações e organizações produtoras de artesanato de lã ovina obtêm matéria prima para suas atividades; além das dinâmicas sob as quais comercializam e desenvolvem os seus produtos artesanais.

Para tanto, partiu-se de uma abordagem sistêmica e holística, decorrente do referencial teórico de cadeias produtivas e sistemas agroindustriais, entendidos como um encadeamento de atividades que concorrem para a obtenção de produtos (normalmente de caráter agroindustrial), numa sequência que vai desde a produção de insumos até a chegada dos bens e serviços ao consumidor final (Batalha *et al*, 2007; Zylbersztajn e Neves, 2000).

Neste íterim, analisaram-se algumas dinâmicas de obtenção da lã e demais subprodutos dos ovinos; o próprio processo produtivo de confecção do artesanato e aproveitamento desses materiais; as dinâmicas de comercialização destes produtos, e as próprias questões logísticas inerentes a esses fluxos de capitais, bens e serviços.

A população da pesquisa de campo foi composta por pessoas que possuem ou possuíram vínculos com grupos ou associações de produção de artesanato derivado da lã de ovinos, nos municípios de Campo Grande, Ponta Porã, Ivinhema e Caarapó – todos no Estado do Mato Grosso do Sul.

Os grupos cujas dinâmicas foram analisadas nos idos dos meses de julho a outubro de 2011 são os seguintes: Associação da Vila Cristina (Ivinhema); Grupo da Cabeceira do Apa (Ponta Porã); Associação de Arte e Artesanato Vale

da Esperança (Caarapó) e Lanifício Pantanal (Campo Grande). Tratam-se de três associações e um empreendimento de caráter privado.

Como método de coleta de dados utilizou-se um questionário, com questões abertas e fechadas; bem como entrevistas, partindo de questões norteadoras à elucidação do problema de pesquisa levantado.

O critério utilizado para a delimitação da população estudada – pessoas que trabalham ou trabalharam em oficinas produtoras de artesanato ovino – resultou da seleção de municípios que apresentam os maiores rebanhos de ovinos do estado de Mato Grosso do Sul e possuem ou possuíram alguma iniciativa que tinha como objetivo gerar renda com a produção de artesanato de lã.

### 4. Dinâmicas do artesanato a base de ovinos no Mato Grosso do Sul, e sua inserção no turismo regional

A partir das investigações de fontes bibliográficas; bem como da análise dos questionários e entrevistas, identificou-se que os recursos utilizados no início dos trabalhos artesanais com lã, nos casos dos projetos fomentados pelo poder público em Ivinhema, Caarapó e Ponta Porã, foram geridos pelos governos municipais, mesmo se tratando de verba de origem federal.

Logo abaixo – partindo de uma abordagem holística e sistêmica das cadeias produtivas, conforme elucidado nos procedimentos metodológicos – analisam-se a disponibilidade de insumos, a produção e logística do artesanato a base de ovinos; as possibilidades de comercialização; bem como a demanda pelos produtos, nos territórios estudados.

#### 4.1. Insumos, produção e logística

Em três territórios investigados – Ivinhema, Caarapó e Ponta Porã – constatou-se que a propriedade das máquinas utilizadas na confecção dos produtos é comunitária. Ademais, os indivíduos, organizados em associações, utilizam-se da lã como matéria prima para a produção de mantas, baixeiros<sup>1</sup> e acessórios de vestuário em geral, valendo-se de produtos naturais (não raro, reaproveitados) para tingir a lã, tais como a erva mate e a casca de cebola.

A maioria das pessoas que trabalham ou trabalharam nas associações em Ivinhema, Caarapó e Ponta Porã são mulheres, com mais de 40 anos, e em média com o ensino fundamental completo. São pessoas que, tradicionalmente, apresentam

forte ligação com a cultura dos territórios onde residem; bem como com o meio rural, em muitos casos tendo aprendido o ofício de manuseio da lã e dos próprios ovinos com os seus antepassados. Ademais, esses indivíduos têm na atividade de confecção de artesanato uma função complementar a alguma fonte de renda dita 'principal'.

Outro ponto em comum nas associações é a divisão da receita do grupo, realizada segundo a produção individual de cada um. Somente em Campo Grande identificou-se que a remuneração é realizada via pagamento de salários – sobretudo por conta do fato de ser este um empreendimento de caráter individual.

A aquisição da matéria prima (lã) também ocorre de forma semelhante nos grupos investigados, sendo trocada por serviços e não comercializada, com exceção de Campo Grande, onde a lã é comprada diretamente de produtores ou de intermediadores que realizam a tosquia em diversas propriedades localizadas no Estado de Mato Grosso do Sul e até em Estados vizinhos.

Na Associação da Vila Cristina, em Ivinhema; bem como na Cabeceira do Apa, em Ponta Porã, a matéria prima era trocada pelo serviço da tosquia das ovelhas. No município de Caarapó ocorre a troca da lã pelo serviço de manufatura de parte deste material, sendo que 30% da lã são devolvidos como produtos acabados, tais como baixeiros utilizados na lida das fazendas onde os ovinos são criados e a lã é produzida.

A foto a seguir ilustra o tipo de produto que em geral é utilizado como pagamento pela lã adquirida diretamente de produtores, sendo confeccionados diferentes tipos de baixeiros, resultantes da grossura da linha utilizada. A imagem permite observar a diferença entre um baixeiro de lã branca tecida em fio médio; e um baixeiro de lã escura, tecido com fio fino. Ressalte-se que

**Figura 1: Baixeiros produzidos a partir da lã de ovinos**



**Créditos:** Thiago Gomes de Oliveira

nenhum dos baixeiros em tela apresenta tingimento, sendo produzidos com lã de pigmentação original dos ovinos.

No município de Ivinhema, constataram-se alguns problemas decorrentes da própria organização do grupo, que nos idos de sua criação no ano de 2008 contava com 22 integrantes, ao passo que, atualmente, evidenciam-se apenas três mulheres que desempenham as atividades de confecção de artesanato. Ademais, são recorrentes as idas e vindas do grupo; e sua consequente instabilidade na produção, que atualmente ocorre somente em três dias da semana.

Vale ponderar, não obstante, que essa inconsistência da produção é também evidente nos municípios de Ponta Porã e Caarapó, sendo que – segundo relatos dos indivíduos pesquisados – houve épocas em que a produção ficou efetivamente parada, sobretudo por conta da falta de maquinários e disponibilidade dos indivíduos para a produção dos artesanatos.

A situação mais crítica foi evidenciada no município de Ponta Porã. Por conta da falta de materiais para a cardagem da lã, optou-se por terceirizar esse serviço através de parceiros no município de Campo Grande, o que tornava o produto final da associação mais caro, estreitando as margens recebidas pelos associados. No momento da realização da pesquisa, o grupo encontrava-se em estado de latência, com a expectativa de aquisição das máquinas de cardar pela Prefeitura, fomentando os processos de produção do grupo.

No município de Caarapó atualmente observam-se seis pessoas que corporificam a associação, sendo notória a divisão do trabalho, numa dinâmica onde algumas pessoas apenas tratam da lã; enquanto outras cuidam apenas da tecelagem.

Por fim, no município de Campo Grande o empreendimento privado Lanifício Pantanal conta atualmente com quatro funcionários terceirizados e oito fixos. O processo de produção se diferencia dos demais empreendimentos devido à diferença das máquinas utilizadas – que são mais modernas em relação aos instrumentos de trabalho das associações investigadas.

Em síntese, pode-se salientar que as oscilações na produção de artefatos artesanais a base de lã de ovinos – sobretudo nos municípios de Caarapó, Ponta Porã e Ivinhema – são decorrentes de uma série de motivos, dentre os quais: a ausência de máquinas e instrumentos mais modernos para a correta e eficiente manufatura da lã; a inexistência de iniciativas de capacitação dos indivíduos, principalmente no que se refere à necessidade de se obter produtos de maior quali-

dade; a predominância de um caráter secundário à atividade de produção de artesanatos de lã de ovinos – que na maioria dos casos é vista pelos indivíduos como mera fonte complementar de renda; a ausência de iniciativas que ampliem o mercado para os produtos artesanais; além da falta de acordos e/ou contratos que resultem na oferta regular e padronizada de matérias primas aos grupos investigados.

Nota-se também que o poder público regional/local – especialmente nas organizações de Ivinhema, Caarapó e Ponta Porã – exerceu papel preponderante na época do surgimento dos grupos, sobretudo mediante iniciativas de mobilização e capacitação de alguns indivíduos que capitaneassem as atividades de produção dos artesanatos a base de lã de ovinos. Não obstante, não há políticas públicas efetivamente direcionadas aos grupos – tais como incentivos à comercialização dos artefatos artesanais e/ou mecanismos de facilitação ao financiamento da produção.

#### 4.2. Possibilidades de comercialização

Em todos os casos analisados, parte da produção era de peças por encomenda; e parte era produzida e estocada para vendas posteriores, sendo que a comercialização de baixeiros em atacado para intermediadores mostrou-se como uma prática comum nos quatro grupos investigados.

Todos os entrevistados apresentam a percepção de que o turismo é benéfico para a sua atividade e para a região onde residem, demonstrando sua receptividade à vinda de novos turistas, alegando que estes visitantes trazem desenvolvimento econômico e acabam divulgando a cidade e o trabalho que realizam, existindo a possibilidade de elevar a demanda pelos produtos artesanais, podendo trazer contatos que divulguem o produto fora do Estado e até mesmo do país.

Dentre os produtos majoritariamente comercializados pelos grupos estão os já supracitados baixeiros, além de tapetes, colchas, mantas, blusas, agasalhos bordados, *souvenires* diversos e edredons, estes últimos com preços variando de € 139,71 a € 220,59<sup>2</sup>.

No município de Ivinhema os produtos são comercializados na Casa do Artesão, que retém parte dos lucros da comercialização dos itens como método de financiamento dos custos de operação do espaço. Mesmo na casa do artesão, a venda dos produtos é muito sazonal, sendo mais intensa mediante à participação em feiras e exposições em diversos municípios do Estado.

Em Caarapó parte da produção é vendida em uma loja localizada no centro da cidade. Ademais, constatou-se que uma parcela da produção é vendida no atacado e repassada a revendedores, até mesmo sediados em no Estado de São Paulo.

Já os produtos de Campo Grande são comercializados em Mato Grosso, Paraná, Pará, Roraima, Acre, São Paulo e Santa Catarina por meio de transportadora; e em Mato Grosso do Sul através de intermediários que compram a produção em atacado para a revenda em localidades específicas.

Observa-se que – dado o caráter mais comunitário, associativo e menos tecnificado da produção – os produtos oriundos das associações de Ivinhema, Caarapó e Ponta Porã trazem em si maiores cargas da cultura local, normalmente expressa desde os ritos de tosquia das ovelhas, até a utilização e preparação dos corantes naturais da lã, passando por todas as dinâmicas do processo produtivo.

Desta forma, estes produtos – rememorando o referencial teórico de Coriolano (2003a e 2003b), Azambuja (2001) e outros – apresentam considerável adequabilidade às propostas de um turismo de caráter comunitário, onde pode ocorrer até mesmo a turistificação das etapas do processo produtivo (o que não ocorre, atualmente, nos grupos investigados).

Ademais, a estratégia organizacional destas associações em produzir e vender no atacado mostra-se incoerente a uma proposta de inserção dos artesanatos nas dinâmicas do turismo de caráter cultural – que carece de produtos que sejam autênticos, personalizados; e que estejam agregados a outros elementos intrínsecos à prática do turismo (tais como a gastronomia, a ambientação dos locais, a própria hospitalidade etc.).

#### 4.3. Demanda

Os preços dos produtos artesanais dos grupos investigados variam devido a fatores mercadológicos e a existência de atravessadores. Não obstante, a sazonalidade da demanda de vestuários e peças decorativas é nítida em todos os casos, sendo a comercialização do baixeiro em atacado para revenda, o mercado com demanda mais estável em todos os casos.

Desta feita, partindo destas breves considerações, notam-se alguns elementos característicos da demanda pelos produtos nos grupos em análise, sobretudo no que se refere à: inconstância do mercado consumidor, alta elasticidade-preço, além de baixo interesse por alguns dos produtos artesanais em questão, em determinadas épocas.

O aspecto relativo à inconstância refere-se ao fato de que os municípios em análise, por si só, apresentam mercados deveras reduzidos, denotados por suas populações absolutas que (à exceção de Campo Grande, a capital do Mato Grosso do Sul) variam de 22 mil a 80 mil habitantes, sendo, portanto, cidades consideradas pequenas, segundo os critérios do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Ademais, no que tange à atividade do turismo nos municípios de Ponta Porã, Ivinhema e Caarapó, nota-se uma configuração turística essencialmente complementar às regiões de Bonito, Corumbá e Campo Grande – estes últimos, os principais polos de recebimento de visitantes em Mato Grosso do Sul.

No que tange à alta elasticidade preço da demanda, aferiu-se que isso decorre da própria estratégia organizacional dos grupos em produzir em escalas maiores; sem os aspectos relativos à personalização e diferenciação dos produtos – que lhes conferem maiores margens de rentabilidade, além de maior procura no âmbito do turismo.

Por fim, quanto ao baixo interesse pelos produtos artesanais, notou-se a inexistência de estratégias de marketing por parte dos produtos investigados com vistas à divulgação de suas especificidades e consequente ampliação dos possíveis mercados aos artesanatos em tela.

## 5. Considerações Finais

É fácil perceber que o turismo de base local tem potencial de trazer diversos benefícios para toda a comunidade, numa dinâmica comprometida com o desenvolvimento local. Afinal, quando se desenvolve um enfoque turístico para as expressões culturais – dentre as mais relevantes, o próprio artesanato local – ocorre uma valorização dos costumes e tradições dos territórios a partir da divulgação destas especificidades. Ao mesmo tempo, os agricultores e pecuaristas da região são incentivados a produzir as matérias-primas que serão consumidas na elaboração dos artefatos artesanais. Finalmente, o turista tem a possibilidade de se inserir no contexto cultural da região visitada, aumentando a experiência da viagem e fazendo com que este mesmo turista retorne aos destinos turísticos visitados.

Percebeu-se que o artesanato a base de lã de ovinos no Mato Grosso do Sul possui a potencialidade de inserir-se no escopo supracitado, sobretudo por tratar-se de produtos que trazem em si elementos da cultura local; utilizam matérias primas características do próprio processo de

colonização sul-mato-grossense; além de apresentarem uma gama de produtos e artefatos, que podem ser divulgados e inseridos no escopo das preferências dos consumidores (tanto reais quanto potenciais) nos destinos turísticos de Mato Grosso do Sul.

Não obstante a isso, percebeu-se nos grupos investigados (sobretudo nos municípios de Caarapó, Ivinhema e Ponta Porã) a recorrência de estratégias organizacionais que não concorrem à efetiva inserção dos artesanatos no seio do turismo cultural local, tais como a opção pela produção em escala e venda em atacado dos produtos; a não existência de iniciativas e programas coesos de marketing; o desconhecimento quanto às possibilidades de turistificação das etapas do processo produtivo dos artesanatos; além das inconstâncias na produção dos bens, que carregam consigo baixos níveis de tecnologia agregada.

Desta feita, preceitua-se algumas recomendações à questões organizacionais dos grupos, principalmente no que tange: preocupação quanto à diferenciação dos produtos, criando e atingindo mercados específicos aos artefatos artesanais; divulgação dos produtos através de estratégias organizadas de marketing, não raro lançando mão da internet como meio de difusão das características e até mesmo de comercialização dos produtos; estreitamento de alianças mais intensas com fornecedores de matérias primas locais, avançando na consolidação de uma verdadeira cadeia produtiva do artesanato a base de lã de ovinos; além da formatação dos processos produtivos do artesanato como atrativos do turismo de experiência.

Por fim, para que possíveis políticas públicas e privadas direcionem a atividade do turismo à preservação e desenvolvimento da cultura local de produção e comercialização de artesanato a base de lã de ovinos, algumas providências são fundamentais, principalmente buscando valorizar os aspectos da identidade local, conforme constam nas quatro intenções abaixo explicitadas:

- a) Construção de uma base de informação e disseminação do conhecimento nas localidades, através da educação da população residente sobre a possibilidade de se maximizar os impactos positivos da ação turística. A escala local é importante para a proposta de inserção do artesanato ovino dentro dos roteiros turísticos de Mato Grosso do Sul, porque os organizadores de cada localidade podem desempenhar um papel preponderante na obtenção do sucesso do turismo cultural;



- b) Promoção de benefícios e oportunidades para a comunidade local através da capacitação dos habitantes do lugar para o desenvolvimento do turismo, levando em conta seus interesses, direitos e desejos;
- c) A educação e informação aos profissionais do segmento do turismo são essenciais para o sucesso de um roteiro turístico cultural. Isso deve começar pelos entes governamentais, que precisarão compreender o que representam as políticas de turismo e outros assuntos inerentes às suas funções. Já a mão-de-obra envolvida deverá estar consciente a respeito da preservação do meio que serve de base para o desenvolvimento turístico, sensibilizando os visitantes para estes aspectos;
- d) Criação e promoção de roteiros turísticos que envolvam o artesanato regional e local, aproveitando-se dos diversos eventos culturais, feiras, festivais e exposições que já estão consolidados no Estado e até mesmo fora do país.

Enfim, estas providências têm como referência não apenas as características do cenário atual da atividade turística, mas os desafios que se antepõem para a sociedade sul-mato-grossense, tendo como objetivo promover a construção de uma abordagem desejável de utilização dos recursos socioculturais, naturais e econômicos existentes em todo o Mato Grosso do Sul, fomentando o amadurecimento de atividades socioeconômicas que sejam condizentes com as propostas e dinâmicas de desenvolvimento local.

## Bibliografia

Almeida, N.P.  
2002 “Segmentação do turismo no pantanal sul-matogrossense. 2002”. *Dissertação* (Mestrado em Desenvolvimento Local) – Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, 143 p.  
Azambuja, M.  
2001 “69-76 A gastronomia como produto turístico”. In: CASTROGIOVANNI, A.C. *Turismo urbano*. São Paulo: Contexto.  
Barbosa, F.F.  
2005 “107-114. O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional”. *Revista Caminhos de Geografia*. UFU, Uberlândia, v. 10, n. 14.  
Batalha, M.O. (Org.).  
2007 *Gestão agroindustrial*. 3ª Edição. São Paulo: Atlas.

Benevides, I.P.  
2003 “41-51. O turismo e seu planejamento governamental”. In: CORIOLANO, L.N.M.T. *O turismo de inclusão e o desenvolvimento local*. Fortaleza: FUNECE.  
Beni, M.  
2003 *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC..  
Carneiro, L.O.H.B.  
2002 “A ovinocultura de corte em Mato Grosso do Sul: uma alternativa econômica”. *Monografia de Especialização em MBA*. Campo Grande: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 21 p.  
Coriolano, L.N.M.T.  
2003a “13-28. Os limites do desenvolvimento e do turismo”. In: CORIOLANO, L.N.M.T. *O turismo de inclusão e o desenvolvimento local*. Fortaleza: FUNECE, 2003.  
Coriolano, L.N.M.T.  
2003b “161-171. Os limites do desenvolvimento e do turismo”. *PASOS – Revista de Turismo e Patrimônio Cultural*, vol. 1, n. 2.  
Couto, A.T.  
1998 “Artesanato: uma estratégia de sobrevivência da Agricultura Familiar?” In: 36º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. *Anais*. Poços de Caldas/MG: UFMG, 09p.  
Creswell, J.W.  
2007 *Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto*. 2ª Edição. Porto Alegre: Artmed.  
GASTAL, S.  
2001 “33-42. O produto cidade: caminhos de cultura, caminhos de turismo”. In: CASTROGIOVANNI, A.C. *Turismo urbano*. São Paulo: Contexto.  
Gimenes, M.H.S.G.  
2006 “Patrimônio gastronômico, patrimônio turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil”. In: IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. *Anais*. Caxias do Sul/RS: UCS, 14 p.  
Hard, S.L.; Milstein, M.B.  
2004 “Creating Sustainable Value”. *Business Journal*, vol 03, n. 02.  
Horodyski, G.S.; Ruschmann, D.V.M.  
2007 “01-31. Artesanato dos Campos Gerais do Paraná”. *Revista Eletrônica de Turismo Cultural*, n. 01.

IBGE

2012 *Censo agropecuário 2006*. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: julho de 2012.

Mariani, M.; Sorio, A.

2008 “A produção de carne ovina em Mato Grosso do Sul e as potencialidades para o turismo e a gastronomia”. In: XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. *Anais*. Rio Branco: UFA, 17 p.

Mariani, M.A.P.; Sorio, A.; Arruda, D.O.

2011 “30-39. Carne ovina, turismo e desenvolvimento local: potencialidades para o Mato Grosso do Sul”. *Revista Interações (UCDB)*, v. 12.

Mariani, M.A.P.; Sorio, A.; Palhares, C. (Orgs).

2010 *Carne Ovina, Turismo e Gastronomia: a culinária sul-matogrossense de origem pantaneira, sírio-libanesa, gaúcha e nordestina*. Passo Fundo/RS: Méritos, 115 p.

Martín, J.C.

1997 *El desarrollo local: una estrategia para una sociedad a escala humana*. Madrid.

Ministério do Turismo – MTUR.

2003 *Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural no Brasil*. Brasília: MTur.

Ramos, F.M.

2000 ‘Cestaria’, ‘Pedra’, ‘Metal’, *Artesanato da Região Alentejo*. Lisboa/Portugal: IEFP.

Santana, A.

1997 *Antropología y turismo: ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Editorial Ariel.

Santos, R. L.

2007 “Desenvolvimento local sustentável: caracterização do APL de artesanato de linha do município de Tobias Barreto – SE”. *Dissertação* (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 135p.

Saraiva, N.; Sawyer, D.

2007 “Análise do potencial econômico e socioambiental do artesanato do Buriti em comunidades tradicionais nos Lençóis Maranhenses”. In: VII Encontro da Sociedade Brasileira de Economia Ecológica. *Anais*. Fortaleza/CE: Unifor, 23p.

Schluter, R.G.

2003. *Gastronomia e turismo*. São Paulo: Aleph. Sebrae

2005. *Informações de mercado sobre caprinos e ovinos*. Brasília: SEBRAE, 73 p.

Sorio, A.

2009. *Sistema agroindustrial da carne ovina: o exemplo de Mato Grosso do Sul*. Passo Fundo: Méritos.

Sorio, A., Mariani, M.A.P.

2008. “A carne ovina como possibilidade de desenvolvimento do turismo com base regional e local”. In: V Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. *Anais*. Caxias do Sul: UCS.

Thomaz, R.C.C.; Mariani, M.A.P.; Moretti, E.C. (Orgs).

2012 *O turismo e as territorialidades na perspectiva do campo e da cidade*. Campo Grande/MS: Ed. UFMS, 230p.

Urry, J.

2001 *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: SESC/Studio Nobel.

Vergara, S.C.

2007 *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 9ª Edição. São Paulo: Atlas.

Yin, R.K.

2001 *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 2ª Edição. Porto Alegre: Bookman.

Zylbersztajn, D.; Neves, M.F. (Orgs).

2000 *Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares*. São Paulo, Ed. Pioneiros.

## Notas

<sup>1</sup> Trata-se de uma manta grossa a base de lã, normalmente utilizada como apetrecho de montaria.

<sup>2</sup> Preços convertidos a uma cotação de R\$ 2,72, vigente em 20 de janeiro de 2013, segundo o Banco Central do Brasil (BCB).

*Recibido:* 04/09/2012

*Reenviado:* 30/01/2013

*Aceptado:* 16/04/2013

*Sometido a evaluación por pares anónimos*