

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL NAS INICIATIVAS DE TBC: O MEMORIAL DO
HOMEM KARIRI DA FUNDAÇÃO CASA GRANDE**

LUIZ CLÁUDIO RIBEIRO MACHADO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

LUIZA CHEREM DE ARAUJO PEREIRA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

EMPREENDEDORISMO SOCIAL NAS INICIATIVAS DE TBC: O MEMORIAL DO HOMEM KARIRI DA FUNDAÇÃO CASA GRANDE

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo social no Brasil tem sido visto como um fenômeno que gera inovação e desenvolvimento local (GODÓI-DE-SOUSA; GANDOLFI; GANDOLFI, 2011) e dessa forma suas iniciativas se mostram de grande relevância quando são implementadas. Essas iniciativas de empreendedorismo social podem surgir a partir de diversas formas organizacionais e em diversos tipos de atividade. Empreendedorismo Social pode se realizar por meio de empresas sociais, iniciativas de organizações públicas, iniciativas de empresas lucrativas, iniciativas de ONGs entre outras (SHARMA, 2014).

Ressalta-se também que o empreendedorismo social pode surgir de oportunidades causadas por falha no mercado (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006). E nesse sentido, é que verifica-se que as iniciativas de TBC nos trazem evidências iniciais da sua ligação com o Empreendedorismo Social, pois atividades de TBC também agem em falhas do turismo tradicional.

Diante da notória incapacidade do turismo tradicional manter seu ritmo acelerado e nocivo, surge a necessidade de novos mercados turísticos para atender às novas necessidades e contextos atuais. A partir desta realidade, e dos questionamentos acerca do turismo em massa, os estudos sobre um novo modelo de turismo de base comunitária demonstra não ser apenas inovador, mas também fundamental.

O TBC sugere que a relação do ser humano com o meio ambiente deve ir além da prática de atividades turísticas nocivas e deve ser direcionado também como um meio de conservação e preservação do meio. Mesmo entendendo que o TBC não garante sustentabilidade, entende-se o TBC como uma prática a partir de preceitos que agregam valores para as coletividades nas quais o TBC ocorre, aliado a ações ambientalmente positivas.

Nesse direcionamento o TBC possui como princípios básicos de sua estruturação a participação e o protagonismo dos membros da comunidade (ALBUQUERQUE, 2016). Caracterizando-se por ter como objetivo otimizar os benefícios resultantes do turismo para as populações locais, defendendo o empoderamento desses agentes como mecanismos para isso, auxiliado pela sua capacitação com foco no desenvolvimento local (TOLKACH; KING; PEARLMAN, 2013).

Diante as características do TBC buscam-se entender como são desenvolvidos os mecanismos para atender as práticas de empreendedorismo nas iniciativas de TBC, seus princípios básicos, assim como os resultados associadas às práticas desenvolvidas.

O TBC se caracteriza de maneiras diferentes dependendo do país ou continente em que se esteja discutindo o tema. No Brasil, o que predomina é a cultura local que forma o elemento base do turismo comunitário, destacando-se as manifestações folclóricas, lendas, músicas, trabalhos manuais, artesanato, arquitetura, entre outros (BRASIL, 2003).

Para entender e aprofundar teoricamente as discussões acima citadas, esta pesquisa teve como estudo de caso a Fundação Casa Grande - Memorial do Homem Kariri - FCG. O

locus definido para a presente pesquisa é uma organização não governamental brasileira, sem fins lucrativos fundada em 1992, com sede no município de Nova Olinda, no Estado do Ceará Brasil e tem como missão a formação educacional de crianças e jovens protagonistas em gestão cultural por meio de seus programas internos, a dizer: memória, comunicação, artes e turismo.

O Turismo de Base Comunitária na FCG é considerado uma referência no Brasil, fortalece experiências já praticadas na área e demonstra que é possível desenvolver alternativas incluídas e transformadoras a partir dessas atividades. A experiência turística de base comunitária praticada na FCG debate e instiga o pensamento crítico dos marcos conceituais sobre o tema considerando as realidades locais nas quais a atividade ocorre.

Em vista do exposto, entender como se dá ações de empreendedorismo social nas iniciativas de TBC é o objetivo central desta investigação.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Definindo e identificando fatores do Empreendedorismo Social

As propostas que compõem os empreendimentos sociais provêm da forma como elas aproveitam as oportunidades que lhes são apresentadas. Em geral as oportunidades de empreendedorismo social surgem em meio ao ativismo, a autoajuda e a filantropia (HOCKERTS, 2006) respectivamente promovidas por preocupações sociais manifestadas por grupos ativistas, por necessidades de beneficiários de um empreendimento social ou questões definidas por doadores.

Para identificar os fatores de empreendedorismo social é preciso primeiro entender o que é o empreendedorismo social e quem são os empreendedores sociais. E dentre as diversas definições que se tem sobre o termo, entende-se que uma das que contribuem para enxergar o empreendedorismo social em uma gama de iniciativas organizacionais podem ser vistas em Robinson (2006, 95-120), do qual se refere ao empreendedorismo social como:

Um processo que inclui: a identificação de um problema social específico e uma solução específica para resolvê-lo; a avaliação do impacto social, o modelo de negócios e a sustentabilidade do empreendimento; e a criação de uma entidade com fins lucrativos orientada para a missão social ou uma entidade sem fins lucrativos voltada para os negócios que busquem o tripé da sustentabilidade.

Em consonância com o que se viu anteriormente o Empreendedorismo Social “refere-se à criação de produtos, organizações e práticas que produzem e sustentam benefícios sociais e captura a busca simultânea de retornos sociais e financeiros sobre o investimento” (TSCHIRHART; BIELEFELD, 2012). Dessa forma, os elementos que dão origem aos empreendimentos sociais são vistos com maior clareza a partir destes entendimentos.

Dentre os elementos apresentados por Robinson (2006) destaca-se a identificação do problema social de maneira específica, pois há uma necessidade de enfoque no empreendedorismo social de tal modo que a solução apresentada seja também específica para

resolvê-lo e dessa forma não há uma ação que vá resolver uma diversidade de problemas ao mesmo tempo. A avaliação do impacto social é a área de abrangência da ação que também se delinea na maioria das vezes para o desenvolvimento local. O modelo de negócios é a forma como o empreendedorismo social se configura em termos organizacionais e assim pode assumir características organizacionais tradicionais para atingir os seus objetivos ou inovadoras, tendo fins lucrativos ou não.

A sustentabilidade do empreendimento se relaciona diretamente com a necessidade de recursos para que ela possa cumprir sua missão por um longo período de tempo ou até o tempo em que sua missão se cumpra. Entretanto, a sustentabilidade do empreendimento deve estar alicerçada no tripé que envolve não só finanças, mas o comprometimento das pessoas e a preocupação com o meio ambiente.

A identificação de fatores que compõem o empreendedorismo social não é uma tarefa fácil, entretanto alguns estudos trazem esclarecimentos relevantes para que se possa identificar suas ações embutidas em uma diversidade de práticas organizacionais. Baseado em Austin, Stevenson, e Wei-Skillern (2006) temos os fatores componentes do empreendedorismo social com destaque para a proposição de valor social, incluindo variáveis como recursos humanos, recursos financeiros e oportunidades. Sendo que todas estas variáveis estão envolvidas por variáveis contextuais como: demografia, política, macroeconomia, cultura, regulação e fisco.

O destaque para a proposição se deve ao fato de que o foco do empreendedorismo social é a criação de valor para a sociedade, entretanto o cumprimento dessa missão dependerá da mobilização de pessoas como se infere ao se acrescentar uma variável de pessoas e também a alocação de ativos econômicos quando se fala de recursos financeiros. As oportunidades estão relacionadas às falhas de mercado, entretanto nem sempre estas serão as únicas oportunidades para a criação de um empreendimento social.

Outro ponto a ser ressaltado é que o empreendedorismo social é concretizado por meio de seus atores, aos quais chamamos de empreendedores sociais, pois se comportam como: promotores de mudanças na sociedade; pioneiros na inovação no setor social por meio de sua capacitação e de sua capacidade de demonstrar concretamente a qualidade da ideia e medir os impactos sociais (PERRINI; VURRO, 2006).

Perrini e Vurro (2006, p. 57-86) também compreendem que o empreendedorismo social é visto como “um processo dinâmico criado e gerenciado por um indivíduo ou equipe, que se esforça para explorar a inovação social com uma mentalidade empreendedora e uma forte necessidade de realização, a fim de criar um novo valor social no mercado e na comunidade em geral.”

Ao entender o empreendedorismo social como um processo pode-se também identificá-lo por suas etapas de construção e desenvolvimento. Dessa forma, ao observar o ciclo de vida dos empreendimentos sociais (VASCONCELOS; LEZANA, 2012) tem-se uma representação de como o empreendedorismo social se forma e quais são as etapas que são esperadas dentro de sua formação.

Este ciclo de vida é visto por Vasconcelos e Lezana (2012) como um processo que se inicia pela ação social a qual se movimenta em busca de uma solução para um problema

social. Depois disso, surge a necessidade de associação que é a fase em que se buscam os pares para a união de esforços para o cumprimento dos objetivos. Em seguida, a próxima fase é a visibilidade social que se concentra no direcionamento de esforços e no foco de suas ações. A partir disso, a outra etapa é a rede social a qual se destina ao estímulo de criação de outras iniciativas no mesmo segmento com objetivos convergentes. E fechando o ciclo do processo está a representatividade social onde a organização ganha notoriedade dentro dos seus limites territoriais ou até mesmo notoriedade além de suas fronteiras geográficas.

2.2 Características principais de iniciativas de TBC

A exigência turística e o turista não têm as mesmas premissas e perfis de tempos atrás. Os turistas estão mais minuciosos, criteriosos sobre o conceito que o turismo carrega e suas implicações sobre o meio ambiente e buscam modelos e vivências únicas por meio da cultura e imersão em ambientes muitas vezes pouco difundidos e disseminados.

O turista deseja cada vez mais autenticidade, intercâmbio cultural e estar conectado com a essência dos lugares visitados. Essas novas exigências, identificadas a partir desse “novo turista” e o que ele necessita, contradizem a base do turismo em massa que privilegia o lucro em escala e não um turismo autêntico, único e mais equilibrado a partir das dimensões da sustentabilidade.

A partir da perspectiva de uma nova proposta de turismo e de inclusão da experiência turística em localidades e projetos distanciados do contexto da economia globalizada, o Turismo de Base Comunitária (TBC) se destaca então como uma proposta de turismo alternativo.

No que tange os elementos centrais do TBC, observam-se como elementos norteadores, segundo Brasil (2010): autogestão; associativismo e cooperativismo; democratização de oportunidades e benefícios; centralidade da colaboração, parceria e participação; valorização da cultura local; e protagonismo da localidade que realiza o TBC.

Jamal e Getz (1995) afirmam que a colaboração na atividade de planejamento do TBC pode ser entendida como processo de tomada de decisão entre a comunidade e as partes interessadas. Ainda nesse sentido, para Sampaio (2006, p. 6), o turismo comunitário não é apenas uma atividade produtiva, mas também procura ressaltar o papel fundamental da ética e da cooperação e colaboração nas relações sociais, valoriza os recursos específicos da comunidade e o que ela pode prosperar a partir de um desenvolvimento social e sustentável e procura estabelecer relações de comunicação com agentes externos e internos.

O turismo aqui abordado pode ser considerado como uma interação entre o visitante e os anfitriões e gera benefícios econômicos e de preservação ambiental para as comunidades locais que atuam com projetos no Turismo de Base Comunitária (UNCTAD/WTO, 2005). O protagonismo social, mediante a participação dos atores envolvidos e a valorização do patrimônio comum, destacam-se como princípios norteadores do TBC (JONES, 2005; HIWASAKY, 2006; MIELKE, 2009).

O TBC se caracteriza de maneiras diferentes dependendo do país ou continente em que se esteja discutindo o tema. No Brasil, o que predomina é a cultura local que forma o elemento base do turismo comunitário, destacando-se as manifestações folclóricas, lendas, músicas, trabalhos manuais, artesanato, arquitetura, entre outros (BRASIL, 2003).

Segundo a Rede de Turismo Comunitário da América Latina (REDTURS) o Brasil possui 37 destinos turísticos comunitários, onde a maior concentração desses destinos está

localizada na região Nordeste. O Peru, México e a Nicarágua apresentam 36 destinos turísticos e o Equador tem o maior quantitativo de experiências com um total de 52 experiências com o turismo comunitário (REDTURS, 2018).

Para Sampaio (2014) às iniciativas de turismo comunitário assim como de democracias econômicas seguem criando espaço de luta e esperança, primordialmente especialmente em países da América Latina e do continente africano. Na América Latina, quase sempre existe apoio institucional de Organizações não Governamentais, contudo, esses países não são exemplos de democracia econômica. Já no continente africano, na maioria dos casos, não se tem democracia política nos países, tampouco, democracia econômica, assim o turismo comunitário se desenha de diversas formas dependendo da sua localidade e propriedades culturais, sociais e econômicas.

Ainda segundo Sampaio (2014) às experiências na direção do turismo são contemporâneas e grande parte dessas experiências estão em espaços naturais e rurais, em países de desigualdades históricas e sociais, como países dos continentes latino americano e africano. Muito pouco ainda se discute na literatura sobre o potencial do turismo comunitário em espaços urbanos, antigos espaços naturais completamente modificados pelo olhar antropocêntrico.

No tocante ao TBC no Brasil no início dos anos 1990 os primeiros estudiosos interessados no TBC geriram um movimento em diferentes regiões do país para promover discussões sobre o tema, ainda muito recente e pouco explorado pela literatura local. Em 1997 aconteceu o I Encontro Nacional de Turismo de Base Local (ENTBL).

A partir desse primeiro grande evento sobre o tema, começaram a se formar redes de estudos e pesquisas onde ficou evidenciado no país a necessidade da criação de políticas públicas de turismo comunitário voltadas para o desenvolvimento local e para a inclusão social (IRVING, 2009). No Brasil, o turismo comunitário cresce e se consolida como atividade também geradora de riqueza, tornando-se importante produto de exportação. Na região do nordeste brasileiro, em especial no Ceará, o turismo ocupa o quarto lugar entre os produtos de exportação (CORIOLANO, 2008).

Em 2008 o Ministério do Turismo (MTur), lançou o primeiro edital de apoio a iniciativas de turismo de base comunitária. O edital de chamada pública de projetos de nº 001/2008, teve como principal objetivo fomentar projetos e iniciativas de TBC, tendo em vista a promoção e inserção destes projetos no âmbito econômico e social no país.

Porém, a partir dos estudos de Ferreira (2016) concluiu-se que apesar da ação do MTur representar um importante marco no desenvolvimento de experiências no turismo comunitário, foi verificado que nem todas as iniciativas que receberam recursos conseguiram se manter em atividade, e além disso, após o ano de 2008, foi verificado que não houve nenhuma ação efetiva por parte do MTur tanto em relação a manutenção destas experiências. Quanto em relação ao desenvolvimento de políticas públicas que permitissem o desenvolvimento de outras iniciativas de turismo comunitário como ações de empreendedorismo social.

Diante desta perspectiva, este trabalho visa ressaltar o empreendedorismo social presente em iniciativas de TBC por meio de análise qualitativa de um caso único, compreendendo, se, e, como ocorrem ações de empreendedorismo social nas iniciativas de TBC a partir do caso: Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri.

3. METODOLOGIA

Este estudo apresenta uma abordagem qualitativa tanto no que se refere a seção da coleta quanto para seção das análises dos dados. A perspectiva adotada, de caráter qualitativo, não tem o enfoque na generalização dos resultados, mas concentra seu método na preocupação a compreensão de um grupo social, uma organização, uma instituição, uma política ou de uma representação (SOUZA E ZIONI, 2003). Convergente a essa ideia, Minayo (1992) entende que a pesquisa qualitativa se aprofunda e busca compreender questões muito específicas, e, portanto, não podem ser quantificadas e sim analisadas em sua profundidade e particularidade.

Do ponto de vista teórico, esta pesquisa se caracteriza como dedutiva. A investigação empírica possibilita não apenas a validação do modelo mas também trazer um novo olhar com novas construções e melhorias. Numa investigação empírica, os dados inicialmente são observados e registrados, até então, de forma imparcial e isenta de análise pelo investigador. Posteriormente, esses dados são elaborados e analisados possibilitando ao pesquisador as conclusões finais (GREENWOOD, 1968).

Como estratégia de pesquisa adotou-se o estudo de caso único que, segundo Merriam (2009), destaca o caráter particularista do método, pelo fato de se concentrar em uma determinada situação, evento ou fenômeno. Assim entende-se que essa é uma boa opção para problemas práticos e sociais. A autora ainda enfatiza o caráter descritivo do estudo de caso, o que proporciona ao final da pesquisa uma rica e detalhada descrição do fenômeno estudado.

A coletada de dados foi feita por meio de pesquisa semiestruturada. Outro aspecto que interferiu na seleção dos sujeitos foi a disponibilidade desses em fazer parte da entrevista. Complementado a pesquisa semiestruturada foi desenvolvida observação direta nas instalações da sede da FCG, realizadas no decorrer de visitação, assim como pesquisa documental, em ata de reunião, cartazes e na documentação disponível nos sites oficiais da Fundação Casa Grande.

Os dados coletados nas entrevistas foram trabalhados por meio da análise de conteúdo, “que visa identificar o que está sendo dito a respeito de um determinado tema” (VERGARA, 2010, p. 07). Sendo uma metodologia voltada ao “desenvolvimento de conceitos, o esclarecimento de situações, atitudes e comportamentos, ou o enriquecimento do significado humano deles” (MATTOS, 2005, p.825), sendo composta por cinco etapas: recuperação da entrevista, análise do significado pragmático da conversação, validação, montagem da consolidação das falas, análise de conjuntos e descrição da mesma.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A Fundação Casa Grande (FCG): Memorial do Homem Kariri está localizada no município de Nova Olinda no Estado do Ceará, mais especificamente na região do Cariri e é constituída de uma população média de 16 mil habitantes (IBGE, 2016). A FCG é uma organização não-governamental, cultural e filantrópica criada em 1992. A ideia inicial de seus diretores, Alemberg Quindins e Rosiane Limaverde limitava-se até então, na criação e manutenção de um acervo sobre lendas, mitos e registros da comunidade. Sua criação se deu a partir da restauração da primeira Casa da Fazenda Tapera, hoje cidade de Nova Olinda.

Segundo Acioli (2010) as crianças chegaram no projeto quando este ainda era bastante

recente, até então atraídas pela novidade. Em seguida, surgia um projeto inovador, fazendo com que as crianças trocassem a enxada e o trabalho no campo pelo microfone da chamada “Voz da Liberdade”. Com o apoio do Ministério do Turismo, a pretensão da Fundação é fortalecer o Turismo de Base Comunitária e divulgar a região do Cariri no Brasil e no mundo.

O turismo comunitário surgiu na FCG de forma espontânea. Segundo relatos dos atores sociais da experiência, **a origem do TBC ocorreu da seguinte forma: as pessoas vinham visitar o projeto e tinham vontade de permanecer na cidade durante um ou dois dias, mas até então, não havia estrutura para receber esses visitantes (C1)**. As crianças que recebiam esses visitantes acabavam levando essas pessoas para suas casas, com o intuito de conhecer sua família, tomar um café, jantar e muitas vezes passar a noite.

O visitante se sentia tão bem recebido por parte daquelas famílias que ao irem embora queriam recompensar a família da criança de alguma maneira, muitas vezes oferecendo dinheiro que em grande parte não era aceito pela família (C2). O projeto foi iniciado pela em 1999, a partir de um movimento espontâneo dos atores sociais e dos fundadores da casa, onde observaram que o turismo comunitário poderia ser uma forma de receber melhor os visitantes que conheceriam o projeto, além de gerar uma nova possibilidade de geração de renda para as famílias que estivessem participando das hospedarias domiciliares.

Para atender a essa demanda em crescimento, a Fundação Casa Grande criou junto como os pais uma cooperativa (COOPAGRAN), passando a comercializar a FCG como um destino turístico.(C3) Com o passar do tempo essa relação e a incidência dessas visitas nas casas dos atores sociais da FCG foram aumentando e foi então que os fundadores do projeto pensaram em criar um programa de turismo comunitário e a partir de então, essas visitas e tudo que envolve a atividade do turismo comunitário passaria então a fazer parte do projeto. A experiência com o turismo comunitário teve início a partir de 1999 inicialmente gerenciada por meio de uma cooperativa, a COOPAGRAN. Segundo os membros do projeto, o TBC teve início de forma muito discreta, sem muito entendimento do que de fato era o turismo comunitário e como seria essa atividade dentro da FCG. A cooperativa era responsável por toda gestão do TBC e era administrada pelos Pais e Amigos da Casa Grande (atores sociais do projeto).

Porém a dificuldade de lidar com as questões burocráticas exigidas por uma cooperativa fez com que a COOPAGRAN deixasse de existir e hoje em dia a governança do turismo comunitário é responsabilidade de um empreendedor social (C4) da casa que atua gerindo tudo que envolve a atividade na FCG.

Durante os anos que em a COOPAGRAN existiu, ela era gerida conforme já dito anteriormente pelas donas das hospedarias domiciliares. Segundo relato obtido durante as entrevistas, foi repassado que esta atividade era além do que esses atores sociais estavam aptos e com entendimento para de fato participarem das operações que uma cooperativa demandava. Segundo um dos entrevistados, as atividades e questões pessoais conflitavam com as atividades das hospedarias e dificultava na gestão da cooperativa, além das questões legais que foi dito como um grande dificultador em manter a cooperativa em funcionamento.

Sobre as atividades e operações do TBC, a gestão e organização do turismo comunitário na FCG vai muito além das hospedarias domiciliares. **Hoje em dia existem atividades e práticas da FCG que disponibilizam para o visitante a compra de bilhetes aéreos e transporte por meio de serviços oferecidos pela FCG, passeios turísticos, eventos turísticos e culturais (C5)**, entre outros que serão descritos detalhadamente mais a frente. **O projeto desenvolvido pelo estudo de caso aqui referenciado inspira e atrai pessoas do mundo inteiro (C6)**.

A fundação Casa Grande procura conciliar os interesses dos atores sociais com o da comunidade local. **Os projetos de TBC da FCG somente tornaram-se possível com o apoio e envolvimento da comunidade (C7)**, as “mães” das crianças da fundação que cedem suas casas para serem usadas como pousadas domiciliares e a partir disso, permitem o crescimento do projeto, ao mesmo tempo em que têm acréscimo em suas rendas, uma nova atividade e conseqüente melhoria em seu bem-estar social.

Outro aspecto que demonstra característica de empreendimento social na FCG é o processo de mensuração e monitoramento das atividades no TBC (C8). Semanalmente as famílias se reúnem com o responsável pelo TBC e os fundadores do projeto para discutirem como está o andamento dos projetos, as próximas melhorias a serem desenvolvidas, possíveis dificuldades, entre outros.

As “mães” participam das reuniões e podem sugerir futuras melhorias/alterações. As sugestões são analisadas pelo gestor do TBC e pelos fundadores do projeto; e a partir de então as decisões são tomadas em conjunto. São discutidos também temas como o planejamento das atividades e o investimento dos recursos; o planejamento do rodízio das casas que receberão os próximos visitantes; planejamento das próximas atividades; além do “*feedback*” das últimas visitas que ocorreram. As pautas e os assuntos discutidos nas reuniões tinham caráter aleatório de acordo com as demandas da casa, durante todo o tempo de funcionamento da cooperativa o Senac e o Sebrae eram parceiros e proporcionam cursos sobre empreendedorismo, gestão, organização hoteleira e a avaliação dos processos e estrutura do TBC aconteciam por meio dessas instituições. Porém, conforme relatado nas entrevistas os membros sociais que participavam diretamente das atividades do TBC tinham dificuldades em entender esse sistema de avaliação. Segundo um dos entrevistados, as informações trazidas pelo Sebrae e Senac quando chegam em uma comunidade pequena como Nova Olinda e mais especificamente num projeto que é a FCG, elas chegam num formato de cidade grande e propõem indicadores e mecanismos de avaliação de um turismo massificado que nada tem a ver com o turismo proposto pela FCG.

As donas das pousadas domiciliares tinham muita dificuldade em trabalhar neste formato de avaliação, pois segundo dados do diário de campo, “era complicado uma instituição externa entrar na sua casa e ditar regras”. Porém, não se pode desconsiderar que **o TBC mesmo com suas singularidades e indiscutivelmente com padrões e propostas distintas do turismo tradicional, é uma atividade geradora de renda, de cunho profissional, que presta um serviço (C9)** e, portanto, deve sim ser pensado e avaliado, porém, dentro de suas particularidades.

Além das reuniões existiam os encontros das mães que eram um momento de compartilhar o que cada família pensava e estava produzindo, trazer essas inovações como possibilidades novas ao projeto. E foi a partir desses encontros que começou a ser pensado o processo de avaliação das pousadas domiciliares. Antes de iniciar o processo de monitoramento e avaliação, o responsável por essas atividades passou um ano entendendo e analisando como era o comportamento e a estrutura do turismo comunitário no projeto. Pensando no formato que acontecia com o auxílio de avaliadores externos e o contexto interno, foi definido junto aos responsáveis pelas pousadas, um formato de avaliação interno feito pelas próprias mães. Segundo o responsável pelo TBC na Fundação a partir do momento em que as protagonistas da atividade passam a ser as responsáveis pela avaliação elas se sentem no direito e com o dever de estarem dentro daquilo, de tornar real e fazer acontecer.

A avaliação e monitoramento na Fundação Casa Grande acontece desde 2013 da seguinte forma: Existe um período de visita (que é decidido entre o grupo que normalmente

ocorre quando não tem um grande evento na cidade) e assim, as hospedarias estão com uma demanda menor e a atenção é voltada mais especificamente a esta atividade. Assim, o grupo que atualmente é formado por 10 casas, define uma das casas para fazer a visita. Definida a casa que acontecerá (essa escolha é aleatória e definida pelas próprias mães) **todas as outras mães vão até a casa dela e passam a viver um pouco da experiência que o visitante tem quando se hospeda naquela pousada domiciliar (C10).**

A dona da casa onde ocorre a visita e avaliação mostra como recebe os visitantes, a estrutura física da casa, fala sobre as dificuldades e o que pretende fazer para melhorar o recebimento dos visitantes e as outras mães dividem as suas experiências umas com as outras a partir de indicadores preestabelecidos por elas mesmas, como: limpeza, estrutura física, organização, entre outros. Assim, o processo de avaliação é realizado pelos membros do próprio projeto a partir de um processo participativo e democrático. As mães elaboram os critérios de avaliação, aplicam e discutem o que fazer para melhorar os processos atuais.

Por fim, concatenando os códigos fornecidos pela análise de conteúdo e as categorias teóricas as quais eles foram se moldando é apresentado a seguir o Quadro 1, congregando os resultados das iniciativas de TBC ao Empreendedorismo Social (ES):

Quadro 1. Categorias e Códigos de ES a partir da Análise de Conteúdo

Sigla	Categoria/ Referente Núcleo	Código
C1	Atuação na falha de mercado	Iniciativa de suprir a necessidade de alojamento de visitantes.
C2	Criação de Valor Social	Oferta de serviço sem a espera de retorno econômico.
C3	Associação entre pares	Formalização da união entre idealizadores e beneficiários por meio da cooperativa.
C4	Figura do Empreendedor Social	A iniciativa de manutenção da atividade por parte de um ator com capacidade de avaliar o impacto social por meio de sua qualidade empreendedora.
C5	Visibilidade das ações empreendedoras	Criação de novos produtos e serviços para trazer maior renda e conveniência para os beneficiários como compra de bilhetes, transporte, eventos, etc.
C6	Representatividade da iniciativa	Notoriedade local e internacional.
C7	Criação de valor para a comunidade	Participação ativa da comunidade com um alto nível de engajamento.
C8	Avaliação de impacto	Processo de mensuração e monitoramento das atividades de TBC.
C9	Criação de entidade sustentável	Atividade geradora de renda e de cunho profissional.
C10	Oportunidade de autoajuda	Troca de experiências, ação democrática e participativa entre os envolvidos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Corroborando o objetivo desta investigação sobre entender como se dá ações de empreendedorismo social nas iniciativas de TBC, salientamos que tais ações trouxeram uma gama de informações que esclareceram as dúvidas que se tinham sobre a forma como ocorriam tais fatos. Num primeiro momento esclarece-se sobre o tipo de ação social que está inserida no TBC. Em seguida, as necessidades de desenvolvimento do empreendimento social, seja por meio de associação, de criação de novos produtos e serviços, delineamento e sustentabilidade financeira.

No que tange o mapeamento dos atores sociais que têm participação nas ações de ES na FCG concluiu-se que mesmo havendo uma filosofia que estimula e promove ações de empreendimento social pelos atores sociais envolvidos no TBC, existe uma hierarquia no comando das atividades e das decisões tomadas.

Além disso, concluiu-se que o processo de avaliação e monitoramento das atividades relacionadas com o TBC na Fundação Casa grande, demonstra ser além de empreendedor e inovador, um modelo que propicia transparência e participação dos membros envolvidos na atividade turística.

O ES nas iniciativas de TBC segundo a seleção de referências escolhidas foi significativo dentro do relato do caso único apresentado, o que foi vislumbrado nos pré-requisitos e requisitos atendidos na sua avaliação pelos pesquisadores. Os resultados com seus conteúdos analisados tiveram seus códigos realçados, entretanto, na narrativa que não se refere aos códigos de empreendedorismo social, são vistos alguns problemas que se mostraram intervenientes no processo de empreendedorismo social do TBC.

Verifica-se que mesmo sendo uma ação empreendedora social, a iniciativa de TBC no caso específico do Memorial do Homem Kariri não está isenta de problemas de gestão ou de conflitos de opiniões que surgem em meio ao processo de associação. Nesse caso, observa-se que o ciclo do empreendimento não segue normalmente a lógica do que fora visto como referência teórica o que leva a crer que apesar de possuir o empreendedorismo social nas suas ações isso não impede que as organizações sociais tracem seu próprio caminho de desenvolvimento e de desenho cíclico. Entretanto, o conhecimento sobre a forma como os problemas surgem nestas iniciativas trazem o aprendizado necessário para evitar situações indesejadas em outras iniciativas.

No entanto, a visibilidade das ações empreendedoras sociais no TBC trazem perspectivas bastante positivas sobre os estudos deste tipo, pois além do reforço aos aspectos teóricos trouxe também outros insights no que se refere aos problemas também que podem ser estudados em iniciativas de TBC que podem ser comuns ao setor ou para além de outros setores que tem enfrentando problemas semelhantes.

Conclui-se também sobre a importância da discussão sobre ES em experiências de TBC a participação dos atores sociais nas práticas de ES pois esta prática garante a

oportunidade destes membros atuarem como protagonistas das atividades vivenciadas promovendo um novo olhar diante do turismo e ratificando o quão grande essas experiências podem ser e podem significar não apenas em âmbito local onde a experiência acontece, mas que seja real o entendimento do TBC como prática consolidada e real diante das atividades turísticas no país.

Por fim, é necessário mais estudos que tragam outros casos para que possam comparar os achados e confirmar as evidências que têm surgido a partir destas novas perspectivas de pesquisa entre as iniciativas de TBC e ES.

REFERÊNCIAS

ACIOLI, S. **A prática da Educomunicação na Fundação Casa Grande**. Núcleo de Comunicação e Educação da cidade de São Paulo, NCEUSP, 2010.

ALBUQUERQUE, M.C.F. Tese: **Modelo de Análise da Governança do TBC: Uma proposição adaptativa a partir de diversos olhares**. Universidade Federal de Pernambuco. Programas de Pós-Graduação em Administração – PROPAD, Recife, 2016.

AUSTIN, James; STEVENSON, Howard; WEI-SKILLERN, Jane. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 30, n. 1, p. 1-22, 2006.

BRASIL. Dinâmica e diversidade do turismo de base comunitária: **desafio para a formulação de política pública**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. **Lei nº. 5.764 de 16 de dezembro de 1971**. Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências. Disponível em: . http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5764.htm Acesso em: 09 jan. 2016.

CORIOLOANO, L.N.M.T. Litoral do Ceará: **espaço de poder, conflito e lazer**, Revista da Gestão Costeira Integrada, 2006.

FERREIRA, N.T. Turismo de Base Comunitária: **O gente indutor e as experiências do Ministério do Turismo (Edital 001/2008)**; 2016.

GREENWOOD, E. Métodos de investigação empírica em Sociologia; Tradução do artigo «**Los Métodos de Investigación Empírica en Sociología**», publicado na Revista Mexicana de Sociologia, vol. XXV, n.º 2, de Maio-Agosto 1968.

GODÓI-DE-SOUSA, Edileusa et al. Empreendedorismo Social no Brasil. Um Fenômeno de Inovação e Desenvolvimento Local. **Dimensión empresarial**, 2011.

HIWASAKI, L. Community -based tourism: **A pathway to sustainability for Japan`s protected areas**. Society and Natural Resources, 19: 133 -143, 2006.

HOCKERTS, Kai. Entrepreneurial Opportunity in Social Purpose Business Ventures. In: **Social entrepreneurship**. Palgrave Macmillan, London, 2006. p. 142-154.

IBGE. **Cidades@** Nova Olinda – CE. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=230920>, acessado em mai/2016.

IRVING, M.A. Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária. Inovar é possível. In: BARTHOLO, R; SAN SOLO, D; BURSZTYN, I. (orgs.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Brasília: Letra e Imagem, 2009.

JAMAL, T. B. e GETZ, D. **Collaboration theory and community tourism planning**. Annals of Tourism Research, Volume 22, Número 1, pp. 186-204, 1995.

JONES, S. **Community based ecotourism the significance of social capital**. Annals of Tourism Research, 32: 303 -324, 2005.

MERRIAM, S. Qualitative research: **a guide to design and implementation**. San francisco: jossey-bass, 2009.

MIELKE, E. J. C. **Desenvolvimento Turístico de Base Comunitária**. Campinas: Alínea, 2009.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec/ABRASCO, 1992.

PERRINI, Francesco; VURRO, Clodia. Social entrepreneurship: Innovation and social change across theory and practice. In: **Social entrepreneurship**. Palgrave Macmillan, London, 2006. p. 57-85.

REDTURS. **Destinos Comunitários**. Disponível em: http://www.redturs.org/nuevaes/articulo.php?ar_codigo=194&ca_codigo=21&ca_padre=. Acesso em: 22 de junho de 2018.

ROBINSON, Jeffrey. Navigating social and institutional barriers to markets: How social entrepreneurs identify and evaluate opportunities. In: **Social entrepreneurship**. Palgrave Macmillan, London, 2006. p. 95-120.

SAMPAIO, C.A.C.. Turismo como fenômeno Humano: **princípios para se pensar a**

socioeconomia e sua prática sob a denominação do turismo comunitário. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006.

SAMPAIO, et al. **Turismo comunitário a partir de experiências brasileiras, chilenas e costarriquenha.** Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. V.8, 2014.

SHARMA, Mahender K. A New Trend Social Entrepreneurship: **Global Perspective**, v1, Issue-1, August 2014.

SOUZA, D,V; ZIONI, F. Novas perspectivas de análise em investigações sobre meio ambiente: a teoria das representações sociais e a técnica qualitativa da triangulação de dados. **Saúde e Sociedade** v.12, n.2, p.76-85, jul-dez 2003.

TSCHIRHART, Mary; BIELEFELD, Wolfgang. **Managing nonprofit organizations.** John Wiley & Sons, 2012.

UNCTAD/WTO. Módulo de Treinamento para o Sucesso do Turismo Baseado na Comunidade - TBC no Âmbito do PRPE – Programa de Redução da pobreza através da Exportação. **Internacional Trade Center - ITC.** 96p. 2005.

VASCONCELOS, Alexandre Meira de; LEZANA, Álvaro Guillermo Rojas. Modelo de ciclo de vida de empreendimentos sociais. **Revista de Administração Pública**, v. 46, n. 4, p. 1037-1058, 2012.