

LA ECONOMÍA CREATIVA EN BRASIL**El desarrollo del turismo local en el pantanal sur de Mato Grosso***Adriano Pereira de Castro Pacheco***Elcio Gustavo Benini****Milton Augusto Pasquotto Mariani*****Universidad Federal de Mato Grosso do Sul
Campo Grande, Brasil*

Resumen: *El presente artículo tiene como objeto de estudio la Economía Creativa y su estructura organizacional como forma de desarrollo mutuo con otros sectores económicos, por ejemplo el Turismo. Dicha economía, intensa en creatividad, se caracteriza por la producción de bienes y servicios simbólicos y artísticos cuyo consumo se apoya en el patrimonio cultural y natural de la localidad donde es prospectada. En ese sentido, este artículo busca describir y analizar la relación entre la Economía Creativa y el Turismo local para entender las características de ese ambiente en relación al ciclo creativo de la producción y el consumo. Para eso, se realizó un estudio empírico teniendo como objeto de análisis dos organizaciones intensivas en símbolos, presentes en el Pantanal Sul-mato-grossense, específicamente en las ciudades de Aquidauana y Corumbá. El estudio, con un abordaje interpretativo, realizó una recolección de datos por medio de documentos y entrevistas a los respectivos gestores, enfocado en la estructura, los objetivos, la gestión y la producción de las organizaciones. Los resultados obtenidos muestran que las organizaciones investigadas actúan en diferentes sectores de la Economía Creativa y se valen de la contribución del turismo de la localidad para ubicar su producción, incentivando relaciones que fortalecen la dinámica económica de ambos sectores.*

PALABRAS CLAVE: *Economía creativa, turismo local, desarrollo, Pantanal.*

Abstract: *Creative Economy in Brazil: Opportunity of Local Tourism Development in Mato Grosso do Sul's Pantanal. The object of this article is the study of the Creative Economy and its organizational structure as form of mutual development with other economic sectors such as Tourism. The current economy, intensive in creativity, is characterized by the production of symbolic and artistic goods and services whose consumption relies on cultural and natural heritage of the locality where it is prospected. In this sense, this article aims to describe and analyze the relationship between Creative Economy and Local Tourism in order to understand the characteristics of this environment in relation to the creative cycle of production and consumption. For this, an empirical study was conducted and its purpose was to study two symbols intensive organizations located at Pantanal in Mato Grosso do Sul, specifically in the cities of Aquidauana and Corumbá. The study, based on the interpretive approach, involved collecting data through documents and interviews with the managers, focused on*

* Maestría en Administración por la Escuela de Administración y Negocios de la Universidad Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, Brasil. E-mail: adrianopcastro@gmail.com

** Doctor en Educación por la Universidad Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, Brasil. Se desempeña como Profesor en los Programas de Maestría y Doctorado en Administración de la Universidad Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: elciobenini@yahoo.com.br

*** Post Doctor en Administración por la Facultad en Economía, Administración y Contabilidad de la Universidad de São Paulo, São Paulo, Brasil. Se desempeña como Profesor en los Programas de Maestría y Doctorado en Administración de la Universidad Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, Brasil. E-mail: miltmari@terra.com.br

structure, objectives and management and production organizations. The results show that the investigated organizations acts in different sectors of the Creative Economy and use the tourism contribution of the locality to drain their production, encouraging relationships that strengthen the economic dynamics of both sectors.

KEY WORDS: *Creative economy, local tourism, development, Pantanal.*

INTRODUCCIÓN

La creatividad es un tema ampliamente discutido desde la filosofía clásica. Entendida como fenómeno multidimensional puede revelarse en las formas artística, científica, económica, entre otras. En la última década se intensificaron los estudios acerca de este fenómeno no sólo por tratarse de un recurso intangible sino también por ser abundante y estratégico en la generación de una nueva economía, abundante en ideas y conocimiento: la Economía Creativa (EC).

En carácter introductorio el término Economía Creativa comprende sectores en los cuales el origen de la generación de valor económico está en la creatividad, el conocimiento y el talento individual y colectivo, que poseen potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de activos creativos como la propiedad intelectual, los derechos autorales o las riquezas culturales y naturales de una nación (Howkins, 2013; Reis, 2008; Caves, 2002; Hartley, 2005; Unctad, 2010).

Tomando como base la necesidad de pensar nuevas relaciones socioeconómicas que tengan como objetivo la generación de ingreso económico en armonía con el bienestar de los individuos, así como la conformidad con el mantenimiento de los recursos naturales con vistas a la sustentabilidad en la gestión de los distintos tipos de recursos existentes, se nota que el turismo reiteradamente surge como sinónimo de actividad de bajo impacto ambiental y alto coeficiente de rentabilidad económica, generando políticas públicas de fomento a la generación de empleo e ingreso, es decir propenso a la EC.

De esa forma, considerando que la EC permitió comprender los nuevos *insights* adecuados a la realidad brasileña, los estudios en esta perspectiva pasaron a considerar las relaciones de autonomía de las comunidades y la necesidad de su respectiva organización en el ofrecimiento de los aparatos de infraestructura turística local. Se percibe así, que el turismo de base local proporciona (alineado con la EC) la creación de espacios públicos de planificación sectorizados, donde se debaten y organizan otras cuestiones en el seno de la propia comunidad como el desarrollo territorial local, las especificidades relacionadas con la gestión del medio ambiente, la forma de gestión política del territorio, etc.

El objetivo de este trabajo es analizar la relación de la EC con el turismo local de base comunitaria en una agenda estratégica de desarrollo para ambos sectores, buscando entender sus características y especificidades organizacionales y de gestión en los territorios donde esta relación se produce (Chaston, 2008; Hirsch, 2001).

Para eso este artículo suma a la introducción un aporte teórico significativo sobre la temática central, la EC, además de algunos postulados sobre el turismo local de base comunitaria. Asimismo, describe la metodología utilizada en la investigación, junto con su objetivo. Luego, discute los resultados obtenidos describiendo el territorio de la meso-región Pantanales sul-mato-grossense como fuente de activos simbólicos y creativos para las organizaciones investigadas: los Puntos de Cultura Sapicúa Pantaneiro y Molino Cultural Sudamericano. Finalmente, establece algunas consideraciones finales.

MARCO TEÓRICO

El referencial teórico expuesto explora las tratativas paradigmáticas y epistemológicas que el marco conceptual de la creatividad difundió en el universo discursivo de la EC. Esta idea resulta importante en razón de la nueva configuración dada a la transacción económica de los bienes simbólicos y creativos convertidos en las Industrias Creativas.

El esfuerzo interpretativo acerca del fenómeno de la creatividad como recurso abundante capaz de generar empleo, trabajo y riqueza, se tornó estratégico en la búsqueda de un mejor escenario para su manifestación y difusión, determinando una nueva configuración en la cual el desarrollo económico coexiste junto con el social, cultural y turístico. En el plano internacional el informe de la Unctad (2010: 3) presenta 3 definiciones acerca de la creatividad, que se interconectan, describiéndolas como:

- la creatividad artística involucra la imaginación y la capacidad de generar ideas originales y nuevas maneras de interpretar el mundo, expresadas en un texto, sonido o imagen;
- la creatividad científica involucra curiosidad y disposición para experimentar y hacer nuevas conexiones al solucionar problemas;
- la creatividad económica es un proceso dinámico que lleva a la innovación en tecnología, prácticas de negocio, marketing, etc., siendo intensamente relacionada con la adquisición de ventajas competitivas en la economía.

Todas involucran a la creatividad tecnológica (Oliveira *et al.*, 2013: 10) y sin importar la forma en que la creatividad es interpretada se consensa su aceptación como elemento fundamental en la constitución de una nueva dinámica de producción y difusión de bienes y servicios que sean internalizados por ella. Para Howkins (2013: 2) *“la creatividad no es una cosa nueva, ni lo es la economía, pero sí es nueva la naturaleza, la extensión de la relación entre ellas y la forma como se combinan para crear un extraordinario valor y riqueza”*.

Establecida la importancia del fenómeno de la creatividad como activo estratégico, insta introducir las principales discusiones conceptuales sobre la EC. El origen del tema parece transitar entre la literatura inglesa y la australiana (Hesmondhag & Pratt, 2005). En el caso de Australia la inspiración surge del proyecto *Creative Nation*, un esfuerzo de [re]calificación del rol del estado en el desarrollo cultural del país, proponiendo la incorporación de los sectores tecnológicos y el trabajo creativo al rol de las Industrias Creativas, dada su contribución a la economía del país.

La Economía Creativa surge en medio de la singularidad económica descubierta en los conglomerados industriales con abundantes activos simbólicos, conocimiento e ideas (Hesmondhalg, 2002). John Hartley definió el concepto a partir de la incorporación de las Tecnologías de la Información, en una intersección entre cultura y tecnologías. “[...] *La idea de Industria Creativa busca describir la convergencia conceptual y práctica de las artes creativas (talento individual) con las industrias culturales (escala de masa), en el contexto de las nuevas tecnologías de medios (TICs) en una nueva economía del conocimiento para el uso interactivo de los nuevos consumidores-ciudadanos*” (Hartley citado por Reis, 2008: 21).

Otro momento que dio origen a la EC fue el período del gobierno de Tony Blair, que creó el Ministerio de la Industria Creativa fundamentado por economistas liberales de la cultura que subordinaron la creatividad, la innovación y los derechos de propiedad intelectual a las demandas del mercado, incrementando los negocios culturales del Reino Unido (Lopes & Santos, 2011).

La EC promueve la diversificación económica de ingresos, comercio e innovación, y puede relacionarse de forma simbiótica con las nuevas tecnologías de la información y comunicación (Cunningham, 2002). Las iniciativas basadas en el abordaje de la EC pueden promover la revitalización de áreas urbanas degradadas e incluso el desarrollo de áreas rurales con herencia de patrimonio cultural (Oliveira *et al.*, 2013).

El escenario estructural sobre el cual aparece la EC está compuesto por una diversidad de sectores de alto valor simbólico y económico: Patrimonio Cultural y Natural, Museo, Artesanado, Culturas Populares, Culturas Indígenas, Culturas Afrobrasileñas, Artes Visuales, Arte Digital, Danza, Música, Circo, Teatro, Audiovisual (incluyendo juegos electrónicos), Libro, Publicaciones y Medios Impresos, Lectura y Literatura, Moda, Diseño, Arquitectura y Urbanismo, Gastronomía Regional y Turismo Cultural (Brasil, 2012; Oliveira *et al.*, 2013; Howkins, 2013) .

La profusión de interpretaciones conceptuales acerca de la Economía Creativa se torna prominente al considerarse aspectos intangibles de la generación de valor, evidenciados en la economía del conocimiento (Knell & Oakley, 2007); al incorporar derechos de propiedad intelectual, formas de expresiones colectivas y populares, moda, actividades de entretenimiento, etc., que pueden explicar dimensiones funcionales de lucha contra las desigualdades sociales y de incentivo a la creación de redes y flujos económicos creativos inclusivos (Castells, 2001; Florida, 2002; Hartley,

2005). Reis (2008: 24-27) presenta una síntesis del marco conceptual de la EC en el mundo y muestra que se la puede comprender mediante 4 abordajes:

- 1) *Industrias Creativas*: caracterizadas por sectores económicos específicos de cada país, considerando la generación de riqueza;
- 2) *Economía Creativa*: que abarca no sólo las Industria Creativas sino los impactos de la interacción de sus bienes y servicios con otros procesos de la economía;
- 3) *Ciudades y Espacios Creativos*: vistos bajo el prisma de la lucha contra las desigualdades, en la promoción de *clusters* creativos, la transformación de ciudades en polos creativos mundiales en articulación con las políticas de turismo y la reestructuración del tejido socioeconómico urbano;
- 4) *Economía Creativa como estrategia de desarrollo*: con abordajes complementarios de reconocimiento de la creatividad como capital humano, integrado a objetivos sociales, culturales y económicos que persiguen un nuevo paradigma de desarrollo.

En Brasil los esfuerzos por incluir este concepto a una agenda gubernamental fueron iniciados por medio de la implementación de la Secretaría de Economía Creativa, en el ámbito del Ministerio de Cultura junto con el Plan Nacional de Economía Creativa. El Plan define la EC brasileña a partir “[...] *de las dinámicas culturales, sociales y económicas construidas a partir del ciclo de creación, producción, distribución/circulación/difusión y consumo/disfrute de bienes y servicios oriundos de los sectores creativos, caracterizados por la prevalencia de su dimensión simbólica*” (Brasil, 2012: 23).

El elemento que caracteriza al sector creativo es su dimensión simbólica, intangible, que se alimenta del talento creativo para la producción de bienes y servicios, confiriéndole valor en un mercado con una dinámica de funcionamiento que desconcentra los modelos tradicionales y respeta los principios de inclusión social y de sustentabilidad (Brasil, 2012).

Categorícamente, “*la economía creativa es la economía de lo intangible, de lo simbólico. Se alimenta de los talentos creativos que se organizan individual o colectivamente para producir bienes y servicios creativos*” (Brasil, 2012: 24), cuya dinámica de existencia está dada a partir de una cadena de generación de riqueza que comprende creación, producción, difusión y consumo.

Hay que mencionar que la EC recibe influencias directas del territorio de prospección, de acuerdo con su proceso de formación pudiendo ser identificado como: territorio cotidiano, de intercambio, de referencia y de lo sagrado (Candiotto, 2004; Raffestin, 1993). El territorio responde a las demandas/necesidades de los agentes que le son propios, coexistiendo tensiones y relaciones de dominio y control enraizadas por cuestiones de carácter político, ideológico y económico (Gottmann, 1973).

Xavier Greffe (2013: 311) debate la legitimación del arte en el territorio. La discusión versa sobre los elementos que crean calidades requeridas en el lugar. *“Hoy el arte y la cultura son justamente presentadas como una de las palancas más potentes de esa celebrada transformación de los territorios”*. Y agrega que el *“turismo cultural fue rápidamente presentado como una panacea, con consumidores que llegan a consumir al propio lugar”*. Para Greffe (2013) el atractivo cultural llegó para ampliar las potencialidades turísticas de base cultural. Los productos *“llevan la marca del territorio donde fueron elaborados, pues incorporan los saberes artísticos y su experiencia, por eso se los llama productos idiosincráticos”* (Greffe, 2013: 312).

Aunque el turismo (cultural, local, regional, etc.) supuestamente contribuye a la sustentabilidad en la regulación de los distintos tipos de recursos de un determinado territorio, a menudo se observa que el turismo se basa en la oferta de equipamientos e infraestructuras de alto valor agregado en términos de capital, (re)ordenando el territorio y sus elementos (entre ellos la propia comunidad local) debido al valor creado por el sector (Coriolano, 2008).

En este sentido, una comprensión más adecuada del modelo de EC incentivado en el contexto Brasil se apoya en las formas de turismo marcadamente democráticas, de relaciones endógenas que se caracterizan por promover un desarrollo de hecho en los territorios donde son emprendidas, lo que se denominó turismo de base local.

Se considera que el turismo de base local, como el propio término lo sugiere, se tipifica por la asociación de individuos residentes en un mismo territorio y con algún lazo de identidad entre sí (de allí la idea de comunidad), bajo la forma de acuerdos productivos locales, de tal modo que el control de la oferta de los aparatos del turismo desarrollado en el territorio en cuestión es detentado por la propia comunidad (Sampaio, 2005).

Por lo tanto, dada la prevalencia de los individuos y sus especificidades, así como de los aspectos solidarios en la génesis del turismo de base local, se observa que la EC surge como medio sobre el cual se emprende esta forma de práctica turística. En esta perspectiva *“la actividad turística teje una red extensa de pequeños negocios que, por su parte, crean sociabilidades de lo más diversas”* (Coriolano, 2008: 12).

Ante esta preponderancia de las iniciativas locales en lo que se refiere a las estrategias de desarrollo, sobre todo debido a las crisis en lo que hace a la implementación de políticas públicas que atiendan directamente los deseos locales/regionales, surgen las propuestas de lo que se denominó desarrollo socioeconómico de base local. Dichas propuestas comportan dinámicas donde los individuos se organizan en pro de sus objetivos más urgentes, como la generación de trabajo e ingreso o el mantenimiento/regulación de las especificidades socioambientales de los lugares donde residen (Mariani & Arruda, 2009).

De tal modo, la relación de cooperación mutua entre la EC y el turismo local pro desarrollo económico, social y cultural, encuentra apoyo al echar luz sobre las discusiones centradas en el territorio (Santos, 2006) y en las comunidades como proveedoras de los activos simbólicos, por medio de los cuales la EC gana profusión. Además, la comprensión de las estructuras organizacionales insertadas en el macroambiente de la EC (Peters *et al.*, 2009; Pinne II & Gilmore, 2011) puede representar el surgimiento de nuevas formas de creación y co-creación de valor para el turismo de base local.

Es importante debatir la perspectiva territorializada sobre la cual recae el análisis del presente trabajo. Específicamente, discutir sobre la meso-región pantanales sul-mato-grossense, cuya explicación es fundamental para entender la formación organizacional del turismo local, sobre la cual la EC gana profusión.

El Pantanal Sul-Mato-Grossense: un manantial de activos simbólicos y creativos

Aunque el objetivo de esta sección no sea realizar un debate pormenorizado de la relación entre la EC, el turismo y la dimensión cultural del Pantanal, insta promover una reflexión sobre las formas de cooperación entre ellos, considerando que la EC es un constructo multidimensional que necesita de interacciones con el medio para desarrollarse.

El Pantanal es la mayor planicie inundada del mundo. Es el eslabón entre las dos mayores cuencas de América del Sur, la del Plata y la Amazónica, lo que le confiere la función de corredor biogeográfico (Ecoa, 2010). De su área total, aproximadamente 210 mil kilómetros cuadrados, cerca del 70% está en Brasil y se divide entre los estados de Mato Grosso do Sul y Mato Grosso (65% y 35% respectiva y aproximadamente), y el resto en la Cuenca del Alto Paraguay (Silva & Abdon, 1998). En 2001 fue reconocido por la UNESCO como patrimonio natural de la humanidad.

Según Coelho Netto (2002) el Pantanal se subdivide en 11 partes de acuerdo con las características de suelo, vegetación y clima encontrados. Con grandes riquezas de fauna y flora, el Pantanal posee un complejo sistema hidrográfico compuesto por *corixos* (canales), bahías, salinas y cuencas. La principal actividad económica de la región es la pecuaria, motivada por la formación geográfica de grandes extensiones de tierra a ser ocupadas, pasturas nativas, factores climáticos adecuados y abundancia de agua. Así, el trabajo de peones y hacendados con el ganado dieron lugar a prácticas socioeconómicas y socioculturales que aún hoy predominan (Leite, 2003).

El turismo también resulta una importante actividad económica de la región. Sea por el flujo constante de pescadores atraídos por las bellezas naturales de la región, o por el considerable número de visitantes que buscan la contemplación del paisaje. Así, el ecoturismo (turismo ecológico) del estado de Mato Grosso do Sul fomentó el surgimiento de posadas y haciendas adaptadas para recibir a los turistas. Para Banducci Jr. (2003) este turismo cultural puede convertirse en un

instrumento de afirmación de la identidad regional en la medida en que contribuye a reavivar la historia de la gente del pantanal.

Retomando la relación entre la producción de la matriz simbólico-cultural de la región y el turismo, como sector responsable de viabilizar el comercio de esta producción y la generación económica, es necesario entender cómo se procesa esa relación en su territorialidad. En este sentido la territorialidad es entendida como la suma de la identidad cultural. Los componentes naturales, culturales, históricos y económicos que definen un territorio (Haesbaert, 2004).

De tal forma, Banducci Jr. (2003) ejemplifica que la cuestión territorial es fuertemente influida por la pecuaria. En el Pantanal es la actividad económica que provee elementos base para la cultura pantaneira y en su esplendor fue una gran generadora de empleo en las propiedades rurales. Los peones, además de las tareas del campo, confeccionaban elementos en cuero; mientras sus mujeres se ocupaban de los quehaceres domésticos y la manufactura de objetos utilitarios.

En el Pantanal, el turismo tiene características estacionales con mayor movimiento en los meses de sequía (junio a octubre), cuando se pueden contemplar los animales salvajes y es más fácil el acceso a las carreteras (Thome, 2008). Esto exigió que el sector repensara la oferta de servicios del negocio turístico en el Estado, como el ecoturismo. Una posibilidad fue la de proveer un turismo local contemplativo, donde los peones se convirtieron en guías (Thome, 2008). Vargas (2006) hace una importante observación acerca del turismo en el Pantanal. El reconocimiento de la región como “santuario ecológico” se intensificó a partir de la difusión por medio de novelas y notas televisivas de sus símbolos históricos y naturales, provenientes de las artesanías, la gastronomía, etc. En este escenario, el propio término “Pantanal” ganó dimensión e importancia publicitaria, de modo que muchas empresas del estado (y fuera de él) pasaron a adoptarlo como marca.

Considerando que la identidad se encuentra profundamente involucrada en el proceso de representación, se admite que la fuerte difusión del Pantanal simbólico interfiere en la construcción identitaria del individuo pantaneiro. “[...] *La identidad social/territorial puede ser interpretada como algo dado, proveniente de la naturalidad, de la vivencia y de la cultura, y también como algo construido, una autoatribución, [...] cuando los individuos se reconocen como pantaneiros*” (Vargas, 2006: 61-62).

Así, se puede interpretar que el turismo de base local resulta una inminente estrategia de desarrollo local y de retroalimentación de los flujos de las organizaciones con actuación en la EC, en la medida en que posibilita la inserción activa de esos grupos en la gestión de actividades socioeconómicas intrínsecas al territorio donde se insertan, como el turismo.

METODOLOGIA

Considerando los objetivos de este trabajo, el campo empírico fue constituido por dos organizaciones no gubernamentales gestoras de los proyectos de Puntos de Cultura: Sapicúa Pantaneiro en la ciudad de Aquidauana (MS) y Molino Cultural Sudamericano en la ciudad de Corumbá (MS), ambas de la meso-región Pantanal Sul-Mato-Grossense (Figura 1).

Figura 1: Pantanal de Mato Grosso y Mato Grosso do Sul - Brasil



Fuente: Adaptado por los autores a partir de IBGE (2016)
 (<http://mapas.ibge.gov.br/bases-e-referenciais/bases-cartograficas.html>)

La selección de la muestra se debe a su importancia cultural, turística y económica para el Estado de Mato Grosso do Sul, por su posición geográfica contemplando la planicie pantaneira. Patrimonio Natural de la Humanidad (UNESCO, 2000), el Pantanal Sul-Mato-Grossense se presenta como la región de mayor concentración de elementos simbólicos de representación de la expresión de la cultura tradicional local, que también agrupa territorios indígenas y se destaca como meso-región con la mayor gama de atributos (simbólicos-intangibles-creativos) para el análisis de las relaciones propuestas en el presente trabajo.

La investigación, de carácter cualitativo y descriptivo, muestra que los resultados obtenidos aportan información obtenida en base a la articulación y análisis de los contenidos reunidos (Bardin, 2011). Por medio de entrevistas, documentos, observaciones no participantes y la experiencia de los investigadores en estudios de esta naturaleza, fue posible hacer algunas conclusiones para responder preguntas y presentar algunos resultados sobre la EC en espacios de base comunitaria y sus correlaciones con la economía del turismo para el desarrollo de la región. La Tabla 1 muestra la caracterización de los entrevistados de la investigación.

Tabla 1: Caracterización de los entrevistados

Punto de Cultura	Cargo/Función	Justificación	Entrevistado
Sapicúa Pantaneiro	Creadora, Directora y Coordinadora General del Proyecto	La figura del creador (a) o Director (a) General es la que más reúne capacidades informativas de interés para la investigación. Por tratarse de un elemento clave del punto de cultura, la responsable entrevistada posee casi la totalidad de la información necesaria para el desarrollo de la investigación.	Entrevistada 1
	Coordinadora del taller de telar, fajas y artesanías paraguayas	De forma complementaria, con vistas a profundizar la comprensión del modo de organización de los trabajos en el ámbito de la producción y los significados de ese proceso para las artesanas, se optó por entrevistar, también, a la coordinadora del referido taller, una figura importante y relevante en el contexto del Punto de Cultura.	Entrevistada 2
Molino Cultural	Directora de la Escuela de Artes del Molino y actual Coordinadora de captación de recursos	De igual manera, la figura aquí entrevistada es considerada un elemento clave por poseer casi la totalidad de la información relacionada con la organización, el Punto de Cultura, las actividades, las sociedades entre otros, desde la fundación de Molino.	Entrevistada 1
	Coordinadora del taller de Gastronomía Regional y ex-cooperativista	La entrevistada, além do histórico narrativo de atuação junto à extinta Cooperativa Vila Moinho, foi responsável em coordenar e lecionar os cursos relacionados à gastronomia e culinária regional, carro-chefe dos serviços ofertados pela organização em termos de mensuração econômica. Adicionalmente, era responsável pela criação/elaboração dos pratos com a temática pantaneira.	Entrevistada 2

Fuente: Elaboración propia

En cada una de las organizaciones se realizó un relevamiento descriptivo de la historia de la fundación y actuación en los principales proyectos desarrollados. Las categorías elegidas para el análisis fueron: la dimensión sectorial de la EC donde actúan los Puntos de Cultura investigados como Patrimonio, Expresiones Culturales, Espectáculos, Audiovisual y Literatura, así como las creaciones funcionales (Brasil, 2012); la organización del ciclo creativo (proceso de creación, producción, distribución/difusión y consumo/disfrute); y las tendencias que pueden constituir la EC de base local o las bases para su establecimiento en una agenda estratégica de interacción con el turismo local. A la luz de este breve contexto teórico-metodológico de la dimensión territorial y sociocultural de la EC y del Turismo local (en su importancia natural, simbólica y creativa) surgen los proyectos Supicúa Pantaneiro y Molino Cultural Sudamericano.

RESULTADOS

El Punto de Cultura Sapicuá Pantaneiro: identidad y simbología en el Pantanal

Sapicuá es una palabra aborígen guaraní (*hapicuá*) que significa “bolsa vulgar del viajero”. En el pantanal, sapicuá es una bolsa utilizada por los peones para llevar el mate, la bombilla y la yerba al campo. El término por su significado y simbología fue elegido para denominar al proyecto estudiado, ya que el mismo otorga a las localidades del Pantanal algo muy peculiar y fundamental: la valoración de la cultura local.

Según la Entrevistada 1 (2016) la idea surgió cuando el sistema “*Escola Pantaneira*” se implementó en la región del Pantanal. El sistema fue concebido con una demanda en la construcción curricular que atendiera la realidad de las localidades rurales del Pantanal, con una estructura diferenciada teniendo en cuenta las especificidades de la región. Una organización escolar propia con 8 horas diarias de clases y un año lectivo de 6 meses, considerando el ciclo de las crecidas pantaneiras; y una propuesta de contenido curricular y metodológico apropiada a las necesidades e intereses de los alumnos, que además de adecuarse a la naturaleza del trabajo en la región les permitiera rescatar el arte y la cultura del lugar.

Desde el inicio de las actividades en 2003, el Proyecto Sapicuá Pantaneiro recorrió más de 20 mil kilómetros de carreteras pantaneiras y realizó más de 70 talleres de 40 horas, llevando la técnica de las artesanías tradicionales pasadas de padres a hijos o enseñada en talleres multipedagógicos, entre otras acciones de fortalecimiento de vínculos sociales y culturales con la familia y la región pantaneira.

Actuando en la región del Pantanal sul-mato-grossense, el proyecto se caracterizó por realizar sus actividades por medio de talleres gratuitos de educación artística, educación ambiental e inclusión productiva, siendo el artesanado el instrumento centralizador de esas acciones. Los núcleos de la Escuela Pantaneira y las haciendas eran puntos de apoyo para el desarrollo de las actividades. Asimismo, las actividades de educación artística permitieron la difusión de metodologías específicas de implementación interdisciplinaria valorizando la historia, la preservación del bioma pantaneiro y la integración entre las generaciones.

Las acciones del proyecto (Arantes, 2007) fueron: huerta orgánica, cerámica (animales del Pantanal), telar paraguayo, preparación y utilización del cuero y la lana de oveja, confección de mantas para caballos, bordados y fibras, diseño y pintura en tejido y música regional. Esto contempló la formación y fortalecimiento de los grupos de madres pantaneiras, el fomento de la inclusión productiva pedagógica y consciente a través de la producción de elementos típicos de la cultura pantaneira y el incentivo de la permanencia del hombre pantaneiro en el campo.

Al recordar los beneficios alcanzados por el proyecto en la región del Pantanal, la Entrevistada 1 (2016) menciona que fueron muchos como la formación de los Clubes de Madres en las escuelas y haciendas o la capacitación de los profesores del sistema de la Escuela Pantaneira. A los profesores se les enseñaban técnicas metodológicas que permitieran el desarrollo y la aplicación de actividades interdisciplinarias basadas en la cultura y el medio ambiente. La autonomía del grupo y la valorización de la cultura elevaban la autoestima de las familias participantes (Entrevistada 1, 2016).

En 2011 el Proyecto se convirtió en un Punto de Cultura integrando el Programa Más Cultura/Cultura Viva del Ministerio de Cultura, por medio del convenio firmado con el Gobierno Federal y el Gobierno Estadual, con la interconexión realizada por la Fundación de Cultura de Mato Grosso do Sul. Actualmente, el proyecto que era itinerante y recorría escuelas y núcleos de la región pantaneira, posee sede propia instalada en el barrio Nova Aquidauana, en el municipio de Aquidauana (MS).

Los principales núcleos de Sapicuí, la Producción Artesanal y la Producción Audiovisual, articulan todas las demás actividades desarrolladas en el Punto de Cultura. Las acciones financiadas por medio de la selección pública contemplaron la adquisición de materiales pedagógicos y de consumo, equipamientos y pago de instructores para los diferentes talleres previstos. En términos estructurales, la sede del Punto de Cultura posee 1 sala de lectura denominada "*Bruaca Literária*" con un acervo inicial de 150 obras literarias regionales, 1 sala de recursos audiovisuales con una isla de edición de imagen y video, 1 sala de producción artesanal donde se dan talleres de artesanías tradicionales pantaneiras con equipamiento para la producción en cuero, en lana de oveja y de la faja pantaneira, 1 atelier para trabajos educativos en cerámica con temática pantaneira, y 1 galpón multiuso típicamente pantaneiro cubierto de paja de bacuri.

En los últimos años con el incentivo al turismo en la región del Pantanal, sea por la iniciativa pública o por las organizaciones privadas, surge una nueva oportunidad para la producción artesanal como generadora de empleo e ingreso para hombres y mujeres que se encuentran fuera del mercado de trabajo (Entrevistada 1, 2016). Porque al ver la posibilidad de recurrir a las habilidades manufactureras para producir elementos cuyos insumos son de fácil acceso y de la propia región, el circuito turístico se encarga de viabilizar la circulación de la producción. Posadas Pantaneiras, hoteles, agencias de viaje, haciendas, Casa de Artesanos, Ferias y la sede del Punto de Cultura constituyen los principales lugares de comercialización de la producción.

En este punto vale decir que un ejemplo de esa comercialización es la visibilidad que adquieren los productos con las visitas a las haciendas de la región, que reciben huéspedes y los acercan a la producción y a la cultura local, humanizando la actividad turística (Entrevistada 1, 2016). El trade turístico de la región de Aquidauana, por su parte, recibe la colaboración de los distritos que pertenecen a la ciudad: Camisão y Piraputanga. Se accede a ellos por la vía urbana de la ciudad o

por medio de una carretera-parque y son una opción para los turistas que visitan Aquidauana en busca de aventura, pesca, cascadas, etc. (Mariani & Rahe, 2005).

Una de las integrantes y coordinadora del núcleo de producción artesanal (Entrevistada 2, 2016) comentó que ejerce sus actividades de modo voluntario, cuidando el espacio del Punto y elaborando productos con los materiales y equipamientos que le ofrece el Punto. Es una especie de intercambio o colaboración, donde la actividad apoyada en la cultura local se transforma en alternativas de ingreso para los participantes. Cada artesana pone una etiqueta con su nombre en el objeto que confecciona. Así, es posible identificar de quién es la ganancia. Para la Entrevistada 1 (2016) el trabajo es mucho más colaborativo que solidario. Indicó que las mujeres también producen en su casa y venden a los familiares, vecinos, etc. *“Cuando se hacían grandes pedidos para el Punto, el grupo se auto-organizaba para atender la demanda”* (Entrevistada 1, 2016). Parte de la ganancia se empleaba en los gastos de mantenimiento del Punto de Cultura y la adquisición de más materia prima; y la otra parte se repartía entre las artesanas del grupo de acuerdo con la cantidad de objetos producidos.

Greffe (2013) pone en evidencia el rol del artista en el territorio y de qué forma contribuye al desarrollo local, en una casual y oportuna relación con el objeto de estudio en cuestión. Sustenta Greffe que *“las actividades culturales tienen un efecto mayor cuando se consideran las necesidades de los habitantes locales. Transformar un potencial cultural en fuente de actividades variadas utilizables durante todo el año, y no sólo en la temporada turística, conservar un conjunto patrimonial [...] jugar con la solidaridad para evitar la degradación de un conjunto local, implican al mismo tiempo la consideración de la participación de los habitantes y de las comunidades locales”* (Greffe, 2013: 334).

El Punto de Cultura Molino Cultural: desarrollo sociocultural y económico en la frontera Brasil-Bolivia

El Instituto Hombre Pantaneiro (IHP) es una organización privada sin fines de lucro creada en 2002 en el municipio de Corumbá (Mato Grosso do Sul) con el objetivo de desarrollar acciones de impacto sociocultural, ambiental y económico en la región. Corumbá, ciudad situada a 420 km de la capital Campo Grande, limita con Bolivia y se ubica en la margen del Río Paraguay, dentro de la mayor planicie inundada del mundo, el Pantanal, lo que le confiere el título de “capital del pantanal”. El IHP utiliza el formato de gestión mandala, organizando la totalidad de sus proyectos y acciones en programas, en un modelo de gestión multisectorial estructurado de la siguiente manera:

- *Desarrollo Sociocultural:* reúne los programas artístico-culturales utilizando los diversos lenguajes del arte como danza, música y tecnologías para capacitar ciudadanos polivalentes y colaborativos;

- *Medio Ambiente*: responsable de promover actividades de reconocimiento, valoración y fortalecimiento de los aspectos de conservación del Patrimonio Natural del Pantanal;
- *Histórico-Cultural*: responsable de promover actividades de protección y valorización del patrimonio arquitectónico y cultural de la región y sus comunidades tradicionales;
- *Articulación Territorial*: es el principal núcleo que será analizado en este trabajo, pues conjuga las iniciativas y programas de mayor intervención en la calidad de vida de la población, promoviendo acciones que articulan los demás programas, enfocado en la generación de empleo e ingreso.

En 2012 el IHP cambió su razón social por “Instituto Molino Cultural Sudamericano”. Por su parte, el Instituto Hombre Pantaneiro fue [re]constituido. De esa forma, ante el volumen de actividades realizadas por el grupo creador, fue necesario el desmembramiento de las organizaciones. En líneas generales, los programas de “Articulación Territorial” y “Medio Ambiente” serían gestionados por el “nuevo” IHP, mientras que el “Desarrollo Sociocultural” e “Histórico-Cultural” quedarían a cargo del Instituto Molino Cultural.

El programa estratégico de Articulación Territorial fue creado con el objetivo de capacitar personas en diversas áreas del conocimiento, articulando redes y sociedades para fortalecer iniciativas innovadoras de generación de ingresos y mejora de la calidad de vida, además de potenciar la capacidad emprendedora de los habitantes de la ciudad de Corumbá y de los distritos de Puerto Suárez y Puerto Quijarro en Bolivia.

En este programa se ofrecen cursos con diseñadores para profundizar sobre las técnicas y consultorías para que la calidad y actualización de los productos sea siempre considerada. Asimismo, hay una constante preocupación por la sustentabilidad durante el proceso formativo. Así, gran parte de la materia prima utilizada en la producción proviene de la reutilización como el caso de las bolsas donadas por la Empresa Brasileña de Correos y Telégrafos que son reaprovechadas para otros usos, como bolsos.

Entre las diversas actividades desarrolladas por la organización en los últimos años se destaca el Punto de Cultura, seleccionado en la primera convocatoria en 2005 del programa del Ministerio de Cultura con el proyecto “Molino Cultural Sudamericano”. A partir de esa experiencia la organización comienza a implementar actividades de estímulo a la producción local y de emancipación de los grupos socialmente excluidos de los municipios de Corumbá, Ladário y de la frontera boliviana. Se cita como ejemplo a los niños de la ribera en situación de analfabetismo, las amas de casa y jefas de familia desempleadas o los adolescentes en situación de marginalidad y vulnerabilidad social.

Según la Entrevistada 1 (2015) en el Punto de Cultura Molino Cultural, en su primer convenio, se realizaban cursos de perfeccionamiento y talleres de bordados, *fuxicos* (flores de tela), bolsos creativos, etc. En la acción de Ecodesarrollo se promovían talleres para los pescadores profesionales

y sus familias para la generación de ingresos mediante trabajos de costura, gastronomía pantaneira, meliponicultura, serigrafía e informática.

En los Eco-negocios se capacitaba a los pescadores profesionales artesanales con cursos de creación de bolsas, manipulación del pescado, fibras, curtido y teñido del cuero de pescado, además de talleres de producción, comercialización y educación para el cooperativismo y el asociativismo. En la acción de Artesanado se desarrollaban talleres para generar ingresos utilizando la fibra del camalote, lona reciclada y bolsas de mensajería, además de ayudar en todo el proceso de creación de estampas y apoyo logístico de comercialización.

En 2010 el proyecto “Arte y Gastronomía Molino Cultural Sudamericano” fue seleccionado nuevamente como Punto de Cultura, por medio del convenio mediado por la Fundación Estadual de Cultura y el Ministerio de Cultura. El proyecto responde a una acción del Núcleo de Gastronomía de la Cooperativa Villa Molino, ya existente en el IHP y responsable de promover cursos de capacitación en gastronomía pantaneira posibilitando a las madres de los alumnos del Molino Cultural (brasileñas y bolivianas) una oportunidad de gestionar negocios propios para generar un ingreso familiar complementario.

En relación a las iniciativas del programa de Articulación Territorial se pueden mencionar otras actividades inherentes a la constitución de un Punto de Cultura como la Cultura Digital y la formación Audiovisual en asociación con la iniciativa pública y privada. Este diálogo de las acciones de “tecnología artesanal” con las “nuevas tecnologías” hace llegar a la comunidad la importancia vital del uso de las herramientas de las TIC en el proceso de desarrollo personal, profesional y local.

Las acciones de patrimonio inmaterial y material se centraron en la preservación y restauración del complejo arquitectónico situado en el Puerto de Corumbá, precisamente en el Edificio Vasquez & Filhos (en proyecto), además de la preservación de la tradición oral por medio del reconocimiento de los maestros *griots*, que pasan sus conocimientos populares y de la historia local a los alumnos del proyecto Molino Cultural. El ejemplo observado en este caso es el de la enseñanza de la confección de las *violas de cocho* (guitarras de madera).

Entre las principales acciones para generar ingresos, además de las mencionadas, está la gastronomía pantaneira que se observa en el servicio de buffet que ofrece el grupo cooperativo de la organización en diferentes eventos de la ciudad y la región (Entrevistada 2, 2015). Toda la producción del Punto de Cultura se comercializa en la tienda “*Saberes e Fazeres*”, ubicada en el Molino Cultural Sudamericano. Hay que destacar que la tienda se localiza estratégicamente en el puerto frente al Río Paraguay, lugar muy frecuentado por los turistas que visitan Corumbá. Aunque la organización logre distribuir los productos del Punto de Cultura en eventos, ferias y mediante la asociación con agencias de turismo, la tienda es el principal lugar de comercialización. El puerto reúne un considerable conjunto arquitectónico de elevado valor histórico-cultural para Corumbá. De esa forma, es una zona

ampliamente frecuentada y el tránsito de los turistas que visitan el Molino Cultural contribuye a que los productos disponibles en la tienda *Saberes e Fazeres* sean comercializados.

CONSIDERACIONES FINALES

Los elementos teóricos y metodológicos de este trabajo trataron de abordar los presupuestos del universo conceptual de la EC, aún en debate, en articulación con la importancia del turismo de base local como mecanismo estratégico para el desarrollo económico y cultural del territorio. En ese escenario se realizó un análisis empírico en organizaciones intensivas en símbolos, apoyadas en activos creativos, cuyas actividades generan acciones con potencialidades económicas influenciadas por las características sociales y culturales de la localidad.

El análisis demuestra que en el Punto de Cultura Sapicuí Pantaneiro la actividad principal recae sobre los sectores del artesanado, relacionados con la cultura popular y aborigen; del patrimonio inmaterial, por la identidad y costumbres manifiestos en la cultura pantaneira; y en el sector del cine y el video, por incentivar la producción audiovisual y la cultura digital. O sea que el Plan de la Secretaría de Economía Creativa (2012) contempla e identifica las categorías culturales del campo Audiovisual, del Patrimonio y de las Expresiones Culturales.

La confluencia de factores como la producción de objetos con alto valor simbólico y utilitario, la relevancia de productos y servicios provenientes de la cultura pantaneira y el consumo/comercialización realizado en la propia región parecen ser las características de una EC de base comunitaria capaz de promover el desarrollo del turismo de base local, no sólo en las dimensiones social y cultural, sino también en la económica (Grefe, 2013).

El Punto de Cultura Molino Cultural, aunque comparte condiciones semejantes al Punto Sapicuí Pantaneiro, presentó otras características. Si bien ambos pertenecen a la misma meso-región (Pantanales Sul-Mato-grossense) y surgieron a partir de la misma política pública (Puntos de Cultura), las organizaciones gestoras son diferentes. El Sapicuí es gestionado por una pequeña organización y el Molino Cultural está vinculado a una gran organización, con una enorme infraestructura, un considerable presupuesto anual y una expresiva influencia cultural, social, económica y política en la ciudad de Corumbá y la región.

En lo que se refiere a los sectores de la EC identificados en la extensión del trabajo realizado por el Molino Cultural, se evidenciaron acciones en el ámbito del patrimonio inmaterial por medio de los talleres de fabricación manual de la *viola de cocho* y de los grupos de danza de *siriri* y *cururu*; en el artesanado apoyado en la temática pantaneira observando la sustentabilidad ambiental; en la danza y la música (*Molino in Concert*); y en el Cine y el Video por medio del núcleo de tecnología y medios digitales. De esa forma, parecen estar aquí contempladas las categorías culturales en el campo Audiovisual, del Patrimonio, las Expresiones Culturales y los Espectáculos.

La gastronomía pantaneira, notablemente relacionada con la cultura local, fue el caballito de batalla del segundo convenio del Punto de Cultura y fue estratégica para la generación de ingresos. El conocimiento tradicional y los insumos locales (frutas, pescados y condimentos) le dan el carácter simbólico a la iniciativa, posibilitando que estos servicios gastronómicos sean demandados en innumerables eventos y ocasiones.

En este Punto de Cultura se identificó el trabajo colaborativo y de financiamiento colectivo, respectivamente *coworking* y *crowdfunding*. El primero, al observar que la organización coloca toda su estructura (medios de producción) a disposición de cualquier persona que desee utilizarla. El segundo, al promover campañas y acciones públicas buscando obtener financiamiento de sus proyectos por medio de donaciones.

En el análisis se observaron los mismos canales de distribución de la producción. La temática centrada en el pantanal sul-mato-grossense introduce simbología a los productos y servicios desarrollados en los Puntos de Cultura, influyéndolos directamente en la fase de creación. Por su parte, éstos se valen del circuito turístico local para comercializar los productos en ferias, posadas, agencias de turismo o en la propia sede, lo que refuerza el surgimiento de una agenda estratégica de cooperación entre la EC y el Turismo para el desarrollo económico local.

Tabla 2: Resumen de las principales acciones de EC llevadas a cabo por las organizaciones

Categorías/Sectores de la EC	Acciones Punto de Cultura Sapicuá Pantaneiro	Acciones Punto de Cultura Molino Cultural	Canales de Distribución
En el campo del Patrimonio	Oficinas gratuitas de arte-educación e educação patrimonial	Restauração do complexo arquitetônico do Edifício Vazques& Filhos	Pousadas pantaneiras; Hotéis; Agências de Viagens; Fazendas do Pantanal; Casa de Artesãos; Feiras de Comercialização coletiva; sede dos Pontos de Cultura; Loja Saberes e Fazeres; Distritos Pantaneiros e <i>trade</i> turísticos local, à exemplo do Casario do Porto, em Corumbá.
En el campo de las Expresiones Culturales	Artesanato: cerâmica (animais do Pantanal); tear de faixa paraguaia; preparo e utilização do couro e lã de carneiro; confecção de baixeiros; bordados e fibras; desenho e pintura em tecido	Ecodesenvolvimento: artesanato com fibra do camalote; couro de peixe;e demais artefatos com a temática do pantanal	
En el campo de las Artes de Espectáculo	-	Espectáculos musicais e artísticos (negócio social)	
En el campo Audiovisual/ del Libro, de la Lectura y de la Literatura	Núcleo de Audiovisual (oficinas, produção de vídeos e publicidade local)	Núcleo de Tecnologia e Audiovisual	
En el campo de las Creaciones Culturales y Funcionales	Produção de acessórios (bolsas e faixas de cabelo) com a temática pantaneira	Bordados; Fuxicos; Bolsas criativas; serigrafia; gastronomia pantaneira; roupas e acessórios.	

Fuente: Elaboración propia

En efecto, las iniciativas de desarrollo local investigadas se destacan por su existencia directamente vinculada a la comunidad; aunque fomentadas por agentes externos al territorio, a

través del establecimiento de políticas públicas. Específicamente, las propuestas colaboran en el desarrollo local endógeno tipificado por la construcción de solidaridades democráticas y/o heredadas de los agentes del territorio predecesores. De esa forma, consideradas más auténticas y efectivas en la dirección del lugar conforme ‘los agentes que la corporifican o desean’, se constituyen en el principal instrumento bajo el cual son fomentadas y organizadas las prácticas de desarrollo local endógeno. La Tabla 2 presenta un resumen de las principales acciones identificadas.

Queda así demostrado que las iniciativas apoyadas en la EC se valen de las especificidades del territorio donde surgen (en relación con criterios económicos, sociales o ambientales) como herramientas para el desencadenamiento de sus acciones, que inevitablemente resultan en medios para promover el desarrollo local.

El fortalecimiento de acciones en el campo de la EC articuladas por la comunidad en espacios colectivos, como las organizaciones intensivas en símbolos (Puntos de Cultura), en conjunto con las políticas públicas gubernamentales, pueden hacer que ganen representatividad nuevos nichos de producción de base local; y considerando los activos simbólicos y creativos del territorio, sean impulsados por el turismo local para distribuir su producción, incentivando relaciones que fortalezcan la dinámica económica de ambos sectores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arantes, M. H.** (2007) “A construção da identidade de crianças pantaneiras”. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande
- Banducci Jr., A.** (2003) “Turismo cultural e patrimônio: a memória pantaneira no curso do rio Paraguai”. *Horizontes Antropológicos* 9(20): 117-140
- Bardin, L.** (2011) “Análise de conteúdo”. Edições 70, São Paulo
- Brasil.** (2012) “Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações”. Ministério da Cultura. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>. Acesso em 15.02.2016
- Candiotto, L. Z. P.** (2004) “Uma reflexão sobre ciência e conceitos: o território na geografia”. Unioeste, Francisco Beltrão
- Castells, M.** (2001) “La ciudad de la nueva economía”. *Papeles de Población* 7(27): 206-221
- Caves, R. E.** (2002) “Creative industries – Contracts between art and commerce”. Harvard University Press, Cambridge
- Chaston, I.** (2008) “Small creative industry firms: a development dilemma?” *Management Decision* 46(6): 819- 831
- Coelho Netto, P. R.** (2002) “Mato Grosso do Sul”. Campo Grande
- Coriolano, L. N. M. T.** (2008) “O turismo comunitário e a economia solidária no Ceará”. In: II Seminário Internacional de Turismo Sustentável. Anais. UECE, Fortaleza/CE

- Cunningham, S. D.** (2002) "From cultural to creative industries: theory, industry and policy implications. Media International Australia incorporating Culture and Policy". Quarterly Journal of Media Research and Resources 102(1): 54-65
- Ecoa** (2010) "O que é Pantanal? Comunicação Ecoa". Ecoa – Ecologia e Ação. Disponível em: <http://riosvivos.org.br/a/Noticia/O+QUE+E+O+PANTANAL+/16898>. Acesso em 20.02.2016
- Florida, R.** (2002) "The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life". Basic Books, New York
- Gottmann, J.** (1973) "The significance of territory". University Press of Virginia, Charlottesville
- Grefe, X.** (2013) "Arte e mercado". Iluminuras - Itaú Cultural, São Paulo
- Haesbaert, R.** (2004) "O mito da desterritorialização: do fim dos territórios à multiterritorialidade". Bertrand Brasil, Rio de Janeiro
- Hartley, J.** (2005) "Creative industries". Blackwell Publishing, Oxford
- Hesmondhalg, D.** (2002) "The cultural industries". Sage Publications, London
- Hesmondhalg, D. & Pratt, A.** (2005) "Cultural industries and cultural policy". International Journal of Cultural Policy 11(1): 1-14
- Hirsch, P. M.** (2001) "Processing fads and fashions: an organizational-set analysis of cultural industry systems". American Journal of Sociology 77(4): 639-659
- Howkins, J.** (2013) "The creative economy. How people make money from ideas". Penguin Books, London
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** (2016) "Bases cartográficas". Brasília
- Knell, J. & Oakley, K.** (2007) "London's Creative Economy: An accidental success?". London Development Agency 3(3): 1-27
- Leite, E. F.** (2003) "Marchas na história: comitivas e peões-boiadeiros no Pantanal". Editora da UFMS, Campo Grande
- Lopes, R. S. & Santos, V. A.** (2011) "Economia, cultura e criatividade: tensões e contradições". Carta Maior. Disponível em: <http://cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Economia-cultura-e-criatividade-tensoes-e-contradicoes-%0d%0a/12/16464>. Acesso em: 10.02.2016
- Mariani, M. A. & Rahe, C. B.** (2005) "Entre rio e morros: novos caminhos para o turismo em Piraputanga". Turismo-Visão e Ação 7(2): 329-340
- Mariani, M. A. P. & Arruda, D.O.A.** (2009) "Empreendimentos de economia solidária da cidade de Corumbá/MS e suas relações com o grupo de pescadores artesanais urbanos, com vistas ao desenvolvimento local". Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo IV(2): 1-19
- Oliveira, J. M.; Araujo, B. C. & Silva, L. V.** (2013) "Panorama da Economia Criativa no Brasil". IPEA, Rio de Janeiro
- Peters, M.; Frehse, J. & Buhalis, D.** (2009) "The importance of lifestyle entrepreneurship: a conceptual study of the tourism industry". Pasos 7(2): 393-404
- Pine II, B. J. & Gilmore, J. H.** (2011) "The experience economy". Harvard Business Review Press, Boston
- Raffestin, C.** (1993) "Por uma geografia do poder". Ática, São Paulo

- Reis, A. C. F.** (2008) “Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento”. Itáú Cultural, São Paulo
- Sampaio, C. A. C.** (2005) “Turismo como fenômeno humano: princípios para se pensar a socioeconomia”. EDUNISC, Rio Grande do Sul
- Santos, M.** (2006) “A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção”. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo
- Silva, J. S. V. & Abdon, M. M.** (1998) “Delimitação do Pantanal brasileiro e suas sub-regiões”. Pesquisa agropecuária brasileira 33(especial): 1703-1711
- Thomé, P.** (2008) “A mulher e o Pantanal: uma relação de trabalho e de identidade”. UFMS, Aquidauana
- Unctad** (2010) “The Creative Economy Report”. UNCTAD/UNDP, Ginebra
- UNESCO** (2000) “Área de conservação do Pantanal”. UNESCO. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/cultura/world-heritage/list-of-world-heritage-in-brazil/pantanal-conservation-area/#c1467473>. Acesso em 20.02.2016
- Vargas, I. A.** (2006) “Território, identidade, paisagem e governança no Pantanal mato-grossense: um caleidoscópio da sustentabilidade complexa”. UFPR, Curitiba

Recibido el 06 de septiembre de 2016

Reenviado el 04 de octubre de 2016

Aceptado el 10 de octubre de 2016

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués