

Rural

Ecologia, Lazer e
Desenvolvimento

Joaquim Anécio Almeida

Mário Riedl

Organizadores

urismo




EDUSC

Editores da Universidade do Estado de Santa Catarina

Turismo Rural

Ecologia, Lazer e
Desenvolvimento





Coordenação Editorial

Irmã Jacinta Turolo Garcia

Assessoria Administrativa

Irmã Teresa Ana Sofiatti

Assessoria Comercial

Irmã Áurea de Almeida Nascimento

Coordenação da Coleção Turis

Luiz Eugênio Vécio

Rural

Ecologia, Lazer e
Desenvolvimento

Joaquim Anécio Almeida

Mário Riedl

Organizadores

Turismo





Editora da Universidade do Sagrado Coração

T938 Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento /
organizadores Joaquim Anécio Almeida, Mário
Riedl. -- Bauru, SP : EDUSC, 2000.
264p. : il. ; 23cm. -- (Coleção turis)

ISBN 85-7460-038-5

1. Turismo - Brasil. I. Almeida, Joaquim Anécio.
II. Riedl, Mário. III. Título. IV. Série.

CDD. 380.1459181

Editora da Universidade do Sagrado Coração

Rua Irmã Arminda, 10-50

CEP 17044-160 - Bauru - SP

Fone (0xx14) 235-7111 - Fax (0xx14) 235-7219

e-mail: edusc@usc.br

Sumário

Apresentação	7
Prefácio	9
Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul	15
Turismo rural no Brasil – ensaio de uma tipologia	51
Turismo, comércio e desenvolvimento rural	69
Patrimônio cultural e turismo rural: o exemplo francês	95
Turismo rural e cultura local: a experiência Amish	117

O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro	145
Turismo rural e agricultura familiar: explorando (criticamente) o cruzamento de abordagens e estratégias para o 'desenvolvimento'	181
O turismo rural na transição para um outro modelo de desenvolvimento rural	199
A avaliação da paisagem para fins de desenvolvimento turístico	223
O turismo como atividade não agrícola em São Martinho-SC	245

Apresentação

O turismo rural é conhecido como a atividade turística que ocorre na zona rural, integrando a atividade agrícola pecuária à atividade turística, surge como alternativa para proprietários rurais na atual crise financeira fundiária, atrelada à falta de incentivos ao homem do campo.

Reconhecendo o turismo como um fenômeno social que consiste no envolvimento dos indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente, por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual e por conta desta ação, geram múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural, para o destino; a vocação turística para o turismo rural é aspecto relevante para qualquer implantação de atividades turísticas.

O produto turístico que se propõe a esta atividade, necessita de especificidade própria consoante a motivação de seus usuários. Aspectos históricos e culturais que fundamentaram a tradição familiar no desenvolvimento de atividades agropastoris, também merecem consideração para esta modalidade, pois daí decorrem a herança cultural e a história de vida, aspectos estes que motivam o turista.

O entorno cultural é aspecto significativo no desenvolvimento do turismo rural para a fidedignidade e originalidade do entorno que, diretamente influenciam a satisfação “ecológico-rural” plena da motivação turística, considerando também a hospitalidade familiar como valor circunstancial nesta modalidade de turismo, pois o turista não está simplesmente motivado pela paisagem cênica, mas de forma complexa, envolvido com o *modus vivendi* rural.

Enquanto empreendimento, o turismo rural necessita de estruturação e adequação para a recepção dos turistas, sendo um investimento capaz de tornar as propriedades em empresas turísticas, de fato os recursos turísticos rurais devem ser preparados para o turismo de maneira planejada, integrada e consciente do uso dos recursos naturais e culturais diferenciais turísticos, além dos aspectos históricos que fundamentaram a tradição familiar no desenvolvimento de atividades rurais. Faz-se necessário ainda adotar medidas de gestão e planejamento que valorizem os recursos e contemplem a finalidade de promover o desenvolvimento da atividade satisfazendo a especificidade dos clientes, com originalidade na oferta apresentada, consolidando a atividade, do ponto de vista empreendedor não descaracterizando os aspectos culturais, sociais e ambientais.

Este livro é um marco teórico/prático para o Turismo rural, possibilita ao leitor compreender conceitualmente este fenômeno e aplicar este contexto na prática a partir de estudos de casos aqui relatados. A capa deste exemplar, ajuda o leitor a transportar-se para a atmosfera rural, promovendo um envolvimento além do técnico, um comprometimento singular com a ruralidade atrativa da imagem da zona turística.

A coleção *Turis* da EDUSC, demonstra com esta publicação que o turismo significa muito mais que viagens e relatos de experiências subjetivas, objetiva proporcionar um estudo científico fascinante do turismo, em vários pontos de reflexão para a compreensão do fenômeno.

Helerson de Almeida Balderramas
Coordenador do Curso de Turismo
USC-Bauru

Prefácio

- Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento

Em 1998, quando publicamos o primeiro livro intitulado “Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável”, por ocasião do I Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável na Universidade Federal de Santa Maria, não imaginávamos que a multiplicação de iniciativas de empreendimentos turísticos no espaço rural brasileiro pudesse alcançar as proporções que hoje vivenciamos. De fato, atualmente todos os Estados tornaram-se coadjuvantes no esforço de buscar alternativas viáveis para a reprodução e manutenção do homem no campo, dado o crescimento acelerado e seguidamente desordenado dos grandes centros urbanos. Nesse sentido, o turismo rural, juntamente com outras atividades não agrícolas desenvolvidas pela família rural, tem-se revelado como uma opção viável e de significativo retorno econômico em curto prazo. Como em toda inovação, entretanto, os riscos envolvidos com sua implantação também se multiplicam. A relativa inexperiência do homem do campo com uma atividade não tradicional, aliada ao desconhecimento da maioria das nuances e especificidades do turismo no espaço rural, tor-

nam extremamente importantes iniciativas como a que agora apresentamos. Os textos incluídos no presente livro vêm somar-se ao esforço que o Grupo Turismo e Desenvolvimento, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Santa Maria, vem empreendendo no sentido de sistematizar um conjunto de conhecimentos que possam dar sustentação teórica e empírica a todos aqueles que se dispõem a compartilhar a sua propriedade rural com os turistas ávidos por novas experiências de lazer e entender as transformações que estão ocorrendo no meio rural.

Algumas generalizações envolvendo o turismo no espaço rural começam a ser formuladas, com base em estudos e pesquisas conduzidas em países onde o fenômeno encontra-se em fase de consolidação, inclusive no Brasil. A apresentação dessas generalizações não segue necessariamente qualquer ordem de importância ou relevância. Trata-se meramente de uma tentativa de sistematização. Muitas dessas generalizações estão inter-relacionadas e certamente necessitam de aprofundamento:

- a) o turismo no espaço rural precisa resguardar sua especificidade, isto é, ele não pode imitar o turismo oferecido nos centros urbanos;
- b) a clientela do turismo rural, em sua maioria, provém dos grandes centros urbanos e busca no campo uma interação mais intensa e direta com a natureza, a qual precisa ser preservada;
- c) a originalidade e a simplicidade da vida rural constituem um diferencial. Quanto menor a artificialização da propriedade rural que se abre ao turismo, melhor;
- d) as iniciativas de turismo rural com maior probabilidade de sucesso são aquelas que envolvem a comunidade regional em todas as fases do empreendimento, desde seu planejamento até a sua implantação e posterior exploração. Iniciativas isoladas ou individuais dependem demasiadamente de características locais específicas;
- e) os responsáveis pela condução do empreendimento turístico precisam ser conhecedores da história, da cultura, das tradições, da culinária e das atrações naturais da região em que estão inseridos. O turista normalmente é extremamente curioso e questionador;

- f) a exploração do turismo rural deve ter o caráter de complementaridade, isto é, a atividade não deve ser abandonada. O turista aprecia participar ativa ou passivamente do trabalho na agricultura e adora saber que a maioria dos produtos consumidos nas refeições provém do estabelecimento visitado;
- g) a vida rural ainda preserva algumas características típicas de uma subcultura, cada vez mais interpenetrada pela cultura urbana dominante. O turista muitas vezes procura o meio rural para resgatar traços dessa subcultura, os quais, portanto, precisam ser resguardados e valorizados.

Essas generalizações, algumas já confirmadas empiricamente, outras formuladas como hipóteses de trabalho a serem testadas em pesquisas, são discutidas, implícita ou explicitamente, nos trabalhos que compõem a presente coletânea, os quais temos a satisfação de apresentar à comunidade acadêmica e demais interessados nos rumos da sociedade rural.

O trabalho de Sérgio Schneider e Marco Antônio Verardi Filho, intitulado 'Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul', analisa dados muito significativos extraídos da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD) do IBGE. Esses dados revelam que as pessoas residentes no meio rural e ocupadas em atividades não agrícolas na região Sul do Brasil vêm crescendo a taxas expressivas (3,9% ao ano de 1992 a 1997), enquanto que os ocupados nas atividades agrícolas propriamente ditas sofreram uma queda de 4,1% ao ano, no mesmo período. Os autores, então, passam a discutir a influência do turismo rural na geração de empregos no espaço rural, bem como a sua influência na economia regional e no meio ambiente. Finalmente, apresentam um projeto concreto de desenvolvimento do turismo rural no município de Dois Irmãos, no Rio Grande do Sul.

O texto de Adyr Rodrigues, 'Turismo rural no Brasil – ensaio de uma tipologia', propõe-se a enfrentar a crucial questão da tipificação do turismo rural no Brasil, onde ainda se observa uma grande confusão e interpenetrações entre os conceitos de turismo rural, turismo ecológico, turismo eco-rural e turismo de aventura. A consolidação e universalização desses conceitos e diferenciações são funda-

mentais para o estabelecimento de políticas públicas de incentivo ao setor, para o planejamento estratégico local e regional, para a definição de cenários para a aplicação de recursos públicos e privados, para a abertura de linhas de financiamento e até a confecção de guias e catálogos de turismo rural.

No trabalho de Carminda Cavaco, ‘Turismo, comércio e desenvolvimento rural’, são discutidos os rumos da crítica situação da economia agrária europeia, em especial a portuguesa, face à crescente concorrência e pressão das potências agrícolas mundiais, à frente das quais os Estados Unidos da América, no sentido de uma crescente abertura e liberalização nos mercados internacionais no contexto da globalização. A autora revela que menos de 1/3 das explorações agrícolas portuguesas seriam viáveis sem os privilegiados subsídios da Unidade Europeia, subsídios esses que consomem cerca de 40% do orçamento anual da União Europeia. Na segunda parte do trabalho, a autora parte, então, para discutir o papel do turismo rural na agricultura em Portugal, cenário semelhante a toda a Europa Ocidental.

No texto de Luc Mazuel, intitulado ‘Patrimônio cultural e turismo rural: o exemplo francês’, discute-se a situação do turismo rural na França, país em que sabidamente essa atividade tem sido responsável pela viabilização e retenção de uma parcela significativa da população economicamente ativa ocupada na agricultura. O autor faz uma interessante e pertinente análise da relação entre cultura e turismo rural na França, ressaltando que a primeira condição para concretizar essa relação consiste em valorizar as características intrínsecas do território, recomendação que pode ser estendida a todas as iniciativas de turismo rural. Finalmente, o autor discute o papel dos poderes públicos para uma estratégia de divulgação e comercialização do produto turismo rural.

O trabalho de Joseph Donnermeyer, ‘Turismo rural e cultura local: a experiência Amish’, nos propicia uma excelente contribuição sobre os impactos do turismo rural numa pequena comunidade rural caracterizada por uma subcultura, que é justamente o que atrai o turista das grandes cidades. Utilizando como objeto de estudo uma comunidade Amish situada no Estado de Ohio, Estados Unidos, o autor analisa as estratégias de defesa e preservação da subcultura Amish diante do poder avassalador da cultura americana dominan-

te. Suas conclusões e recomendações são extremamente pertinentes para se entender as circunstâncias de como o turismo influencia as culturas rurais locais.

O ensaio de Clayton Campanhola e José Graziano da Silva, intitulado 'O agroturismo como uma nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro', traz contribuições extremamente importantes para todos os envolvidos com o planejamento de atividades compreendidas sob o leque do turismo rural ou agroturismo, como preferem os autores. Partindo da constatação de que o contingente de mão-de-obra envolvido com atividades não agrícolas no meio rural brasileiro está crescendo sistematicamente, enquanto a PEA agrícola vem diminuindo ano a ano, os autores passam a analisar o papel que o turismo rural pode desempenhar no desenvolvimento local e regional e as medidas e precauções que devem ser tomadas para a implantação de projetos de turismo rural. Relevante para a realidade rural do sul do Brasil é a discussão que os autores fazem sobre as dificuldades que os pequenos produtores rurais enfrentam ao pretender se engajar na exploração do agroturismo como fonte complementar de renda.

O texto de José Marcos Froehlich, 'Turismo rural e agricultura familiar: explorando (criticamente) o cruzamento de abordagens e estratégias para o desenvolvimento', chama a atenção para os limites do turismo no espaço rural, percebido muitas vezes como uma verdadeira panacéia para todos os problemas e dificuldades que a agropecuária vem historicamente enfrentando no Brasil. O autor lembra que o turismo rural provavelmente será capaz de gerar renda e ocupação para os agropecuaristas tradicionais patronais e agricultores familiares "consolidados", mantendo apenas "respingos" para outros setores da população rural, contribuindo, dessa forma, para agravar problemas como concentração de renda e desigualdades sociais.

O ensaio de Wladimir Blos, intitulado 'O Turismo rural na transição para um outro modelo de desenvolvimento rural', tem o mérito de analisar a feliz iniciativa de Lages, no Planalto Serrano Catarinense, considerada pioneira no Brasil em termos de turismo no espaço rural. Com base em pesquisa de campo realizada pelo autor, constata-se que o fluxo turístico em Lages vem crescendo significativamente e que o retorno econômico pode ser considerado bom,

muito acima dos rendimentos obtidos com as outras atividades agrícolas tradicionais no município. O risco está no gradativo abandono da agropecuária, o que precisa ser evitado.

O trabalho de Ivone Rodrigues, 'A avaliação da paisagem para fins de desenvolvimento turístico', representa uma importante inovação metodológica na análise do potencial turístico de uma região. Utilizando a fotografia aérea, a autora analisa a paisagem natural do município de Itaara, localizado na região central do Rio Grande do Sul, objetivando, dessa forma, detectar alternativas potenciais para exploração do turismo na região.

Finalmente, o texto apresentado por Ivo Elesbão, intitulado 'O turismo como atividade não agrícola em São Martinho – SC', analisa a introdução do turismo rural num município caracterizado pela predominância da pequena propriedade familiar, como é o caso de São Martinho, localizado na região sul do Estado de Santa Catarina, e que fielmente reproduz a estrutura fundiária de significativa parcela de todo o sul do Brasil.

Como o leitor poderá constatar, a diversidade, a complementaridade, a atualidade e a qualidade dos trabalhos ora apresentados certamente transformarão essa coletânea de textos voltada à análise dos múltiplos aspectos envolvidos com o turismo no espaço rural numa leitura obrigatória para todo aquele que se preocupa com os rumos da agricultura brasileira.

Antes de encerrar esta apresentação, os organizadores da coletânea gostariam de agradecer pela colaboração da jornalista Andréa Langbecker que prontamente aceitou o nosso pedido de reelaboração dos textos e checagem de informações.

Joaquim Anécio Almeida
Mário Riedl

Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul

Sergio Schneider¹
Marco Antônio Verardi Fialho²

A partir de meados da década de 1990, as discussões e pesquisas em torno das formas de ocupação da força de trabalho nos espaços rurais do Brasil passaram a incorporar os temas das atividades não agrícolas e da pluriatividade. Alguns autores focalizaram com maior ênfase o comportamento das unidades familiares, atribuindo a combinação ou complementaridade entre atividades agrícolas e não agrícolas a uma estratégia de reprodução típica dessas unidades (SCHNEIDER, 1994, 1999a; ANJOS, 1995; CARNEIRO, 1998). Contudo, as pesquisas mais recentes desenvolvidas por Graziano da SILVA incumbiram-se de demonstrar que a presença das atividades não agrícolas na estrutura agrária brasileira havia assumido proporções bem mais significativas, apontando para a generalização dessas



1 Sociólogo, Mestre e Doutor em Sociologia. Professor do Departamento de Sociologia e do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: schneider@vortex.ufrgs.br

2 Economista, Mestrando em Economia Rural pelo CPGER/UFRGS. E-mail: marcovf@vortex.ufrgs.br ou marcovf@bol.com.br

formas de ocupação em todos os tipos de categorias sociais presentes no campo. Segundo os dados levantados pelo autor, nos anos 90, as pessoas residentes em áreas rurais do Brasil e ocupadas em atividades não agrícolas cresceram a uma taxa de 2,5% ao ano, proporção superior ao desempenho da População Economicamente Ativa (PEA) ocupada em atividades agrícolas, que no mesmo período caiu 2,2% ao ano (SILVA et al., 1996).

Os dados extraídos da Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio (PNAD), realizada pelo IBGE, mostram que no ano de 1997 havia mais de 4 milhões de pessoas com domicílio rural no Brasil ocupadas nessas atividades não agrícolas³. Na região Sul do Brasil este fenômeno também é significativo. Em 1997, no conjunto dos três Estados havia a presença de 763 mil pessoas ocupadas em atividades não agrícolas, de um total de 2,8 milhões de pessoas domiciliadas no meio rural. Da mesma forma, como no resto do país, no período de 1992 e 1997, os ocupados em atividades não agrícolas na região Meridional cresceram a uma taxa de 3,9% ao ano ao passo que os ocupados nas atividades agrícolas observaram uma expressiva queda de 4,1% no mesmo período. Já no Estado do Rio Grande do Sul, essas proporções registram uma queda de 2,8% ao ano nas atividades agrícolas e aumento de 1,7% ao ano nas atividades não agrícolas⁴. Embora não conclusivos, esses dados vêm contribuindo para romper com o reducionismo das concepções arraigadas à idéia de que o espaço rural se resume ao conjunto das atividades ligadas, de um modo ou outro, à agricultura e à pecuária, percepção essa fortemente sedimentada inclusive nos ambientes acadêmicos. Outro aspecto a ser ressaltado é que esses estudos parecem ampliar a agenda de temas de pesquisas dos cientistas sociais preocupados com o estudo do emprego e das formas de ocupação das populações rurais. Além disso, a julgar pelo debate recente entre alguns autores, a constatação da emergência das atividades não agrícolas vem estimulando

■
3 Mais informações sobre a utilização da PNAD como base de dados podem ser encontradas em Del GROSSI (1999).

4 As taxas anuais de crescimento da PEA rural agrícola, não agrícola e urbana, do Rio Grande do Sul e do Brasil, encontram-se na Tabela 1, a seguir.

um conjunto de reflexões sobre as características desse ‘novo’ rural bem como sobre suas potencialidades de desenvolvimento⁵.

O objetivo do presente trabalho é apresentar algumas dimensões da emergência das atividades não agrícolas no espaço rural do Rio Grande do Sul e buscar perceber em que medida essas novas formas de ocupação podem estar relacionadas com o desenvolvimento das atividades ligadas ao turismo rural. Trata-se, portanto, de uma reflexão sobre as ocupações não agrícolas da população com domicílio rural, seguida de um detalhamento sobre os ramos e setores de atividades bem como as principais ocupações da PEA rural que apresentaram um desempenho favorável no período compreendido entre 1981 e 1997. Na segunda parte, o trabalho recolhe algumas informações sobre a atividade econômica do turismo no meio rural, focalizando-a pelo ângulo das possibilidades de geração de empregos e expansão do mercado local de trabalho. Na terceira parte, são explorados os efeitos do turismo rural sobre o meio ambiente e a economia local, apresentando algumas idéias e indicações que podem ser úteis para dirimir ou amenizar os impactos do desenvolvimento dessas atividades sobre as populações que habitam em áreas rurais. Na última seção, é apresentado o Projeto de Desenvolvimento do Turismo Rural Sustentável de Dois Irmãos, iniciativa local de uma pequena cidade situada na Encosta da Serra do Rio Grande do Sul (pertencente à região metropolitana).

■ Panorama das atividades rurais não agrícolas no Rio Grande do Sul

Nas últimas três décadas, a agricultura gaúcha, como de resto a dos demais Estados Meridionais do Brasil, conheceu um desenvolvimento econômico sem precedentes em sua história. Esse desenvolvimento caracterizou-se principalmente pelo incremento de novas tecnologias, pela utilização em larga escala de insumos e máquinas indus-

■
5 Entre os autores referidos pode-se citar o Graziano da SILVA (1997) e também KAGEYAMA (1998); WANDERLEY (1997), CARNEIRO (1997) e SCHNEIDER (1999b).

triais e pelas alterações biogenéticas, mediante a introdução de variedades de plantas e animais de alto rendimento. Como resultado, obteve-se um extraordinário crescimento da produtividade agrícola, especialmente na produção de grãos como soja, arroz e milho, que tiveram uma redução da área plantada e um aumento da quantidade colhida. Segundo dados da Fundação Economia e Estatística, entre 1990 e 1998 o setor agropecuário do Rio Grande do Sul registrou uma taxa média de crescimento de 2,4% ao ano, sendo que somente as culturas de lavoura acusaram um aumento de 12,4% no último ano de 1999. Em 1980, o Rio Grande Sul registrava uma área de cerca de 8 milhões de hectares ocupados com grãos, que produziam cerca de 12,3 milhões de toneladas. Em 1995, no entanto, a área plantada com grãos havia sido reduzida para 6,3 milhões de hectares, mas a produção elevava-se para 17,3 milhões de toneladas. Segundo estudos recentes, entre 1985 e 1995 houve uma redução de 904 mil hectares da superfície cultivada com grãos no Estado, estimando-se que aproximadamente um terço dessa área foi abandonada em regiões de pequenas propriedades, como o Alto Uruguai, onde predomina o cultivo da soja e do milho (BENETTI, 1999). Em 15 anos, verificou-se um aumento de 78% no rendimento físico dessas lavouras, passando de 1,53 tonelada por hectare para 2,72, perfazendo um aumento de 41% na produção total e uma redução da ordem de 20,4% na área cultivada.

Conforme apontado em outro trabalho, esse processo de transformação estrutural pode ser dividido em três fases distintas (SCHNEIDER & NAVARRO, 1999). O primeiro desses períodos promoveu a modernização produtiva, iniciada na década de 1970, quando os governos militares empreenderam uma inédita transformação de algumas regiões agrárias brasileiras. Esgotada essa primeira fase de mudanças, simbolizada pelo ano de 1981, quando foram modificadas as normas financeiras, os anos seguintes foram marcados por uma dinâmica de ajustes macroeconômicos, que teve como resultado a deterioração dos aparatos institucionais ligados ao mundo rural, além da incapacidade financeira crescente do Estado em manter mecanismos de estímulo e/ou sustentação da agricultura similares ao período anterior. O período recente, por sua vez, introduziu outros contornos econômicos e políticos, com o forte recuo do intervencionismo estatal e intensas modificações sociais e produtivas

decorrentes, em larga medida, da liberalização comercial, cujos desafios e impasses provavelmente são em magnitude sem precedentes.

Os efeitos sociais resultantes dessas mudanças variaram de região para região e pode-se arrolar, entre outros, uma forte modificação demográfica no meio rural, com a diminuição constante do número de famílias dedicadas às atividades propriamente agrícolas, o que repercutiu sobre a estrutura de ocupação da força de trabalho rural do Estado do Rio Grande do Sul. Considerando-se o conjunto da população rural gaúcha em idade ativa (PIA-rural), registra-se uma redução absoluta de quase 500 mil pessoas (mais precisamente, 492 mil), no período entre 1981 e 1997.

TABELA 1. Rio Grande do Sul e Brasil. Taxas de crescimento da população em idade ativa (PIA) com 10 anos ou mais, ocupada e não ocupada, segundo o local de domicílio e o setor de atividade, 1981-1997 (1000 pessoas).

Taxas de crescimento (% a.a.)		1981/92 ^a		1992/97 ^b	
		RS	BR	RS	BR
Urbana		2,9***	3,0***	2,2***	2,4***
Rural		-2,0***	-0,2*	-0,6*	0,5***
PEA Rural ocupada	Agrícola	-1,7***	0,4***	-2,8***	-2,2***
	não agrícola	0,7	1,2***	1,7	2,5**
PEA Rural não ocupada	Não ocupados ou procurando emprego	4,7*	7,6***	17,8***	7,4***
	Aposentados	-1,4	1,9***	6,4**	6,4***
	Outros	-4,7***	-2,0***	-0,4	1,7*

Fonte: Núcleo de Economia Agrícola do I.E./ UNICAMP, Projeto Rurbano (Tabulações Especiais).

a) teste t indica se a diferença entre os dois anos é significativa ou não.

b) estimativa do coeficiente de uma regressão log-linear contra o tempo. Neste caso, o teste t indica a existência ou não de uma tendência nos dados.

***, **, * significam respectivamente 5%, 10% e 20%.

Ao analisar, retrospectivamente, essa década e meia de mudanças, pode-se associar a diminuição absoluta da população rural aos impactos da intensa modernização tecnológica e produtiva da década de 70, que se desenvolveu em quase todas as regiões rurais do Rio

Grande do Sul e em alguns outros estados do Brasil. Embora esse processo tenha diminuído sua intensidade com o esgotamento dos mecanismos financeiros que lhe deram origem, ainda assim nos anos mais recentes seguiu seu itinerário transformador, concentrando-se em algumas áreas e em algumas atividades produtivas. O processo de modernização implicou, no Rio Grande do Sul, uma visível redução de postos de trabalho, com a eliminação das formas transitórias de trabalho antes vigentes como o pequeno arrendamento, a parceria e o trabalho de agregados nas propriedades maiores antes dedicadas principalmente (como atividade propriamente comercial) à triticultura, posteriormente o mesmo acontecendo na principal zona de produção da soja, o chamado Planalto Médio. Nesse contexto, a migração para as cidades tornou-se quase que a única alternativa existente, particularmente em direção ao Vale dos Sinos, região próxima a Porto Alegre, tendo como centro irradiador Novo Hamburgo que, na década de 1980, tornou-se um dos principais centros produtores de calçados (principalmente femininos) do país, setor fortemente exportador (SCHNEIDER, 1994; 1999a). Os movimentos migratórios, contudo, nos anos 80, não podem ser comparados com aqueles da década anterior, pois o crescimento da economia gaúcha reduziu-se e freou decisões migratórias como indicam as taxas diferenciadas de desempenho da PEA rural e urbana do Rio Grande do Sul, expostas na Tabela 1. No auge da modernização da agricultura gaúcha, nos anos 70, os movimentos populacionais foram intensos, quando a população residente em regiões rurais reduziu-se em 15% em apenas dez anos, situação que não mais se repetiria nos anos seguintes, em face da citada perda de dinamismo da economia do Estado.

Essas transformações na economia gaúcha, e no meio rural em particular, tornam-se ainda mais evidentes quando se compara, na Tabela 1, apenas a população rural economicamente ativa ocupada em atividades agrícolas e não agrícolas. Registra-se claramente, nesse exame, a queda mais do que proporcional dos ocupados em atividades agrícolas, que em 1981 somavam 1.160.800, mas em 1992 esse número baixou para 964.000 e em 1997 chegou a 815.200, muito embora a participação relativa no período tenha se mantido em torno de 70%.

Os dados apresentados apontam algumas das mudanças da estrutura ocupacional da força de trabalho do mundo rural gaúcho, que

parecem indicar a lenta formação de postos de trabalho e variadas formas de ocupação que não estão estritamente ligadas às atividades agrícolas, mas situadas em ambientes definidos como rurais. O que se pretende, a seguir, é apresentar um conjunto de informações sobre o desempenho da força de trabalho residente nessas áreas rurais, porém ocupada em atividades não agrícolas. Essas informações serão detalhadas, segundo os principais ramos de atividades, pelos setores que compõem esses respectivos ramos e segundo o conjunto das ocupações mais importantes das pessoas declaradas economicamente ativas.

▪ Os principais ramos de atividades não agrícolas

Entre os principais ramos das atividades não agrícolas da população economicamente ativa com domicílio rural, destaca-se a indústria de transformação que, entre 1981 e 1992, cresceu 2,9% ao ano, mantendo uma participação de 7,7% do total da PEA rural, ocupada em atividades não agrícolas. Em geral, esse ramo é composto pelas pequenas unidades semi-industriais processadoras de produtos agropecuários, como as agroindústrias avícolas e suinocultores e também os laticínios de pequeno porte. Um outro aspecto a ser ressaltado é que nesse ramo de atividades não agrícolas são também incluídos os setores industriais que ocupam essa mão-de-obra com domicílio rural. Ainda que a PNAD, por suas limitações metodológicas, não permita uma separação por regiões em uma mesma unidade federativa (no caso o Estado do Rio Grande do Sul) é possível afirmar, com base em outros trabalhos, que o fenômeno da pluriatividade das famílias rurais, decorrente do assalariamento de seus membros em indústrias como a coureiro-calçadista, a de madeiras, a de alimentos e outras, provavelmente também reflete os indicadores acima apurados (SCHNEIDER, 1994; 1999a). Observando-se o desempenho geral da indústria da transformação gaúcha nas duas últimas décadas, percebe-se que nos anos 80 (malgrado ter sido definida como a 'década perdida' pelos analistas nacionais) houve considerável expansão dos setores calçadista, do fumo e da alimentação, ao contrário do que se verifica nos anos 90, que foi de crise e depressão nesses setores. Eles foram fortemente atingidos pela abertura comercial promovida pelo Gover-

no Collor e, depois, a partir de meados da década, pela política cambial patrocinada pelo Plano Real. Conforme mostra a Tabela 2, os dados sobre a ocupação da força de trabalho neste ramo, mesmo separando apenas aquelas pessoas com domicílio rural, parecem confirmar este desempenho. Outro ramo que se destaca é o da prestação de serviços, que aumentou sua capacidade ocupacional em mais de 20 mil postos entre 1981 e 1997, chegando a crescer a uma taxa de 3% ao ano na década de 1990, o que indica, talvez, a maior diversidade de atividades nos ambientes rurais, não necessariamente relacionadas ao setor agrícola propriamente dito. Juntos, os ramos da indústria de transformação e da prestação de serviços representavam, em 1997, quase 15% da PEA ocupada em atividades não agrícolas.

TABELA 2. Rio Grande do Sul. Ramos de atividades não agrícolas da PEA ocupada de 10 anos ou mais residente em domicílios rurais, 1992-97 (1000 pessoas)

Principais ramos de atividade	Rio Grande do Sul			Taxas de crescimento (% a.a.)	
	1981	1992	1997	1981/92a	1992/97b
Indústria da transformação	62,6	85,7	90,1	2,9 **	-1,3
Indústria da construção	31,5	22,1	34,1	-3,2 *	6,2
Outras atividades industriais	23,9	15,7	10,4	-3,8 *	-1,3
Comércio de mercadorias	29,5	31,4	33,4	0,6	3,2
Prestação de serviços	62,1	77,5	83,1	2,0	3,0 *
Serviços auxiliares atividade econômicas	4,0	3,1	8,4	-2,4	19,1 **
Transporte e comunicação	13,5	8,6	1,5	-4,0 *	7,4 *
Ramo social	32,5	33,2	33,0	0,2	-2,9
Administração pública	11,6	16,0	16,7	3,0	2,1
Outras atividades	5,3	3,8	3,5	-3,0	3,1
TOTAL	276,5	297,1	324,1	0,7	1,7

Fonte: Núcleo de Economia Agrícola do IE/UNICAMP, Projeto Rurbano (Tabelações Especiais).

a) teste t indica se a diferença entre os dois anos é significativa ou não.

b) estimativa do coeficiente de uma regressão log-linear contra o tempo.

Neste caso, o teste t indica a existência ou não de uma tendência nos dados.

***, **, * significam respectivamente 5%, 10% e 20%.

A exceção em relação ao comportamento dos ramos das atividades não agrícolas da PEA rural ocupada ocorreu, de fato, no ramo dos serviços auxiliares de atividades econômicas que, entre 1992 e 1997, cresceu 19,1 % ao ano, e no ramo dos transportes e da comunicação, que registrou um aumento de 7,4% ao ano no mesmo período, invertendo, inclusive, a tendência negativa verificada na década anterior. Esse desempenho parece indicar que atualmente as atividades econômicas que mais crescem no espaço rural gaúcho são as associadas ao setor de serviços, quer sejam pessoais ou outros. Não é difícil compreender por que as pessoas que estão domiciliadas no meio rural buscam, de forma crescente, mecanismos para aproximar-se do padrão de vida urbano. Nesse sentido, os transportes e os veículos de comunicação vêm desempenhando um papel muito significativo.

- Os setores de atividades e as principais ocupações não agrícolas da PEA Rural

A verificação de que nas últimas décadas foram as atividades não agrícolas que contribuíram para manutenção do emprego e da ocupação no espaço rural nos leva a buscar um refinamento interpretativo para este fenômeno⁶. Desde o início da década de 1980, o emprego doméstico e a construção foram os setores que ocuparam a maior parte da população rural em atividades não agrícolas, situação que se manteve praticamente inalterada até 1997, conforme assinalado na Tabela 3, a seguir. Embora a maior parte das taxas anuais de crescimento dos principais setores de atividades da PEA rural não agrícola do Rio Grande do Sul não sejam suficientemente significativas para se analisar seu desempenho no período, deve-se ressaltar que o índice de crescimento de 2,0% ao ano, que se atribui ao conjunto dos setores na década de 1990, é indício significativo e revelador da tendência positiva de seu desempenho.



⁶ Cabe observar que existe uma distinção entre os ramos e os setores de atividades, pois um mesmo setor pode englobar várias ocupações diferentes de um único ramo como é o caso, por exemplo, do ramo da prestação de serviços da Tabela 2, em anexo, que incorpora os setores do emprego doméstico, dos restaurantes, das alfaiatarias e da assistência técnica em veículos da Tabela 3.

Tabela 3. Rio Grande do Sul. Principais setores de atividades da população com domicílio rural ocupada em atividades não agrícolas, 1981-1997 (1000 pessoas)

SETORES	1981		1992		1997		Taxa de crescimento (% aa.)	
	(1000) (%)		(1000) (%)		(1000) (%)		1981 /92 ^a	1992 /97 ^a
Emprego doméstico	36,3	13,1	45,1	15,2	46,6	14,4	2,0	1,4
Construção	31,5	11,4	22,1	7,4	34,1	10,5	-3,2 *	6,2
Estab. ensino público	24,3	8,8	26,9	9,1	20,4	6,3	0,9	-6,9
Comércio alimentos	16,2	5,9	10,0	3,4	13,2	4,1	-4,3 *	9,7
Indústria alimentos	9,6	3,5	7,7	2,6	15,1	4,7	-2,0	12,2 ***
Indústria transformação	17,3	6,3	9,7	3,2	7,0	2,2	-5,2 ***	-10,5 *
Restaurantes	6,0	2,2	5,5	1,9	9,1	2,8	-0,7	12,4
Alfaiataria	10,4	3,8	8,8	3,0	6,2	1,9	-1,5	2,0
Administração municipal	2,5	0,9	8,2	2,8	8,0	2,5	11,4 ***	3,0
Comércio ambulante	2,2	0,8	4,3	1,5	2,7	0,8	14,7 ***	-4,1
Indústria de madeiras	6,9	2,5	5,6	1,9	3,8	1,2	-1,9	-1,6
Transporte de carga	7,8	2,8	5,0	1,7	4,0	1,2	-3,9	-1,5
Assist. técnica - veículos	4,7	1,7	3,6	1,2	9,0	2,8	-2,4	15,8 **
Subtotal	175,7	63,5	162,5	54,7	179,1	55,3	-0,4	2,0 **
PEA NÃO AGRÍCOLA	276,5	100	297,1	100	324,1	100	0,7	1,7

Fonte: Tabulações Especiais do Projeto Rurbano, NEA-IE/UNICAMP

a) teste t indica se a diferença entre os dois anos é significativa ou não.

b) estimativa do coeficiente de uma regressão log-linear contra o tempo.

Neste caso, o teste t indica a existência ou não de uma tendência nos dados.

*, **, *** significam respectivamente 20%, 10% e 5%.

Em relação a alguns setores específicos pode-se destacar o crescimento positivo do setor da indústria de alimentos (12,2%) e da assistência técnica em veículos (15,8%) com índices expressivos entre os

anos 1992 e 1997. Na década de 1980, o melhor desempenho fica por conta do setor da administração municipal (11,4%) que, provavelmente, refere-se ao grande número de municípios novos que foram criados no Rio Grande do Sul, particularmente no segundo quinquênio da década. Em 1987, foram criados 29 novos municípios, em 1988, 60 novas municipalidades surgiram e, em 1992 foram 94, totalizando 183 novos municípios em apenas cinco anos. O desempenho favorável verificado na indústria de alimentos (10,3%), entre 1992 e 1997, reflete um fenômeno que vem se generalizando no meio rural gaúcho que é o da agregação de valor ao produto agrícola *in natura*. Muitas vezes essas atividades ocorrem na propriedade ou em pequenas unidades comerciais, localizadas nas proximidades, onde os agricultores adquirem o produto agrícola e o acondicionam em embalagens para ser levado ao comércio atacadista e varejista. No Rio Grande do Sul, alguns produtos, como o moranguinho, o kiwi, a uva e a banana, tiveram incrementos significativos nos anos recentes e são exemplos deste processo de incremento de atividades não agrícolas no meio rural cujas ocupações geradas são captadas no universo dos setores da indústria e do comércio de alimentos.

Em relação aos objetivos mais específicos, perseguidos neste trabalho, sobre a relação das atividades não agrícolas com o turismo no meio rural, pode-se mencionar o comportamento de setores como os restaurantes que, em 1981, ocupavam 6 mil pessoas com domicílio rural e, em 1997, esse número passou para 9.100. Também podem ser mencionados os setores do comércio de alimentos que, entre 1992 e 1997, aumentou em 3.200 o número de ocupados, e do emprego doméstico, que nos 15 anos do período analisado aumentou em 10.300 postos de trabalho⁷. Em razão dos cortes regionais adotados pela PNAD, não é possível ter mais explicações sobre a relação destes setores com o turismo rural e tampouco em que sub-regiões este fenômeno é mais intenso, o que fica como recomendação para novos estudos.

■

7 Ainda que as taxas anuais de crescimento apuradas não tenham alcançado o índice satisfatório de significância estatística, de pelo menos 20%, conforme estipulado pela equipe do Rurbano. No entanto, isso não compromete a validade dos números absolutos, que são dados divulgados pelo IBGE.

Todavia, uma apreciação de conjunto permite identificar como traço geral o fato de que todos os setores listados na Tabela 3 são atividades que requerem pessoas de baixa qualificação profissional. Outra hipótese é de que essa disseminação de serviços e pequenas atividades de agregação de valor no meio rural também permitem estabelecer processos de diversificação produtiva e ampliação da divisão social do trabalho. Se assim for, é possível que em determinadas regiões a agricultura deixe de ser a única possibilidade de ocupação e emprego, pois as atividades não agrícolas passam a oferecer novas alternativas aos indivíduos que habitam no espaço rural. O que não significa afirmar que a agricultura deixará de ser importante. Ao contrário, isso pode estar indicando que uma nova divisão espacial do trabalho está em curso, que não mais se expressa na oposição conceitual tradicional entre rural e urbano, entendida como uma extensão dos antagonismos entre indústria e agricultura ou entre campo e cidade.

A hipótese da baixa qualificação da força de trabalho pode ser mais bem evidenciada com a apreciação das principais ocupações não agrícolas da população rural. Neste caso observa-se que, em geral, estas ocupações são compostas pelas atividades de serviços domésticos, dos balconistas, dos ajudantes e dos serventes, entre outros, conforme indicado na Tabela 4, a seguir. Esse fato revela que as pessoas residentes no espaço rural, mesmo sem acesso a formas de treinamento específico e/ou ampliação do nível de escolaridade, são dotadas de novas habilidades profissionais, o que vem contribuindo para alterar as formas usuais de ocupação da mão-de-obra. No Rio Grande do Sul, tanto na década de 1980 como nos anos mais recentes, verificou-se uma forte oscilação nas taxas anuais desses tipos de ocupação. Assim, como ilustração, a categoria dos professores primários passou de 6.800, em 1981 para 16.500 em 1992, observando uma taxa de crescimento anual de 8,4%, o que pode ser atribuído à formação das novas municipalidades, anteriormente mencionadas. No entanto, essas oscilações também se aplicam a outras profissões como, por exemplo, os forneiros em olaria e os ambulantes. Ambos registraram quedas acentuadas entre, 1992 e 1997, de 16,2% e 5,2% ao ano, respectivamente.

TABELA 4. Rio Grande do Sul. Principais ocupações não agrícolas da PEA com domicílio rural, 1981-1997 (1000 pessoas)

OCUPAÇÃO PRINCIPAL	1981		1992		1997		Taxa de crescimento (% aa.)	
	(1000)	(%)	(1000)	(%)	(1000)	(%)	1981 /92 ^a	1992 /97 ^a
Serviços domésticos	36,2	13,1	33,6	11,3	31,3	9,7	-0,7	0,8
Pedreiro	11,5	4,2	10,7	3,6	14,8	4,6	-0,7	4,2
Serviços conta própria	6,9	2,5	5,9	2,0	9,5	2,9	-1,5	11,1
Prof. primeiro grau inicial	6,8	2,5	16,5	5,6	10,3	3,2	8,4 ***	-10,4
Balconistas atendentes	9,8	3,5	12,7	4,3	12,5	3,8	2,4	1,9
Motorista	13,3	4,8	9,0	3,0	10,5	3,2	-3,5	7,1
Ajudante pedreiro	9,3	3,4	6,6	2,2	7,2	2,2	-3,0	-0,6
Servente faxineiro	4,6	1,7	6,4	2,2	7,7	2,4	3,1	-0,9
Ajudante diversos	8,3	3,0	9,9	3,3	13,3	4,1	1,5	2,2
Costureiro alfaiate	8,2	3,0	7,1	2,4	4,9	1,5	-1,3	4,6
Forneiro em olaria	7,6	2,8	9,1	3,1	3,6	1,1	1,6	-16,2 ***
Ambulante – outros	0,9	0,3	3,4	1,1	2,7	0,8	13,1 **	-5,2 ***
Diversos	4,6	1,7	9,6	3,2	6,1	1,9	6,9 *	-9,7
Subtotal	128,0	46,3	140,4	47,3	134,3	41,4	0,8	0,1
PEA não agrícola	276,5	100,0	297,1	100,0	324,1	100,0	0,7	1,7

Fonte: Tabulações Especiais do Projeto Urbano, NEA-IE/Unicamp, Janeiro 1999

a) teste t indica se a diferença entre os dois anos é significativa ou não;

b) estimativa do coeficiente de uma regressão log-linear contra o tempo.

Neste caso, o teste t indica a existência ou não de uma tendência nos dados.

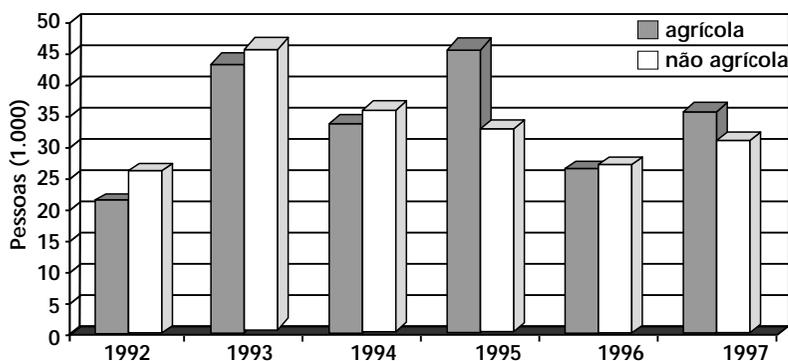
*, **, *** significam respectivamente 20%, 10% e 5%.

■ As pessoas com dupla atividade no meio rural gaúcho

Entre as diversas características da população rural que vêm sendo reveladas pela análise dos microdados das PNADs, no escopo do Projeto Rurbano, talvez a que mais tenha surpreendido seja o aparecimento da categoria dos 'duplo-ativos'. Trata-se de pessoas com domicílio rural que combinam o exercício de um 'trabalho principal', ou aquele considerado indispensável, com outras formas de ocupação ou de obtenção de renda. Em muitos casos as atividades secundárias podem não passar de 'bicos' ou trabalhos temporários e ocasionais, mas não é raro encontrar trabalhadores que, de fato, possuem duas ocupações.

O Gráfico 1 indica a evolução das pessoas com dupla atividade da PEA rural gaúcha ocupada que possuem como atividade principal um trabalho agrícola ou não agrícola. A primeira verificação é a de que o grupo de duplo ativos praticamente dobrou entre 1981 e 1992 em ambos os ramos de atividades, agrícola e não agrícola. A segunda é a de que esta evolução, com domicílio rural, que tem dupla atividade nos anos 80, ocorreu de forma equilibrada nas duas atividades, crescendo a uma taxa de 6,7% ao ano quando a atividade principal era agrícola, e 5,4% ao ano quando a atividade principal era não agrícola.

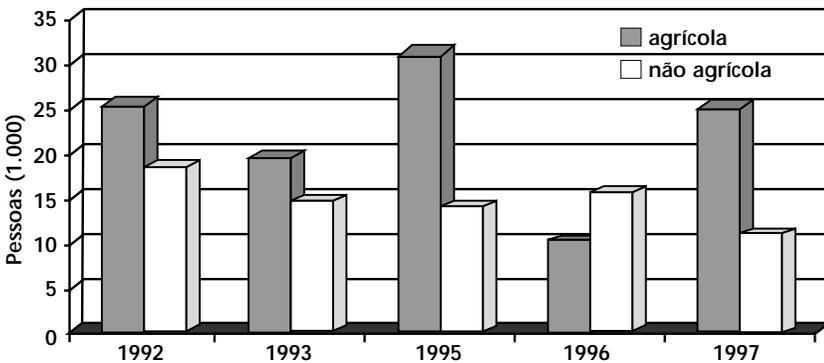
Gráfico 1. Rio Grande do Sul. Atividade principal das pessoas ocupadas com dupla atividade na PEA rural, 1981-1997.



Fonte: Projeto Rurbano. Tabulações especiais das PNADs

Para observar em maior detalhe a relação existente entre o trabalho principal das pessoas e as atividades secundárias, optou-se por separar estas últimas em agrícolas e não agrícolas, conforme indicado no Gráfico 2, a seguir. A dupla atividade de pessoas com domicílio rural e atividade principal na agricultura oscilou significativamente, ocorrendo o maior pico no ano de 1995. Embora as taxas de crescimento sejam pouco significativas, pode-se afirmar que as pessoas com dupla atividade no Rio Grande do Sul, que possuíam a agricultura como principal ocupação, reduziram no período entre 1992 e 1997.

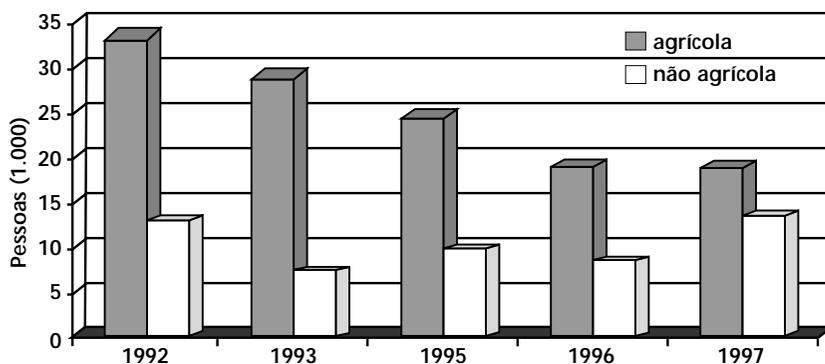
Gráfico 2. Rio Grande do Sul. Pessoas ocupadas com dupla atividade da PEA rural cujo trabalho principal é uma atividade agrícola, 1992-1997.



Fonte: Projeto Rurbano. Tabulações especiais das PNADs

Entre as pessoas que tinham como atividade principal um trabalho não agrícola verifica-se algo muito semelhante, pois entre 1992 e 1997 houve uma diminuição anual de 7,7% ao ano no número de pessoas duplo ativas nessa condição. Além disto, conforme indica o Gráfico 3, a seguir, a tendência de queda é muito mais acentuada entre aquelas pessoas cuja atividade secundária é uma atividade agrícola, que se reduziu em 11,4% ao ano entre 1992 e 1997. As pessoas ocupadas em tarefas não agrícolas que têm como segunda atividade um trabalho também não agrícola mantiveram-se estáveis nos anos 90, se comparado o ano de 1997 ao de 1992.

Gráfico 3. Rio Grande do Sul. Pessoas ocupadas com dupla atividade PEA rural cujo trabalho principal é uma atividade não agrícola, 1992-1997.



Fonte: Projeto Rurbano. Tabulações especiais das PNADs

Todavia, em relação às pessoas com dupla atividade, o dado que merece ser destacado é sua importância quantitativa no Rio Grande do Sul, em face aos demais estados da região Meridional do Brasil. Somente no ano de 1997, havia 516,2 mil pessoas no conjunto dos três estados do Sul (entre domiciliados em áreas urbanas e rurais) que possuíam algum tipo de dupla atividade, das quais 263 mil encontravam-se no Rio Grande do Sul. Tomando-se exclusivamente a PEA com domicílio rural do Rio Grande do Sul, que em 1997 era de 1,163 milhão de pessoas, o número total dos duplo ativos chegava a 67.500 pessoas (5,8%), o que é altamente relevante sob o ponto de vista do emprego e da ocupação.

- O turismo rural: uma alternativa de emprego no meio rural

As atividades agrícolas tradicionais já não respondem pela manutenção do nível de emprego no meio rural, como concluíram os pesquisadores de diversas entidades científicas, que compõem o grupo de pesquisa denominado 'Projeto Rurbano'. Esses estudiosos destacaram que, nas duas últimas décadas, o meio rural brasileiro vem registrando um aumento de atividades não agrícolas que até pouco

tempo eram consideradas marginais, devido à pequena importância na geração de renda. Essas atividades passaram a integrar verdadeiras cadeias produtivas, envolvendo agroindústrias, serviços, comunicações. Entre essas, pode-se destacar o turismo rural como uma atividade indutora do crescimento de ocupações não agrícolas no meio rural (GRAZIANO DA SILVA, 1997; BALSADI, 1997; Del GROSSI, 1997).

O turismo rural, conforme já destacaram Graziano da SILVA, VILARINHO e DALE (1998), constitui uma atividade que une a exploração econômica a outras funções como a valorização do ambiente rural e da cultura local que, não raras vezes, são alguns de seus atrativos principais. Em uma conceituação mais ampla, pode-se afirmar que o turismo rural consiste de atividades de lazer realizadas nesse ambiente. Esse conceito genérico pode englobar modalidades como turismo ecológico, de aventura, cultural, de negócios, destinado para jovens, social, de saúde e turismo esportivo (CAMPANHOLA, 1999; GRAZIANO DA SILVA, 1999).

Independente de qual definição seja a mais apropriada, o aspecto decisivo a ser considerado refere-se ao aproveitamento do ambiente propriamente rural. Deve-se destacar que, no período recente, a definição do que se entende por 'espaço rural' vem sofrendo alterações, não só pelo crescimento da importância das atividades não agrícolas, que minaram a identidade do rural com a atividade agrícola, mas também pela associação crescente do meio rural com a qualidade de vida. Além disso, o ambiente rural também vem incorporando aspectos relacionados ao lazer e ao ludismo que, em grande medida, estão contribuindo para redefinição de percepções simbólicas da população de extração urbana. Entre os fatores relacionados a essa transformação do meio rural estão: o aumento do tempo livre, devido às facilidades que o 'mundo moderno' proporcionou através de avanços tecnológicos em diversas áreas; a ampliação e melhoria das estradas e dos meios de comunicação (especialmente as facilidades proporcionadas pelas telecomunicações) que ligam os centros urbanos ao meio rural, reduzindo o tempo na locomoção entre esses espaços; a expansão das residências secundárias e dos sítios de lazer ou até mesmo a criação de condomínios fechados em áreas rurais, considerados uma opção de segurança, conforto e qualidade de vida; o estresse e o crescente custo de vida

urbano decorrentes do crescimento intenso e desordenado das cidades, fazendo com que a população busque ambientes mais 'saudáveis'; finalmente, para uma parcela específica da população (embora cada vez mais expressiva) a busca de um estilo de vida 'exótico', buscando o isolamento e a proximidade com a natureza.

Com relação às modalidades de turismo praticadas no meio rural, a literatura indica uma significativa variedade de definições, que se distinguem segundo os autores ou instituições. Segundo CAMPANHOLA, 1992 & GRAZIANO DA SILVA (1999), entre as modalidades de turismo rural mais salientes no meio rural brasileiro pode-se mencionar:

agroturismo: atividades internas à propriedade, que geram ocupações complementares às atividades agrícolas. Exemplos: fazenda hotel, pesque-pague, fazenda de caça, pousada, restaurante típico, vendas diretas do produtor, artesanato, industrialização caseira e outras atividades de lazer ligadas à vida cotidiana dos moradores do campo;

ecoturismo: atividade realizada em áreas naturais que se encontram preservadas, com o objetivo específico de estudar, admirar e desfrutar a flora e a fauna, assim como qualquer manifestação cultural (passada ou presente) que ocorra nessas áreas (LASCURAIN apud CAMPANHOLA, 1999 & GRAZIANO DA SILVA, 1999).

Neste trabalho, pretende-se enfatizar duas características principais. A primeira diz respeito ao potencial econômico gerado pelo turismo rural que não necessariamente exige que a região tenha atrativos naturais extraordinários. No entanto, requer aspectos culturais bem desenvolvidos, o que implica oferecer ao visitante uma arquitetura apreciável, uma gastronomia característica e que a população conserve seus hábitos e costumes, tornando a região rica e atraente como um todo. A segunda característica está relacionada à facilidade de criar postos de emprego devido à diversidade de atividades ligadas ao turismo rural. Muitas dessas atividades tinham outras funções dentro da propriedade agrícola, mas com o turismo rural passam a despertar interesse e são colocadas à disposição para o comércio. En-

tre os exemplos de atividades que podem ser geradoras de renda para as propriedades rurais está a industrialização de alimentos caseiros (pães, bolos,ucas, roscas, queijos, embutidos, conservas, geleias, doces, mel), os restaurantes de comidas típicas, o artesanato, os passeios (de carroça ou a cavalo), as trilhas para caminhadas ecológicas (CAMPANHOLA, 1999 & GRAZIANO DA SILVA, 1999).

Essa gama variada de produtos e serviços deve-se ao fato de que o consumo turístico, devido a sua heterogeneidade, é dirigido para vários segmentos de consumidores simultaneamente, diversificando seus efeitos diretos sobre outros ramos da economia local. O potencial da demanda turística, junto com seu efeito multiplicador, faz com que o turismo torne-se uma atividade que merece ser mais bem explorada no Brasil. Segundo LAGE (2000) & MILONE (2000), a geração de emprego pode não ser o objetivo de todo o desenvolvimento turístico, mas seguramente é um dos principais resultados, visto que o turismo, como uma atividade que envolve serviços, tem uma importante capacidade de gerar novos postos de trabalho e ocupações.

Na opinião desses autores, os empregos resultantes do desenvolvimento turístico podem ser divididos em três categorias:

1. empregos diretamente relacionados com a direção e o funcionamento da indústria turística;
2. empregos resultantes do desenvolvimento da indústria turística, como transportes, agricultura, bancos;
3. empregos indiretos criados pelo turismo, que surgem derivados do montante de recursos obtidos pelas atividades produtivas dos residentes locais.

Parte expressiva dos empregos diretos gerados pelo turismo normalmente exige mão-de-obra pouco qualificada, o que quase sempre também representa baixa remuneração. Por essa razão, torna-se uma atividade com potencial para ser explorada nas áreas rurais, uma vez que a população rural, em geral, é pouco qualificada e muitas vezes receptiva a estes baixos níveis de ganho monetário. Esse fato ressalta um ponto positivo dessa atividade que é a absorção, principalmente, da mão-de-obra mais jovem residente no meio rural, podendo, inclusive, reduzir ou retardar a saída dos jovens para a

cidade. Contudo, há outros aspectos da ocupação da força de trabalho que são afetados pelo turismo no meio rural. De um lado, o turismo pode estimular a produção de produtos alimentícios para os turistas ou para o comércio local. Por outro lado, a agricultura, em vez de ser estimulada e alavancada pelo turismo, pode acabar substituída por outras atividades mais rentáveis, perdendo a competição em termos de trabalho e terra, especialmente em regiões geográficas desfavoráveis. É desejável que as atividades relacionadas ao turismo rural sejam complementares à atividade agrícola da propriedade. Tendo em vista a sazonalidade da atividade agrícola, e dependendo da estação do ano, o fluxo de turistas pode sofrer variações devido às características climáticas de cada região. Dessa forma, há a necessidade de administrar as duas atividades, prevenindo a frustração de expectativas que não possam ser alcançadas com o turismo rural.

Além disso, segundo RUSCHMANN (2000, p. 72), a atividade turística no meio rural deve ter ainda como objetivo a sustentabilidade, que na opinião da autora implica saber administrar os ambientes, os recursos e as comunidades receptoras, a fim de atender às necessidades econômicas e sociais, preservando a integridade cultural, ecológica e ambiental, para que possam ser desfrutadas pelas gerações futuras. A autora salienta ainda que para a atividade turística ser sustentável depende da preservação do meio ambiente natural, da integração da cultura e dos espaços sociais da comunidade com o turismo, sem causar transformação nos hábitos e tradições característicos da região. Deve também proporcionar a distribuição equitativa dos benefícios da atividade entre a comunidade e os visitantes, gerando o aumento do nível de bem-estar para ambos.

Tendo em vista o caráter sustentável, o turismo rural familiar (organizado e qualificado), que valoriza o meio ambiente e a cultura local, torna-se uma opção para o desenvolvimento rural, contemplando os setores econômicos capazes de criar atividades comerciais alternativas, com o objetivo de proporcionar a manutenção da população nos seus locais de origem. Assim, o turismo rural apresenta a possibilidade de gerar empregos num curto espaço de tempo e a um custo razoavelmente baixo, se comparado aos demais setores econômicos, especialmente os de extração urbana (GRAZIANO DA SILVA, 1998; VILARINHO, 1998; DALE, 1998).

- O turismo rural como alternativa de desenvolvimento local

Como em toda atividade, o turismo no meio rural também possui aspectos positivos e negativos. Ele proporciona benefícios, mas também pode causar conseqüências que trazem problemas para a população local. O turismo rural propicia a valorização do ambiente onde é explorado por sua capacidade de destacar a cultura e a diversidade natural de uma região, proporcionando a conservação e manutenção do patrimônio histórico, cultural e natural. Pode contribuir, nesse sentido, para reorganização social e econômica local, uma vez que oferece benefícios diretos à população local que participa direta ou indiretamente das atividades relacionadas com o turismo. Outra potencialidade inerente é a criação de mercado de consumo local para os produtos de origem agrícola, oferecendo uma alternativa para complementar a renda das famílias rurais. Esse mercado pode ser explorado através de produtos característicos da região e com qualidades diferenciadas em relação aos encontrados no comércio varejista tradicional. Um exemplo já bem sucedido em várias iniciativas é a venda de produtos sem agrotóxicos, que enfatizam as qualidades protéicas do consumo de alimentos naturais. Além disso, esse tipo de produção, por requerer maiores tratamentos culturais e ocupar mais tempo de trabalho do agricultor, em geral, acaba constituindo-se em um 'nicho' cuja viabilidade ocorre em larga medida, embora não exclusivamente, em função dos preços mais altos pagos por consumidores de maior poder aquisitivo. Em um contexto onde se desenvolvem ações relacionadas ao turismo rural, pode ocorrer uma aproximação quase direta entre o consumidor desses alimentos e o agricultor, o que favorece a ambos em termos dos preços praticados, que podem alcançar patamares mais razoáveis porque eliminam a fase de circulação das mercadorias.

A comunidade local, em geral, também é beneficiada pelas iniciativas de expansão e consolidação do turismo no meio rural, através da realização de obras de melhoria da infra-estrutura e pela criação ou aperfeiçoamento dos serviços oferecidos como o saneamento básico, a pavimentação de estradas, o acesso às telecomunicações, a recuperação de áreas degradadas, a conservação de parques e reser-

vas florestais. (Graziano da SILVA, VILARINHO, DALE, 1998; CAMPANHOLA e Graziano da SILVA, 1999).

Tanto a criação de mercado para os produtos agrícolas como a valorização das características naturais e culturais e a melhoria da infra-estrutura para receber os turistas ampliam o mercado local para absorção de mão-de-obra, que pode ocorrer tanto em atividades internas às propriedades rurais como externas. Nesse sentido, alguns autores salientam que se a atividade turística não for planejada e fiscalizada pela população e pelo poder público local, ela pode acarretar impactos indesejados sobre o meio ambiente, sobre a economia e sobre a sociedade local⁸. Segundo CAMPANHOLA, (1999) & GRAZIANO DA SILVA (1999), o aumento no fluxo de turistas em uma região que não está devidamente preparada para recebê-los pode causar danos ao meio ambiente como, por exemplo, no caso de uma pequena comunidade que não tenha rede de esgotos compatível com a população usuária (tanto a residente como os visitantes). Nesse caso, ocorre um aumento da poluição das águas pelo lançamento de dejetos nos rios que, em curto prazo, pode provocar a redução das visitas de turistas em razão da degradação e da perda de atratividade.

Em relação à comunidade local o turismo rural, se não planejado e ordenado, pode acarretar diversos tipos de danos e impactos. Em primeiro lugar, pode ocasionar a descaracterização da cultura local devido à modificação dos padrões de sociabilidade tradicionais decorrente da intensificação das relações mercantis e, sobretudo, pela ampliação dos horizontes sócio-culturais dos mais jovens que, em muitos casos, acabam recusando-se a seguir as práticas culturais paternas como o folclore, a língua. Em segundo lugar, a comunidade local é afetada pelo aumento do tráfego de pessoas e pela ampliação da mobilidade populacional, o que nem sempre pode ser do agrado de todos. Em terceiro, é notório que o turismo rural é seletivo em relação às áreas onde ocorre sua expansão. Assim, enquanto

■

8 Neste caso, este tipo de impacto é mais freqüente em situações onde ocorre a instalação de empreendimentos estranhos ao local de origem. Seria o caso, por exemplo, de parques temáticos de diversão, da exploração de recursos naturais como quedas d'água, represas e lagos formados pela intervenção humana (tipo usinas hidroelétricas) entre outros.

em algumas localidades essa atividade pode dinamizar a economia, em outras pode conduzir à depressão e à crise, acentuando os desequilíbrios regionais que acabam contrariando o sentido da iniciativa. Uma quarta característica que pode surgir é o aumento da violência e do uso de drogas, típico de situações sociais de intensificação das relações humanas. Uma última consequência que pode ocorrer é o aumento do custo de vida das populações que residem de forma permanente no local, especialmente os preços das atividades de prestação de serviços e do acesso à moradia. Esses potenciais problemas podem causar fortes impactos sobre o ambiente local, embora possam ser contornados pela população e pelo poder público através de intervenções conscientes e planejadas, devendo, portanto, ser recolhidas nesse trabalho como indicação de cautela e não de desestímulo.

Uma outra consequência da expansão do turismo rural em regiões com predomínio de pequenos produtores diz respeito à valorização das terras. Em momentos de expansão, muitos agricultores aproveitam a alta dos preços fundiários para venderem suas propriedades e migrar para trabalhar nas cidades. Entretanto, em função da seletividade do mercado de trabalho urbano, em poucos anos esses mesmos retirantes são forçados a voltar para o local de origem, mas não mais na condição de proprietários. Em um estudo sobre esta situação, TEIXEIRA (1998) constatou que na década de 1980, em Friburgo (Rio de Janeiro), muitos desses ex-proprietários regressaram às suas terras para se empregar nas chácaras de recreio ou sítios de lazer, em que foram transformadas as propriedades, na condição de caseiros, auxiliares, vigilantes, pedreiros.

Cabe ainda um último comentário sobre as possibilidades e efeitos do turismo rural em situações em que a população local beneficia-se muito pouco de sua introdução. Neste caso, trata-se das iniciativas que visam a desenvolver o turismo em áreas rurais, mas sem valorizar devidamente esse ambiente. Há casos em que localidades foram transformadas e adequadas a interesses econômicos privados, em geral por agentes externos, que vêem o espaço rural e sua população como coadjuvantes desse processo. Esse tipo de iniciativa, com pouco ou nenhum benefício para a população rural, é típico de atividades turísticas que exploram certos patrimônios naturais como par-

ques florestais, águas termais, e outros⁹. Neste caso, muitas vezes os turistas se dirigem para um local específico de lazer, que normalmente é de curta duração (às vezes apenas um dia), não havendo interesse em usufruir ou patrocinar outras opções ou mesmo interagir com a comunidade local.

Entre as categorias sociais que freqüentemente são as mais atingidas pelas influências negativas que o turismo rural pode trazer, está o dos pequenos produtores rurais. No geral, devido a problemas de escala e acesso a recursos para reconversão ou integração, muitos agricultores familiares acabam encontrando dificuldades para participar do negócio turístico. É sabido que toda atividade comercial necessita, no início, de um investimento para poder participar do mercado criado pelo turismo. Mas os pequenos agricultores enfrentam obstáculos no acesso a programas de financiamento devido à falta de garantias para a tomada de crédito. Outro fator limitador tem sido a incapacidade de vislumbrar a criação ou adequação de uma atividade ao turismo devido a sua arraigada tradição de agricultor 'em tempo integral'. Além disso, a passagem muito rápida de uma atividade a outra também pode se tornar prejudicial, pois há casos em que os ingressantes na atividade turística abandonaram por completo a agricultura, o que implicou o aumento da dependência externa e o custo de vida familiar sem mencionar a possibilidade de comprometer o abastecimento local de produtos agropecuários.

- O projeto 'Rota Colonial de Dois Irmãos: uma experiência de turismo rural na encosta da Serra Gaúcha'

Dois Irmãos integra a zona de colonização alemã, de origem europeia, do Rio Grande do Sul. O município abrange uma área de 66,8 Km² e a população total, conforme os dados do censo de 1996, é de 18.477 habitantes, sendo que a maior parte dessa população vive na



9 Embora também existam vários exemplos positivos e elogiáveis em relação a iniciativas desse tipo. Sobre os efeitos negativos e os impactos ambientais de iniciativas deste turismo 'predatório' consultar o excelente artigo de VALAYER (1997).

área urbana e, aproximadamente, 2% vivem na zona rural (ARANDT, 1999). Nos arredores do núcleo urbano, encontram-se propriedades rurais familiares de pequeno tamanho (82,7% dos estabelecimentos rurais têm menos de 20 hectares), desenvolvendo a oleicultura, com o uso do arado de tração animal e também a mecanização, produzindo principalmente aipim, verduras e legumes, milho, batata e cebola, associados à criação de suínos, gado leiteiro e gado bovino, apesar de pequeno número de animais por propriedade. Outra atividade agrícola de destaque no município é o cultivo da acácia-negra (acacicultura), que atingiu seu ápice nas décadas de 1970 e 1980 em virtude da demanda pela casca dessa árvore para produção de tanino (tanante, produto químico extraído da casca), utilizado no curtimento do couro para a indústria coureiro-calçadista. Com a crise desse setor, na primeira metade da década de 1990 a demanda por acácia-negra diminuiu¹⁰. Atualmente, a acácia-negra ainda constitui um produto agrícola de importância para a região, pois além de sua casca ser utilizada para extração de tanino, a madeira é aproveitada como fonte de energia na secagem do couro nos curtumes ou em olarias, panificadoras, na produção de carvão vegetal e, mais recentemente, na produção de celulose (SCHNEIDER, 1999a). Apesar de uma relativa diversificação, o ramo industrial de maior destaque é o coureiro-calçadista. Mas não menos importantes são as empresas prestadoras de serviços, bem como aquelas ligadas à gastronomia.

Nos últimos anos, as autoridades locais passaram a conferir importância ao desenvolvimento do turismo com a integração de Dois Irmãos à Rota Romântica¹¹. Partindo desse projeto, criou-se a Rota Colonial 'Baumschneiss'¹², iniciando-se a partir de então o turismo

10 A valorização do real em relação ao dólar, no plano Real (1994), deflagrou uma crise no setor calçadista devido ao aumento do preço do calçado brasileiro em relação aos concorrentes, reduzindo drasticamente o volume exportado dos calçados produzidos no Vale dos Sinos – RS.

11 A Rota Romântica é um roteiro turístico integrado por 13 municípios (São Leopoldo, Novo Hamburgo, Estância Velha, Dois Irmãos, Ivoti, Morro Reuter, Santa Maria do Herval, Picada Café, Presidente Lucena, Nova Petrópolis, Gramado, Canela e São Francisco de Paula), com 273 Km de extensão, de São Leopoldo a São Francisco de Paula.

12 Tradução: "Linha ou Picada do Baum". Este nome está relacionado com o primeiro morador da "Linha de Dois Irmãos", que se instalou na região por volta de 1825, ou seja, antes da chegada do primeiro grupo de colonos alemães na localidade (1829).

rural no município. A Prefeitura de Dois Irmãos procura no turismo rural uma forma de se integrar na economia da região serrana gaúcha. Além disso, o turismo rural constitui uma maneira de aproveitar os recursos disponíveis na localidade, especialmente aqueles que resgatam a identidade com a colonização alemã. Também pode-se mencionar a tentativa de patrocinar uma alternativa aos agricultores familiares da cidade, especialmente aos mais jovens, que praticamente haviam abandonado a agricultura e estavam trabalhando nas indústrias de calçados. A partir da política cambial adotada em 1994 (com a valorização da moeda nacional em relação ao dólar), houve redução do volume de calçados vendidos para o exterior e um aumento do desemprego na região, o que também atingiu o meio rural.

O município está numa localização privilegiada, pois se encontra a menos de 60 Km de distância da capital do Estado (Região Metropolitana) e na rota que liga Porto Alegre à Serra Gaúcha. Essa localização, segundo LABAT (1994) & PEREZ (1994), é um aspecto positivo porque o turismo rural só gera atividades que permitem o desenvolvimento econômico quando se localiza em núcleos próximos às cidades, como no caso Porto Alegre e Novo Hamburgo e as demais cidades que compõem a região metropolitana. Esse aspecto foi comprovado por uma pesquisa realizada no município de Dois Irmãos, onde foram entrevistados turistas que visitavam a cidade¹³. Nessa pesquisa constatou-se que 39,20% dos entrevistados residiam em Porto Alegre ou Novo Hamburgo, 79,60% eram oriundos da região metropolitana, e os 17,40% restantes eram de outras localidades do interior do Estado.

Neste contexto, o turismo rural surge no município como uma possibilidade de criar novos postos de emprego para absorver a mão-de-obra dispensada das indústrias de calçados e promover a permanência da população jovem na área rural, além da necessidade de aproveitar as características ambientais, culturais e sociais. Assim, a opção seguida pelas lideranças políticas locais foi a de desenvolver um projeto de 'turismo sustentável no meio rural', que consta no Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico da 'Rota Colonial Baumschneiss', de 1999.

■
13 Pesquisa do perfil do turista de Dois Irmãos realizada em 1999.

▪ A 'Rota Colonial Baumschneiss'

Com potencial turístico apreciável, Dois Irmãos, conhecido como a capital do 'Café Colonial', buscou desenvolver o turismo no meio rural em propriedades de agricultura familiar, visando à complementaridade com a atividade agrícola. Embora o projeto fosse liderado pela Prefeitura com a colaboração do Sindicato dos Trabalhadores Rurais e da Emater local, logo se constituiu um grupo de coordenação e execução das atividades ligadas ao turismo rural que recebeu o nome de Associação da Rota Colonial. Ela é composta pelos agricultores que desenvolvem alguma atividade ligada ao turismo no meio rural em suas propriedades situadas na localidade Travessão 'Rübenich'. A participação dessas instituições vem ao encontro das afirmações e sugestões de autores como TULIK (1997), que defendem a participação e engajamento da comunidade local nas iniciativas. A idéia é que a população rural colabore ativamente na organização e na administração de programas de desenvolvimento turístico para que os benefícios econômicos possam ser atribuídos e compartilhados coletivamente.

Originalmente, o Projeto 'Rota Colonial' iniciou-se no escopo do Programa Turismo Com Qualidade, desenvolvido pelo Sebrae/RS, e financiado pela Prefeitura e pelo Sindicato dos Trabalhadores Rurais. Durante o desenvolvimento desse programa, os moradores do Travessão "Rübenich" vislumbraram a possibilidade de instalar nessa localidade, que no passado foi o principal caminho de chegada dos imigrantes alemães, vários tipos de atrações turísticas como pousadas, pesque-pague, passeios a cavalo, passeios de carroça e de *jeep*, artesanato colonial, cervejaria caseira, entre outros. O principal objetivo do projeto Rota Colonial é desenvolver junto à comunidade do bairro Travessão 'Rübenich' o turismo rural sustentável ressaltando as características ambientais, culturais e sociais, patrocinando sua preservação e, sobretudo, criando perspectivas econômicas para a população jovem residente na localidade¹⁴. Como salienta

■

14 Além deste objetivo geral, existem outros (específicos) a serem alcançados, a saber: a) motivar e sensibilizar a comunidade para a importância do turismo, não só como uma atividade econômica, mas também como uma forma de preservação do patrimônio natural e cultural da região; b) reconhecer as características sociais, culturais e econômicas da comunidade local; c) diagnosticar as dificuldades para implantar a atividade turística; entre outros.

GREFFE, essas iniciativas “... geram empregos para a mão-de-obra local fazendo reverter, em certos casos, o processo do êxodo rural de jovens, que não precisam mais migrar para as grandes cidades em busca de emprego” (apud RUSCHMANN, 1998, p. 50).

Para a elaboração, definição e implantação da Rota Colonial e das atividades relacionadas ao turismo rural foi necessária a execução de uma série de atividades que preparassem a comunidade e os agricultores para iniciar a exploração do turismo. Essas iniciativas foram vencidas paulatinamente e de modo sucessivo, cabendo citar:

1. reconhecimento dos locais com potencial turístico;
2. levantamento das condições sanitárias dos estabelecimentos comerciais;
3. formação e treinamento dos moradores para receber os turistas¹⁵.
4. elaboração de um plano de marketing e de comercialização da Rota Colonial ‘Baumschneiss’;
5. avaliação das etapas anteriores procurando identificar possíveis complicadores para o desenvolvimento sustentável do projeto.

Para uma melhor avaliação e administração desse projeto foi estipulado um período de adaptação dos agricultores e agentes à nova realidade do turismo rural para, posteriormente, promover a inauguração formal e definitiva. Essa primeira fase compreende o período entre setembro de 1999 a março de 2000 e seu funcionamento ocorreu de forma provisória, tendo em vista o caráter experimental. A segunda fase, e definitiva, iniciou em março de 2000, já com todos atrativos à disposição dos turistas.

Esse procedimento, de dividir em fases a implementação de um projeto de desenvolvimento do turismo rural, é recomendado por vários autores não apenas como uma forma eficaz de planejamento

■

15 Nessa etapa foi ministrado o curso “Condutor da Rota Colonial” com 51 horas/aula, com as seguintes disciplinas: 1) a importância do meio ambiente; 2) saneamento básico; 3) manejo e conservação de solos e águas; 4) saúde e higiene; 5) primeiros-socorros; 6) prevenção de incêndios e acidentes; 7) relações humanas; 8) noções da história local; 9) fundamentos do turismo; 10) marketing e planejamento; 11) formação de preço; 12) qualidade no atendimento e; 13) etiqueta e boas maneiras.

e implementação, mas que também favorece seu acompanhamento e permite controlar sua evolução (RUSCHMANN, 2000, p. 74).

▪ Alguns resultados preliminares do Projeto Rota Colonial

Com a implementação da Rota Colonial surgiram, inicialmente, quinze novos estabelecimentos comerciais. Interessante notar que estes estabelecimentos eram essencialmente propriedades familiares do meio rural Dois Irmãos que vendiam ou comercializavam apenas pequenas quantidades de produtos agrícolas. Com a Rota Colonial, mesmo em sua fase experimental, estas propriedades passaram a oferecer outro tipo de produtos e serviços e a se relacionar de modo distinto com os visitantes, que passaram a ser tratados como turistas. Segundo o projeto original, estima-se que deverão ser criados 63 empregos diretos e 126 indiretos, estes constituídos de fornecedores de produtos agrícolas como massas, leite e outros.

A seguir é apresentada uma lista dos empreendimentos comerciais e suas características que já estão funcionando em regime experimental e dos quais espera-se uma contribuição expressiva ao impulso do desenvolvimento do turismo rural sustentável no meio rural da cidade de Dois Irmãos¹⁶:

- a) Casa 'Dienstmann' – funcionará como centro de interpretação da Rota Colonial, cafeteria, além de ser um atrativo arquitetônico;
- b) Moinho 'Collet' – terá como atrativos, além de sua arquitetura, a exposição de fotografias, documentos, além da demonstração do funcionamento do moinho. Como atividade comercial haverá a venda de camisetas, potes de farinha e farinheiras;
- c) Propriedade rural 'Stoffel' – o turista fará passeios a pé, conhecendo as instalações de uma típica propriedade rural, além dis-

16 Além desses empreendimentos que de um modo ou outro irão comercializar produtos e serviços, a Rota Colonial prevê ainda quatro atrativos que são destinados à visitação dos turistas, são eles: a Ponte de Pedra, cuja construção data de 1855 e possui grande valor histórico e arquitetônico; o Cemitério Evangélico, também construído no século passado, em 1854, onde estão sepultados alguns imigrantes oriundos da Alemanha; o Museu Histórico Municipal, onde se encontra o acervo da colonização alemã em Dois Irmãos e; a Igreja da Matriz São Miguel, também construída no século passado.

- so, poderá entrar em contato com animais ou até mesmo participar de algumas atividades diárias da vida de um agricultor. Essa propriedade se destinará à comercialização de produtos coloniais, como: verduras, frutas, doces e embutidos;
- d) Armazém ‘Scholles’ – com sua arquitetura típica da colonização alemã, esse estabelecimento terá em exposição fotos antigas. Também poderão visitar a sala da barbearia, que ainda encontra-se em funcionamento, além da degustação de bebidas típicas da região;
 - e) Casa da Carreta – como atrativos, esse empreendimento contará com uma exposição de fotos antigas e textos sobre a história da família. Haverá a demonstração do fabrico de rodas de carreta e a comercialização de artigos de madeira, brinquedos rústicos e rodas de carreta para jardim e luminária;
 - f) Camping 7 Amigos – terá como atrativos passeios de charrete e cavalo, pesque-pague e camping. Além dessas atividades haverá um local destinado a venda de lanches aos turistas;
 - g) Casa do Artesão – destina-se à venda de artesanato e a exposição de fotos de época;
 - h) Casa das Cestas de Café da Colônia – além da arquitetura típica da região, outro atrativo será a comercialização de cestas de café colonial, com produtos típicos da gastronomia alemã;
 - i) Salão ‘Jacob Feiten’ – serão servidos e comercializados no local, produtos exclusivamente da colônia;
 - j) Casa ‘Rübenich’ – terá como principal atrativo o autêntico café colonial de Dois Irmãos;
 - k) Colha e Pague – o visitante poderá colher hortigranjeiros e passear de *jeep* na propriedade. Ainda comercializará verduras sem agrotóxicos, melado, açúcar mascavo e mel;
 - l) Convento Doce – atividades relacionadas ao público infantil, com cenários próprios de histórias infantis inspirados na ‘Geneveva de Brabante’ (conto infantil alemão);
 - m) Mundo dos Ovos – comercialização de ovos da colônia colhidos pelos próprios turistas e venda de pães, cucas, e bolos;

- n) Atelier de Arte – os turistas poderão adquirir telas e produtos artesanais decorados com motivos da colônia;
- o) Passeio de Carroção – onde o turista visitará o morro Dois Irmãos em carretas com rodas de chapa. Durante o percurso o condutor contará a história da colonização do município.

Quanto ao funcionamento, o roteiro desenvolve-se num trajeto de 7 Km, que se inicia no centro da cidade de Dois Irmãos com a recepção feita por guias de turismo locais e por uma banda de música alemã. O itinerário da Rota Colonial é percorrido de ônibus (tipo jardineira), atualmente já operando nos finais de semana, que leva os turistas a todas as propriedades e empreendimentos acima relacionados, garantindo assim o fluxo de turistas às propriedades. Esse roteiro dirigido facilita a administração das visitas aos agricultores que podem se organizar para conciliar as atividades agrícolas com as de recepção dos turistas. Este esquema não permite a discriminação e a concorrência entre as propriedades, além de propiciar a regularidade na frequência de visitantes a todas as propriedades.

Como se pôde observar, o turismo rural desenvolvido no município de Dois Irmãos, ainda em sua fase introdutória, está diretamente relacionado com a agricultura familiar, permitindo a complementaridade entre as duas atividades. Até porque os principais atrativos da Rota Colonial são as propriedades familiares rurais que oferecem atrativos naturais, culturais e produtivos aos seus visitantes.

Os dados apresentados na primeira parte deste trabalho contribuem para romper com a idéia de que o espaço rural se resume ao conjunto de atividades ligadas à agricultura e à pecuária. Amparando-se nos dados da PNAD, concluiu-se que as atividades não agrícolas que mais cresceram, no período analisado, no espaço rural gaúcho são aquelas associadas ao setor de serviços. Em relação a setores específicos pode-se destacar o crescimento positivo do setor da indústria de alimentos (12,2% entre 1992-97).

Tanto o setor de serviços como o da indústria de alimentos estão relacionados com o turismo rural. O setor de serviços é o que mais se beneficia da atividade turística, pois as ocupações mais comuns são os serviços domésticos, balconistas, ajudantes e serventes. Com relação à indústria de alimentos, um fato interessante é a disseminação no meio

rural da agregação de valor ao produto agrícola *in natura*, através de pequenas indústrias 'caseiras' que se localizam, na sua maioria, em regiões onde há a exploração das atividades turísticas. O que mostra a importância dessa atividade para garantir emprego e renda e promover a permanência da população no meio rural.

A atividade turística no meio rural que se desenvolva harmoniosamente com a agricultura e, em regiões que apresentem características compatíveis às necessárias ao desenvolvimento desta atividade, pode alavancar a economia local gerando aumento na oferta de emprego e conseqüentemente elevando o nível de vida da população atingida. O turismo rural sendo planejado, organizado e administrado, com coerência e responsabilidade, tem condições de ser um instrumento valioso para promover o desenvolvimento de regiões que estão às margens do crescimento econômico.

O turismo rural pode ter a função de indutor de desenvolvimento e de preservação, pois tem o papel de conservar, manter e valorizar o patrimônio histórico, cultural e natural da região onde está sendo explorado. Também proporciona benefícios à população local, com melhorias na infra-estrutura e nos serviços oferecidos, além de criar mercado para os produtos agrícolas. Em contrapartida, ele pode trazer transtornos à comunidade através da influência dos turistas, como por exemplo, os impactos sobre o meio ambiente, o aumento do custo de vida e descaracterização de determinados traços culturais da sociedade local.

A introdução do turismo na área rural em Dois Irmãos apresenta grande potencial para a valorização e o fortalecimento da agricultura familiar, indicando ser capaz de, mesmo em caráter preliminar, mobilizar a comunidade local para incrementar e criar novas atividades no espaço rural. O turismo rural apresenta condições favoráveis para combater o êxodo rural, pois revitaliza o ambiente, valorizando o trabalho do homem do campo através da agregação de valor aos produtos agrícolas. Além disso, 're-semantiza' o significado da cultura local e fortalece o associativismo entre os indivíduos envolvidos no programa de desenvolvimento do turismo rural patrocinado e dirigido pela Associação da Rota Colonial. Mais do que isso, no caso concreto apreciado, parece ser uma atividade com potencial de complementar as rendas agrícolas e não agrícolas, apon-

tando na direção da ampliação da pluriatividade das unidades familiares rurais.

A proposta de turismo rural em desenvolvimento na cidade de Dois Irmãos apresenta as condições de organização e planejamento recomendadas na bibliografia analisada neste trabalho. A implementação da Rota Colonial buscou garantir um suporte técnico aos novos estabelecimentos gerados, mostrando-se consciente da necessidade de desenvolver um programa de turismo fundado na participação efetiva dos atores sociais envolvidos. Também houve o cuidado em preparar os agricultores, receptores diretos dos visitantes, e a comunidade local para desenvolver o turismo. Este planejamento baseou-se em pesquisa de diagnóstico do perfil dos turistas que visitam a cidade de Dois Irmãos, na realização de estudos prévios para identificar os locais com potencial turístico e, finalmente, a preparação da população e agentes com cursos para qualificação e aprimoramento das pessoas envolvidas diretamente na atividade turística.

O turismo rural sustentável é uma atividade complexa que sugere a integração do homem com o ambiente natural. Esta prática exige como requisitos à capacitação e qualificação da mão-de-obra, melhorias na infra-estrutura, programas de divulgação e conscientização, legislação adequada, conhecimento científico, entre outros. Estas demandas também impõem a necessidade de aprofundar os estudos relativos ao turismo rural no Brasil, uma vez que o país conta com um potencial apreciável neste setor que, se for bem aproveitado, poderá promover várias formas de desenvolvimento. Uma destas, que parece estar entre as mais apropriadas, é a complementaridade entre o turismo rural e as atividades agrícolas e não agrícolas, analisada neste trabalho, que podem estimular a pluriatividade e incrementar os níveis de qualidade de vida para população rural. Há, contudo, a necessidade de envidar maiores esforços de pesquisa para conhecer melhor estas potencialidades, seus desafios e os possíveis impactos do turismo para que ele se torne uma opção viável de desenvolvimento para as áreas rurais.

▪ Bibliografia

- ALMEIDA, J. A., RIEDL, M., FROEHLICH, J. M., (orgs.). *Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável*. Santa Maria (RS): Centro Gráfico, 1998. p. 11-47.
- ANJOS, F. S. *Agricultura familiar em transformação: os colonos-operários de Massaranduba (SC)*. Pelotas: UFPEL, 1995.
- ARANDT, C. M. *História da Colonização de Dois Irmãos*. Dois Irmãos (RS). 1999: [s.n.], 1999. p. 56.
- BENETTI, M. D. Rio Grande do Sul: subsídios para a formulação de uma política para o desenvolvimento sustentável da agricultura estadual. In: AS CONTAS regionais & o desempenho da economia gaúcha em 1998. *Indicadores Econômicos FEE*. Porto Alegre, FEE, v. 26, n.4, 1999. p. 188-195.
- CAMPANHOLA, C., GRAZIANO DA SILVA, J.. Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor. In: I^o Congresso Brasileiro de Turismo Rural. *Anais...* Piracicaba (SP): FEALQ, 1999. p. 9-42.
- CARNEIRO, M. J. *Camponeses, agricultores e pluriatividade*. Rio de Janeiro: Contracapa, 1998.
- CARNEIRO, M. J. T. Política de desenvolvimento e o “novo rural”. In: SEMINÁRIO “O NOVO RURAL BRASILEIRO”, 1999. Campinas: [s.n.], 1999.
- . Ruralidade: novas identidades em construção. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 23. *Anais...* Natal: Sober, 1997, p.147-185.
- DEL GROSSI, M. E. *Evolução das ocupações não agrícolas no meio rural brasileiro: 1981-1995*. Campinas, UNICAMP, 1999. 222 p. Tese (Doutorado em Economia), Instituto de Economia da UNICAMP, 1999.
- GRAZIANO DA SILVA, J. et al. Meio rural paulista: muito além do agrícola e do agrário. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v.10, n.2, p.60-72, 1996.

- . *O novo rural brasileiro*. Campinas, UNICAMP, Instituto de Economia, 1999 (Coleção Pesquisas, 1).
- . O novo rural brasileiro. *Nova Economia*, Belo Horizonte, v.7, n.1, p.43-81, 1997.
- . DEL GROSSI, M. E. *Evolução da renda nas famílias agrícolas e rurais: Brasil, 1992-1997*. São Paulo: [s.n.], 1999. 20 p. Trabalho apresentado na ANPEC.
- . BALSADI, O. V., DEL GROSSI, M. E. O Emprego Rural e a Mercantilização do Espaço Agrário. *Revista São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v.11, n.2, p.50-64, abr./jun. 1997.
- . VILARINHO, C., DALE, P. J.. Turismo em Áreas Rurais: Suas Possibilidades e Limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A., RIEDL, M., FROEHLICH, J. M., (orgs.). *Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável*. Santa Maria (RS): Centro Gráfico, 1998. p. 11-47.
- KAGEYAMA, A. Pluriatividade e ruralidade: aspectos metodológicos. *Economia Aplicada*, São Paulo, v.2, n.3, p.515-551, jul./set. 1998.
- LABAT, J.L. F-C., PEREZ, S.F.O. Mercado de Trabajo Agrario y Desarrollo Rural. *Revista de Estudios Agro-Sociales*. Madrid (España). 1994. p. 89-118.
- LAGE, B. H. G., MILONE, P. C.. Impactos Socioeconômicos Globais do Turismo. In: LAGE, B. H. G., MILONE, P. C. (orgs). *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000. p. 117-131.
- ROQUE, A.M., VIVAN, A.M. O Turismo no espaço rural : uma estratégia para a nova gestão rural brasileira. *Revista de administração da UFLA*, Lavras/MG, v.1, n. 1, p. 13-32, jan/jun, 1999.
- RUSCHMANN, D. V. M. Gestão da capacidade de carga turístico-recreativa como fator de sustentabilidade ambiental – o caso da ilha João da Cunha. In: LAGE, B. H. G., MILONE, P. C., (orgs). *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000. p. 71-79.
- RUSCHMANN, D. V. M. O Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável. In: ALMEIDA, J. A., RIEDL, M., FROEHLICH,

- J. M., (orgs.). *Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável*. Santa Maria (RS): Centro Gráfico, 1998. p. 49-56.
- SCHNEIDER, S. *Agricultura familiar e industrialização: pluriatividade e descentralização industrial no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: UFRGS, 1999a.
- , *Agricultura familiar e pluriatividade*. Porto Alegre, Tese (Doutorado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. UFRGS, 1999b.
- , *Os colonos da indústria calçadista: expansão industrial e as transformações da agricultura no Rio Grande do Sul*. Campinas, Dissertação (Mestrado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, UNICAMP, 1994.
- , NAVARRO, Z. Emprego Agrícola e Novas Formas de Ocupação no Meio Rural do Rio Grande do Sul: uma análise a partir dos dados das PNADs de 1981 a 1997. In: SEMINÁRIO “O NOVO RURAL BRASILEIRO”, 1999, Campinas. Instituto de Economia da UNICAMP, 24 e 25 de março de 1999, 65 p.
- TEIXEIRA, V. L. Pluriatividade e agricultura familiar na região serrana do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, Dissertação (Mestrado em Sociedade e Agricultura). Curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento Agrícola, UFRRJ, 1998.
- TULIK, O. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. In: RODRIGUES, A. B. (org). *Turismo e Desenvolvimento Local*. São Paulo: Hucitec, 1997. p. 136-143.
- VALAYER, D. Pour une révolution du tourisme. *Le Monde Diplomatique*, Paris: [s.n.], 1997, p.32.
- WANDERLEY, M.N.B. O “lugar” dos rurais: o meio rural no Brasil moderno. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 35. *Anais..* Natal, Sober, 1997. p.90-113.

Turismo rural no Brasil – ensaio de uma tipologia

*Adyr Balastrieri Rodrigues**

O turismo rural é uma modalidade ainda relativamente nova no Brasil quando comparada a outras, como o modelo sol e praia e o ecoturismo. Não há marcos precisos para datar o início dessa atividade no Brasil devido à grande extensão geográfica do país. Com o rótulo de turismo rural, entretanto, sabe-se que as primeiras iniciativas oficiais, em escala estadual, ocorreram no município de Lages, localizado no planalto catarinense, na fazenda Pedras Brancas. Em 1986, a fazenda propôs a acolher visitantes para passar ‘um dia no campo’. Oferecendo pernoite e participação nas lidas do campo, são consideradas pioneiras também a fazenda do Barreiro e a fazenda Boqueirão. As iniciativas multiplicaram-se rapidamente não somente em Lages, mas em todo o território brasileiro, particularmente nas regiões Sul e Sudeste. Mais recentemente aderiram à atividade muitos municípios da região Centro-Oeste, com destaque para Mato Grosso do Sul. Nos



* Professora Doutora junto ao Departamento de Geografia da FFLCH, da Universidade de São Paulo. Adyr@hotmail.com.

dias atuais, podemos dizer que em todo o Brasil existem experiências de turismo rural que se expandem para as regiões Nordeste e Norte.

A primeira grande questão para iniciar a reflexão sobre o turismo rural no Brasil é a imprecisão de conceitos que parece estar vinculada à tentativa de classificações baseada em parâmetros europeus. Essa postura resulta em graves equívocos, por se tratar de realidades tão diferentes e complexas. Até as comparações entre os países europeus mostram modalidades distintas no que concerne ao turismo em espaço rural, sem afinidade de critérios para classificação. Ao atentarmos para a realidade brasileira, o primeiro elemento de grande relevância é a artificial separação entre o mundo rural e o mundo urbano no período contemporâneo, cujos espaços, de maneira quase indiscriminada, são marcados por forte conteúdo de ciência, de técnica e de informação. Os referenciais de classificação herdados da idade moderna já não servem mais, em função das tênues diferenças entre aqueles espaços, salvo em territórios opostos, caracterizados por excessiva urbanidade, ou excessiva ruralidade. Tal fenômeno é ainda muito mais significativo em países de capitalismo avançado, em que os Estados Unidos servem como melhor exemplo. Dificilmente na paisagem norte-americana distinguem-se de maneira inequívoca as áreas rurais das urbanas.

Outro elemento importante é a grande extensão geográfica do Brasil e as distintas fases do processo histórico de apropriação do território, basicamente em função do extrativismo tanto vegetal quanto mineral, da pecuária e da agricultura. Os chamados ciclos econômicos pelos quais o Brasil passou deixaram na paisagem seus aspectos marcantes, constituindo um diversificado patrimônio histórico-cultural. O ciclo do gado, inegavelmente através do qual o território brasileiro assumiu suas fronteiras, de Nordeste a Sul, imprimiu sua marca particularmente nas grandes rotas, muitas delas hoje resgatadas e valorizadas pela utilização de roteiros turísticos integrados. Deixou também um rico folclore e uma apreciada gastronomia, particularmente na região Sul. O ciclo da cana-de-açúcar, que teve como cenário a Zona da Mata nordestina, é responsável por um suntuoso patrimônio arquitetônico. O ciclo do ouro e do diamante, no Estado de Minas Gerais, embora tenham deixado um patrimônio urbano de inegável valor, deixaram-no também em áreas rurais. Do ciclo do

café, desenvolvido basicamente na região Sudeste, herdamos propriedades senhoriais de significativo valor arquitetônico. Muitas sedes de fazendas, de autêntico estilo colonial, atualmente restauradas, têm acolhido majestosamente os turistas aficionados à nossa história. O capítulo da imigração européia, que se desenrolou durante o século XIX e o primeiro quartel do século XX, nas regiões Sudeste e Sul do Brasil, tem desempenhado significativo papel no desenvolvimento do turismo rural no país. Tomando como referencial a agropecuária, há que se considerar a estrutura fundiária para distinguir pelo menos as seguintes modalidades de uso do solo: o modelo da pequena propriedade familiar de subsistência com população tradicional; a pequena propriedade familiar colonial originada com o processo de imigração; a grande propriedade monocultora tradicional destinada a produtos tropicais de exportação; o grande latifúndio agrícola contemporâneo de produção em larga escala, como a produção da soja; a propriedade de pecuária leiteira de diversos tamanhos que se introduz no Sudeste após a crise cafeeira; a grande propriedade de gado de corte nas áreas interiores de colonização recente do Centro-Oeste e da Amazônia. Além, evidentemente, de casos híbridos, muito diversificados.

- Turismo rural, ecoturismo e turismo eco-rural como defini-los?

O elemento geográfico de localização da atividade turística deve ser interpretado não simplesmente como o rural em contraponto ao urbano. Como já salientamos, é fundamental considerar pelo menos alguns fatores fundamentais:

- a) processo histórico de ocupação territorial;
- b) a estrutura fundiária;
- c) características paisagísticas regionais;
- d) estrutura agrária com destaque para as relações de trabalho desenvolvidas;
- e) atividades econômicas atuais;
- f) características da demanda;
- g) tipos de empreendimentos.

O turismo rural estaria correlacionado a atividades agrárias passadas e presentes que conferem à paisagem sua fisionomia nitidamente rural, diferenciando-se das áreas cuja marca persistente é o seu grau de naturalidade, relativo a ecossistemas ricos em biodiversidade. O melhor exemplo são as áreas dos altos vales dos rios da bacia amazônica, particularmente na sua margem esquerda, como no vale do rio Negro. Lá existem expressivos equipamentos de ecoturismo, denominados de hotel de selva ou *lodges*. Já nos vales dos rios e mesmo nos divisores d'água dos afluentes da margem direita do Amazonas (na chamada Amazônia Meridional), cujas nascentes iniciam no planalto central brasileiro, a paisagem natural encontra-se totalmente descaracterizada com gigantescos desmatamentos. Trata-se de uma região de fronteira agropastoril, cenário de grandes latifúndios dedicados à pecuária extensiva de corte e/ou à monocultura de cultivos comerciais em larga escala.

Na região Sudeste, de patrimônio histórico-cultural muito rico, em função do ciclo do ouro, do diamante e do café, muitos roteiros de turismo são explorados com base em eixos temáticos, sendo difícil a classificação por modalidades. É o caso do pólo turístico em implantação no Estado de São Paulo, composto pelos municípios de Porto Feliz, Salto, Itu, Cabreúva, Pirapora do Bom Jesus e Santana de Parnaíba. Eles localizam-se no vale médio do rio Tietê, explorando um roteiro feito originalmente pelos bandeirantes, em que já foi organizada uma 'estrada parque'. Além do elemento histórico, que configuraria o turismo cultural, há também o apelo ao turismo religioso. Em certo ponto, o roteiro coincide com a chamada 'rodovia dos romeiros', cujo principal núcleo é Pirapora do Bom Jesus. Há também um forte interesse na exploração do ecoturismo, pois existem saltos, cachoeiras e corredeiras no vale do Tietê, no trecho entre Santana de Parnaíba e Salto, devido a fatores geomorfológicos. O relevo serrano da região, que coincide com áreas de proteção de mananciais, guarda resíduos da floresta atlântica que possibilitam a exploração de trilhas e a descoberta de grutas. No limite do Estado de São Paulo com Minas Gerais, nos municípios de Mococa (SP), Arceburgo e Guaranésia (MG), 15 proprietários associaram-se para a exploração do turismo rural, com base na história da migração dos mineiros para o Estado de São Paulo, durante o século XIX. O viés for-

te do roteiro são as cavalgadas, percorrendo 140 km em sete dias, em região serrana, de clima ameno e natureza exuberante. Essas atividades proporcionam autênticas experiências de ecoturismo, observando-se elementos simbióticos entre as duas modalidades de turismo.

Tomando-se como ponto de referência a escala municipal, torna-se bastante difícil distinguir turismo rural de ecoturismo. Quando o hibridismo é muito acentuado, já propusemos a denominação de turismo eco-rural (RODRIGUES, 1998, p. 85-96). SIRGADO (1999, p. 349) observa que os modelos de implantação, organização e desenvolvimento do turismo rural apresentam diferenças significativas entre Portugal e Brasil. Segundo o autor: “O próprio conceito de turismo rural tem no Brasil um sentido mais abrangente, envolvendo a fruição dos recursos rurais e as atividades desportivas e ecológicas, bem como a dimensão relativamente intangível da cultura e do modo de vida das comunidades rurais e/ou de montanha”. Na sua visita ao Brasil, a imagem que o pesquisador apreendeu do turismo rural revela o hibridismo entre esta modalidade e o ecoturismo. Isso realmente ocorre em alguns municípios, conforme temos observado.

A relação entre turismo rural, ecoturismo e turismo de aventura está muito presente no município de Brotas (SP), com cavalgadas em região serrana. Para os adeptos do turismo de aventura, há oferta de bóia-cross, *rafting*, canoagem, escaladas. As fazendas, apesar de não receber turistas para pernoite, oferecem produtos para consumo a varejo, como doces, frutas e flores. O município de São Bento Sapucaí, que estamos estudando com uma equipe do Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, é outro bom exemplo para se observar a exploração do turismo híbrido. O roteiro feito a partir da sede do município em direção à Pedra do Baú (situada nos limites municipais entre São Bento do Sapucaí e Campos do Jordão) oferece ao visitante a fruição de uma paisagem montanhosa. Nesse trajeto, alternam-se áreas de pastagem com superfícies agrícolas de cultivo de banana e milho, entremeadas com resíduos da floresta atlântica já bastante degradada, pontuada por imponentes araucárias. Esses pinheiros podem também ocorrer em manchas bastante homogêneas, à semelhança da mata das araucárias do Brasil meridional. Para atingir a Pedra do Baú e do Bauzinho, o roteiro inclui caminhadas, escaladas de vários níveis de dificuldade, muito do

agrado dos praticantes do ecoturismo, na sua interface com o turismo de aventura.

Quando há uma nítida distinção fisionômica da área visitada, vinculada às atividades realizadas pela demanda, pode-se distinguir, com certa facilidade, o turismo rural do ecoturismo. Assim, no município citado, roteiros de jovens hospedados nos acampamentos como o do Paiol Grande, o mais conhecido, em trilhas no interior da Unidade de Conservação do Parque Estadual de Campos de Jordão, são nitidamente enquadrados como ecoturísticos. Sobre as atividades de pesque-pague, em lagos artificiais, formados por represamentos de rios, as cavalgadas e visitas a fazendas de pecuária leiteira da região, há um consenso de utilizar o rótulo de turismo rural. Caracterizar a paisagem, o tipo de empreendimento e o roteiro é talvez a tarefa que precede as demais, na tentativa de estabelecimento de uma tipologia. A análise da demanda – sua origem, suas motivações para o deslocamento, o tempo de permanência, as atividades praticadas – representa outro procedimento metodológico bastante significativo na tarefa de definição de uma classificação tipológica.

▪ Lazer peri-urbano e turismo peri-urbano

Qual é a relação do proprietário ou do empreendimento com o entorno onde a atividade se realiza? A resposta vai definir se existe uma ligação histórica com o lugar (afetiva) ou se caracteriza por uma relação puramente comercial. A compra de um terreno, a construção de um lago para pesque-pague, restaurante, lanchonete, apesar de se localizar fora do perímetro considerado urbano, pouco caracteriza-se pela ruralidade. Sem, muitas vezes, manter qualquer vínculo paisagístico ou afetivo com o lugar. Geralmente o proprietário reside na cidade e quase tudo está a cargo de empregados. Nem mesmo as relações de trabalho são específicas do mundo rural. Os funcionários são também urbanos e/ou terceirizados ou recrutados por uma empresa, recebendo sob o regime de comissão pelo valor arrecadado. Também pode ocorrer que as instalações, antes de cunho rural, tenham sofrido modificações no uso, como antigos haras, que hoje são adaptados e alugados para festas de casamento. O caso complica-se

um pouco com as chácaras de veraneio, sem cunho rural – a não ser pela localização em zonas peri-urbanas – e atualmente também alugadas para festas de caráter totalmente urbano. Que rótulo poderíamos dar aos dois exemplos citados? Turismo rural, turismo urbano ou turismo em espaço rural? Nenhuma dessas nomenclaturas é rigorosamente correta, considerando-se, de início, que tais atividades nem se caracterizam como turismo, e sim como lazer. Como sugestão, há que lançar mão de um rótulo que indique o hibridismo, como a expressão ‘lazer peri-urbano’.

Com o intuito de tomada de conhecimento do meio rural, são comuns na região metropolitana paulistana excursões escolares de cunho pedagógico, constituídas por minifazendas, nas quais são simuladas atividades rurais e contatos com animais e cultivos. Podemos chamar esse tipo de ‘lazer rural pedagógico’. A chamada fazendinha do Beto Carrero, em pleno bairro do Brooklin em São Paulo (zona urbana) e o parque temático do mesmo empresário em Santa Catarina (na zona rural) são exemplos que esbarram nos mesmos limites. Há que ressaltar ainda o turismo rural de cunho acadêmico que começa a surgir no país. Trata-se de uma experiência totalmente original, como a que está ocorrendo no campus da Escola Superior de Agronomia Luís de Queiroz, em Piracicaba. Há pacotes para hospedar o turista no campus e ministrar minicursos sobre a exploração dessa modalidade, unindo de maneira muito criativa a teoria com a prática. Outra experiência digna de nota é a exploração do ‘turismo rural de eventos’ pelo Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra (MST). Eles alojam congressistas nos acampamentos para ministrar cursos sobre o movimento, atraindo clientela até dos países do Cone Sul. Observe-se que, automaticamente, um elemento complicador foi acrescentado, considerando-se então o perfil da demanda, no que se refere a locais de origem, às motivações do deslocamento, ao tempo de permanência na propriedade e às atividades que os visitantes praticam.

Continuemos com a caracterização da propriedade, como uma pousada, um hotel às margens de uma rodovia, um motel, ou um *resort* cuja localização está na zona convencionalizada como rural, mas as atividades aí desenvolvidas não se vinculam ao mundo rural. Tais empreendimentos, a rigor, não podem ser classificados como equipamentos de turismo rural. Usar o subterfúgio de classificar como mo-

dalidade de ‘turismo em espaço rural’ também não é convincente, uma vez que as confusões não terminam apenas por conceber e aceitar, como é norma, que existem dois espaços distintos: o espaço rural e o espaço urbano. Classificações que são usadas para fins estatísticos e para recolhimento de impostos. Essa dualidade já foi bastante questionada (RODRIGUES, 1998, p. 85-96). É o caso de loteamentos em áreas rurais, cujos lotes, quando estão abaixo do módulo rural, são decretados áreas urbanas. Eles recebem tratamento como tal, através de implantação de infra-estrutura urbana, que vem justificar o pagamento de tributos urbanos. Com o grande número de desmembramentos municipais no Brasil atual, muitos distritos – sedes de antigos bairros rurais – assumem artificialmente o status de urbano, fato também determinado por decreto.

Até o momento, abordamos casos de turismo e de lazer não especificamente rurais, apesar da sua localização em território, convencionalmente denominado de rural. Denominaremos essas modalidades de ‘turismo peri-urbano’, quando ocorre pernoite e de ‘lazer peri-urbano’, quando acolhe apenas visitantes, não se configurando como turismo.

- Lazer e turismo urbanos de cunho rural – uma modalidade em franca expansão

É interessante observar que há um tipo de lazer e/ou de turismo rural às avessas, ou seja, a cultura rural colonizando o espaço urbano. O sentido é o de resgatar as tradições rurais que foram obliteradas com a cultura urbana. Esse passado é ainda muito recente entre nós brasileiros. Até o ano de 1964, a população rural do Brasil era superior à população urbana. Foi apenas a partir daquele ano que a população residente nas cidades começou a ser mais expressiva numericamente. O fato é que atualmente há uma tendência de valorização da cultura chamada tradicional, um movimento *retrô*, como já escrevemos anteriormente (RODRIGUES, 1998). Esse movimento não é apenas brasileiro. Trata-se de um fato que caracteriza os países centrais do capitalismo onde o fenômeno urbano torna-se cada vez mais expressivo e fonte geradora de estresse. Assim, parece que com

a influência do modismo *country* norte-americano, estratos da população urbana brasileira, na sua maioria jovem, passam a aderir à moda. Os festejos rurais invadem a cidade, onde muitos clubes, alguns já no perímetro urbano convencionalmente estabelecido, dedicam-se a bailes *country*. Esses festejos que tradicionalmente aconteciam em junho – festas juninas – ganham nova dimensão. Multiplicam-se os espaços para leilões de gado, feiras e exposições, rodeios e outras atividades de cunho rural. Os eventos mais conhecidos no Brasil são a festa do peão em Barretos e a do boi-bumbá em Parintins, Estado do Amazonas. A de Parintins já pode ser comparada ao carnaval, atraindo grande número de turistas estrangeiros. A cidade de Avaré, no Estado de São Paulo, é considerada a ‘capital nacional do cavalo’, com aproximadamente oitenta haras, promovendo muitas feiras para sua comercialização em escala nacional.

Uma matéria da Folha de São Paulo (2000), intitulada ‘Terra de Caubói’, afirma que o número de cidades que promovem rodeios no estado de São Paulo é de 390, cifra cinco vezes maior do que as cidades com cinemas. Dados da mesma fonte indicam que ocorreram no território brasileiro em 1999 cerca de 1300 rodeios. O Estado de São Paulo concentrou 650 desse total, com aproximadamente 13 milhões de ingressos pagos, número que representa um movimento de mais de 1 bilhão de dólares, segundo a Federação Nacional do Rodeio Completo (FNRC). Há que citar a experiência de resgate da trajetória do café no Estado do Paraná, com a Fescafé, que já vai para o 4º ano. Na 3ª Fescafé de Ribeirão Claro, no ano passado, foi proposta a ‘trilha do café’, roteiro com a visita à fazenda Monte Belo. Lá, os visitantes obtiveram informações sobre a ‘marcha do café’ no Estado, perpassando todas as fases: a pioneira, a dos tempos áureos, a da decadência e a da retomada. Ainda no Paraná, ocorre em Jacarezinho a Fetexas, já no seu 11º ano, ocupando uma área de 121 mil m², localizada na PR-431, entre Cambará e Jacarezinho. Interessante observar que, apesar da nossa grande riqueza cultural rural, se apela para inspiração texana tanto nas festas quanto na música e na moda.

A dificuldade de classificação desses eventos é bastante grande, uma vez que perpassam várias modalidades de turismo: rural, cultural, de eventos, de compras, todos com significativo papel também na área de lazer. Trata-se de uma atividade de lazer e de turismo de

cunho urbano com inspiração na cultura rural. Lazer para a população residente e turismo para a demanda proveniente de outros municípios, caso ocorram pernoites, com significativos efeitos diretos, indiretos e induzidos. Outra experiência que traz confusões para classificação é o chamado agroturismo. No Estado do Espírito Santo, encontramos uma interessante iniciativa, originada em princípios da década de 1990, sob o rótulo 'Proposta Piloto do Programa do Agroturismo' (SEDES/SEAG, 1992). A proposta envolve oficialmente 11 municípios na chamada 'Região Serrana Central': Afonso Cláudio, Castelo, Conceição do Castelo, Domingos Martins, Marechal Floriano, Santa Maria de Jetibá, Santa Leopoldina, Santa Tereza, Vargem Alta e Venda Nova do Imigrante. Em estudo realizado por PORTUGUEZ (1999), trata-se de uma experiência que se inicia em Venda Nova do Imigrante, município que se formou a partir da colonização italiana. A experiência já ultrapassou os 11 municípios que integram o projeto, estendendo-se atualmente para outros, como Linhares, Serra e São Roque de Canaã. As atividades praticadas na área, segundo o autor, são erroneamente chamadas de agroturismo por vários motivos. Primeiro, não se trata de turismo, pois a grande maioria dos visitantes não pernoita, constituindo um fenômeno de 'excursionismo'. Segundo, também não se caracteriza como 'agroturismo'. Para pertencer a essa modalidade, com base na classificação europeia, os turistas deveriam participar das lidas, como força de trabalho, o que não ocorre no projeto em questão. Os entretenimentos são passeios ditos ecológicos, torneios em campo de futebol e/ou em quadras poliesportivas, cavalgadas, visitas a plantações. Segundo PORTUGUEZ, várias propriedades apenas vendem produtos de origem rural, como massas, biscoitos, doces, bebidas, queijos, embutidos, frutas, compotas, leite, peixes, nada mais oferecendo aos visitantes. A denominação dada pelos visitantes a esses empreendimentos é a de 'agrocomércio'. Esse termo, bastante sugestivo, pode ser adotado para a classificação do tipo de comércio ligado à venda de produtos artesanais na zona rural.

Nos arredores das aglomerações urbanas metropolitanas, particularmente de cidades médias ricas do interior do país, as altas temperaturas durante quase o ano todo requerem equipamentos para maior conforto da população, exigente quanto à qualidade de vida e

de poder aquisitivo compatível para proporcioná-la. Tais estruturas são instaladas em áreas serranas próximas da zona urbana, cujas maiores altitudes e vegetação mais densa propiciam a formação de microclimas com temperaturas mais amenas, ou junto a represas que oferecem oportunidades para a prática de esportes náuticos. Esses equipamentos que recebem diversas denominações – clubes de campo, campos de hipismo, clubes de golfe, clubes de pesca, clube náuticos geralmente – não contam com meios de hospedagem. Os frequentadores, caso provenham das cidades próximas e não pernoitem fora do seu domicílio, são excursionistas, ou visitantes de um dia. Não são, portanto, considerados turistas, segundo critério da Organização Mundial do Turismo (OMT). Trata-se mais de um tipo de ‘lazer peri-urbano’.

- Turismo rural propriamente dito – elementos de classificação

Para fins de classificação, sugerimos dois grandes grupos relacionados basicamente ao patrimônio cultural – o primeiro, de cunho histórico e o segundo, de natureza contemporânea.

1. turismo rural tradicional – Sob este rótulo, agrupamos diferentes modalidades que passamos a elencar:

- a) de origem agrícola – Propriedades que historicamente se constituíram como unidades de exploração agrária durante o ciclo do café, o mais significativo. O patrimônio arquitetônico relativamente suntuoso, representado pelas sedes da fazenda que, com algumas reformulações, funcionam como meios de hospedagem, constituindo pousadas ou hotéis com apartamentos privativos. São dotados de certo conforto que beira ao luxo. Em muitos casos, as atividades agrárias foram totalmente abandonadas, os proprietários não residem no local, desempenham profissões urbanas e contam com serviços assalariados na administração do empreendimento. Comportam serviços especializados implantados para o

entretenimento dos visitantes: alugueis de cavalos, de charretes, de pedalinhos, atividades de pesque – pague, algumas atividades lúdicas como ordenha de vacas (apenas algumas criadas para este fim), colheita de frutas em pomares, sem fins lucrativos. Esse tipo é comumente rotulado de ‘fazenda-hotel’, não confundindo com ‘hotel-fazenda’ que designa o estabelecimento já construído com o intuito de ser um meio de hospedagem, pertencendo à segunda categoria. Há referências sobre essas distinções em SILVA, VILARINHO & DALE (1998, p. 11-56). Essa modalidade que chamaremos de ‘turismo rural do ciclo cafeeiro’ é encontrada em antigas fazendas de café no Estado de São Paulo, no vale do Rio Paraíba (no chamado vale histórico) e nas regiões serranas que o emolduram, tanto em direção ao interior – serra de Quebracangalha-, como no sentido do litoral – serra do Mar -, onde se situam, por exemplo, os municípios de São Luís de Paraitinga, São José do Barreiro (serra da Bocaina) e Bananal. Áreas em que o turismo rural vem assumindo importância cada vez maior.

Em contigüidade, no mesmo cenário histórico, já no Estado do Rio de Janeiro, destacam-se os municípios de Valença, Vassouras, Pirai, Barra do Pirai e Rio das Flores, cujo turismo rural, assentado em antigas e tradicionais fazendas de café, desempenha papel significativo. O mesmo fenômeno está ocorrendo no Estado de Minas Gerais, nos contrafortes da serra da Mantiqueira. Destaca-se ainda a chamada zona da Depressão Periférica paulista, uma região deprimida em forma de arco, no sentido sudoeste-nordeste, entre o planalto Atlântico e a conhecida ‘serra’ de Botucatu, onde se destaca a região de Campinas. Ganhando o planalto ocidental paulista, cujos solos esgotaram-se rapidamente, ‘a marcha do café’ segue o rumo do norte do Paraná, onde os solos férteis – terra roxa – desempenharam um papel fundamental na sua expansão. Essa região, hoje conhecida como Norte Velho do Paraná, está encontrando no turismo rural uma das alavancas para o seu desenvolvimento.

Considerando equipamentos de hospedagem que se originaram pela pecuária tradicional, distinguem-se áreas nas quais a atividade de criação de gado funcionou como instrumento de apropriação do território durante o início da colonização, como nas

regiões interiores do Nordeste, do Centro-Oeste e do Brasil Meridional daquelas que se implantaram mais recentemente, quando o território nacional já se encontrava consolidado geopoliticamente. Muitas propriedades inicialmente destinadas à produção agrícola de exportação, como o café no Sudeste, passaram à produção de gado leiteiro, após a crise cafeeira. Fato bastante comum no vale do Paraíba (tanto paulista, como fluminense) e na serra da Mantiqueira. Muitos núcleos do vale do Paraíba têm sua origem na rota de tropeiros no período colonial, como Silveiras e Areias.

No Paraná, o turismo rural está em ampla ascensão, com base na rica tradição rural do Estado. Um exemplo significativo é o município de Castro, cuja importância nos remete ao início do século XVIII. Quando os tropeiros faziam o caminho Viamão-Sorocaba transportando gado, encontraram às margens do rio Iapó um porto considerado seguro, aí nascendo a fazenda Capão Alto. A casa central dessa propriedade, erguida em taipa de pilão, uma das únicas do gênero no Paraná, foi tombada pelo patrimônio histórico do Estado. A sede da fazenda Potreiro Grande abre-se hoje para o turismo rural. Construída em pedra, é também de valor histórico. Continuando em direção ao Sul, muitas cidades também surgiram na rota das tropas, como Lages (SC), já citada como um dos municípios pioneiros do turismo rural no Brasil. A fazenda Barreiro conserva ainda a casa de pedra tradicional, construída há mais de 200 anos para pouso de tropeiros que faziam a rota Sul-Sudeste e vice-versa. No Estado do Rio Grande do Sul, na chamada Campanha Gaúcha, de tradição pecuarista, muitas propriedades de gado bovino, ovino e equino desenvolveram um rico patrimônio histórico-cultural, importante recurso turístico, hoje transformado em atrativos do turismo rural. Nas regiões arroladas, o passado e o presente dialogam freqüentemente, fazendo emergir ricos cenários nos quais deveremos nos movimentar para o mapeamento das distintas modalidades de turismo rural no Brasil, algumas já consagradas e outras emergentes.

b) de colonização européia – A origem está relacionada à história da imigração européia no Brasil, principalmente nas regiões Sul e Sudeste do país, onde os Estados de Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo e Espírito Santo figuram com destaque. Algumas fazendas apresentam instalações suntuosas. Os proprietários residem ou não na propriedade e a atividade agrária é ainda importante, sendo o turismo atividade complementar. Esse turismo rural empresarial híbrido é encontrado, por exemplo, na região vinícola da serra gaúcha, como a Casa Valduga com 15 suítes, nas quais o turista pode desfrutar de um café da manhã colonial à luz de velas numa enorme mesa entre barris de carvalho. Embora com menos luxo, a cantina Dom Giovanni, também na serra gaúcha, possui uma pousada para acolher visitantes, interessados na fruição de um cenário bucólico e de uma cultura peculiar, herdados de um capítulo apaixonante da história do Brasil do século XIX.

Como projetos implantados sistematicamente, destacamos o do ‘Caminho das Pedras’, cenário da colônia São Pedro, a 12 km de Bento Gonçalves (RS). Ele tem como objetivo valorizar o patrimônio histórico da imigração italiana. Trata-se de um roteiro de 15 km de estrada que acompanha um vale, cujo rio constituiu o eixo principal do povoamento. As propriedades foram implantadas no final do século passado, perpendicularmente ao rio. Inclui 23 pontos de parada, com valiosos exemplares da rústica arquitetura colonial italiana. O roteiro termina na cantina Strazzon, utilizada como cenário no filme ‘O Quatrilho’, retratou a imigração italiana, na sua primeira fase. Outro projeto a ser citado é o da Estrada Bonita, no município de Joinville (SC), originado em área de cultura alemã. Na tipologia a qual propomos, podemos rotular os dois roteiros de circuitos de turismo rural colonial, em que aparecem várias modalidades de exploração, algumas com hospedagem, outras apenas para comercialização de produtos como o vinho, no caso citado anteriormente. Podem ser incorporados outros tipos de exploração turística, com destaque para a gastronomia, oferecendo comida típica alemã como o Grun Wald Restaurant, ao lado do portal de entrada da Estrada Bonita, e o Recanto Tia Marta – restaurante rústico -, situado às

margens do rio Pirabeiraba, vale onde se localiza o projeto. Aí encontramos propriedades rurais tradicionais, com instalações simples, em que os proprietários residem no local e têm como meio de subsistência as atividades rurais. Vivem do consórcio entre atividades agropecuárias com o turismo, este desempenhando uma atividade econômica complementar. Recebem os turistas nas dependências de suas casas, compartilhando suas moradias. Podem contar com alguns anexos para hospedagem, porém muito simples. Fazem e vendem produtos artesanais de origem rural, como compotas, pães, biscoitos, melado, mel, aguardente, licores, verduras e legumes cultivados sem agrotóxicos. Trata-se de um turismo de pequeno porte, modesto, de estrutura essencialmente familiar. A esta modalidade chamaremos de ‘turismo rural artesanal de origem colonial’.

2. turismo rural contemporâneo – Opõe-se à primeira categoria no sentido que engloba equipamentos implantados a partir dos anos 70, quando o turismo começa a assumir maior significado como atividade econômica no Brasil. Caracteriza-se como uma modalidade de turismo alternativa ao ‘modelo sol e praia’, predominante no país, assumindo importância cada vez maior à medida que a população brasileira torna-se cada vez mais urbanizada. É bem verdade que a primeira categoria que expusemos também se intensifica pelos mesmos fatores condicionantes, com uma diferença: suas instalações estão ligadas à história do país, como bem frisamos, explorando atrativos culturais históricos. Como variantes dessa modalidade destacamos:
 - a) hotéis-fazenda – trata-se de hotéis localizados na zona rural, implantados deliberadamente para a exploração do turismo rural, valorizando a cultura rural, como o folclore, a gastronomia, as atividades rurais como cavalgadas, esporte rural dos mais apreciados.
 - b) pousadas rurais – de menor porte e menos luxo, procuram oferecer aos visitantes a fruição da vida no campo, sem muita sofisticação.

- spas rurais – podem ser enquadrados também na categoria turismo de saúde, constituindo a versão moderna das antigas estações termais, hoje mais com fins estéticos. Situam-se na zona rural com o intuito de oferecer ao paciente-hóspede o bucolismo da vida campestre, associado a muitas caminhadas para queimar calorias e produzir o relaxamento necessário para suportar o corte drástico das calorias das dietas. Os esportes aquáticos e banhos de cachoeira produzem ionização negativa, com a liberação de serotonina no fluxo sanguíneo, responsável pelo bem-estar dos hóspedes.

c) segunda residência campestre – geralmente localizada na área rural de municípios vizinhos de grandes centros urbanos, que LANGENBUCH (1977) identificou para a metrópole paulistana como o ‘cinturão circummetropolitano’ de chácaras de veraneio, localizadas nos municípios que compõem a grande São Paulo, num raio até no máximo 100 km do centro da cidade, particularmente nas regiões serranas que circundam a metrópole, como a serra do Mar, ao sul; a serra do Japi, a noroeste, junto a Jundiá; a serra da Cantareira, ao norte, no sentido da rodovia Fernão Dias. Destacam-se vários municípios neste entorno, geralmente cortados pelas grandes rodovias que partem em sentido radial para todas as regiões interioranas. Em trabalho anterior (RODRIGUES, 1997, p. 143-143), destacamos esse fenômeno e o associamos com o fenômeno da urbanização – metropolização, como de resto o é todo o turismo paulista. A lógica de ocupação não se restringe à metrópole paulistana. Ela é encontrada nos arredores de muitas outras aglomerações metropolitanas, em zonas serranas, cujas altitudes mais elevadas funcionam como elemento de diminuição das temperaturas, fenômeno também associado à ocorrência de manchas de vegetação mais densa, como ocorre no Rio de Janeiro – na zona serrana em direção a Petrópolis e Teresópolis; na zona metropolitana de Belo Horizonte; na serra de Guaramiranga, em Fortaleza; na chapada dos Guimarães, em Cuiabá, só para citar alguns exemplos.

d) campings rurais – já representaram um meio de hospedagem importante no país e ainda hoje, apesar de passarem uma aparente estagnação, são importantes para hospedar jovens e famílias com crianças, demanda bastante importante do turismo rural. Localizam-se geralmente em vales de rios, em áreas de significativa cobertura vegetal, como as matas ciliares.

Para concluir, quero mais uma vez ressaltar que este estudo é apenas uma tentativa de sistematização e classificação, mais sugerindo pistas metodológicas do que pretendendo ser um trabalho acabado. Deverá tomar mais consistência com contribuições futuras, muitas delas já iniciadas por meus alunos de pós-graduação, tanto nas dissertações e teses de programas de *stricto sensu*, como nas monografias de especialização (*lato sensu*). A todos esses alunos, espalhados pelo Brasil inteiro, responsáveis por muito do material que serviu de base para as informações aqui contidas, dedico carinhosamente este ensaio.

▪ Bibliografia

ALMEIDA, J. A. et al. (org.) *Turismo rural e desenvolvimento sustentável. Santa Maria* : Departamento de Extensão Rural, 1998.

AMETUR. *Turismo rural*. Belo Horizonte, 1999.

CALVENTE, M. D. C. H. *Turismo rural no Norte Velho do Paraná*. Relatório de Qualificação. São Paulo, Programa de Doutorado em Geografia Humana, Departamento de Geografia da FFLCH, USP, 1999. Inédito.

EMBRATUR. *Turismo rural*. Manual operacional. Brasília: [s.n.], 1994.

SEDES/SEAG. *Propostas piloto do programa do agroturismo*. Vitória, 1992.

SILVA, J. G. da et al. Turismo em áreas rurais : suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A. et al. (org.). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Santa Maria : Departamento de Extensão Rural/ UFSM, 1998. p. 11-56.

- LANGENBUCH, J. R. Os municípios turísticos do Estado de São Paulo: determinação e caracterização geral. *Revista Geografia*, Unesp-Rio Claro, v. 2, n. 1, p. 1-50, abr. 1977.
- PORTUGUEZ, A. *Agroturismo desenvolvimento regional*. São Paulo: Hucitec, 1999.
- RODRIGUES, A. B. *Turismo e espaço*. Rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo : Hucitec, 1997.
- . Turismo eco-rural. In: ALMEIDA, J. A. et al. (org.). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Santa Maria : Departamento de Extensão Rural/UFSM, 1998. p. 85-96.
- SECRETARIA DE ESTADO DO ESPORTE E TURISMO. *Guia técnico de turismo*. Curitiba: Secretaria, 1997.
- SIRGADO, J. R. Espaço turístico e desenvolvimento no cone leste paulista (Brasil) : uma prospectiva sobre inovação e sustentabilidade. In: CAVACO, C. (org.). *Desenvolvimento rural : desafio e utopia*. Lisboa : Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa, 1999. p. 341-366.
- ZIMMERMANN, A. *Turismo rural: um modelo brasileiro*. Florianópolis: autor, 1996.

Turismo, comércio e desenvolvimento rural

*Carmina Cavaco**

No mundo ocidental, especificamente em Portugal, muito do espaço rural está em crise, em particular nas áreas naturalmente menos dotadas para a agricultura convencional e pior situadas em termos de acessibilidade, relativo a regiões urbanas e mercados dinâmicos. A atividade agrícola perde significado quanto a emprego, rendimento, satisfação das necessidades básicas das famílias e ocupação do território. A diversificação da economia nacional, através da industrialização e da terceirização, proporcionou novas oportunidades de trabalho e de ganhos, principalmente na segunda metade do séc. XX e nas áreas litorais, cada vez mais urbanizadas. Em nível interno, verificou-se, conseqüentemente, acentuado êxodo agrícola e rural e polarização dos fluxos por essas áreas dinâmicas. Ao mesmo tempo, em nível externo, ocorreram fluxos não menos volumosos, de emigração individual e familiar, prolongados no tempo, com visitas estavais e



* Doutora em Geografia Humana pela Universidade de Lisboa, Professora catedrática pela Universidade de Lisboa. (ceg@mail.telepac.pt).

retornos mais ou menos adiados. Outras saídas, mais recentes, associam-se a contratações temporárias, mesmo sazonais e com novos destinos, quando também não com novas ocupações: construção civil e obras públicas, trabalhos agrícolas e hotelaria e restauração; países árabes, Suíça, Espanha; homens e mulheres.

Desta dinâmica complexa, resultou o abandono de casais, montes, lugares e aldeias, o abandono de campos de cultivo, o envelhecimento das populações residindo em meios rurais, isolados e repulsivos, a monetarização acentuada dos seus consumos cotidianos, suportada pela generalização das pensões de reforma e sobrevivência, apesar de bem modestas. A retração do espaço agrícola e a diminuição e envelhecimento da sua população não foram sensivelmente invertidas por medidas de política agrícola e rural associadas à integração de Portugal na União Européia, em 1986, como não tinham sido pelas ajudas de pré-adesão, que a precederam. A implementação efetiva do Mercado Interno, a partir de 1993, liberalizou as trocas, favoreceu importações e possibilitou exportações, mas, em função da sua competitividade, não tem privilegiado a produção agrícola nacional, nem mesmo nos mercados de proximidade: baixo nível técnico, ofertas pulverizadas e diferenciadas, insuficiente organização horizontal e vertical, além de dificuldades na normalização, embalagem, conservação, marketing, distribuição, em particular perante a concorrência de proveniência espanhola. Houve programas específicos para a modernização das condições de produção, transformação e comercialização, mas estes não mudaram o panorama geral, não renovaram sensivelmente o universo dos agricultores e as suas condições de vida e nem sustentaram expectativas de um futuro promissor, que contrariasse o êxodo do setor.

Convém ter presente que a integração européia de Portugal aconteceu numa época em que a Política Agrícola Comum (PAC) começava a mudar de rumo, devido às acumulações de excedentes invendáveis e ao seu custo: quotas de produção, limitações das quantidades máximas de garantia, estabilizadores, *set-aside* e estímulos à extensificação, que precederam a Reforma de 1992. Com ela, foi assumida a aproximação gradual dos preços institucionais das produções de base (cereais, leite e derivados, carne bovina) aos dos mercados mundiais, com compensações monetárias por perdas de rendi-

mento, tendo como base as produções médias do passado recente das terras agrícolas de cada exploração, que se traduziram na sua concentração pelos maiores produtores dos setores, objeto de reforma. Medidas semelhantes ocorreram em 1999, nas negociações da Agenda 2000, se bem que com maior reafirmação da vertente agroambiental e da rural: reflorestamento das terras agrícolas, extensificação dos sistemas produtivos (pousios prolongados), redução do pastoreio de grandes e pequenos ruminantes, estímulos à agricultura biológica (sem recurso à química de síntese) e as produções tradicionais específicas, com denominação de origem e certificação da qualidade e reconhecimento da multifuncionalidade da agricultura.

Insistiu-se de novo na elaboração de uma política para a consolidação do modelo agrícola europeu, repetidamente evocado, inclusive na cimeira ministerial da Organização Mundial do Comércio (OMT), no final do ano passado, em Seattle. Essa discussão decorre das fraquezas da agricultura europeia num mercado mundial de concorrência livre e desregulada, que não leva em consideração as condições de produção, especificamente as ambientais, técnicas e sociais: utilização de transgênicos, hormônios e biotecnologias em geral, que são fatores de elevada produtividade a par dos adubos e pesticidas, das rações de origem e composição não-controladas; condições de segurança e higiene dos alimentos oferecidos, com efeitos na saúde, salários e direitos dos trabalhadores. Nesta ocasião, a União Europeia reafirmou que a liberalização do comércio deve caminhar junto com a definição de regras unânimes no que se refere ao ambiente, à saúde/segurança alimentar dos consumidores e aos direitos dos trabalhadores. A globalização das trocas não deverá ser selvagem, mas regulada por princípios gerais indiscutíveis como o uso de tecnologias verdes e regras mínimas quanto ao trabalho, com exclusão de relações de dependência e subordinação e de trabalho infantil, considerados amorais.

Como faz notar Francisco AVILLETZ (1999, p. 395-414), especialista de economia agrária, no caso de uma total liberalização do mercado agrícola mundial, uma grande parte das áreas cerealífera e de pecuária da União Europeia não suportaria a competição com o *Corn Belt* e as pastagens do Texas, de explorações muito mais vastas. Por isso, apenas são admitidas algumas reduções de apoios perturba-

dores do mercado, mas não a eliminação generalizada das ajudas diretas aos rendimentos, como pretendida pelos E.U.A. e pelo grupo de Cairns, que reúne 16 potências agrícolas mundiais. Avalia-se, com efeito, em 56% a parcela do rendimento total da agricultura europeia que ainda depende das ajudas da PAC, a qual continua a absorver anualmente 40% do orçamento da União Europeia. Todavia, considerando a média das ajudas por agricultor, os valores europeus são da mesma ordem dos verificados nos E.U.A. e bastante inferiores aos do Japão, Noruega ou Suíça. Sempre, segundo esse autor, no caso português, e num contexto de total liberalização, menos de 1/3 das explorações agrícolas seria viável, acentuando-se a tendência de redução do espaço produtivo e da sociedade a qual está associada total ou parcialmente, apesar da generalização das estruturas familiares pluriativas.

É preocupação na Europa Comunitária a conciliação da dinâmica econômica, da coesão social e da vertente ecológica, três dimensões que definem o seu modelo agrícola. Para o Comitê Econômico e Social (1999)¹, “é com base neste paradigma que se pretende continuar a garantir que os agricultores possam efetuar as suas prestações multifuncionais de maneira sustentável, mesmo em condições econômicas mutáveis”. É necessário, entretanto, levar em consideração que os contextos de produção variam bastante por circunstâncias naturais, estruturais e de evolução histórica e cultural. É um traço dominante do setor a exploração por conta própria, familiar, orientada para o mercado, integrada em cooperativas, atenta à sustentabilidade (conservação das condições naturais e da diversidade biológica), desempenhando várias funções além das de produção como a preservação da paisagem, do espaço habitado, do emprego e do ambiente, equilibradas entre si (econômica, espacial, ambiental e social).

Para o Conselho de Ministros da União Europeia (1997)²,

A agricultura europeia deverá, como setor econômico, ser multifuncional, sustentável, competitiva e repartida por todo o território europeu [incluindo as regiões desfavorecidas e de mon-



1 informações retiradas da internet.

2 informações retiradas da internet.

tanha, afetadas por problemas específicos]. Deverá ser capaz de preservar a paisagem rural e de dar um contributo essencial para a vitalidade do mundo rural, devendo poder dar satisfação às preocupações e exigências dos consumidores em matéria de qualidade e de segurança dos alimentos, de proteção do ambiente e de defesa do bem-estar dos animais.

Essas diretrizes não devem implicar prejuízo pela busca de uma maior competitividade em nível interno e externo. É dado relevante à preservação das condições naturais de vida ao desejo de uma paisagem cuidada, à segurança alimentar qualitativa (alimentação saudável, com secundarização do volume e da segurança quantitativa do abastecimento) sem esquecer valores éticos e culturais e o ordenamento do território. A Comissão Europeia (1998)³ afirma:

A principal diferença entre o modelo europeu e o dos nossos maiores concorrentes reside na multifuncionalidade da agricultura europeia e no seu papel econômico, ambiental, social e territorial, que explicam a necessidade de manter as atividades agrícolas na Europa e de salvaguardar os rendimentos dos agricultores.

Essa perspectiva é também reconhecida e revalorizada pela Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE, 1998), no sentido de o setor agroalimentar dos estados-membros da União Europeia proporcionar uma oferta de produtos alimentares apropriada e viável, contribuir para a exploração sustentável dos recursos naturais e a proteção do ambiente e promover o desenvolvimento sócioeconômico das zonas rurais. Num contexto de redução de preços ao produtor, a multifuncionalidade, que o mesmo é dizer a remuneração de prestações de utilidade pública, terá, no entanto, de ser assegurada por pagamentos funcionais diretos, através da PAC, e com contribuições de setores beneficiários diretos como o turismo. Conforme parecer do Comitê Econômico e Social (1997)⁴:

■
3 informações retiradas da internet.

4 informações retiradas da internet.

Uma paisagem intacta, num ambiente habitável e a preservação das zonas habitadas tendem cada vez mais a ser consideradas um recurso importante do espaço rural. O consumo desse recurso, que representa serviços prestados pelos agricultores, nem sempre se desenrola sem conflitos, especialmente quando implica restrições à produção agrícola /.../. A prestação de serviços no interesse da coletividade não pode efetuar-se sem custos.

Tais pressupostos foram, aliás, assegurados pela reforma da PAC de 1992⁵, que entre os seus objetivos destacava:

Manter em atividade um número suficientemente elevado de agricultores para preservar o ambiente e o modelo da exploração agrícola familiar; limitar a produção nas proporções necessárias ao restabelecimento do equilíbrio do mercado; introduzir métodos de produção extensivos, [mas sem esquecer de] fomentar a competitividade e a eficiência do setor, por forma a garantir o papel da agricultura europeia no mercado mundial.

No seu seguimento, constatou-se, todavia, a continuação da redução numérica dos ativos agrícolas e das explorações, com manutenção da tendência de concentração estrutural e espacial da produção e da diferença entre rendimentos agrícolas e não agrícolas. Houve quebra parcial da multifuncionalidade através do envelhecimento do universo dos empresários, abandono de explorações mais ou menos vastas e continuação de certos sistemas intensivos, mesmo industriais. Com a reforma de 1999, aceitaram-se novas reduções de preços, logo dos rendimentos obtidos através do mercado, a reafirmação dos pagamentos diretos com peso crescente nos rendimentos agrícolas da política de desenvolvimento sustentável do espaço rural, que passa pela proteção do modelo agrícola europeu, e da multifuncionalidade da sua agricultura, sem prejuízo do nível de vida dos que nela trabalham. Nesse sentido, o Comitê Econômico e So-

■

5 informações retiradas da internet.

cial fez notar, por um lado, que os agricultores deverão explorar as mutações no mercado e as novas oportunidades de escoamento, otimizar a produção através das oportunidades de progresso tecnológico, observando o princípio da sustentabilidade e os requisitos ecológicos, desenvolver formas de cooperação, aumentar o valor acrescentado através da diversificação dos produtos, da qualidade e da orientação para certos nichos/oportunidades de mercado (rotulagem, indicações geográficas, denominações de origem, certificados de especificidade), aproveitando todas as oportunidades de ocupação remunerada complementar. Por outro lado, insistiu que os pagamentos diretos deverão ser de futuro, orientados funcionalmente (o que não foi acordado), distinguindo-se “os utilizados como remunerações por prestações de utilidade pública, que não têm preço de mercado, os utilizados como compensação de desvantagens naturais permanentes e inalteráveis e os utilizados como compensações de reduções de preços”.⁶

Essa acentuação da dependência orçamental dos rendimentos dos agricultores contém algumas perspectivas sombrias em termos de futuro, em particular no quadro do alargamento da União Européia aos países PECO. Isso vai ocorrer mesmo em curto prazo em função do orçamento previsto para a futura Política de Desenvolvimento Rural, integradora das anteriores medidas de acompanhamento (programa ambiental e silvicultura) e estruturais e de certos programas regionais, incentivadores de valores acrescentados, da utilização de recursos endógenos e da continuação da atividade em regiões desfavorecidas, com condições difíceis (mesmo se com base em produções abundantes: bovinos de leite, de carne e ovinos). Naquele mesmo parecer do Comitê Económico e Social, foi uma vez mais salientado o desafio da produção de biomassa (incluindo culturas arvenses) como matéria-prima alternativa e energética renovável, de utilização industrial (química, automóvel, farmacêutica), comunitária e doméstica, neste caso auxiliada pelo programa Altener. Recorde-se que este pretende apoiar, no quadro da União Européia, uma centena de pro-

■

6 informações retiradas da internet.

jetos de comunidades que se tornem independentes em termos energéticos, tendo por base recursos renováveis locais.

Portugal, como Estado-membro da União Européia, beneficiou-se naturalmente dos programas de política sócio-estrutural no âmbito da PAC, das compensações das perdas de rendimento dos agricultores pela redução dos preços institucionais e das ajudas às regiões desfavorecidas, bem como de programas de iniciativa comunitária (IC), dirigidos especificamente às áreas rurais (LEADER). Não se registraram, entretanto, mudanças muito significativas nas tendências regressivas dos decênios precedentes à integração e no panorama geral do seu espaço rural, principalmente nas regiões menos dotadas e mais marcadas pela repulsão. É certo que se encontram alguns espaços de exceção nessas tendências. Alguns casos têm como base a intensificação da produção agrícola e animal, com modernização dos sistemas de produção, introdução de culturas de rendimento através do mercado (culturas industriais, frutas, legumes, flores), em áreas de regadio e desenvolvimento de unidades de pecuária industrial ou quase como criação de bovinos, suínos, aves e coelhos. Em outros casos, insistiu-se na renovação de ramos tradicionais de qualidade reconhecida e escoados com bastante valor acrescentado como o vinho, o azeite e os queijos. Em outros, ainda foi a floresta que ganhou os espaços agrícolas abandonados, com vista ao rendimento a curto/médio prazo, apesar dos riscos de incêndio, do que em longo prazo (espécies nobres, de crescimento lento). Aqui e além, desenvolveram-se métodos e espécies/variedades específicas: produção biológica de alimentos, criação de raças autóctones para produção de carne, em regime pastoril, plantas aromáticas e medicinais, apicultura, prolongando-se pela comercialização/distribuição, segundo canais e postos de venda próprios.

O mais comum nas exceções espaciais de envelhecimento, despovoamento e abandono rurais são as áreas de desenvolvimento de estruturas familiares pluriativas, através da multiplicação de indústrias rurais ou de recrutamento rural, de serviços dirigidos ao consumo privado e sobretudo público, do dinamismo da construção civil e obras públicas e das novas condições de mobilidade – estradas e meios de transporte, individuais e coletivos. Identificam-se quase sempre com áreas peri-urbanas e urbanas. Por todo o interior do

país, as áreas de exceção aparecem, no entanto, como ilhas ou pequenos ilhéus num espaço rural que desde os meados do século XX, quando alcançou generalizadamente o seu máximo demográfico, foi tornando-se marginal em termos econômicos e sociais, e repulsivo em relação às aspirações de modos de vida, poder de consumo, conforto e realização profissional dos seus habitantes, principalmente dos mais jovens, mais bem informados e instruídos, mais exigentes quanto ao seu futuro, com capacidade de iniciativa e de risco, como deixar família, amigos, casas, parcelas agrícolas patrimoniais, raízes e a cultura.

O turismo rural tem sido encarado nos últimos decênios como uma atividade promissora de desenvolvimento local em meios rurais. O alojamento convencional, como pensões, estalagens e pousadas, as unidades TER (turismo em espaço rural: turismo de habitação, turismo rural, agroturismo, turismo de aldeia, casas de lavoura e hotel rural), os equipamentos de lazer e cultura (desporto, visitas, participação) e repouso e cura (termas) geram um movimento renovado de pessoas. A procura é por serviços diversos, de restauração e similares, valorizando produtos com qualidade, originais e genuínos, de produção local e artesanal. Procuremos identificar tais relações e impactos, através da observação de situações concretas em diferentes contextos regionais.

Aldeias das Planícies do Sul – Aqui o turismo rural é essencialmente recente, dos anos 90 e, além da caça, é norteado por motivações patrimoniais, culturais e ambientais. O turismo cinegético (caça) conheceu um certo desenvolvimento nos anos 60, interrompido no pós 25 de Abril e retomado intensivamente nos anos 90, ao abrigo da nova legislação de reservas de caça (turísticas e associativas). São áreas de domínio da grande propriedade, de agricultura e pecuária de mercado, que se mecanizou e se reduziu a dependência de trabalho humano, permanente e sazonal. Os proprietários/empresários passaram a residir nas vilas e nas cidades, abandonando os montes, assentos de lavoura. Também muitos trabalhadores permanentes preferem as aldeias e as vilas em detrimento das habitações dos montes proporcionadas pelos seus patrões. As construções residenciais dispersas foram desse modo perdendo a sua função, tanto as reservadas aos trabalha-

dores como as dos senhores. Agravou-se quando se propagaram outras aspirações de conforto (água, luz, esgotos), de acessibilidade a bens e serviços, públicos e privados (ensino, saúde, distração, vida social, correio, bancos) e os vizinhos tornaram-se mais escassos: isolamento, clientela insuficiente para justificar ofertas de comércio – mesmo ambulante – e de serviços como transportes coletivos, escola, jardim de infância, apoio à 3ª idade, distribuição do correio, condições de pagamento de contas regulares de luz, telefone, segurança social.

A conservação das numerosas construções desses assentos de lavoura, com renovação e modernização ajustadas e mutação de funções em favor do turismo, pareceu a muitos dos seus proprietários como uma alternativa de valorização do patrimônio construído e do ambiente e paisagem envolventes. Foram estimulados, aliás, pelos apoios financeiros a fundo perdido, no âmbito do Sistema de Incentivos Financeiros para Investimento no Turismo (SIFIT). A prestação de serviços de alojamento e de lazer era também uma forma de ocupar e remunerar alguns trabalhadores permanentes, sobretudo femininos. Essa atividade contribuiu para reter alguns casais, cuja presença e colaboração se revelavam importantes, mas dispendiosas e não rentáveis no quadro da exploração agrícola, em que a acentuação da extensificação era a regra.

A antiga vila de Evoramonte desenvolve-se pela encosta duma colina encimada pelo castelo e dispõe de valioso patrimônio histórico-cultural. Aqui surgiu há doze anos uma unidade de turismo rural por iniciativa de um casal vindo de fora, mas com raízes no lugar, traduzidas na herança da casa. Para a sua recuperação e criação de espaços de lazer (piscina), a família recorreu aos subsídios institucionais. A clientela é da classe média-alta (quadros superiores, profissões liberais) e em larga parte estrangeira, motivada pelo ambiente e cultura locais. O abastecimento corrente é feito nas grandes superfícies de distribuição de Évora e Estremoz e o de mais qualidade em Lisboa, onde residem alguns descendentes. A presença de visitantes que pernoitam justifica, em certa medida, o funcionamento de dois restaurantes locais, ao garantirem e apreciarem a gastronomia regional. O exemplo de Evoramonte pode ser comparado com o de Tereina, também antiga vila, rica em patrimônio histórico-cultural e estendendo-se na encosta duma crista encimada num extremo pelo

castelo e no oposto pela igreja, com seu largo-mirador. São, nos dois casos, lugares parados no tempo, de gente envelhecida, casas ainda cuidadosamente caiadas, mas várias delas já não habitadas de forma permanente. Apenas se vê gente junto às estradas que os servem. Igualmente há doze anos foi nesse local criada uma unidade TER, cuja clientela justificou o aparecimento de um restaurante com qualidade gastronômica que, ao ganhar renome, polarizou outras clientelas das vilas e cidades próximas e mesmo distantes.

Este último fechou, após a morte do seu proprietário, e a unidade TER mudou de proprietários. Os novos descendem de alentejanos e antigos clientes, que trocaram a residência na Área Metropolitana de Lisboa e, em parte, as anteriores profissões por novos modos de vida. Esse percurso foi facilitado pelas novas tecnologias (teletrabalho) e condições de deslocação (auto-estrada Lisboa-Badajoz). São neo-rurais, entusiasmados com o ambiente, a paisagem, a arquitetura, a tradição, a identidade, os ritmos quotidianos, com tempo e espaço, mas que se deslocam semanalmente à Área Metropolitana de Lisboa, onde se abastecem. Como não há restaurante local, os seus hóspedes frequentam regularmente os da vila mais próxima, Alandroal, a cerca de 20 Km. Em outras aldeias, o desenvolvimento turístico partiu duma oferta hoteleira convencional, de pousadas e estalagens, como em Marvão, Alvito e Monsaraz, que se diversifica em seguida com unidades TER e residências secundárias, através da recuperação de casas desabitadas. A capacidade de alojamento total alcança uma certa dimensão e estimula o aparecimento de unidades de restauração, de estabelecimentos de venda e de produtos artesanais da região como cerâmicas, tapetes e mantas, de qualidade e preços diferenciados. Diferenciadas são também as pessoas que visitam e frequentam os lugares. No conjunto, são várias microempresas, com alguns novos empregos. Mesmo em tempo parcial e pouco rentáveis, elas contribuem para fixar elementos de população ativa ainda relativamente jovem e com certa capacidade de iniciativa e de adaptação. No caso de Monsaraz, a criação de novas facilidades de estacionamento, mesmo para camionetas e a organização de festas locais, apresentando touradas com touros de morte, fazem aumentar os fluxos de visitantes itinerantes. Muitos deles vêm de aldeias espanholas vizinhas. Monsaraz perde, então, a pacatez, o silêncio, a intimidade e banaliza-se como paragem de cir-

cuitos excursionistas. No entanto, os equipamentos com maior capacidade de alojamento e oferta de lazer mais diversificada (piscinas, cavalos) situam-se fora da antiga vila, nas terras baixas envolventes, como a pousada, o hotel rural, a unidade de agroturismo e as instalações do Convento da Orada.

Em aldeias como em Brinches, a função residencial é a que se desenvolve. O aglomerado manteve a arquitetura e a feição tradicional, mas muitas casas mudaram de proprietário. Foram adquiridas por gente de Lisboa, enquanto os donos anteriores migraram para longe, para a Área Metropolitana de Lisboa, ou apenas para Serpa, atraídos pelo trabalho. Brinches, com cerca de mil habitantes, tem vários cafés-restaurantes, mas sem renome nem capacidade de atração de clientes de fora. As pessoas que compraram e recuperaram as casas permanecem pouco tempo e chegam abastecidas com tudo o que pensam necessitar, não animando sensivelmente o comércio local. Apenas recorrem a ele para alguns produtos frescos e suprimentos de primeira necessidade. Para as idas a restaurantes, saem da aldeia ao encontro de lugares mais urbanos e sociais e com ofertas mais variadas e prestigiantes. Também neste aspecto Brinches gravita em torno de Serpa e Moura.

Aldeias de áreas litorais e serranas adjacentes – Na serra do Caldeirão, na passagem do Alentejo para o Baixo Algarve, é marcante o isolamento físico, humano e familiar. Povoações pequenas, regressivas em termos demográficos, distantes umas das outras, mal servidas de camionetas e de estradas. A vida é difícil para os que permanecem dispersos em lugares e montes, e só a itinerância permite o acesso a comércio e serviços para os menos móveis, pela idade ou por razões econômicas. ‘Tudo sobre rodas’ foi o lema: o comércio ambulante (pão, peixe, mercearias, detergentes, roupas), a educação (infantil), a cultura (biblioteca, ludoteca, cinema), o serviço de saúde (unidades móveis) e o serviço social (apoio domiciliário de idosos: higiene pessoal e da casa, distribuição de refeições). Também organizam circuitos de camioneta para as idas às missas, ao povo, em viagens que permitem, de igual modo, fazer compras, pagar contas, participar em mercados e, não menos importante, conviver durante o percurso, preenchendo tempos vazios.

Em Cachopo, em plena Serra do Caldeirão, não há alojamento TER nem hotelaria convencional. A localidade é atravessada pela velha estrada leste-oeste, do Barranco do Velho a Alcoutim, com ligação para Loulé, S. Brás, Faro e Tavira. A pendulação de alguns ativos tornou-se habitual, sem que a aldeia deixasse de regredir demograficamente e de ver fechar as suas escolas, não há nascimentos, quase apenas óbitos. Encontramos, todavia, neste lugar três restaurantes, dois cafés e um pequeno quiosque de venda de produtos tradicionais locais e regionais, como mel, licores, cestos, trabalhos no tear. A feira anual de artesanato, apoiada pela Associação de Desenvolvimento Local In Loco, atrai na ocasião muitos artesãos e visitantes. A caça suporta a especificidade da oferta de um dos restaurantes. Há uma clientela flutuante que penetra e atravessa a serra, nas suas perambulações profissionais e de lazer, e que pára, por vezes, em Cachopo, durante algumas horas, animando o seu comércio e, sobretudo, os seus restaurantes.

Bem mais interessante e significativo é o exemplo de Querença, já na depressão periférica e dominando a sua paisagem (vale e serra no horizonte). A aldeia mantém a fisionomia de pequeno lugar organizado pela Igreja e pelo pelourinho, de valor patrimonial. O seu largo é a sua sala de visitas, lugar de encontro de fregueses e turistas, em torno do qual se fixou o comércio e em particular a restauração e a loja de artesanato. A poucas dezenas de quilômetros do litoral, onde foi grande o desenvolvimento do turismo sol e praia, e a poucos quilômetros de Loulé, Querença congregou dinâmicas complementares: residencial; de paragem de percursos de lazer e descoberta organizados a partir do litoral e para a clientela do turismo de sol e praia, de modo a diversificar a ocupação das estadas; de itinerância de lazer para a gente residente no litoral, com paragem para refeição nos restaurantes que ganharam renome pela qualidade da oferta gastronômica. Complementarmente, na periferia da aldeia, surgiu uma unidade TER (1992) com piscina e campo de ténis, e um restaurante com ementa insistente na caça. Foi assim que Querença contrariou a decadência do passado, tornou-se conhecida, começou a atrair visitantes e a fixar novos residentes, entre os quais numerosos estrangeiros.

O impacto do turismo nas áreas rurais próximas de zonas litorais de turismo balnear deve-se à organização de festivais, a qual des-

tacamos o de Vilar de Mouros, num ambiente bucólico do vale do rio Minho, e o de Zambujeira do Mar. Trata-se de grandes eventos musicais, atraindo milhares de pessoas, sobretudo jovens, que contribuem para divulgar o local e possibilitam outras respostas, por exemplo, no quadro da promoção de fins de semana fora dos meses de verão: ecologia; paisagem de montanha, de planura, ou de água (albufeiras, mar); campos variados na ocupação, nas cores, nos sons, nos cheiros; áreas de cultura, artesanato e gastronomia atrativas. Na Zambujeira do Mar, os impactos são, no momento, repulsivos para a sua clientela de veraneio, perturbando excessivamente o ambiente e gerando demasiada pressão sobre os equipamentos, em que se contam cerca de 20 restaurantes, cinco bares, uma discoteca, três residenciais, uma unidade TER, um parque de camping, uma oferta considerável de camas paralelas, duas lojas de artesanato, além de muitas residências de férias adquiridas ou mandadas edificar por gente de fora.

Aldeias de montanha – Na região turístico-promocional Montanhas, consideramos situações fortemente contrastantes: a de Vilar de Perdizes, nos planaltos trasmontanos, a de Montesinho, no Parque Natural de mesmo nome, na fronteira NE, e as de Alvoco da Serra e Sabugueiro, em plena Serra da Estrela. Vilar de Perdizes é uma aldeia raiana, situação que lhe possibilitou a exploração do contrabando como modo de vida e importante fonte de rendimentos monetários, até à abertura da fronteira e à liberalização das trocas, a par das atividades agropecuárias tradicionais e do trabalho na construção civil e obras públicas, essencialmente longe da freguesia. Nos primórdios da política de desenvolvimento do turismo rural, essa aldeia foi considerada em termos de turismo de aldeia, com o aluguel de quartos em casas rurais rústicas habitadas pela sua população e a prestação de serviços complementares como novas atividades dos quotidianos locais. Tal projeto foi, todavia, abandonado, em benefício do turismo de habitação em áreas bem dotadas de solares e quintas. As infra-estruturas e equipamentos e os modos de vida autóctones não pareciam ajustar-se às exigências dum turismo gerador de rendimentos vultosos e em particular de divisas. A classe média baixa, de filiação rural, não parecia ser sensível a férias longe da praia,

em meios semelhantes aos das suas raízes e aonde voltavam regularmente pelo dever de visitar familiares e amigos.

Marginalizada pela política oficial, Vilar de Perdizes registrou o desenvolvimento espontâneo e individual do aluguel informal de quartos para uma procura de valores antropológicos e etnológicos, atenta ao seu museu de artefatos agrícolas, aos tanques de azeite, aos moinhos hidráulicos, fontanários, lavadouros e fornos públicos. Essa procura foi reforçada com o encontro anual de ciências ocultas e de medicinas alternativas, a que se associa a Cooperativa de Ervas Medicinais. A presença de visitantes e turistas combina-se com o retorno em agosto dos seus emigrantes, animando a aldeia e, em particular, o seu equipamento comercial, que conta com três supermercados que vendem um pouco de tudo, duas mercearias, um talho, uma padaria, um estabelecimento combinando a venda de pronto-a-vestir e de mobiliário, além da feira mensal e do comércio ambulante. Existem também três restaurantes, sete cafés e duas discotecas. A viabilidade de alguns estabelecimentos assenta logicamente na sua estrutura familiar, que evita o pagamento de salários, e na retenção da clientela local (a aldeia situa-se a cerca de 12 Km de Montalegre e 22 Km de Chaves), pelo ajustamento da oferta e a prestação de serviços como telefone público, recebimento de correio, pagamento de contas mensais de água, luz e telefone, troca de cheques por dinheiro, nomeadamente de pensões e reformas. A sua existência facilita o desenvolvimento do turismo popular não-organizado ao assegurar condições mínimas de pernoite, de alimentação e de aquisição de alguns bens de primeira necessidade.

Montesinho é também uma aldeia raiana, isolada pela localização e pelo ambiente de montanha, onde ao longo de decênios se manifestaram tendências de despovoamento e abandono. Esse ciclo depressivo parece ter-se invertido pelos apoios ao desenvolvimento dos aglomerados do Parque Natural, de mesmo nome. É certo que a sua população permanente não alcança as três dezenas, que a maioria tem mais de 50 anos e bastam os dedos de uma mão para contar as suas crianças. Porém, no Verão e nos fins de semana prolongados, a população presente é bem superior pelos visitantes atraídos pela paisagem do Parque Natural. Houve recuperação de casas, preservando a arquitetura tradicional, por parte dos seus naturais, do Parque

e de forasteiros. A economia local assenta ainda na pecuária, com utilização dos pastos de montanha (dois rebanhos), mas o turismo vai ganhando relevo. São os visitantes que procuram o café, produtos evocadores do Parque (*T-shirts*, documentos escritos, postais), artigos de produção artesanal (mel), que se encontram à venda no único estabelecimento do lugar. Aqui, a evolução como aldeia turística enfrenta a insuficiência dos equipamentos de base e a inexistência de uma oferta comercial polarizadora e atrativa, ao contrário de Vilar de Perdizes, face à pequenez do lugar e ao grau de desertificação humana a que chegou. O exemplo mostra-nos que para o desenvolvimento do turismo de aldeia, ou mesmo de uma aldeia turística não basta reconstruir e dotar de conforto as casas abandonadas, mas é também preciso manter população residente adulta e ativa, que assegure os serviços e a clientela mínima dos estabelecimentos de comércio e de serviços no período de inverno, quando a aldeia fica isolada.

Alvoco da Serra, no Parque Natural da Serra da Estrela, tem um passado agropastoril e têxtil, que registrou as dificuldades comuns nessas áreas serranas, traduzidas em perdas de rendimentos e de população e no envelhecimento acentuado da que permanece. A valorização do ambiente como quadro de vida, de recreio, de férias e a do queijo da serra inverteu mais recentemente as tendências regressivas. Existem duas 'pousadas', um café, um bar e dois estabelecimentos mistos, à base de mercearia, que dificilmente suportam a concorrência diária dos ambulantes, das grandes unidades retalhistas urbanas de Seia e até mesmo de Oliveira do Hospital. Em Alvoco já existiram sete mercearias. A sua presença é, todavia, importante para a população residente e para a população que aqui passa férias, nas suas residências secundárias.

A aldeia do Sabugueiro conheceu um desenvolvimento turístico espontâneo muito mais marcante. A mais de mil metros de altitude, em pleno ambiente de montanha granítica, de invernos rigorosos e com freqüente queda de neve, servida pela estrada que atravessa a serra pelos cimos, de Seia a Covilhã, e com ligação para Manteigas, o Sabugueiro pode combinar forças de atração turística de inverno e de verão e explorar o turismo de passagem, oferecendo pernoite, refeições e bens de produção artesanal, uns locais, originais e autênticos, outros bem mais banais. A economia agropastoril à base de centeio, batata,

castanha e rebanhos de ovinos e caprinos fora complementada com trabalho no setor têxtil e nas obras públicas e depois revivificada com a revalorização do queijo da serra e com a oferta turística de outros bens tradicionais e artesanais, com relevo para o pão, produtos de fumo, cestaria de castanho, artigos de pele, além do queijo e do mel. A tudo isto se juntou uma oferta de alojamento, que já é considerável, e encontra-se distribuída por algumas dezenas de casas, remodeladas para o efeito, e alguns quartos em outras casas habitadas permanentemente, totalizando centena e meia de camas e respondendo a uma procura diversificada em termos sociais e etários. O número de estabelecimentos comerciais da aldeia quase que duplicou desde 1960, ao contrário do verificado em Alvoco da Serra. Alguns comerciantes prolongam a atividade na aldeia com o comércio ambulante estival e, sobretudo, domingueiro, nos cimos da Torre, a quase 2000m de altitude.

Aldeias históricas – No âmbito do programa de Promoção do Potencial de Desenvolvimento Regional, foi lançada em 1994 a iniciativa de recuperação de aldeias históricas de Portugal, com caráter piloto e incidindo sobre 10 aldeias da Beira, de reconhecido valor natural e patrimonial. Com efeito, a seleção assentou, segundo documentação oficial, na existência de património arquitetónico, arqueológico ou ambiental classificado; na unidade formal do tecido construído; no interesse histórico-cultural; na integração em percursos turísticos ou culturais temáticos; no índice de despovoamento e na carência de infra-estruturas turísticas. As intervenções visam a recuperar, valorizar e integrar esse património na exploração turística, com relançamento das economias locais e satisfação das necessidades básicas das populações residentes quanto a infra-estruturas. Para isso, buscaram-se parcerias envolvendo agentes económicos privados, associações de desenvolvimento, autarquias, estruturas da Administração Central e a União Européia, através dos fundos do Programa para a Promoção do Desenvolvimento Regional.

Considerem-se duas dessas aldeias, a Sortelha e o Piodão. Aldeia medieval, Sortelha compreende a área intramuros e o arrabalde. Dentro das muralhas, residem menos de duas dezenas de pessoas, entre as quais não há qualquer criança. No arrabalde, habitam cerca de duas centenas, os ativos e os jovens. A atividade predomi-

nante continua a ser a agricultura, embora algumas pessoas trabalhem nos setores secundários e terciários (restauração, hotelaria, comércio) e pendulem para o Sabugal, e outras sejam emigrantes. Há uma importante atividade artesanal, em linho, algodão, ráfia, palha e madeira. É na área interior da muralha circular que se situam as construções patrimoniais – castelo, pelourinho, igrejas, campanários, fontanário – e seis unidades TER, com meia centena de camas, o posto de turismo, três bares, dois restaurantes e duas lojas de artesanato. No arrabalde, encontram-se o comércio e os serviços de apoio à população local (minimercados, padaria, correios, telégrafos, telefones, café) e outro equipamento, que serve fundamentalmente aos visitantes pela maior facilidade de acesso e de estacionamento: três restaurantes, um bar, uma loja de artesanato, além de quatro unidades de alojamento turístico.

A recuperação de habitações para turismo e residências secundárias, os ateliês de produção e venda de artesanato (tapeçaria, cestaria, escultura), a restauração, a limpeza e conservação do castelo, da muralha, de igrejas e outros imóveis, as intervenções nas fachadas e coberturas de muitos edifícios, as intervenções nas redes públicas de abastecimento de água, esgotos domésticos e pluviais, tratamento de águas residuais, o enterrar das redes elétrica, telefônica e de TV, a pavimentação das ruas geraram oportunidades de trabalho e ganhos, ajudando a travar o envelhecimento. Os dados mostram que, em 1991, 57% tinham mais de 60 anos. Além de inibir também a desertificação e motivar alguns retornos de emigrantes. De 1960 a 1991, a população residente registrou um decréscimo de 52%, que foi particularmente forte nos anos 60.

Na Sortelha parece claro o impacto positivo do desenvolvimento turístico na revitalização da economia local, com destaque para as atividades comerciais e artesanais direta e indiretamente estimuladas pelos novos consumidores. Elas em parte vão também servir à população residente, não obstante a sua polarização acentuada pelos grandes estabelecimentos do Sabugal, Belmonte e mesmo Guarda e Covilhã. Sabugal é, sem dúvida, o principal pólo de abastecimento de produtos e de prestação de serviços que a população da Sortelha não obtém na aldeia. O Piodão é um pequeno lugar de cerca de 70 habitantes (281 em 1960 e 110 em 1981), uma parte freqüentemente

ausente e muitos deles idosos. Situado na parte oriental da serra do Açor, ficou sem acesso por estrada alcatroada até 1976. Também foi incluído no programa das aldeias históricas, pela exemplaridade da sua estrutura – em presépio, segundo as curvas de nível – e unidade da arquitetura e fisionomia das casas, todas de xisto, sem reboco nem cal e com cobertura de lousa, o mesmo xisto do empedrado das ruas. A economia serrana, tradicionalmente pastoril (rebanhos de ovelhas e cabras) e mais tarde também florestal, não foi capaz de reter muitos piodenses, que à semelhança dos habitantes de outros lugares das serras do Açor, da Lousã ou da Estrela, migraram para Coimbra, Lisboa e Brasil. Esses emigrantes não perderam, no geral, a memória das raízes, traduzida nos contributos para as ações das Ligas de Melhoramentos (a do Piodão surgiu em 1952): estradas de acesso, fontanários, arranjos da igreja e de largos e praças, e no caso do Piodão, eliminação de elementos dissonantes na imagem da aldeia.

Como se refere MORENO (1999):

Trata-se de um conjunto de 200 casas com paredes e cobertura de xisto, engastadas em socacos da encosta de forma coesa /.../. As casas possuem hoje portas e janelas de madeira, as últimas pintadas de branco, enquanto que algumas das primeiras mostram-se de azul-céu, forte ou leve... A igreja, junto ao largo de entrada, e mais algumas casas pintadas de branco fazem perceber /.../ que o conjunto é mais que uma formação rochosa irregular da encosta.

Em 1995, o Piodão foi classificado como Imóvel de Interesse Turístico. No final de 1996, apenas 15% das casas estavam permanentemente habitadas. Então se iniciara a sua valorização turística na rusticidade, a aldeia tornando-se destino e paragem de deslocações recreativas, de fim de semana, de gente residindo nas cidades próximas, que se juntavam aos piodenses habitando longe, mas retornando frequentemente à aldeia. Então faltavam alojamentos comerciais de pernoite: apenas quartos disponibilizados pela gente da terra, os comerciantes e dois alojamentos autóctones da Comissão de Melhoramentos do Piodão, que foram comparticipados pelo Programa Leader. Em 1998, entrou em funcionamento uma casa de turismo de aldeia (o

utilizador não coabita com o proprietário), com cinco quartos. Em 1999, decorre a construção de uma outra casa dessa mesma modalidade e a da Pousada (Enatur), com cerca de 40 quartos.

Essa clientela visitante, avaliada atualmente entre 4.000 a 6.000 o seu número por ano, induz atividades comerciais. Existem dois cafés-restaurantes e um café, além de duas mercearias. Os visitantes valorizam as produções locais, da aguardente de medronho aos licores, ao mel (a apicultura é tradicional), aos queijos, às miniaturas da casa tradicional de xisto, a artigos em madeira, a instrumentos musicais. A sua função é reforçada pelo novo Posto de Turismo/ Centro de Artesanato e também Centro Paroquial/Centro de Dia para idosos. Tal como em Sortelha, foram desencadeados trabalhos de infraestrutura: Etar, rede de abastecimento de água e eletricidade, saneamento básico, telefones e TV, tudo por via subterrânea e servindo todas as habitações. Ainda segundo MORENO (1999):

Como conseqüência do processo de valorização dos edifícios e do conjunto da aldeia, verificou-se um certo aumento da procura, por parte dos que buscam ‘segundas residências’ ou de quem tem perspectivas de as ter como investimento numa aldeia típica/.../. Já pedem 600 ou 700 contos por pequenas coisas, como os palheiros /.../ e houve quem vendesse uma casa por 12.000 contos, embora já restaurada por dentro.

Em termos de futuro, há quem afirme que o Piodão é cartaz: não vai morrer. Ainda segundo MORENO (1999), de símbolo de miséria o Piodão passou a símbolo de exotismo e, ao mesmo tempo, museu de ruralidade, mas de uma ruralidade idílica para fruição urbana, desprovida de maus cheiros e adaptada a uma civilização higiênica. Entretanto, nem todos os estabelecimentos comerciais do Piodão acusam um novo dinamismo. F., merceiro, com um estabelecimento que já tem 80 anos, comenta: “Dantes não havia estradas, as pessoas não tinham onde comprar... até faziam fila para vir aqui comprar... Era uma casa mista, tinha um pouco de tudo – vinho, ferragens, fazendas”. Mostrando o livro dos fiados, acrescenta: “Dantes era só quando recebiam heranças ou vendiam o gado é que arranjavam dinheiro para pagar o que deviam. Mas olhe que nesse

tempo as pessoas eram sérias. Agora nem temos clientes para fiar/.../. Há pessoas que aqui passam anos sem que nos façam uma compra”. Informalmente, F. troca os cheques da reforma dos idosos de modo a desviar as suas compras, mas as suas maiores expectativas parecem dirigir-se à população flutuante, como se deduz da oferta considerável de bens do artesanato regional. São estes clientes, sobretudo no Verão e em épocas festivas e fins de semana prolongados, que viabilizam o respectivo estabelecimento, localizado próximo do largo central. A população local tende a abastecer-se regularmente nas vilas mais próximas ou compra dos ambulantes, à semelhança da de Alvoco da Serra. Por isso, o merceeiro desabafa: “Tenho pena disto acabar, se não já tinha fechado a porta, tenho 66 anos e nenhum dos filhos está interessado em continuar”.

Há no Piodão, como nas outras aldeias referenciadas, um comércio novo, de procura irregular, cerca de quatro meses por ano, o que provoca problemas de viabilização. Resta, por outro lado, o comércio tradicional, orientado para os residentes, mas sofrendo fortemente a concorrência do comércio ‘sobre rodas’ e dos grandes estabelecimentos urbanos, limitados a suprir faltas pontuais e sem grandes perspectivas. Serão as suas evoluções independentes, autônomas? Ou só a complementaridade os poderá fazer vingar?

- Comércio e turismo rural: relações complexas de interdependência

Se a crescente valorização do ambiente, da paisagem, do rústico, da história, da tradição e do sossego sustenta oportunidades de turismo e de lazer no espaço rural, da montanha à planície, do interior ao litoral, a sua concretização está condicionada pela presença de população permanente, garantia da tradição e da preservação do meio e prestadora dos serviços requeridos. Em um ou em outro caso, os atores vieram de longe, mas, na maior parte, têm raízes e patrimônios locais, que não desprezam e que procuram valorizar através do acolhimento de visitantes. Alguns lugares estão, porém, de tal modo desertificados e abandonados que dificilmente serão capazes de responder às procuras de lazer. Tendo o abandono resulta-

do da falta de alternativas satisfatórias às atividades dominantes e ao isolamento social, familiar e funcional, num processo cumulativo. O comércio retalhista tornou-se condição de sobrevivência em economias camponesas fortemente monetarizadas através de pensões de velhice, e com acentuada secundarização do autoconsumo em nível alimentar. A oferta de bens e serviços de proximidade constitui um importante travão do despovoamento dos lugares e aldeias, sobretudo nos meios mais marginalizados e despovoados, com populações envelhecidas e sem mobilidade. A itinerância tem custos que limitam a sua viabilidade, não sendo, no geral, suficiente quanto à diversidade e à qualidade, nem tão pouco no que refere à sua regularidade. É assim que muitos lugarejos/sítios, com poucas pessoas e todas elas idosas, tendem a desaparecer. Uns morrem, outros vão juntar-se aos filhos na cidade. A mercearia-taberna tende a desaparecer com os seus proprietários; não há correio nem estabelecimento para receber reformas e movimentar dinheiro e as deslocações são difíceis, na ausência de transporte próprio e de carreiras de transporte coletiva, privado ou social.

Nestas condições, o turismo verde, ambiental tem poucas possibilidades de se desenvolver e de contribuir para a revivificação sócioeconômica, salvo em contextos particulares de recursos e acessibilidade, principalmente na periferia de barragens, como na de Montargil: em Foros do M-ocho são muitas as residências secundárias e há um café, com restaurante e mercearia. No perímetro da barragem do Alqueva, futuro grande lago interior, estão previstas infraestruturas de lazer e equipamento complementar, que induzirão certas atividades subsidiárias, como a restauração e o comércio, mesmo se a população permanente reside nas velhas aldeias e dirige as suas compras fundamentalmente para as vilas e cidades mais próximas.

As inter-relações comércio e turismo são múltiplas. O comércio suporta o desenvolvimento turístico e é animado por ele, dos materiais de construção aos produtos alimentares, especialmente os da região, ao artesanato e aos *souvenirs* mais ou menos banais. A especificidade das produções locais justifica, por sua vez, alguns fluxos através das rotas temáticas (vinhos), da gastronomia e doçaria, da visita a oficinas de artesãos. São relações complexas e quase sempre pouco integradas e organizadas. Não há concentração, programação, pro-

moção e marketing das ofertas. O mercado turístico em meio rural, pouco denso e disperso no tempo e no espaço, figura como complemento de negócio, importante, mas não determinante. Mesmo em nível de restauração, não se secundariza a clientela regional, frequentemente presente e fiel. O desequilíbrio em uma ou em outra direção varia com a intensidade das chegadas dos visitantes e o volume da clientela residente. Assim sucede em Cachopo ou em Alvoco da Serra, em que predomina a última, e inversamente em Querença, Sortelha e Piodão.

Quando às visitas de população flutuante se junta a permanência por alguns dias nas unidades TER, os impactos no comércio são mais visíveis, em particular na restauração, mesmo se a repetição das dormidas não significa presença contínua, mas a instalação num lugar de irradiação de passeios em várias direções, segundo os atrativos regionais, naturais, edificados, culturais, desportivos. No caso de eventos, como os festivais, o *rally* de Portugal ou campeonatos de motocross os impactos são promocionais. Em termos de política de turismo, os apoios são dirigidos ao alojamento, à restauração e a equipamentos complementares, desportivos e culturais. Admite-se que os estabelecimentos comerciais a retalho e os serviços comerciais existentes satisfazem a procura turística (telefone público, correio, tabacaria, papelaria e jornais, perfumaria e farmácia). Se assim não ocorre, são frágeis as bases de desenvolvimento do turismo rural, mesmo em espaços de elevado valor cênico, que podem ser percorridos, observados, fotografados e filmados ao longo de passeios com origens e destinos bem definidos previamente, mas não praticados, vividos.

Noutros termos, o desenvolvimento do turismo rural, nas suas diferentes modalidades e motivações, pressupõe a existência de população permanente, não só para responder a necessidades manifestadas como para sustentar ao longo do ano uma procura mínima junto ao comércio retalhista e aos serviços de proximidade. A desertificação para a qual parecem caminhar certos espaços não anula necessariamente a sua atratividade turística, mas reduz consideravelmente a duração das presenças e repele iniciativas de construção dispersa de residências secundárias que, aliás, levanta problemas sérios de dotação de infra-estruturas básicas, de vigilância e de conserva-

ção, menores em condições particulares de proximidade da residência familiar permanente ou para personalidades pouco sociáveis, mesmo eremitas. Assim, o turismo não pode figurar como atividade básica do desenvolvimento rural, nem como travão da desertificação. Há, porém, nessas considerações um problema de escala de análise: pontual e localmente, os impactos não são visíveis, mas já o mesmo pode não se verificar no quadro geral da microrregião e das suas principais aldeias e vilas, de concentração da população e atividades tradicionais e das associadas ao turismo. Nessa lógica, em que se releva o desenvolvimento territorial integrado e sustentável, as ações dirigem-se à comunidade e aos visitantes e os benefícios das visitas devem favorecer a população visitada: o turismo torna-se uma atividade básica, geradora de rendimentos externos que a população residente deve procurar reter ao responder com autonomia à procura correspondente de bens e serviços, reforçando esta resposta com produtos originais, específicos e com valor acrescentado, dos de natureza alimentar aos artesanais e aos recreativos.

Na gastronomia, introduzem-se, então, ementas próprias, sobremesas e vinhos da região. Nas lojas, oferecem-se bens de produção local, se possível de qualidade reconhecida e suficientemente valorizada pela clientela visitante. Também a animação deve responder com a valorização sustentável de recursos endógenos: cultura, folclore, festas, feiras e mercados, planos de água, topografia ajustada a desportos radicais. O balanço econômico deve ser positivo para os atores e para a comunidade, sem prejuízo da sustentabilidade ambiental, social e cultural (limites nas capacidades de carga) e da satisfação das diferentes clientelas, mais ou menos individualistas e isolacionistas, gregárias e sociais, contemplativas e ativas. Ou seja, para que as atividades terciárias se afirmem como fator de desenvolvimento local, importa que satisfaçam o mais possível a procura, evitando a saída de rendimentos: procura de residentes, procura de turistas, procura de visitantes de passagem e procura mais ou menos irregular dos habitantes das residências secundárias. A maioria dotada de boa mobilidade, informada quanto a preços e marcas, exigente quanto à qualidade e à diversidade, no geral apreciadora da especificidade, mas com garantia/certificação da mesma, tanto no que refere a produtos artesanais como a bens alimentares.

Na época da ‘mcdonaldização’, há lugar para paladares específicos, tradicionais, regionais e locais. Compreenderam-no muitas associações de desenvolvimento local, que em parceria com as autarquias e outras forças da sociedade civil, e com fundos comunitários (FEO-GA, LEADER, etc.), promovem a produção e a criação de espaços de exposição, promoção e comercialização, a que juntam em muitos casos pequenos museus, cafés-bar e restaurantes. Assim será na futura casa de produtos tradicionais de Góis, que valerá, segundo o autarca, pela importância que assume no contexto de um plano muito mais amplo, que visa combater a desertificação do interior, designadamente do alto distrito de Coimbra e, particularmente, de Góis e Pampilhosa da Serra, onde já existem várias aldeias completamente abandonadas: “Queremos e precisamos demonstrar que é bom viver aqui, queremos e precisamos criar emprego para fixar as populações, sobretudo os jovens [mel, queijos, enchidos...]”. (D.N., 5 Dez. 99).

Na época da massificação da produção industrial tipo artesanal e da globalização desregulada das trocas de bens, incluindo o artesanato oriental, há procura pelos artefatos de qualidade, tradicionais ou inovadores e criativos, utilitários e, cada vez mais, decorativos, mesmo bastante caros (natureza dos materiais, quantidade e perfeição do trabalho). Diferentes grupos de visitantes revelam diferentes sensibilidades, apetências e capacidades efetivas de aquisição dos bens oferecidos pelo artesanato, através da sua oferta em lojas da especialidade e lojas mistas, no local ou nos centros urbanos, por vezes à consignação, em feiras da especialidade ou com a especialidade, ou simplesmente da sua exposição e de condições de encomendas de peças segundo o gosto do cliente. Em alguns casos, a existência duma oferta artesanal específica é determinante no desencadear de fluxos de visitantes ao local e à região, entre os quais também consideramos os retornos regulares, nos tempos de festas e férias, de emigrantes às suas terras de origem: linhos de Algarez, bordados de Tibaldinho ou Óbidos, tapetes de Almalaguês ou Arraiolos, tapeçaria de Portalegre; cerâmica de Bizalhães, Caldas da Rainha, Redondo ou S. Pedro do Curval; filigramas de Paredes de Coura; mantas de Almodovar ou de Reguengos, objetos de palma/empreita de Alte.

Para concluir, peço ao leitor que se detenha nas palavras de GUERRA (1998) & MESQUITA (1998):

A desvitalização econômica das aldeias pode ser contrariada pela emergência de novas formas de comércio sucedâneas das mercearias e cafés como, por exemplo, o comércio, o artesanato e o restaurante típico, em prol da promoção turística do interior. Esta desvitalização serve a afirmação das cidades de pequena e média dimensão como lugares centrais da sua área de influência, em contraponto às cidades de maior dimensão.

▪ Bibliografia

- AVILLEZ, F. Sustentabilidade econômica e desenvolvimento rural. In: *DESENVOLVIMENTO rural, desafio e utopia*. Lisboa : CEG, 1999. p 117-124.
- CAVACO, Carminha. *Portugal rural: Da tradição ao moderno*. MAP : Lisboa, 1992.
- . O mundo rural em Portugal. In: *O PROGRAMA de desenvolvimento regional e o mundo rural*. Lisboa: MPAT/PAT, 1993. p. 91-107.
- . *Renovação das artes tradicionais na Serra de Montemuro*. Lisboa: PAOT, 1994.
- . *Do despovoamento rural ao desenvolvimento local*. Lisboa: PAOT, 1994.
- MORENO, L. A Serra do Açor e o Piodão : refúgios de uma ruralidade recriada. In: *DESENVOLVIMENTO rural, desafio e utopia*. Lisboa : CEG, 1999. p.395-414.

Patrimônio cultural e turismo rural: o exemplo francês*

*Luc Mazuel***

Nós já conhecíamos as potencialidades da França em matéria de turismo cultural. Estas eram e ainda são extremamente vinculadas às grandes atrações conhecidas no mundo inteiro (o Louvre, Versailles, os castelos do Loire) e a clichês bem conhecidos (a gastronomia, alta-costura, um certo refinamento). Mas a França turística não se restringe a esses exemplos de prestígio. Há uma França rural preservada e autêntica, fundada no patrimônio rural construído, nos recursos naturais, antigas práticas agrícolas, um conhecimento local e um estilo de vida próprio do meio rural.

Nossa exposição será centrada na experiência francesa, mas também com alusão a exemplos de outros países europeus, que experimentaram exatamente a mesma evolução condicionada da demanda de um cliente europeu desejoso em se integrar à vida rural. A este respeito, os ingleses e os escandinavos anteciparam-se aos franceses.

■
* Tradução: Wladimir Blos.

** Doutora em Geografia, conferencista do ENITA de Clermont-Ferrand, membro do Centro Nacional de Recursos do Turismo em Espaço Rural – França.

A França, porém, tem de peculiar um patrimônio rural extraordinariamente rico e preservado, políticas públicas de proteção e valorização patrimonial que são complementadas pelos auxílios da União Européia. Apesar desses aspectos, a experiência francesa acumula deficiências oriundas, em grande parte, do conhecimento errôneo de mercados e práticas inadequadas de marketing e comunicação. Um dos primeiros obstáculos a se considerar é a dificuldade em tocar na cultura, não importando qual o objeto. Neste país, há uma tendência em sacralizar o cultural, sempre lhe atribuindo um grande "C", o que dificulta uma abordagem puramente econômica, mais adequada hoje para uma atividade turística.

Se olharmos somente os dados numéricos, poderíamos duvidar do impacto do patrimônio e da cultura no turismo rural francês. Com efeito, se observarmos a escolha dos lugares de férias dos franceses¹, a motivação cultural e patrimonial representa apenas 12,6%. Essa proporção cai a 9,0% quando se considera somente o meio rural. Ou seja, bem distante das motivações ligadas ao clima (25,0%) ou a contatos familiares (23,0%). Todavia, a escolha cultural aparece em terceiro lugar, embora os números não mostrem o real impacto do patrimônio cultural no turismo rural, pois o perfil do turista evoluiu e seu interesse pela cultura é vasto e cobre aspectos que vão além dos monumentos construídos ou das grandes atrações turísticas tradicionais. Ela engloba aspectos diferentes e, às vezes, intangíveis como a gastronomia, as tradições agrícolas, os costumes lingüísticos, entre outros (elementos pouco quantificáveis e que podem ser entendidos como amenidades). Além dos recursos patrimoniais e naturais, é necessário considerar o patrimônio etnográfico. Entende-se assim a extrema complexidade da valorização turística do patrimônio cultural. Isso nos deixa confrontados com o difícil cruzamento da evolução das práticas culturais dos ocidentais, interação das percepções das populações locais e dos turistas. Colocam-se problemas de deontologia na qual transparece a idéia da sustentabilidade, dos problemas de marketing e de comunicação relacionados a um tema delicado de comercializar.

■
1 "Dados estatísticos da cultura, 1998", Ministério da Cultura, A Documentação Francesa, Paris, 1998.

Num primeiro momento, recordaremos a evolução da noção de patrimônio cultural no meio rural. Em seguida, convém lembrar a evolução e os vínculos atuais entre cultura e turismo. Nós nos interessaremos pela situação do turismo cultural no meio rural, procurando abordar os aspectos positivos em matéria de desenvolvimento local, mas também enfocar os negativos, os impactos ambientais e éticos, entre outros. Enfim, tentaremos trazer à luz as dificuldades específicas do turismo cultural rural frente à confrontação dos setores privados e públicos, um aspecto bastante particular na França, mas também da inserção do mercado, da mídia e da comunicação.

■ Uma noção de patrimônio cultural rural revisitada

A noção de patrimônio cultural rural é recente, assim como a descoberta de seu valor turístico. É um fato, portanto, que existem ainda dificuldades de definição, conhecimento, preservação, divulgação e até mesmo a venda desse patrimônio. Além disso, trata-se de uma noção totalmente evolutiva em que o campo do patrimônio rural se alarga aceleradamente. Há seis anos, o relatório Chiva² pôs, na França, as bases de toda reflexão sobre esse tema. A definição que se poderia instituir recobre elementos concretos como a arquitetura. Alguns prédios prestigiados (igrejas, castelos, prédios industriais) são protegidos pelas leis³ e outros, como o pequeno patrimônio rural (antigas fazendas, fornos, fontes, cruzeis...) são menos considerados. O edificado continua o ponto central, mas já há alguns anos compreendemos que não se pode considerar uma construção rural sem o seu entorno paisagístico e mesmo as criações animais, daí a criação da Zona de Proteção do

2 “Uma política para o patrimônio cultural rural”, Ministério da Cultura, Paris, 1994.

3 Existe na França uma legislação muito complexa e muito favorável ao patrimônio edificado:

- Depois de 1913, a lei sobre os monumentos históricos classificados ou inscritos dá direitos a grandes vantagens financeiras sobre os trabalhos e os impostos (aproximadamente 50.000 monumentos na França);
- Depois de 1992, os ZPPAUP, zonas de proteção do patrimônio arquitetônico urbano e rural, propõem uma proteção máxima a um conjunto coerente de prédios, em um grande perímetro (mais de duzentos ZPPAUP);
- É necessário acrescentar as proteções internacionais do tipo UNESCO e uma variedade de ações de sustentação em nível local (comunidade), departamentos, regiões, parques naturais, sítios históricos e artísticos, etc.

Patrimônio Arquitetônico Urbano e Paisagístico (ZPPAUP) ⁴ e as políticas importantes dos Parques Naturais e das estruturas encarregadas de zelar pelo meio ambiente. Enfim, enquanto os ingleses, alemães, suecos e dinamarqueses, dele já tinham entendido a importância no século XIX⁵, os franceses interessaram-se há pouco tempo pelo patrimônio rural imaterial, alicerçado nos usos e representações que geram os produtos agrícolas típicos, os objetos, os ritos, as danças, as línguas locais, os contos e as lendas. O Estado, além de zelar pelas construções e o meio ambiente, tem hoje a missão etnográfica de recolher os conhecimentos e as memórias rurais.

De uma maneira extremamente transversal e transdisciplinar, interessa-se pelo patrimônio cultural rural. Em complementaridade, por vezes em superposição, infelizmente as políticas de promoção e salvaguarda realizam-se em diferentes níveis territoriais, às vezes, fundadas nas mesmas atrações. Essa noção bastante ampla do patrimônio cultural rural produziu uma profusão de ecomuseus, festas tradicionais, restaurações de construções modestas, ações de proteção a atrações e espécies naturais. Essa nova situação explica o interesse do turista, que reforça um novo olhar sobre a promoção. É um fenômeno de equilíbrio importante entre uma preocupação coletiva e uma preocupação individual, ambas centradas no receio de perder suas características em um contexto de mundialização. Do mesmo modo que os ingleses, às vezes com mais excessos e um espírito nacionalista bastante incômodo, os franceses do meio rural fizeram do patrimônio uma força de identificação que pode, em certos aspectos, ser perigosa. O Regime Fascista de Vichy, durante a IIª Guerra Mundial, destacava os valores do patrimônio rural e estimulava a salvaguarda das construções e tradições regionais.

Apesar dessas evoluções favoráveis, o patrimônio cultural desaparece rapidamente por várias razões: o esvaziamento das áreas rurais com o êxodo, abandono das construções agrícolas inadapta-

■
4 Sobre o patrimônio rural, as leis nacionais e européias se superpõem: grandes sítios classificados ZNIEFF (zonas naturais de interesse ecológico para a fauna e flora), Natura 2000 para a União Européia, parques naturais regionais e nacionais e uma variedade de zonas protegidas em escala local.

5 Grandes ecomuseus e museus de tradições existem nestas regiões desde a metade do século XIX, como é o caso de Skanden, em Estocolmo, Suécia.

terras não-cultivadas em paisagens não-exploradas, modernização sem critério, perda de conhecimentos, ausência de referências próprias e de sensibilidade dos jovens e menos jovens. Todos esses problemas tornam indispensável o papel dos investimentos públicos, amenizando as insuficiências dos investimentos privados. São, portanto, organizadas ações em torno de três eixos:

- a) experimentação de métodos de apreensão global do patrimônio cultural rural;
- b) organização de redes de parcerias, por exemplo, em torno de técnicas de conservação ou de valorização dos conhecimentos locais.
- c) a difusão do conhecimento para a conscientização dos habitantes e dos visitantes urbanos.

Essas ações presidem a sustentabilidade das culturas, necessidade imperativa da sustentabilidade do turismo rural.

▪ O binômio cultural – turismo

É necessário considerar que o turismo rural não pode, de maneira monolítica, restringir-se somente ao aspecto cultural. A permanência no meio rural, em um momento ou outro, pode animar-se ou enriquecer-se de um elemento cultural, que não é o essencial da estada. Aliás, o turismo não pode tornar mais culto, mas pode suscitar um choque, uma emoção pelo bem cultural. Contudo, existe, em paralelo e especificamente, um turismo cultural rural exclusivo, correspondendo a um segmento de mercado bastante motivado e definido e que representa um mercado em expansão.

A partir da relação entre turismo e cultura, é necessário vislumbrar uma dinâmica a três entre cultura, turismo e desenvolvimento local sustentável do território. O desenvolvimento local é indispensável, pois as ações estabelecidas sobre o plano cultural e turístico devem repercutir diretamente na vida dos habitantes, em suas condições econômicas e sociais, no futuro dos territórios, sendo respeitados os componentes naturais e humanos. Nesse sentido, as manifestações

de turismo cultural de massa, no Egito, por exemplo, negaram essa dimensão de sustentabilidade, desejando obter muito rapidamente dividendos, o que resultou em uma ameaça direta aos sítios turísticos e suas populações.

A primeira condição para unir de modo durável cultura e turismo rural é valorizar as características intrínsecas e não exógenas ao território. Certamente, um complexo turístico do tipo parque temático, como o Futuroscope de Poitiers, no oeste da França, completamente concebido em torno do tema do futuro e da tecnologia de ponta, pode ter um enorme sucesso e resultados econômicos significativos para uma região rural. Entretanto, esse exemplo não é reproduzível infinitamente. Supõem-se, a princípio, formidáveis investimentos, inclusive em infra-estruturas permanentes (estradas, ferrovias, hotelaria...). Pode-se escolher uma tal proposta em torno de qualidades próprias ao espaço: é o caso do projeto do Parque Vulcânica, perto de Clermont-Ferrand, que espera 500 mil visitantes por ano, atraídos pelo tema do vulcanismo em uma região de grande riqueza geológica. O projeto utiliza a associação de alta tecnologia e excelente infra-estrutura em salas e espaços naturais autênticos.

Apesar disso, o turismo cultural rural é difuso, repousa sobre pequenas estruturas, sítios privilegiados, preservados e 'autênticos'. Neles, cuida-se em oferecer aos visitantes um produto que corresponda às realidades históricas, sociais e culturais da pequena região e de sua população: uma aldeia típica, uma tradição agrícola peculiar, um conhecimento local. Nem por isso será feito dele um supermercado cultural. Serão associados vários elementos destinados a clientelas motivadas. Não se trata, necessariamente, de elitismo, mas de respeito e adequação entre a escala dos microterritórios e as capacidades de absorção das clientelas, com a preocupação da sustentabilidade. Em uma única palavra, a busca de um equilíbrio para não privar ninguém, mas também não extinguir os elementos constitutivos da cultura.

A implementação dessa proposta pode ter sucesso à condição de respeitar três aspectos:

- a) a valorização dos recursos culturais no esquema de parceria e redes (por exemplo, as rotas temáticas, as cooperativas, as asso-

ciações). Podemos citar o exemplo dos museus das técnicas e culturas *comtoises* na região do Franche-Comté, um agrupamento de museus e indústrias que revelam, através de um único produto e um único passaporte de descoberta, vários sítios sempre a partir do tema da história industrial local.

- b) a desmistificação cultural para evitar o elitismo, tornando o patrimônio acessível a turistas de categorias sócio-culturais e econômicas diferentes. Trata-se de descortinar a cultura, modulando tarifas e programas, com as abordagens e técnicas de comunicação e interpretações diferentes. Nós podemos tanto descobrir uma abadia cisterciense em um passeio com jovens em caminhada, a partir de uma simples visita e do uso da informática a um preço razoável. Quanto, no mesmo lugar, programar uma semana com conferencistas de renome, uma pesquisa pessoal, concertos clássicos para clientelas com poder aquisitivo elevado, na busca de um produto 100% cultural.
- o terceiro aspecto é o cuidado particular com a gestão de projetos, não se restringindo unicamente a financiamentos públicos, mas desejando uma perenização do produto pela iniciativa privada. A título de exemplo, o Estado, a região de Auvergne e o Departamento de Puy-de-Dôme acabam de comprar o magnífico domínio real de Randan por 6 milhões de francos (parques e edifícios) e 12 milhões de francos (as coleções de arte). Até o momento, nenhuma ação privada capaz de rentabilizar este formidável equipamento cultural e turístico foi cogitada e a renovação ameaça custar à coletividade um mínimo de 60 milhões de francos inicialmente.

Seria conveniente acrescentar a estes três aspectos as conseqüências. Eles supõem, com efeito, que as esferas de gestão pública ou privada estejam atentas às inovações (tecnológicas entre outras) que mudam a visão que podemos ter do bem cultural, às formações necessárias, pois emergem novas profissões do turismo cultural rural (guias, em particular), às cooperações, em um nível internacional particularmente, pois o patrimônio cultural se enriquece e se conserva através do intercâmbio.

É necessário lembrar que o turismo cultural rural evolui rapidamente, pois os comportamentos das clientelas da Europa Ociden-

tal modificam-se rapidamente no domínio do consumo cultural. As despesas culturais dos franceses, nos dez últimos anos, foram multiplicadas por 5,5; contra 3,3 para o conjunto do consumo no mesmo período. Somente o domínio da saúde conheceu uma mesma progressão. Os casais franceses despendem em média mais de 6 mil francos por ano, para o consumo cultural.

No plano da evolução qualitativa, a forma do comportamento cultural influi sobre a forma do produto turístico. Distinguem-se hoje no europeu ocidental três formas de comportamentos:

- a) cultura do apartamento;
- b) cultura de passeios;
- c) cultura identitária.

Podemos dizer que o turismo cultural é a mistura das três formas, localizadas no meio rural. A cultura do apartamento, que inclui a televisão e o computador, implica a dificuldade em criar um panorama cultural sem recorrer a representações inspiradas nestes instrumentos ou que justifiquem a sua intrusão. Vemos, julgamos, pensamos cada vez mais pelo prisma dessas mídias. Nossos referenciais culturais nascem da 'pré-digestão' que esses realizam para nós e que se tornam necessárias para entendermos um objeto cultural qualquer, até mesmo uma paisagem, por exemplo.

A cultura de passeios tem certamente uma influência. Muitos produtos turísticos rurais franceses, próximos dos centros urbanos, podem ser percorridos em um ou dois dias, da mesma forma como se poderia ir a um cinema em uma noite qualquer. Trata-se de um consumo limitado, porém festivo, vivido muitas vezes a dois nas categorias sócio-profissionais mais elevadas. O valor agregado desses produtos pode ser forte, pois integram prestações de grande qualidade, estando nele incluídos os aspectos clássicos da hospedagem e da alimentação. Mas é o modelo da cultura identitária que é determinante. De um modo geral, as sociedades ocidentais buscam reencontrar no meio rural as bases identitárias para enfrentar a 'americanização' da cultura no contexto mundial e, de maneira individual, reencontra-se o fenômeno da 'construção de si', de afirmação da sua criatividade e da sua personalidade. Após a década de 80, quando no turismo e na cultura foram enfatizados os valores de sucesso profes-

sional, de culto ao corpo e à tecnologia, os anos 90 consagraram o desabrochar pessoal e o retorno aos valores da simplicidade, da natureza e da tradição.

No turismo cultural rural, o cliente procura tanto um *status* de herdeiro de uma tradição, como o de criador de um futuro onde o indivíduo e a criatividade são os motores de uma sociedade de lazer. Essas utopias constroem as abordagens atuais nas quais se procura tornar o turista feliz e inteligente. Como no mito de *Anteo*, aquele da fonte, são onipresentes nas imagens e símbolos escolhidos pelos comunicadores.

▪ Um impacto favorável sobre o desenvolvimento local

Apesar de numerosos casos nos quais a utilização do patrimônio com fins turísticos serve mais a beneficiar alguns políticos, esbanjando as finanças públicas ou a fazer frutificar os interesses particulares de uma agência privada desconectada do contexto local, pode-se dizer que, sob vários aspectos, o impacto sobre o desenvolvimento local é positivo. Um patrimônio valorizado traz a uma população rural orgulho e o sentimento de pertencer a uma comunidade cujo patrimônio torna-se emblemático. Além disso, este patrimônio valorizado age como incentivador de novas atividades produtivas e culturais, a partir do simples objeto turístico. Por exemplo, uma bela aldeia restaurada é motivo tão atraente para a implantação de novos moradores através do teletrabalho, como para a residência de aposentados e artesãos.

Isso supõe três pré-requisitos:

1. a capacidade de investimento pessoal e coletivo das populações locais (espírito aberto, consciência dos bens patrimoniais, possibilidades econômicas e culturais para se investir);
2. as qualidades patrimoniais existentes e não as idealizações sobre o território (porque não há nada pior do que a desilusão do turista quando se pretende alcançar a sustentabilidade);
3. as capacidades de organização, estruturação e gerenciamento dos atores locais, quer sejam públicos ou privados.

Nós desejamos, antes de apenas teorizar, dar o exemplo de uma pequena aldeia de nossa região do Massivo Central francês. Ele não é necessariamente replicável, mas mostra o mecanismo que tirou uma comunidade rural de uma situação dramática de abandono para o renascimento completo, pela exclusiva atividade do turismo patrimonial. Lavaudieu é uma pequena aldeia típica, com antigas casas de pedra, circundando uma abadia romana do século XI que possui um conjunto de pinturas murais do século XIII. Em 1980, não havia mais um único estabelecimento comercial, a escola estava ameaçada de fechar, funcionando com somente seis alunos e o número de habitantes era de 220. Em 1969, foi criada uma associação (Valis Dei) e com a prefeitura ela empreendeu um longo combate para restaurar o conjunto excepcional de afrescos (um dos mais importantes da França), descoberto após a restauração da igreja e dos edifícios da abadia. Nada disso poderia ter se realizado, se o conjunto não fosse classificado como Monumento Histórico, com o Estado arcando com 50% das obras (o resto provindo da região, do departamento e da comuna com 5%, o que representa um grande sacrifício para uma comunidade sem recursos financeiros). Persuadir os habitantes (na maioria camponeses) de que esse dinheiro era bem empregado foi um trabalho árduo e permanente. A restauração rigorosa e exemplar conduziu a um aumento espetacular do número de visitantes (35 mil pagantes em 1997, e 70 mil no total estimado a cada ano).

Além dos monumentos, foi necessário preparar a cidade: rede elétrica subterrânea, iluminação noturna, pavimentação à antiga, ajardinamento com espécies locais, criação de um ponto de informação turística no verão, visitas guiadas, festivais musicais noturnos, exposições artísticas, estacionamentos, limpeza de rios, áreas de piquenique, sinalização. Sem a ajuda do Estado (fundos FIDAR, Monumentos Históricos...), da Europa (Objetivo 5b, LEADER, FEOGA, FEDER), da região (Programa das cidades típicas...) e de outros parceiros como o mecenato de empresas (EDF, indústrias farmacêuticas), a aldeia não seria um importante ponto turístico que, graças à atividade cultural turística, viu o surgimento de dois restaurantes, um café, uma hospedaria, uma loja especializada em mel, um ateliê de mosaicos, outro de flores secas e um atelier-museu do vitral, bastante famoso na Europa. Novas famílias instalaram-se

e a aldeia ganhou cerca de três dezenas de habitantes e a escola tem agora 12 alunos.

Associaram-se os habitantes na criação de um museu de artes e tradições populares no qual cada um colocou um ou vários objetos familiares ou pessoais para constituir um lugar de memória coletiva, criador de solidariedade e de orgulho local. Os prestadores privados fornecedores são parceiros com a associação que administra a abadia e o museu. Encara-se o turismo com profissionalismo, evitando-se de viver unicamente pela acumulação oportuna de financiamentos públicos. O grande projeto é hoje a criação de um centro cultural de pintura mural para reter os turistas vários dias (estágios, conferências, ateliês...). É necessário assinalar também que a aldeia é agora classificada como ZPPAUP, procedimento rígido, mas que garante o respeito total à construção nos menores detalhes e mesmo da paisagem em um sistema de co-visibilidade a partir da abadia. Enfim, Lavaudieu obteve o título de 'uma das mais belas aldeias da França' (duas somente neste departamento). Muitas aldeias não têm as características estéticas e históricas de Lavaudieu, mas o exemplo mostra que podemos criar esse tipo de atividade no meio rural, mesmo se a outra vantagem do lugar seja estar a 20 minutos de um eixo rodoviário importante e estar a 50 minutos de uma metrópole regional de 300 mil habitantes. Quando o produto é baseado nas qualidades reais (capacidades humanas ou patrimoniais), o isolamento e ausência relativa de serviços não são mais obstáculos tão limitantes.

Através desse exemplo, vemos como a conjunção de uma mobilização da população, pouco receptiva no início, com os incentivos dos financiamentos públicos e a profissionalização dos prestadores de serviços levaram à salvaguarda da aldeia, ao aumento da sua população (fenômeno excepcional nessa região) e à diversificação econômica em uma zona de agricultura monolítica em declínio.

- Os riscos

Se, por um lado, o turismo valoriza o patrimônio cultural rural, por outro, ele pode contribuir com a sua alteração, ou mesmo seu desaparecimento. Com efeito, o excesso de carga sobre um sítio, a exploração exagerada ou uma ‘disneylandização’ podem contribuir nesse sentido.

- Disneylandização e artificialização

A cultura americana e os modos de consumo particulares que ela engendra têm influenciado consideravelmente nossa maneira de viver e, portanto, consumir a cultura e o turismo. A França não escapou de fenômenos como o parque temático. Essas práticas não são certamente condenáveis e elas encontram real sucesso, o que permite o desenvolvimento econômico. Apesar de tudo, elas vão em direção oposta aos princípios de sustentabilidade que nós nos esforçamos em colocar em prática na Europa, em torno de práticas que respeitam a paisagem e as sociedades locais entre outras.

No Ecomuseu da Alsácia, um computador, na entrada da aldeia, indica que o rebanho de vacas passará às 16h 34min e que o carpinteiro trabalhará em sua oficina das 14 às 16 horas. Na loja, descobre-se uma variedade de objetos pseudotradicionais, muitos dos quais fabricados na Ásia. As casas, seguramente magníficas, foram desmontadas e posteriormente remontadas longe de seu lugar de origem. Certamente não se pode conservar tudo *in situ* e fazer com que os aldeões vivam como no século XIX para satisfazer aos turistas, pois a tradição contém etimologicamente a noção de transmissão, portanto de deformação. O autêntico, isso não existe. Entretanto, o perigo de criar um lugar indiferenciado e banal corresponde a nossa idéia pré-concebida de campo, uma imagem de ‘spot’ publicitário é real. No Quebec, os Hurons fazem uma exploração descuidada e pouco séria de suas tradições em parques turísticos. Em resposta contraditória, as aldeias de tribos Micmacs propuseram produtos turísticos ambiciosos, destinados a instruir turistas em pequenos grupos. Fala-se a eles sobre tudo, inclusive o momento atual, evitando-se a folclorização perigosa dos filmes de cowboys.

O turismo em espaços frágeis, o que é tanto o caso do meio rural em país desenvolvido como em um país em via de desenvolvimento, pode se tornar desregulador e destruidor. Numerosos países ou regiões receptores são privados dos benefícios embolsados pelos países emissores. A cultura pode ser pilhada (no sentido próprio e no figurado), colonizada. É o caso dos países da Indochina em relação à Europa ou aos Estados Unidos, mas é também o caso de nossa região de Auvergne com relação à clientela urbana. Os males são os mesmos e de várias ordens:

- a) danos ao meio ambiente, sobretudo pelo excesso de visitas (por exemplo: percurso de caminhadas, destruindo a cobertura vegetal de montanha);
- b) danos à cultura local (exemplo extremo da onipresença da Coca-Cola);
- c) efeito de sazonalidade (causa da precariedade do emprego).

▪ As respostas

Para evitar esses problemas, pode-se adiantar várias respostas. São os museus e os sítios naturais que deram o exemplo na França.

▪ Regulamentação e informação

As medidas a princípio mais ligadas à forma do que ao conteúdo foram severas para impor aos visitantes ‘códigos de boa conduta’. As primeiras consistem em controlar as caminhadas, orientando-as. Em numerosos sítios planejam-se as datas e os horários de visitas, introduzindo maior flexibilidade (por exemplo, as visitas noturnas aos castelos), e foram adaptadas as tarifas para permitir uma melhor distribuição das visitas. Multiplicaram-se também os pontos de entrada para evitar as filas ou para melhor controlar os fluxos em alguns sítios naturais. Por exemplo, em Puy Mary, uma montanha classificada ‘Grande Sítio Nacional’, organizaram-se, no final dos vales, quatro lugares de acesso e pontos de partida de quatro circuitos temáticos diferentes: geológico, fauna, flora e as tradições. Ali fo-

ram estabelecidos caminhos balizados e planejados para evitar os percursos individuais, possivelmente danosos aos solos.

Evidentemente o turista não pode se curvar a aceitar esse sistema. Por isso, além dessas medidas, é imperativo informar e instruir o visitante, distribuindo-lhe brochuras, multiplicando-se os cartazes informativos, os pontos de informações turísticas. A esse respeito, ainda resta muito que fazer, pois é difícil responsabilizar o visitante no lugar, sem infantilizá-lo. De fato, tocamos aqui em um problema fundamental da relação entre cultura e turismo. Trata-se da educação cultural e cidadania que ultrapassa muito a moldura do turismo, uma educação que permite desde a infância respeitar a natureza, perceber as culturas rurais fragilizadas pela modernidade. Os países escandinavos dominaram esses aspectos bem melhor que os países do sul da Europa. Na França, a educação artística e cultural das crianças é 'ultraminoritária', embora o país se vanglorie de sua riqueza cultural. É um verdadeiro problema social que remete à constatação de que o viajante representa a expressão mais forte da sociedade da qual provém e o hospedeiro, a expressão mais frágil de sociedade à qual pertence.

As medidas que podem ser colocadas em prática localmente dependem também da qualidade das ofertas. Uma visão caricatural do patrimônio, vendido em 'pequenos pedaços organizados', não encoraja o visitante a realizar esforços. Se esse último ressentir uma qualidade na acolhida, nos comentários, na gestão, no tamanho do grupo de pessoas (20 é o máximo), seu comportamento adapta-se, civiliza-se e sociabiliza-se.

Os agricultores que praticam o acolhimento na fazenda encontram respostas adaptadas. Para evitar a folclorização saudosista, eles criam um ambiente – museu em que evocam os velhos documentos, instrumentos antigos, vídeos, as práticas camponesas antigas. Depois, eles dirigem o pequeno grupo de turistas para a propriedade moderna, mostrando a evolução, a vida e as pressões sobre os agricultores atualmente. Trata-se o turista como um adulto, capaz de discernimento. Não se procura vender a ele, a qualquer preço, uma imagem arcaica do campo. Alguns espetáculos históricos como o de Puy-du-Fou, na Vendéia (oeste da França), reconstituem episódios da Revolução Francesa com figurinos e cenários da

época. Apesar de tudo, a qualidade da reconstituição e a seriedade da pesquisa histórica tornam viva e profissional, o que poderia parecer cinematográfico.

- O papel indispensável dos poderes públicos para uma estratégia de marketing

O problema da França hoje neste domínio é que os poderes públicos em todas as escalas são os grandes gestores e decisores tanto da valorização do patrimônio rural (sobretudo através dos sistemas de proteção e de subvenção das salvaguardas) como do turismo rural (monopólio sobre a promoção e sobre obras como os acessos a monumentos e outros sítios, por exemplo). É difícil passar desta situação de ator principal e indispensável para uma lógica de economia privada baseada nos princípios de marketing. O resultado é que muitos sítios turísticos são deficitários e vivem somente pela subvenção. A situação evolui graças às inversões das sociedades de economia mista e pelo fato da combinação público – privado em torno de um mesmo sítio ou evento ser mais bem coordenado, mais eficaz. Seria necessário, entretanto, acelerar o movimento de implicação e de reconhecimento mais forte dos prestadores privados, conservando, ao mesmo tempo, o sistema de intervenção pública que mantém a garantia de uma divisão financeira entre os sítios ‘pobres’ e os sítios ‘ricos’ e que permite uma melhor salvaguarda do patrimônio do que nos vários países europeus. Como, entretanto, não pensar na excelência do exemplo do *National Trust* inglês, encarnação da capacidade coletiva privada para gerir o patrimônio nacional. Na França, a ‘Fundação do Patrimônio’, seu equivalente, não chegou a crescer após cinco anos de vida.

Estabelecer uma estratégia de marketing não é simples. A diferença de outros países, do norte da Europa, essencialmente a França e os países do sul europeu, têm grandes dificuldades. Além de um problema sério de formação de atores privados e de onipresença do Estado e das coletividades públicas locais e regionais, revela-se que nós não sabemos dar uma dimensão ‘produto’ ao patrimônio. Na França somente alguns sítios como o Ecomuseu da Alsácia, o Caste-

lo de Villedary e alguns outros ousaram. Mesmo para esses, subsiste uma grande ambigüidade. O Ecomuseu da Alsácia obteve desde sua criação várias centenas de milhões de francos de subvenções públicas. Hoje, é verdade que ele acolhe perto de 400 mil visitantes por ano e propõe de 60 a 250 empregos segundo a estação, para uma receita de 70 milhões de francos por ano. O percurso – espetáculo ‘viagem ao tempo dos impressionistas’, em Auvers sur Oise, a aldeia de Van Gogh, acolheu 550 mil visitantes em 4 anos e atingiu 65% de autofinanciamento, o que permite pensar que o dinheiro público serviu para alguma coisa. É raro que essas estruturas vivam sem a sustentação dos poderes públicos, desde o município até a União Européia (programa LEADER, entre outros).

Jean Michel PUYDEBAT, conselheiro em gestão de estruturas culturais e turísticas nos diz:

É necessário construir uma política de tarifação diferenciada comportando um preço familiar, otimizar os rendimentos comerciais das atividades derivadas (lojas, restaurantes, seminários...), criar uma oferta para grupos, eventualmente montar seu próprio agenciamento turístico. É necessário realizar verdadeiras campanhas de comunicação, com mensagens fortes, em mídias adequadas.

Uma dificuldade essencial reside no fato de que os franceses têm sacralizado demasiado a cultura e que consideram como desprezível a comercialização da cultura rural. Raciocina-se sobre o marketing da oferta e não sobre a demanda. Pensa-se que é suficiente criar um equipamento cultural para que o turista venha. É evidente que seria necessário começar a responder às aspirações do cliente. A Irlanda faz figura de modelo na Europa, e particularmente na aproximação dos mercados estrangeiros. Procura-se compreender as expectativas dos clientes em relação a uma certa idéia rural irlandesa e, em seguida, elaboram-se produtos veiculados por campanhas de divulgação, correspondendo ao imaginário dos turistas potenciais. É sintomático constatar que na França os sítios patrimoniais, exceto os centros de interpretação e os parques temáticos, não possuem responsável de marketing ou encarregados de comunicação. Conta-se

somente com o conservador, o 'guarda do templo'. O marketing é uma resposta lógica tanto à demanda como à queda das subvenções públicas. A gestão mista continua, apesar de tudo, indispensável. O autofinanciamento pode dificilmente atingir os 30%. Convém utilizar as subvenções públicas para conservação dos sítios muito caros (ex: monumentos históricos), para a organização de manifestações (ex: LEADER II europeu para festas temáticas) e utilizar os meios de comunicação turística dos municípios (Escritórios de Turismo), dos departamentos (Comitês departamentais do turismo), das regiões (Comitês Regionais), do Estado (Maison de France).

Os novos meios de comunicação e em particular a Internet devem permitir um melhor diálogo e melhores negociações comerciais diretas entre o comprador e o vendedor. Seria conveniente não mais se dirigir aos somente 3% da população fortemente interessada em produtos culturais, que se julgam ser os únicos suscetíveis de interesse. São os novos serviços, os novos instrumentos, as novas concepções que permitem assegurar um futuro ao turismo rural cultural, pois o público é de uma exigência terrível e os modos de consumo em constante evolução obrigam as mudanças rápidas sempre com tecnologia de ponta. O museólogo e o diretor artístico são os mestres do jogo para dinamizar produtos sempre sujeitos a muita concorrência ou ameaças.

Nós podemos resumir os pontos, muito incompletos, que sintetizam a estratégia de marketing aplicada à forma particular do turismo cultural rural:

- a) conhecer bem e fidelizar a clientela (pois ela retorna e serve, por sua vez, de divulgadora para outros clientes). Conhecem-se bem os meios: questionários para conferir a satisfação do cliente, cartões de felicitações e cumprimentos, lembranças, artigos em imprensa especializada;
- b) estabelecer uma parceria estreita com as instituições públicas que, na França, estão encarregadas da comunicação turística dos territórios (brochuras oficiais, participação em feiras, programas organizados para jornalistas);
- c) realizar uma comunicação adaptada (utilização de material nobre e original no plano gráfico para o material impresso, sites na

- internet, cuidando particularmente da imprensa, que é fundamental no turismo cultural;
- d) evoluir de um amadorismo no produto turístico para uma lógica de produtor-conceptor-vendedor.

Se não se pode montar uma oferta de produtos suficientes quantitativa e /ou qualitativamente, é necessário associar-se a outros ou passar por agências especializadas, mesmo que no começo pareça que está perdendo dinheiro. Existe, no sul da França, uma agência *Provence Grandeur Nature* que serve de plataforma de venda para produtos unicamente alicerçados no patrimônio cultural rural. Ela propõe, por exemplo, finais de semana de iniciação à coleta de trufas (um cogumelo raríssimo e muito caro) ou passeios guiados por pastores, uma prova de que tudo pode ser vendido se a apresentação e o aspecto profissional e ético são rigorosos. A relação cliente – produtor neste tipo de turismo é um relacionamento de extrema exigência e rigor, maior inclusive do que em quaisquer outros domínios da atividade turística.

Para associar ainda mais o turismo rural e o patrimônio cultural, compreende-se que é fundamental empreender uma política de proteção e valorização em uma escala correspondente a um espaço histórico, geográfico, cultural vivido e autêntico, que não coincide necessariamente com a pequena região administrativa e política. Esse espaço turístico e cultural corresponde a um tipo de paisagem, um tipo de edificação, a práticas culturais de antigamente e da atualidade, que são precisas, únicas. Corresponde também a capacidade de criar e apresentar produtos turísticos segundo as regras de marketing, capazes de gerar uma verdadeira atividade econômica e não simplesmente atividades de animação. Na Europa do Noroeste, esse produto corresponde à curta estada, em um contexto de turismo de proximidade dos grandes centros urbanos, em um contexto de acompanhamento adaptável do turista que procura uma mediação e uma segurança, conservando ao mesmo tempo uma relativa independência. É necessário cuidar para não criar parques de atrações em torno da vida e da história rural, exatamente aquilo que o turista europeu não procura. Uma hospedaria de qualidade em um edifício antigo, uma alimentação típica, um pouco de atividade esporti-

va para descobrir um sítio, um acompanhamento por guias do local conhecedores ao mesmo tempo da história e da vida atual da região, em pequenos grupos, elementos arquitetônicos, da paisagem e da cultura local preservados *in situ*, a utilização de técnicas modernas de interpretação, preços e pacotes moduláveis, isto é, rapidamente traçado o ‘retrato falado’ do turismo cultural sustentável que pode satisfazer um cliente e sustentar um prestador de serviços turísticos.

Tal densidade de condições e de interações de parâmetros mostra as grandes dificuldades para se atingir um desenvolvimento adequado. No entanto, deve-se atentar para as leis da oferta e da demanda, elementos que o turismo rural francês ignorou durante muito tempo, igualmente como em qualquer atividade mercantil, mesmo se esta é muito específica, pois não se pode vender seu passado e sua cultura como se esse fosse uma caixa de sabão em pó. Há quem o faça assim na América do Norte e na Europa, perdendo aquilo que lhe é essencial: a memória para melhor preparar o futuro.

▪ Bibliografia

BARRE, J. *Vendre le tourisme culturel*. Paris: IESA/ECONOMICA, 1995.

FRIER, P-L. *Droit du patrimoine culturel*. Paris: PUF, 1997.

ORIZET DU CLUZEAU, C. *Le tourisme culturel*. Paris: PUF, 1998.

PATIN, V. *Tourisme et patrimoine en France et en Europe*. Paris: La Documentation. Française, 1997.

THURIOT, F. *Culture et territoires: les voies de la cooperation*. [s.n.]: Lharmattan, 1999.

WOLKONITSCH, M. *Tourisme et millieux*. CTHS, [s.n.]: 1997.

▪ Obras coletivas

Quand le patrimoine fait vivre les territoires. Paris: FNPNR, Ministère de la Culture, CNFPT, 1997.

ECONOMIE touristique et patrimoine culturel. Paris: CNT, 1995.

PATRIMOINE culturel, patrimoine naturel: Ecole Nationale du Patrimoine. Paris: Française, 1995.

LE TOURISME culturel. Paris: Ministère de la Culture, 1994.

FORUM sur la mise en tourisme de la culture et du patrimoine. Paris: ATOLS-IREST, 1997.

TOURISME et culture. Les Cahiers d'Espace, 1994.

INTERPRÉTATION du patrimoine. Les Cahiers d'Espace, 1997.

▪ Obras coletivas com a participação de Luc Mazuel:

TOURISME Rural: la voie du tourisme durable. Paris: Les Cahiers d'Espace, 1995.

ACTES des Universités d'été du tourisme rural. [s.n.]: CNRTER, Clermont-Ferrand, 1997-1999.

▪ Artigos

A la redécouverte de notre patrimoine rural. 36000 COMMUNES, p.169, sept. 1999.

Culture et management, DECISION TOURISME, n° 25, p.31, dec. 1997.

COMPRENDRE le patrimoine culturel rural pour mieux intervenir, SOURCE, n° 42, p.5, avr. 1999.

DES SITES culturels de plus touristiques. LETTRE DE L'AFIT, n° 13, p.1.2, avr. 1999.

FACILITER l'accès au patrimoine. *Lettre d'Information du Ministère de la Culture*, n° 54, p.7-10, sept. 1999.

GESTION déléguée et mise en tourisme du patrimoine culturel ,
DECISION TOURISME, n° 35, p.19, nov. 1998.

INGÉNIERIE touristique et culturelle. ESPACES, n° 154, nov.
1998.

L'INTERPRÉTATION au service de la valorization du patrimoi-
ne, LETTRE DE L'AFIT, n° 13, p.4, avr. 1999.

LE PATRIMOINE vecteur du développement local, GAZETTE OF-
FICIELLE DU TOURISME, n° 1410, p4.6, dec. 1997.

LE TOURISME culturel en mal de comunication, DECISIN
TOURISME, n°33, p. 24.25, oct. 1998.

LES WEEK-ENDS culturels entrent dans les agences, TOUR
HEBDO, n° 896, p.46.49, mai. 1999.

QUEL marketing pour les musées et le patrimoine? , GAZETTE
OFFICIELLE DU TOURISME, n° 1483, p. 2-3, mai. 1999.

TOURISME culturel, un partenariat FNCDT/CNMHS, GAZET-
TE OFFICIELLE DUTOURISME, n° 1508, oct. 1999.

TOURISME culturel et nouvelles technologies, Tourisme et cultu-
re, GAZETTE OFFICIELLE DU TOURISME, n° 1473,
p.29-31, p.18-22, fév.1999.

Turismo rural e cultura local: a experiência Amish*

*Joseph F. Donnermeyer***

Ao redor do mundo, das tribos das florestas tropicais do Brasil aos Masai do Quênia, os turistas desenvolveram um interesse ávido por culturas tradicionais e grupos subculturais únicos. Na América do Norte, é inevitável, onde quer que haja um povoado de famílias Amish, existem turistas. Os Amish constituem uma subcultura religiosa e étnica (FINE & KLEINMAN, 1979) que tem mantido muitas manifestações externas de um estilo de vida tradicional e agrário (DONNERMEYER, KREPS & KREPS, 1998). Turistas urbanos, atraídos pela difusão de anúncios que sugerem ‘uma volta a um tempo mais simples’, convergem aos milhares aos maiores povoados Amish (BUCK, 1978; BRANDT & GALLAGHER, 1994).

O objetivo deste trabalho é examinar os impactos sociais e econômicos do turismo na população Amish, com base em pesquisa realizada na maior colônia Amish, localizada no nordeste do Estado de

■
* Tradução: Dr. William Carson; Dr. Mario Riedl.

** Doutora em Sociologia, Prof. do Departamento de Desenvolvimento de Recursos Humanos e Comunitários, Universidade do Estado de Ohio, Estados Unidos.

Ohio, EUA. Poucas sociedades, pequenas e tradicionais estão equipadas para lidar com o impacto de turistas (BECKER & BRADBURY, 1994; DOGAN, 1989; FLORA et al., 1991; MANSPARGER, 1995). Este trabalho explica como a história, as convicções religiosas e a organização social dos Amish juntam-se para criar uma subcultura altamente adotiva e, até este momento, tem mostrado que pode lidar com o turismo com sucesso. Lições da experiência Amish podem ser tiradas por planejadores e líderes locais preocupados com o impacto do turismo em outros lugares. Este trabalho é dividido em quatro partes:

- a) uma breve descrição da sociedade americana;
- b) uma visão geral de elementos essenciais da sociedade Amish e sua cultura;
- c) um resumo de um estudo do impacto do turismo sobre a sociedade Amish na maior de todas as comunidades Amish;
- d) uma discussão de como as lições dos Amish podem ajudar a entender as circunstâncias da influência do turismo sobre outras culturas locais.

▪ A sociedade americana

Existem duas escolas de pensamento sobre a sociedade americana. A primeira percebe os Estados Unidos como uma sociedade de massas na qual grandes forças econômicas, sociais e culturais criaram grupos humanos homogêneos e passivos. Pequenas empresas familiares têm diminuído, substituídas por grandes empresas e franquias, como Wal-Mart e McDonalds. Televisão a cabo, estações de rádio de 50 mil watts, a página Web, e-mail e outras formas tecnológicas de comunicação criaram um tipo de igualdade cultural. Um sistema federativo com funções e jurisdições sobrepostas faz com que os regulamentos com base no governo sejam uma parte do dia-a-dia da vida das pessoas e das formas pelas quais elas ganham a vida. Até mesmo os grupos voluntários locais, como os escoteiros, são organizações complexas, com divisões locais, distritais, regionais, e com uma sede nacional. Os grupos da sociedade que não 'se encai-

xam' por causa da sua raça, religião e/ou estilo de vida lutam contra uma cultura majoritária cujos membros propositadamente e conscientemente impedem que as pessoas diferentes alcancem a igualdade de oportunidades.

A segunda escola de pensamento tem uma visão oposta. Os Estados Unidos constituem uma terra de grande diversidade cultural. É povoado por pessoas de grupos étnicos e raças diferentes. A imigração traz centenas de milhares de pessoas novas para o país a cada ano, dessa forma, constantemente renovando e ampliando essa diversidade. As diferenças regionais em padrões de desenvolvimento econômico e a história de como essas áreas foram povoadas mantêm a diversidade, apesar das forças da sociedade de massa no sentido da uniformidade. Apesar do aumento das franquias, o motor da economia americana tem sido a criação de pequenas empresas, as quais representam um espírito empresarial único no mundo de hoje. A diversidade é diariamente celebrada por centenas de festivais e eventos especiais que orgulhosamente exibem a música, a comida e a cultura dos países de origem do povo americano. Essas visões aparentemente opostas, descrevendo o que parecem ser versões completamente diferentes da sociedade americana, são, de fato, bastante compatíveis. Em parte porque ambas retratam uma parcela da realidade dos Estados Unidos. Elas são compatíveis porque nenhuma, isoladamente, consegue descrever a organização social dos Estados Unidos em sua totalidade. Há, simultaneamente, igualdade e diversidade em um país tão grande quanto os Estados Unidos.

Os Amish são famosos por suas colchas (quilts), e a analogia da colcha de retalhos é uma maneira de descrever a sociedade americana, porque é um trabalho único com muitas partes. Faz parte do cenário da sociedade americana, cujos membros são simultaneamente arrastados e puxados pelas forças de igualdade e diversidade, que os Amish existem hoje. Em termos populacionais, eles não são um retalho muito grande na colcha americana. A população total é estimada tão somente em cerca de 160 mil, dispersa em mais de 220 povoados em 21 Estados americanos e uma província do Canadá, representando 1/20 de 1% da população conjunta do Canadá e dos Estados Unidos. Em termos de popularidade, como comprovado pelo número de turistas que freqüentam as áreas dos Amish, seu retalho

é muito maior. Os americanos parecem fascinados porque para eles os Amish são uma representação de como as pessoas viviam em tempos pré-automóveis. A escolinha de uma sala só, o uso de cavalos para trabalho de campo e transporte, a vestimenta tradicional e as construções comunitárias de celeiros são típicos da imaginação quando os Amish constituem o centro da conversação.

▪ Características essenciais

A imagem turística dos Amish como um grupo homogêneo de pessoas simples e rústicas encobre a complexidade da sua cultura e a diversidade que existe entre eles. O mais importante para uma consideração de qualquer estudo do impacto do turismo sobre a sociedade Amish é começar com uma visão que interpreta os Amish como representantes de uma das culturas mais racionais, autoconscientes, criada em qualquer parte do mundo (KREPS, DONNERMEYER & KREPS, 1997). Em essência, os Amish ativamente aplicam e revisam uma forma tradicional de viver para manter suas fronteiras com a sociedade americana dominante. Neste sentido, eles têm sido identificados como ‘tradicionalistas modernos’. (KRAYBILL, 1989). Para melhor entender os Amish, oito características essenciais são descritas. A primeira e mais básica característica é que eles são uma subcultura. Uma subcultura refere-se a um grupo que tem convicções, valores e comportamentos distintos da cultura dominante da qual o grupo é uma parte (CLARKE, 1974; FINE & KLEINMAN, 1979). O leitor deveria notar que subculturas são diferentes, contudo conectadas à cultura majoritária. Isso é frequentemente um equilíbrio desconfortável e difícil para uma subcultura manter-se. É um desafio constante para os Amish, mas que eles administram com sucesso.

A história dos Amish tem sido manter a separação do resto do mundo. Eles citam a Epístola de São Paulo para os Romanos (12:2) que diz: “Não seja conformado com este mundo, mas seja transformado pela renovação de sua mente...” e Coríntios II (6:14), que enfatiza “não se jungir injusto junto com incrédulos; porque qual comunhão possui retidão com não-retidão? E qual comunhão possui a luz

com a escuridão?”. O imperativo para permanecer separado é o tema comum dos Amish ao longo de quase 500 anos de sua história. Logo após o começo da Reforma Protestante, um grupo de ‘radicais’ perto da cidade de Zurique, na Suíça, separou-se em 1525 por causa de questões como batismo infantil e patrocínio da religião pelo governo. Discordando dos católicos e da maioria dos grupos protestantes, eles acreditavam e praticavam o batismo de adultos. Foram chamados Anabatistas, isto é, rebatizado. Os Anabatistas, porém, foram submetidos à intensa perseguição pelos vários governos católicos e protestantes da época. O movimento anabatista continuou espalhando-se na Suíça, nos Países Baixos, Áustria e nas províncias da França e Alemanha junto ao Rio Reno. Um ex-padre católico, proveniente dos Países Baixos, chamado Menno Simons, (1496-1561) foi influente por ter escrito as convicções e práticas dos Anabatistas, que se tornaram conhecidos também como Mennonitas (KREPS, DONNERMEYER & KREPS, 1997).

Para alguns grupos Mennonitas, particularmente nos Países Baixos, a perseguição extinguiu-se em grande parte. Porém, alguns países mais ao sul, especialmente na Suíça, continuaram sofrendo encarceramento e confisco de terras durante os séculos XVI e XVII. Simpatizantes não-Anabatistas, chamados os ‘treuherzige’ ou os ‘leais do coração’, freqüentemente ajudavam os Mennonitas a evitar problemas com as autoridades. A relação desses grupos Mennonitas e o ‘treuherzige’ era uma das principais razões que motivaram os Anabatistas mais conservadores na época a romper em 1693. Esse grupo foi liderado por um ancião da igreja cujo nome era Jacob Ammann (1656-1730), de quem foi adotado o nome Amish (NOLT, 1992).

Os Amish (e seus primos Mennonitas) achavam a América colonial um lugar ideal para a prática de seus princípios anabatistas e para viver juntos como uma comunidade de crentes em uma fé comum. A primeira chegada registrada de famílias de Amish aconteceu em 1737. Eles estabeleceram-se inicialmente nos condados de Berks e Lancaster da Pensylvania, mas logo se espalharam para outras regiões. Em 1865, os Amish mais conservadores separaram-se dos grupos mais progressistas por causa de discordâncias relativas à questão de adoção de tecnologia moderna e o uso de roupa contemporânea. Os conservadores foram conhecidos como os ‘Amish da

Velha Ordem', termo usado hoje como sinônimo da palavra Amish. Na realidade, há muitas ordens distintas, ou afiliações dos Amish, devido a uma série de cismas menores que aconteceram ao longo do século XX. Hoje todas as ordens Amish mantêm o seu isolamento e distinção da sociedade americana de várias formas. Geograficamente, os Amish vivem juntos em áreas chamadas povoados. Dependendo principalmente do cavalo e da carroça para transporte, agrupar-se em povoados permite interagir entre si em uma base face a face, rezar junto, e ajudar um ao outro no trabalho agrícola e em outras tarefas e também em tempos de necessidade (como na construção de um celeiro). Economicamente, a exploração agrícola, a carpintaria e outras tarefas que requerem trabalho manual são as atividades para os homens sustentarem suas famílias. Religiosamente, eles continuam praticando a sua fé na tradição do Anabatismo, o que inclui: distritos eclesiásticos pequenos com aproximadamente 30 famílias, lideradas por um bispo; os serviços religiosos circulam de casa em casa (sem nenhuma construção de templo); a prática de batismo dos adultos, comunhão duas vezes por ano e a prática de esquivar-se; seleção de líderes da igreja por processo de nomeação e sorteio. As famílias Amish são bastante grandes pelos padrões americanos atuais. Quase todos os Amish casam, famílias numerosas permanecem importantes, e o divórcio é raro. Socialmente, os Amish vestem roupas distintas (cores únicas e quase sempre sem botões e zíperes). Os Amish falam um dialeto do alemão, entre eles conhecido como holandês da Pensylvania, e, às vezes, referem-se aos não-Amish como 'ingleses'. Tecnicamente, os Amish restringem-se ao uso de eletricidade em suas casas e propriedades rurais, assim como o uso de outras tecnologias, tais como o telefone e o automóvel.

Os Amish consideram extremamente importante manter-se como uma comunidade de crentes. É essa a sensação de companheirismo, associada com a convivência em uma comunidade, que ajuda a explicar por que os Amish têm tanto cuidado com o uso das tecnologias novas vinculadas à homogeneização da sociedade americana. Por exemplo, dirigir um automóvel não é permitido porque se teme que a comunidade e o companheirismo diminuam pela liberdade de afastar-se para longe sob um impulso repentino. Tratores para o trabalho de campo numa propriedade rural reduziriam a oportuni-

de de filhos e filhas ajudarem os pais nas tarefas rurais, e as propriedades ficariam maiores. Conseqüentemente, reduziriam o número de fazendas disponíveis para as gerações futuras. Com medo de que seus filhos e filhas aprendam valores não consistentes com a fé dos Amish e seu estilo de vida, a maioria dos pais continua mandando seus filhos para as escolas paroquiais com apenas uma sala e com uma jovem Amish, solteira, como professora. Tão importante é esse assunto para os Amish que eles se recusaram a seguir leis estaduais que exigem educação obrigatória até a 12ª série. Alguns pais foram presos e encarcerados. Eles receberam, entretanto, em 1972 uma isenção pela Suprema Corte das leis estaduais que regulam a educação obrigatória. Embora os Amish sejam um grupo distintamente separado da maioria da sociedade americana, eles ainda são muito ligados a ela. Por exemplo, os Amish dependem dos 'ingleses' para tratamento médico e serviços de saúde, para serviços legais e financeiros e outros serviços profissionais e para as lojas que os abastecem com os bens necessários para administrar a casa, a propriedade rural e as empresas Amish. Os Amish estão cercados por uma sociedade americana de televisões e rádios, a maioria de seus vizinhos são 'ingleses' e, é claro, que os Amish têm que disputar espaço com suas carroças, indo para o culto, para trabalhar ou para fazer compras na cidade, em estradas estreitas e movimentadas, muitas vezes com turistas curiosos.

A segunda característica essencial da sociedade Amish é o 'ordnung' (ordem). Algumas partes do 'ordnung' estão baseadas em passagens bíblicas específicas, mas muito 'ordnung' é estabelecido por membros batizados com regras de prescrição e proscricão para viver o estilo Amish. O 'ordnung' é, em grande parte, uma tradição oral usada para transmitir valores religiosos e modo de vida de uma geração para outra. Alguns dos ensinamentos anabatistas foram escritos ao longo dos séculos, e estes formam os parâmetros com que cada distrito e igreja mantêm sua variação do 'ordnung'. Existem aproximadamente 1.100 distritos religiosos Amish nos EUA e no Canadá. Cada distrito representa um pequeno subgrupo. Normalmente, compõe-se de 20 a 35 famílias, com uma hierarquia mínima de líderes eclesiásticos, composta de um bispo, um diácono e dois ministros. O bispo é a cabeça espiritual; o diácono ajuda o bispo e é responsável

por buscar doações para ajudar os membros com contas médicas ou com outros problemas; e os ministros ajudam o bispo nos serviços religiosos e provêm direção espiritual a seus membros no distrito. Embora os bispos encontrem-se periodicamente, não há nenhuma hierarquia da igreja acima do distrito. Os distritos são identificados como pertencendo ou em comunhão com uma das afiliações, tal como o ‘Swartzentruber’, o ‘Andy Weaver’, a ‘Velha Ordem Amish’, e a ‘Nova Ordem Amish’.

O ‘ordnung’ é essencial para manter as ‘cercas’ que distinguem os Amish dos ‘Ingleses’. Essas cercas são simbólicas e significam que os Amish estão em comunhão. Elas devem ser mantidas constantemente, e os membros adultos batizados de cada distrito da igreja estão em um diálogo constante sobre os temas que desafiam e definem o estilo de vida Amish. Os desafios são constantes porque os Amish estão cercados por uma sociedade americana que continuamente exerce fortes pressões econômicas e culturais que não são compatíveis com valores Amish. Os Amish têm centenas de anos de experiência no desenvolvimento de habilidades de grupo para examinar e calcular o impacto da mudança na manutenção da comunidade. De certo modo, os Amish representam um exemplo de uma subcultura que está entre as mais autoconscientemente construídas de todas as sociedades.

Uma terceira característica essencial da sociedade Amish é a utilização seletiva da tecnologia. Um juízo falso é de que eles são uma sociedade tradicional e imutável. Nada poderia estar mais longe da verdade. A cerca formada pelo ‘ordnung’ já foi movida muitas vezes. Por exemplo, os produtores de leite Amish usam os mesmos serviços veterinários dos leiteiros ‘ingleses’. Não há nada censurável sobre manter a saúde de um rebanho leiteiro que corroa as exigências Amish de manter solidariedade e comunidade. Mais recentemente, em resposta a regulamentos governamentais sobre a temperatura requerida para manter o leite para consumo humano e fazer queijo, a maioria dos Amish adotou o uso de tanques inoxidáveis, abastecidos por motores a gasolina, responsáveis por manter a temperatura do leite baixa até que possa ser apanhado por um caminhão da usina. Calculadoras e lanternas impulsionadas por baterias ou energia solar não violam o ‘ordnung’.

Os Amish seletivamente utilizam muitas tecnologias modernas, entretanto, novamente só se elas não ameaçam o imperativo para a manutenção de uma comunidade de crentes nos valores dos anabatistas. Por exemplo, os Amish pagarão os seus vizinhos ‘ingleses’ por uma carona para trabalhar ou para fazer compras na cidade. Também tomarão um ônibus ou trem (e até mesmo aviões) para visitar os parentes distantes ou assistir a um casamento ou a um enterro. Não são permitidos telefones em casas, mas podem ser instalados num celeiro ou no escritório de uma empresa de um Amish perto de suas casas. Encontram-se numerosas cabines com telefones de forma que chamadas locais e de longa distância possam ser feitas. Essas restrições seletivas ao uso de automóveis e telefones permitem aos Amish usufruir dessa tecnologia sem ameaçar a sua comunidade. Em outras palavras, a cerca é mantida, mas a cerca também tem um portão. Muitos ‘ingleses’ interpretam as adaptações dos Amish à tecnologia moderna como hipócrita e inconsistente. A realidade é que essas adaptações representam uma subcultura viva e vibrante que se adapta a circunstâncias em transição para sobreviver.

O enfoque Amish na medicina moderna ilustra o seu uso seletivo de tecnologia, e também, porque muitos ‘ingleses’ consideram o comportamento de alguns Amish como inconsistente e contraditório. Muitos ainda confiam em remédios populares e caseiros para muitas doenças. Sua crença em ficar separado do mundo faz com que quase todos não participem de programas de saúde. Frequentemente, eles esperam até que uma situação médica seja aguda antes de procurarem um médico ou um hospital (HOSTETLER, 1993). Além desses limites, porém, ir ao médico ou hospital não é diferente dos ‘ingleses’. Os Amish sentem-se mais confortáveis com médicos locais e em quem acreditam que cuidam e respeitam os seus valores.

A quarta característica essencial é chamada “Meidung” e significa cortar o companheirismo e evitar ex-membros que foram excomungados do distrito da igreja. ‘Meidung’ só aplica-se aos adultos Amish que tenham sido batizados. Os filhos e filhas de pais Amish, que escolheram não ser batizados como Amish, quando crescem não são sujeitos ao ‘Meidung’. Na maioria dos casos, esses indivíduos tornam-se membros de uma comunidade de Menonitas, que vivem per-

to, e mantêm comunicação com parentes Amish. O shunning (ou excomunhão) não é bem entendido pelos não-Amish. Por exemplo, no programa da TV ABC em fevereiro de 1997, uma história altamente sensacionalista e inexata sobre casos suspeitos de abuso infantil entre os Amish. A excomunhão é retratada como uma decisão arbitrária e tendenciosa do bispo que resulta em cessação permanente de relações com a pessoa excomungada. Na verdade, a excomunhão raramente é permanente. Na maioria dos casos, quando 'Meidung' é aplicado a um membro batizado, normalmente isso ocorre apenas por tempo determinado. Quando o membro junta-se a outra congregação cristã, a proibição não fica mais em vigor. A excomunhão é permanente só entre os Amish mais conservadores. A proibição não é arbitrariamente usada. Quando um membro comete uma violação séria do 'ordnung', há muitas tentativas de reconciliação. Todos os membros do distrito da igreja discutem o caso, e os líderes de igreja não procedem com a excomunhão sem a concordância dos membros.

No caso de violações menos sérias do 'ordnung', um membro é visitado em casa pelo diácono e pelo ministro, e ao ofensor é pedido um ato de contrição. Se a ofensa é mais séria, então a confissão por parte do ofensor é feita publicamente durante uma cerimônia na igreja. Pedem que a pessoa saia, e os líderes e congregação discutem a natureza do incidente. Uma confissão pública de uma ofensa menos séria é realizada pela pessoa sentada que admite sua culpabilidade. Uma ofensa mais séria requer uma 'confissão de joelhos'. Até mesmo ofensas mais sérias podem resultar em um castigo de seis semanas sem convívio social. Só ofensores, que não confessam ou mostram arrependimento por sérias e repetidas ofensas depois que outras tentativas de reconciliação com o 'ordnung' do distrito da igreja falharam, ficam sujeitos à excomunhão. Algumas ofensas, como adultério e divórcio, são automaticamente condições para excomunhão. Exibindo profundo arrependimento por uma ofensa, pode ser permitido ao membro excomungado que volte a ser companheiro dos Amish, mas essa não é uma coisa fácil de acontecer. O 'Meidung' é um modo importante de manter tanto um senso de comunidade entre os Amish como um senso de separação do resto do mundo. Sem castigar transgressões sérias contra o 'ordnung', a capacidade de manter as cercas da subcultura Amish seria impossível. Sanções por

violações contra valores importantes, convicções e comportamentos que os definem distintamente da cultura dominante são uma ferramenta universal de subculturas.

A quinta característica essencial da sociedade Amish denomina-se 'Gelassenheit'. Esse termo significa respeito a uma autoridade maior e representa um guia geral para o comportamento entre os Amish, variando de tom de voz e linguagem corporal até restrições no uso de tecnologia moderna. Baseada em várias passagens do Novo Testamento, a fé Amish enfatiza que os membros deveriam ser os seguidores de Cristo. Os líderes de igreja e pais se vêem como pastores auxiliando as pessoas jovens a aceitar os valores Amish. O Amish é um socializador bem-sucedido. A grande maioria dos meninos e das meninas Amish permanecem na fé Amish toda a sua vida adulta. 'Gelassenheit' representa a valorização que os Amish colocam em manter um senso de comunidade que seria destruído através de um individualismo. Isso acentua a humildade acima do orgulho, não buscando muita atenção para a si mesmo. 'Gelassenheit' reduz a velocidade do ritmo de vida e ajuda a explicar o uso de roupa simples, e por que o triângulo luminoso de emergência para automóveis foi adotado com contrariedade por muitos Amish. Além disso, 'Gelassenheit' é uma aproximação à vida, em contraste com os valores do individualismo e 'seguindo o ritmo dos Jones' que simboliza grande cultura americana que cerca os Amish.

A sexta característica essencial é que a população Amish está crescendo rapidamente. Em 1900, a população Amish estava estimada em cerca de cinco mil, representando o número aproximado de Amish que imigrou para os EUA durante os séculos XVIII e XIX. Essa estagnação de crescimento foi devido a dois fatores: cisma e evasão. A grande divisão nos anos 1860 entre a ordem conservadora ou Velha Ordem Amish e os Amish mais progressistas, que se associaram com vários grupos Mennonitas, colaborou para essa falta de crescimento. Outro fator foi que muitos membros uniram-se a outras denominações cristãs. Durante vários períodos do século XIX, os Amish foram alvo de grupos evangélicos. No século XX bem menos desistiram da fé Amish. Eles são alvos menos frequentes de conversão, e o número de filhos e de filhas adultas, que escolheram ser batizados Amish, têm sido fixo numa taxa de cerca de 80 a 85%

(WASAO & DONNERMEYER, 1996). Como resultado, a população cresceu para aproximadamente 85 mil até 1979, e é estimado hoje como 160 mil.

Outra razão do crescimento rápido do Amish é o tamanho da família. Comparado aos 'ingleses', poucos adultos Amish não são casados, e a proporção de casais sem crianças é menos de 3%. Entre os Amish, o número médio de nascimentos vivos para um casal é mais de seis filhos, comparado com pouco mais de dois na população em geral (HOSTETLER, 1993). Com a saúde melhorada e uma maior utilização da medicina moderna, a mortalidade infantil diminuiu. Crianças são consideradas presentes de Deus e são valiosas na ajuda nas tarefas agrícolas e nos afazeres domésticos. O crescimento da população significou um crescimento em distritos de igreja e o desenvolvimento de muitos novos povoados. Considerando que a igreja de distrito é uma congregação relativamente pequena, de algumas dúzias de famílias, o número de distritos tem crescido rapidamente. Por exemplo, no município de Holmes e arredores o número de distritos de igreja triplicou em trinta anos. Em 1965, havia 55 distritos de igreja. Em 1973, havia crescido para 80, 107 até 1981, 136 até 1988, e 177 até 1995.

Apenas 19% dos aproximadamente 220 povoados Amish de hoje existiam em 1900, e dois de cada três povoados foram fundados nos últimos 25 anos. Desde 1970, foram iniciados 25 povoados novos na Pensylvania, 23 em Ohio, 21 em Wisconsin, 14 no estado de Nova Iorque, 13 em Michigan e 11 em Kentucky e no Missouri. Povoados Amish estendem-se desde o estado de Delaware, no lado Leste, até Montana, mais a oeste. Há povoados que vão do Texas, no Sul, até a província de Ontário no Canadá. Na maioria dos casos, os novos povoados estão localizados em áreas rurais com terras cultiváveis, porém próximas a áreas urbanas que provêem clínicas médicas e profissionais da saúde, como também outros serviços necessários. A maioria dessas áreas tem colinas arredondadas, uma topografia que serve melhor para o uso do cavalo na agricultura.

A sétima característica Amish é uma mudança de atividade agrícola como a ocupação principal para o ganha-pão dos Amish. Por exemplo, em 1965, no município de Holmes, quase 71% dos homens com família eram agricultores. A maioria restante estava en-

volvida em ocupações que serviram à comunidade Amish, como ferreiro, arrumador de arreios e conserto de carroças. Alguns também eram operadores de serrarias. A proporção na atividade agrícola diminuiu para 55.4 % em 1973, para 46.8% em 1981, para 43.1% em 1988 (KREPS et al., 1994) e 32.9% em 1995 (DONNERMEYER, no prelo). Incluídos nos dados de 1995, 24.5% eram agricultores ativos, 4% aposentados e 3.4% tinham ocupações duplas (agricultor e não agricultor). Tendências similares ocorreram na maioria dos povoados Amish. Por exemplo, em 1995, no povoado de Elkhart-LaGrange no norte de Indiana, 41.2% dos chefes de família Amish eram agricultores (comparado com 49.1% em 1988). No município de Geauga, povoado de Ohio (80 km ao Leste de Cleveland), só 18.65 estavam cultivando terras em 1993, comparado a 22.6% em 1988 (DONNERMEYER, no prelo).

A mudança para fora da agricultura deve-se a dois fatores: o crescimento da população e as dificuldades de encontrar terras suficientes para cultivar. A expansão dos povoados Amish tem sido insuficiente para acompanhar o número de filhos que potencialmente poderiam ser agricultores. Além disso, até mesmo nos povoados menores, mais novos, a produção agrícola não é necessariamente a prioridade. Por exemplo, um povoado no Sul de Ohio com cerca de 80 famílias, onde a terra está mais prontamente disponível, menos de cinco famílias estão sobrevivendo com base no cultivo da terra. Os demais trabalham em serrarias ou fazem móveis, porque é mais lucrativo. A mudança para fora da atividade agrícola começou nos EUA quando ingressou na era industrial, na metade do século XIX. Até mesmo tão recentemente quanto os anos de 1950, e novamente durante os anos 80, houve uma grande expulsão de agricultores do campo nos EUA. Entretanto, a mudança feita pelos Amish para trabalhos não agrícolas é diferente em quatro aspectos importantes. Primeiro, é que o número de agricultores Amish não está de fato diminuindo. Na verdade, o número está aumentando. Porém, devido a crescimento rápido de população, a proporção de agricultores Amish masculinos decaiu. Segundo, diferente dos 'ingleses', os ganha-pão Amish, que sobrevivem com trabalhos não agrários, não são agricultores em tempo parcial. Entre os 'ingleses', há pequenas propriedades rurais onde a fonte primária de renda é o trabalho não

agrícola do marido (e da esposa). Esse não é o caso dos Amish. Terceiro, a maioria das famílias Amish não agricultores possui uma horta, mas manter a horta, inclusive decisões sobre o que será cultivado, é responsabilidade principalmente da mulher. Quarto, as mulheres mantêm os seus papéis tradicionais como donas de casa e mães. Meninas que não casaram ainda e as mulheres solteiras adultas frequentemente trabalham fora de casa. Porém, apenas algumas mulheres casadas têm um trabalho fora de casa, fazendo acolchoados, cestas, ou dirigindo alguma atividade fora.

A oitava característica essencial é sua diversificação crescente. Entre os próprios Amish há muita diversidade, e essa diversidade continuará crescendo muito neste século. Por exemplo, o crescimento da população gerou muitos novos povoados. Cada povoado é uma comunidade separada que resolve seus problemas dentro do contexto de vida local. Em cada área, a geografia, a economia regional e o povo local influenciarão esses povoados de modos diferentes. Além disso, o crescimento populacional causou um aumento rápido no número de distritos de igreja porque o tamanho deles não aumentou. Cada distrito de igreja tem seu grupo de líderes religiosos, seu próprio 'ordnung', e não há nenhuma hierarquia de igreja ou burocracia que force a homogeneização. Embora os bispos encontrem-se periodicamente para discutir assuntos de interesse comum, com o passar do tempo, os 'ordnungs' dos distritos continuarão diversificando-se. Durante o século XX, já houve vários cismas importantes que hoje são responsáveis pelas afiliações Amish descritas acima. Todos compartilham as características essenciais do que significa ser Amish, embora representem, essencialmente, denominações diferentes.

Outra força poderosa para diversificação dos Amish é sua crescente integração na economia geral como resultado de sua opção de deixar a agricultura. Empresas Amish estão crescendo rapidamente. Essa explosão empresarial ajusta-se nos limites da sociedade Amish, porque a herança da separação é compatível com o desenvolvimento de empresas próprias. Exigências de energia para esses negócios às vezes são resolvidas obtendo eletricidade de máquinas a diesel ou a gás, ou usando ferramentas hidráulicas movidas por meio de geradores. Muitos jovens Amish trabalham agora para empresários Amish, em empreendimentos que variam de serrarias a tipografias. Muitos

outros trabalham para empresas 'inglesas', inclusive trabalho de montagem, equipes móveis de construção civil, fabricação de móveis e atividades turísticas. Uma terceira influência para diversificação é o turismo e outros contatos dos 'ingleses' com os Amish. Diferentes povoados têm experiências bem diferentes com o turismo. Os povoados maiores, como o de Lancaster/Pensylvania e o povoado de Holmes/Ohio, recebem uma afluência de mais de um milhão de turistas anualmente (KREPS et al., 1997). Até mesmo muitos dos povoados menores têm visto o desenvolvimento do turismo. Porém, agüentar a inconveniência do congestionamento turístico é muito pior para os habitantes Amish dos povoados maiores. Além disso, os Amish são uma grande curiosidade para muitas pessoas interessadas neles por causa da base religiosa e do seu estilo. O falso conceito de que os Amish são 'simples' e rudes e a sua dependência dos cavalos para transporte e para a atividade agrícola. Várias universidades oferecem cursos sobre os Amish e professores e estudantes fazem visitas periódicas a áreas Amish. A mídia lucra com histórias que vão do informativo ao altamente sensacionalista sobre os Amish. Esses vários pontos de contato, entre uma subcultura que quer manter um certo grau de separação e uma cultura circunvizinha que considera os Amish fascinantes, desafiam os limites da sociedade Amish.

▪ Turismo e o Amish

A localização da pesquisa para este artigo é o povoado Amish no município de Holmes, Ohio. É o maior povoado Amish no mundo, maior inclusive que o povoado Amish de Lancaster. (KRAY-BILL, 1989). Além do povoado de Holmes, o estado de Ohio abriga outros 32 povoados Amish. A atual população Amish presente na grande área do povoado de Holmes é de quase 25 mil pessoas, aproximadamente 1/6 da população total Amish. A área total ocupa parte de cinco municípios, inclusive a metade leste do município de Holmes, o quadrante sudeste do município de Wayne, e partes menores de outros três municípios. Aproximadamente 60% dos Amish do povoado residem no condado de Holmes. A estrada turística principal é a Rodovia Estadual 39, deixando Millersburg no sentido

leste. Essa estrada atravessa as comunidades de Berlin, Walnut Creek e vai até a cidade de Sugar Creek, perto da extremidade oriental do povoado, no município de Tuscarawas. A distância entre Millersburg e Sugar Creek é de 24 km. Todas as outras cidades pequenas na região também são pontos para atividades turísticas, existindo um fluxo turístico considerável em muitas das estradas vicinais.

Este estudo é parte de um projeto de pesquisa mais amplo que enfoca a mudança e a continuidade da sociedade Amish. A primeira parte do estudo foi uma pesquisa, em 1992, de 138 empresários não-Amish no município de Holmes para estimar o número de Amish trabalhando em ocupações não agrárias. A segunda parte enfocou grupos constituídos de profissionais como médicos, corretores de imóveis, contadores, advogados do município de Holmes para obter impressões sobre mudanças observadas por eles entre os Amish. Esse estudo foi feito em maio de 1992. O objetivo da terceira parte foi documentar até que ponto os maridos Amish já não ganham a vida como agricultores. O objetivo da quarta parte foi um estudo sobre emprego integral e em tempo parcial dos maridos e esposas Amish, e também incluiu perguntas sobre suas visões relacionadas com turismo e trânsito. Essa fase da pesquisa foi completada em 1993. A quinta parte enfocou, mais diretamente, o impacto do turismo na comunidade, através de entrevistas com informantes-chave tanto Amish como residentes não-Amish e de observações de campo diretamente pelos autores.

▪ Impacto do turismo

O estudo de BUCK (1978, p. 232-233), conduzido no segundo maior povoado Amish (município de Lancaster, Pensylvania), sugeriu que um empreendimento turístico bem organizado poderia fortalecer o fato de que os Amish consideram sua comunidade única.

Sugere-se que enquanto os homens Amish percebem a pressão da presença do turismo, parece haver poucas indicações de erosão cultural ou angústia pessoal devido a isto. Realmente, pode-se conje-

turar que o empreendimento turístico fortalece o senso de identidade dos Amish, mantendo-os alerta e sempre atentos à 'luxúria do lazer' em seu meio. No turista, os Amish têm um modelo acabado para tudo que é negado pelo comportamento Amish.

No município de Holmes, os Amish são promovidos intensiva e extensivamente como atrações turísticas tanto pelo Departamento Estadual de Desenvolvimento como pelas várias Câmaras de Comércio dos municípios da região. Hoje, mais de um milhão de turistas visitam anualmente a região de Holmes. As Câmaras de Comércio dos municípios de Millersburg-Holmes calcularam a renda do turismo em 50 milhões de dólares em 1994. Houve um aumento de 300% na renda turística, de 1990 até 1994 (COMISSÃO DE PLANEJAMENTO DE HOLMES, 1995a; 1995b). As rendas do turismo situam o município de Holmes em segundo lugar entre os 88 municípios de Ohio. A Câmara de Comércio distribuiu 5 milhões de panfletos anualmente, sob o título 'Mapa e Guia do Município de Holmes'. Em 1990, foram listados 85 estabelecimentos, sendo que, em 1995, isso já era 135 (lojas – 68; hospedarias – 34; camping – 7; restaurantes – 13; padarias e comidas típicas – 12).

Atividades empresariais já existentes também cresceram. Por exemplo, três grandes restaurantes típicos Amish, cada um com capacidade inicial para trezentas pessoas, dobraram sua capacidade no último ano. Mesmo assim, há longas filas esperando por uma mesa durante o auge da temporada turística. Há vários hotéis novos em Holmes, e já estão com reservas de quatro a cinco meses com antecedência, entre maio e novembro. O número de alojamentos para pernoite com café da manhã (bed and breakfast) aumentou 20%, entre 1994 e 1995. O controle do tráfego em 1992, 1995 e 1998, nas cidades de Millersburg e Berlin, indica um aumento de 13% por ano no tráfego de veículos (KREPS, 1996). Um total de 21.614 veículos atravessou as duas cidades durante um período observado de dois dias. Esse período foi das 8h às 17h de sexta-feira e de sábado. 50% desses veículos eram de fora do município de Holmes (com base nos nomes dos municípios e estados exibidos nas placas).

Todo os veículos que trafegam pelas duas cidades passam pelas ruas principais de Millersburg e Berlin. A estrada é uma pista única

em cada direção, tanto na área rural como na zona urbana. Para facilitar o movimento dos veículos, há dois semáforos em Millersburg, e nenhum em Berlin. Em dias movimentados, durante a estação turística, carros levam 45 minutos para percorrer meio quilômetro. Para piorar, as estradas são estreitas, e não há nenhuma rua lateral para estacionamento de ônibus de excursão, *vans* e veículos recreativos, o que aumenta o potencial de acidentes de trânsito. Informantes Amish e 'ingleses', antigos residentes de Berlin e Millersburg, informaram que evitam ir para cidade a negócios ou para compras, de quinta-feira até sábado, porque são os dias de fluxo turístico mais intenso. Dizem que há muitas pessoas na cidade, e isso os incomoda. Um Amish comentou que ele e seus amigos só vão para Berlin em emergências para obter, por exemplo, medicamentos para uma vaca doente. Outro Amish descreve como ele e sua esposa programam supermercados para cedo da manhã para evitar o tráfego e os olhares curiosos dos turistas. O mercado abre cedo a fim de acomodar os clientes Amish. Os anciões de um distrito de igreja pediram para que os fiéis não dirigissem suas carroças para não se tornarem uma atração para os turistas.

Informantes indicaram que em 1995 uma gleba de terra cultivada, distante menos de 4 km de Berlin, foi vendida por \$40 mil por hectare e outra gleba, situada 8 km de Berlin, foi vendida por \$19 mil o hectare. Os preços altos acontecem por duas razões. A primeira deve-se a atividades turísticas localizadas ao longo das Estradas Estaduais 39 e 241, e a Estrada Federal 62. A segunda razão é o aumento de demanda por terra para construir casas, na faixa de \$150 a \$250 mil. Os fomentadores de loteamentos estão competindo com os Amish na compra de terra para propósitos residenciais. Os clientes são pessoas de cidades próximas que querem uma casa para o fim de semana, e as pessoas que querem se aposentar e morar no meio rural. De acordo com a informação do censo, fornecida pela Câmara de Comércio, o município de Holmes está entre os 10 municípios dos Estados Unidos com as maiores taxas de crescimento por moradia para pessoas aposentadas. O aumento do custo de terra está afetando negativamente a preferência dos Amish pela agricultura, como sua ocupação mais importante. Um diretório listando todas as famílias Amish no maior povoado do município de Holmes é publicado a

cada oito anos desde 1965 (GINGERICH, 1965, 1973, 1981, 1988, 1995). O diretório revela um declínio no número de Amish casados que são agricultores e uma diversificação crescente da sua base econômica. Em 1965, apenas 27% dos homens Amish estavam em ocupações não agrícolas. Isso aumentou para 41% em 1973, 48% em 1981, 58% em 1988 e 68% em 1995.

Há várias razões pelas quais os Amish se preocupam com essa tendência. Primeiro, eles preferem que os maridos estejam presentes durante o dia para atuar como líderes das famílias, e como modelos para as crianças (KREPS et. al., 1994). Segundo, as ocupações de atividades não agrícolas normalmente proporcionam pagamento melhor, menos horas de trabalho e mais benefícios. Essas mudanças significam que alguns Amish têm mais tempo livre, mais dinheiro para gastar, e menos dependência da comunidade Amish. A frase Amish para trabalho não agrícola é 'emprego, ameaça da merenda', que é o seu modo de expressar preocupação sobre a ausência dos maridos durante o dia de trabalho (KRAYBILL, 1989). Os Amish são, em parte, responsáveis pelo aumento dos preços da terra, com suas convicções de que cultivar é a melhor ocupação para ajudar manter seu modo de vida. Mesmo antes da recente pressão do turismo e desenvolvimento de bens imóveis, o preço da terra nas áreas dos povoados Amish era duas ou três vezes maior que uma gleba semelhante cultivada fora do povoado. Em 1990, agentes imobiliários informaram que terra agrícola em áreas Amish era vendida por \$5 mil o hectare, enquanto que uma terra semelhante cultivada fora de áreas dos Amish era vendida por apenas \$1.500.

Uma das mudanças mais importantes (a sétima característica essencial) entre os Amish é o desenvolvimento de empresas não agrícolas. Antigamente, as empresas Amish estavam restritas a serviços prestados exclusivamente aos Amish, como ferraria, fabricação e consertos de carroças, lojas de arreios e artigos de couro. Hoje, os Amish possuem empresas bem diversificadas, em parte devido ao crescimento do turismo. Um diretório das empresas Amish para o município de Holmes lista 615 empreendimentos (Anônimo, 1995). Cinquenta e duas delas foram identificadas por informantes Amish como recebendo uma parte significativa (20% ou mais) da sua renda do turismo.

Um outro grupo de 158 Amish, donos de empresas, foram identificados como beneficiários indiretos do turismo por atividades relacionadas à construção civil e por reforma e fabricação de móveis. Algumas dessas empresas têm clientes bem distantes dos limites do município de Holmes, criando uma economia de exportação próspera. Os turistas estão se dando conta da qualidade do trabalho dos Amish. Como um turista descreveu a um dos autores: “Primeiro você tem que localizar a empresa, porque eles não têm placas indicativas, mas uma vez que você encontra, basta mostrar o tipo de mobília que você quer e o tipo de madeira, e em seis meses você pode buscar”. A maioria das empresas dos Amish, com base no turismo ou não, está localizada em suas casas. A maioria tem menos de 10 empregados. Os Amish acreditam e praticam o conceito que menor é melhor. Outra razão muito prática para permanecer pequeno é que o Governo Federal não requer que uma empresa com nove ou menos trabalhadores pague os tributos da previdência social. Considerando que os Amish não desejam usar a previdência social, o que representa uma dependência do mundo exterior, foi-lhes concedida isenção de pagar o tributo.

Duas áreas do comércio turístico onde alguns Amish são empregados incluem restaurantes onde atuam como cozinheiros, garçonetes, recepcionistas e caixas e, em hotéis, como camareiras. Essas posições são ocupadas na maioria por mulheres solteiras, de 18 a 22 anos de idade. Há duas limitações para mulheres jovens que trabalham fora de casa. Primeiro, elas só trabalham até o casamento. Uma vez casadas, se demitem para iniciar as famílias. Segundo, os Amish entendem que o turismo não é compatível com sua percepção do Cristianismo. Os bispos acreditam que as horas de trabalho mais curtas e maiores benefícios relacionados ao trabalho tornam a vida muito fácil e podem incentivar alguns a deixarem a comunidade Amish. Não é possível calcular o número de jovens mulheres Amish empregadas no setor de hospitalidade, nem estimar a sua renda. Espera-se que filhas (e filhos) que trabalhem fora da casa entreguem todo o salário para os pais distribuírem segundo as necessidades da família. Essa prática de empregar os Amish é comum entre as empresas nas áreas dos Amish, porque a maioria das atividades turísticas no município de Holmes pertence a em-

presários locais, e muitos donos são Menonitas que não consideram essa prática censurável.

Outra fonte de renda direta do turismo para os Amish é o mercado à margem da rodovia. A maioria desses mercados não é nada mais que uma placa anunciando delícias do forno, hortaliças e artesanato. Esses mercados são atendidos por crianças que lhes oferecem uma oportunidade para trabalho em tempo parcial. Além disso, os turistas tendem a considerar as crianças Amish como queridinhas. Infelizmente, não há nenhum inventário do número desses mercados nem a renda gerada, mas o número deles parece estar aumentando a cada ano. Uma terceira fonte direta de renda é servir comidas em casas Amish. Na área do município de Holmes há oito casas que servem refeições caseiras aos turistas. O padrão é o mesmo em todas as casas. Um mínimo de 15 pessoas é necessário para cada refeição. Os grupos vêm de longe. Tudo precisa ser combinado com antecedência. O valor é aproximadamente o mesmo dos restaurantes locais. A maior parte da comida servida é produzida na propriedade. A anfitriã e os seus ajudantes, normalmente irmãs e filhas, preparam e servem as refeições. A anfitriã fica disponível para responder perguntas sobre os Amish. A maioria das perguntas são curiosidades sobre os aspectos visíveis da cultura dos Amish, como agricultura, o modo de fazer colchas e o vestuário. Geralmente, perguntas mais detalhadas sobre as crenças e práticas religiosas são ignoradas. Algumas das casas atendem mais de mil pessoas por ano, produzindo uma renda bruta de quase \$10 mil, e renda líquida de cerca de \$5 mil.

As Câmaras de Indústria e Comércio de Millersburg e Holmes organizaram um comitê de planejamento chamado Projeto 2005. Seu propósito é desenvolver um plano que coordenará atividades de turismo na área Amish como camping, caminhadas, antigüidades, hospedagem caseira, parques e belezas naturais. Alguns Amish foram convidados a integrar o comitê, e eles concordaram. Isso sugere que alguns deles estão aceitando o fato de que, para melhor ou para pior, o turismo é uma parte de suas vidas. Autoridades e residentes locais estão atentos ao fato de que muito turismo pode afugentar os Amish eventualmente, mas há pouca consideração dada à questão de quanto turismo é considerado demais. Devido ao fato de que a maioria das atividades turísticas na área são de propriedades

locais, a opinião geral é de que o turismo tem representado um desenvolvimento positivo. Também há pouca consciência de como o desenvolvimento turístico poderá mudar os padrões básicos na cultura Amish, embora muito residentes locais se considerem ‘guardiões’ que protegem os Amish dos ‘turistas metropolitanos’. De fato, só porque o turismo afeta a população local da mesma maneira que afeta os Amish, é que não há qualquer preocupação com o problema.

▪ Resumo e discussão

As conclusões indicam que os Amish prefeririam que os turistas partissem. Contudo, eles percebem que o turismo é uma realidade que não podem ignorar e que não pode desaparecer. A maioria acomodou-se ao aumento do turismo. Somente uma minoria não aceitou o turismo, mas obteve vantagens econômicas significativas. De acordo com as observações de BUCK (1978), a pesquisa do município de Holmes e adjacências indica que os Amish estão atualmente manipulando tanto os aspectos positivos como os negativos do turismo. A sua tradição acomodou-se às condições impostas pela sociedade dominante que os cerca para manter as suas tradições, deulhes habilidades que lhes permitem a sobrevivência. Nesse respeito, os Amish constituem um contraste em comparação com outras culturas rurais e tradicionais cujos estilos de vida foram mais seriamente afetados pelo crescimento do turismo (SMITH, 1989; MANS-
PERGER, 1995).

Entretanto, o futuro oferece novos desafios aos Amish. Parece que o turismo continuará crescendo nos povoados de Holmes e que o tráfego continuará aumentando, os preços da terra continuarão aumentando, e mais Amish irão empregar-se em trabalhos que são parcialmente ou totalmente dependentes do comércio turístico. O tráfego é mais um incômodo do que uma ameaça, e não atinge o tecido da cultura Amish. Porém, o preço da terra ascendente limita severamente a habilidade dos jovens Amish de se tornarem agricultores, e assim criar suas famílias no estilo historicamente tradicional (ERICKSEN et al., 1980; KRAYBILL, 1989; HOSTETLER, 1993). Os preços ascendentes das terras significam que mais homens Amish

(e um número crescente de mulheres) serão integrados na economia geral do município, e sabe-se que a economia geral dessa área é mais dependente do turismo do que nunca. Os Amish continuarão tornando-se menos auto-suficientes em termos econômicos, e serão alterados para seus filhos e filhas os padrões tradicionais de socialização. Em longo prazo, o turismo poderá ser uma influência subjacente para ajustes fundamentais na sociedade Amish à medida que continuarem a sobreviver como uma subcultura étnica e religiosa sem igual, neste século. Para o futuro previsível, pode-se dizer que os Amish continuarão ajustando-se ao turismo. Há várias razões para seu sucesso. Primeiro é o processo contínuo de auto-reflexão que lhes permite criar a sua sociedade autoconsciente através do 'ordnung'. Como questões relacionadas à influência do turismo sobre a sua cultura e estilo de vida, os Amish têm uma habilidade intrínseca para 'optar' pela mudança. As mudanças que eles fazem, embora simbolicamente importantes, quase sempre são pequenos ajustes e nunca são revolucionárias. Isso lhes proporciona uma oportunidade para manter as suas cercas, mesmo que elas sejam movidas. Segundo, a organização em pequena escala da sociedade Amish lhes ajudará a sobreviver. Porque não há nenhuma hierarquia eclesiástica real dentro da sua religião e cada distrito de igreja pode considerar maneiras próprias de ajustar-se ao turismo. Porém, os Amish, especialmente os bispos, comunicam-se seguidamente através dos limites distritais, de forma que o sucesso ou fracasso de um distrito Amish em manter sua distância e a cerca do turismo e dos turistas representa experiências de aprendizagem para os outros distritos.

Terceiro, como mencionado, a população Amish está expandindo-se rapidamente. Quase dois em cada três povoados (entre uns 230 nos EUA e Canadá) têm menos de trinta anos. Em muitas áreas, o número dos Amish é pequeno, a existência do povoado é muito curta para que o turismo tenha se desenvolvido em escala significativa. Mesmo que o turismo fosse corroer seriamente a sociedade e a cultura Amish em um lugar, isso não poderia ocorrer simultaneamente em todos os povoados. Hoje, muitas famílias Amish estão mudando-se para povoados novos e menores para ficar longe do fluxo turístico que existe agora durante todo o ano nos povoados maiores. Quarto, os Amish são uma subcultura e, como tal, sempre compartilharam característi-

cas associadas com a sociedade americana. Duas dessas características são a propriedade privada e o desejo de ganhar dinheiro. Alguns Amish lucraram diretamente com o crescimento do turismo, e muitos outros sobrevivem fazendo móveis e outros produtos adquiridos pelos turistas. Muitas jovens meninas Amish (e alguns dos meninos) trabalham em atividades turísticas, mas uma vez casadas, elas deixam esses empregos e tornam-se donas de casas em tempo integral.

A quinta e última razão para o sucesso dos Amish em lidar com o turismo, e para a provável continuação desse sucesso, é que o seu limite com os turistas é protegido, em parte, por outras pessoas que vivem na região. Frequentemente, estes são Mennonitas, mas incluem pessoas de todos os tipos. Esses indivíduos são os que estabelecem empresas que suprem os turistas. Isso serve para impedir que os turistas tenham contato direto com os Amish, contudo proporciona para os turistas uma falsa sensação de ter experimentado a 'sociedade Amish' com seu estilo de vida 'tradicional e rústico' (as citações são dos panfletos turísticos produzidos pelas Câmaras de Comércio locais).

Haverá Amish no final desse século? A resposta é: sim, provavelmente! Mas a existência continuada dos Amish como uma subcultura singular continuará dependendo da sua habilidade de autoconscientemente construir seu estilo de vida, de forma que as forças da sociedade maior, inclusive através do turismo, possam ser enfrentadas e ajustes apropriados possam ser feitos.

▪ Bibliografia

- BECKER, Barbara, BRADBURY, Susan L. Feedback on tourism and development : the downside of a booming tourist economy. *Community Development Journal*, v. 29, p. 268-276, 1994.
- BRANDT, Mindy, GALLAGHER, Thomas E. Tourism and the old order Amish. *Pennsylvania Folklife*, v. 46, p. 71-75, 1994.
- BUCK, Roy C. Boundary maintenance revisited : tourist experience in an old order Amish community. *Rural Sociology*, v. 43, p.221-34, 1978.
- CLARKE, M. On the concept of 'sub-culture.' *British Journal of Sociology*, v. 25, p. 428-441, 1974.
- DOGAN, H.Z. Forms of adjustment : sociocultural impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 16, p. 216-236, 1989.
- DONNERMEYER, Joseph F., KREPS, George M.; KREPS Marty W. *Lessons for living : a practical approach to daily life from the Amish community*. Walnut Creek : Carlisle Press, 1999.
- ERIKSEN, Eugene P., ERIKSEN, Julia A., HOSTETLER, John A. The cultivation of the soil as a moral directive : population growth, family ties, and the maintenance of community among the old order Amish. *Rural Sociology*, v. 45, p. 49-68, 1980.
- FINE, Gary Alan; KLEINMAN, Sherryl. Rethinking subculture: an interactionist analysis. *American Journal of Sociology*, v. 85, p. 1-20, 1979.
- FLORA, Jan. L. et al. (ed.). *From the grassroots : profiles of 103 rural self-development projects*. Washington, D.C. : Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, 1991.
- FREDERICKH, Martha. (ed.). *Tourism as a rural economic development tool : an exploration of the literature*. Washington, D.C. : Economic Research Service. U.S. Department of Agriculture, 1992.
- GINGERICH, Ervin. (ed.). *Ohio Amish directory : Holmes county and vicinity*. Baltimore, MD : John Hopkins University School of Medicine, 1965.

- _____. Millersburg, OH : Hiland Press, 1973.
- _____. Millersburg, OH : Hiland Press, 1981.
- _____. Millersburg, OH : Hiland Press, 1988.
- _____. Millersburg, OH : Hiland Press, 1995.
- HOLMES COUNTY PLANNING COMMISSION. *Community profile of Holmes county*. Millersburg/Ohio, 1995a.
- _____. *Industrial directory of Holmes county, Ohio*. Millersburg/Ohio, 1995b.
- HOSTETLER, John A. Old world extinction and new world survival of the Amish : a study of group maintenance and dissolution. *Rural Sociology*, v. 20, p. 212-19, 1995.
- HOSTETLER, John A. *Amish society*. 4 ed. Baltimore, MD : John Hopkins University Press, 1993.
- KRAYBILL, Donald B. *The riddle of Amish culture*. Baltimore, MD: John Hopkins University Press, 1989.
- KRAYBILL, Donald B., NOLT, Steven M. The rise of microenterprises. in: KRAYBILL, Donald B.; OLSHAN, Marc A. (ed.). *The Amish struggle with modernity*. Hanover, NH : University Press of New England, 1994. p. 149-164.
- KREPS, George M. *Tourism and traffic in Holmes county*. Wooster, Ohio : Agricultural Technical Institute, The Ohio State University, 1996.
- _____, DONNERMEYER, Joseph F., KREPS, Marty W. The changing occupational status of Amish males. *Rural Sociology*, v. 59, p. 708-719, 1994.
- _____. *A quiet moment in time: a contemporary view of Amish society*. Walnut Creek, Ohio : Carlisle Press, 1997.
- MANSPERGER, Mark C. Tourism and cultural change in small-scale societies. *Human Organization*, v. 54, p. 87-94, 1995.
- NOLT, Steven M. *A history of the Amish*. Intercourse, PA : Good Books, 1992.

OLSHAN, Marc. Amish cottage industries. in: KRAYBILL, Donald B., OLSHAN, Marc A. (ed.). *The Amish struggle with modernity*. Hanover, NH : University Press of New England, 1994. p. 133-148.

SMITH, Michal. *Behind the glitter*: the impact of tourism on Rural women in the Southeast. Lexington, Ky. : Southeast Women's Employment Coalition, 1989.

WASAO, Samson, DONNERMEYER, Joseph F. An analysis of factors related to parity among the Amish in Northeast Ohio. *Population Studies*, v. 50, p. 235-246, 1995.

O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro

*Clayton Campanhola**
*José Graziano da Silva***

As transformações pelas quais tem passado, nas últimas décadas, o meio rural brasileiro contribuem para não considerá-lo como essencialmente agrícola. A identificação do rural com o agrícola perdeu o sentido quando muitas atividades tipicamente urbanas passaram a ser desenvolvidas no meio rural, geralmente em complemento às atividades agrícolas (SILVA, 1999). Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNADs)¹ mostram que a PEA (População Economicamente Ativa) não agrícola do meio rural brasileiro, em 1997, era de aproximadamente 4 milhões de pessoas, com uma taxa de crescimento anual no período de 1992/97 de 2,5%. A PEA agrícola, por sua vez, era de 10 milhões de pessoas, apresentando uma taxa de decréscimo de 2,2% ao ano, no mesmo período.² Nas atividades não agrícola-

■
* Pesquisador III, Embrapa Meio Ambiente, Jaguariúna, SP (clayton@cnpma.embrapa.br).

** Professor Titular, Núcleo de Economia Agrícola, Instituto de Economia – Unicamp (graziano@eco.unicamp.br), pesquisador do CNPq.

1 Pesquisa realizada anualmente pelo IBGE.

2 Tabulações especiais do Projeto Rurbano, NEA-IE/Unicamp, Janeiro 1999.

las, podem-se destacar a prestação de serviços, a indústria de transformação, o comércio de mercadorias, os serviços sociais e a indústria da construção civil. Quanto à ocupação principal não agrícola, destacam-se em 1997 serviços domésticos, de pedreiro, serviços por conta própria, professores de primeiro grau e balconistas.

Uma pesquisa da Associação Brasileira de Marketing Rural (ABMR) mostrou que o número de produtores rurais que exercem atividades não agrícolas dobrou durante os anos 90. Esse número passou de 20% para 40%. Entre as que mais cresceram estavam as atividades ligadas ao comércio de modo geral, atividades que passaram de 12% dos entrevistados na safra 1991/92 para 26% na safra 1998/99, (ABMR, 1999). Outra recente pesquisa da Fundação Getúlio Vargas/CNA mostrou que 82% dos 1.837 responsáveis (proprietários ou gerentes) por estabelecimentos rurais em 11 estados do país têm outras fontes de renda geradas fora de suas propriedades (VERSIANI, 1999). As atividades não agrícolas cada vez mais constituem formas alternativas e/ou complementares de geração de renda dos produtores rurais no meio rural. Entre elas, incluem-se também atividades ligadas ao lazer e ao turismo. Embora não seja possível quantificar a importância econômica dessas atividades, a PNAD de 1997 indica que existiam quase 250 mil pessoas residindo em áreas rurais no país, ocupadas em atividades de comércio e prestação de serviços relacionados ao turismo, como hospedagem, restaurantes, diversões e lazer, arte e decoração, organizações culturais e esportivas, comércio de produtos naturais e artesanais. Assim, cada vez mais tem-se evidenciado que a agricultura não pode ser a única base econômica para o desenvolvimento do meio rural a longo prazo. A possibilidade de se incorporar outras alternativas econômicas ao meio rural tem sido a estratégia adotada por muitos países para manter o homem no campo, com melhoria de sua qualidade de vida pelo aumento de sua renda, que passa a ser gerada com base em uma maior diversidade de atividades e funções. Há várias vantagens que podem ser atribuídas a pequenas empresas que se dedicam à oferta de produtos turísticos. Elas podem oferecer produtos a turistas com interesses bastante específicos, que pelo seu pequeno número inviabiliza a participação de empresas de grande porte no empreendimento. É o caso de demanda por uma propriedade agropecuária autêntica, cujas práticas tradicionais estão integradas à conservação do meio ambiente.

Pretende-se, neste trabalho, apresentar alguns exemplos de experiências brasileiras de turismo no meio rural, discutir perspectivas e tendências do envolvimento dos pequenos agricultores nesse empreendimento e apresentar algumas propostas de ações que estimulem e facilitem a participação dos produtores como gestores do turismo rural.

▪ As variações conceituais de turismo no meio rural

A literatura aponta uma grande diversidade de conceitos de turismo rural que, de certo modo, traduzem as suas diferentes possibilidades. Há confusões, por exemplo, quanto ao termo ‘turismo verde’, usado indistintamente como sinônimo de ‘turismo rural’ ou de ‘ecoturismo’ (TULIK, 1997). Outros autores também não diferenciam ‘turismo rural’ de ‘turismo no meio rural’. Para evitar qualquer confusão, insistiremos em diferenciações entre ‘turismo no meio rural’ e ‘agroturismo’, porque refletem melhor a separação entre aquelas atividades ligadas às diferentes formas de lazer e recreação que se realizam dentro e fora das propriedades rurais (SILVA et al., 1998). O ‘turismo no meio rural’ consiste em atividades de lazer realizadas no meio rural e abrange várias modalidades definidas com base em seus elementos de oferta: turismo rural, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo de negócios, turismo jovem, turismo social, turismo de saúde e turismo esportivo (VERBOLE, 1997; SILVA et al., 1998). Nesse conceito, incluem-se os ‘spas’ rurais; os centros de convenções rurais; os locais de treinamentos de executivos; os parques naturais para atividades esportivas; as caminhadas; as visitas a parentes e amigos; as visitas a museus, igrejas, monumentos e construções históricas; os festivais, rodeios e shows regionais; as visitas a paisagens cênicas e a ambientes naturais; a gastronomia regional; os campings, as colônias de férias, os hotéis-fazenda;³ os fazenda-hotéis,⁴ os esportes da natureza como canoagem, alpinismo, pesca, caça; chácaras de recreio e condomínios ru-



3 Hotéis nos moldes tradicionais, apenas instalados no meio rural, com atividades de lazer restritas ao seu entorno.

4 Hotéis instalados em propriedades agrícolas produtivas; constituem atividade do agroturismo.

rais de segunda moradia. O turismo no meio rural está relacionado a qualquer atividade de lazer e turismo que seja realizada em áreas rurais, envolvendo, além do agroturismo, outras atividades não relacionadas a propriedades agropecuárias produtivas, ou com a produção agropecuária. Geralmente, os termos ‘turismo no meio rural’ e ‘turismo rural’ são tratados como sinônimos de agroturismo. O conceito dessa atividade restringe-se, segundo CALS et al. (1995, p. 54), à: “Prestação de qualquer serviço turístico, por motivos de férias e com preço, realizado no interior da exploração agrária, que se encontre em plena atividade agrícola, pecuária e florestal”. Em contrapartida, G. da SILVA et al. (1998) apresentaram um conceito detalhado de agroturismo para o caso brasileiro:

Atividades internas à propriedade, que geram ocupações complementares às atividades agrícolas, as quais continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade, em menor ou maior intensidade, devem ser entendidas como parte de um processo de agregação de serviços aos produtos agrícolas e bens não materiais existentes nas propriedades rurais (paisagem, ar puro, etc.), a partir do ‘tempo livre’ das famílias agrícolas, com eventuais contratações de mão-de-obra externa. São exemplos de atividades associadas ao agroturismo: a fazenda-hotel, o pesque-pague, a fazenda de caça, a pousada, o restaurante típico, as vendas diretas do produtor, o artesanato, a industrialização caseira e outras atividades de lazer associadas à recuperação de um estilo de vida dos moradores do campo.

O agroturismo refere-se às atividades turísticas que ocorrem no interior das propriedades com atividades agropecuárias produtivas. Os hotéis-fazenda, por exemplo, não podem ser considerados parte da infra-estrutura do agroturismo, quando não apresentarem interface com a produção agropecuária.⁵ Nesses casos, são geralmente de

■

⁵ Por isso, no caso de uma propriedade agrícola produtiva possuir um hotel, preferimos denominá-lo ‘fazenda-hotel’. Do mesmo modo, as ‘pousadas rurais’ também merecem uma qualificação quanto à sua localização e vínculo em relação às propriedades agrícolas.

propriedade de empresários urbanos que não têm nenhuma identidade ou tradição rural, aproveitando-se da demanda crescente da população urbana por esse tipo de instalação no meio rural. Outra modalidade de turismo que se inclui no conceito de 'turismo no meio rural' é o ecoturismo. Hoje é uma atividade muito procurada pelos habitantes urbanos para se recuperarem do dia-a-dia estressante das grandes cidades. Por essa razão, constitui um dos mais dinâmicos mercados emergentes de nosso país.⁶ Há, como no caso das outras modalidades de turismo, vários conceitos de ecoturismo, mas aquele que resume melhor as suas peculiaridades é o de CEBALLOS-LASCURAIN (apud PIRES, 1998):

É a realização de uma viagem a áreas naturais que se encontram relativamente sem distúrbios ou contaminação, com o objetivo específico de estudar, admirar e desfrutar a paisagem juntamente com suas plantas e animais silvestres, assim como qualquer manifestação cultural (passada ou presente) que ocorra nessas áreas.⁷

Alguns autores expressam outras considerações sobre o ecoturismo, como os impactos socioambientais causados, os benefícios gerados pela atividade turística às comunidades locais e o enfoque na educação ambiental que é proporcionada (PIRES, 1998). Outros autores diferenciam ecoturismo de 'turismo baseado na natureza', este se referindo a operações turísticas com enfoque no usufruto contemplativo da natureza, oferecendo aos turistas a oportunidade de conhecer lugares, a fauna, a flora e as comunidades humanas culturalmente diferenciadas. Cabe ressaltar que o conceito de agroturismo

6 O ecoturismo no Brasil, embora recente, deve empregar diretamente mais de 30 mil pessoas, através de pelo menos 5 mil empresas e instituições privadas. O trade de ecoturismo já conta com cerca de 250 operadoras e agências especializadas, mais de 2 mil pousadas e mais de 1,5 mil prestadores de serviços entre lojas de equipamentos, transporte, alimentação, consultorias e serviços de apoio (MEIRELLES FILHO, 1998 apud SILVA, J. G. da. et al., 1998).

7 Um conceito similar para o ecoturismo é o adotado pelo Instituto de Ecoturismo do Brasil: "O ecoturismo é a prática de turismo de lazer, esportivo ou educacional, em áreas naturais, que utiliza a forma sustentável dos patrimônios natural e cultural, incentiva a sua conservação, promove a formação de consciência ambientalista e garante o bem-estar das populações envolvidas".

assumido neste trabalho pode-se confundir com o ecoturismo ou não. Vai depender se ele ocorre dentro ou fora de uma propriedade agrícola produtiva. Mesmo nos casos em que o ecoturismo for uma atividade independente do agricultor, deve-se considerar que gera oportunidades de emprego aos membros da família dos pequenos produtores agropecuários, principalmente no setor de serviços. Justifica-se, assim, a abordagem que será feita no próximo item sobre ecoturismo.

Usaremos o termo ‘turismo no meio rural’ ou ‘turismo em áreas rurais’ sempre para designar uma amplitude maior de oportunidades que agregarem qualquer atividade de lazer e de turismo, realizada em áreas rurais, envolvendo, além do agroturismo, outras atividades não relacionadas com propriedades agropecuárias produtivas. A importância dessa separação conceitual é que o agroturismo, por representar uma atividade adicional na propriedade rural, é do ponto de vista das políticas públicas um *job marker*, ou seja, cria novas fontes de emprego e renda nas áreas rurais. Contrapõe-se assim às atividades não agrícolas exercidas pela população rural que são, em geral, *job takers*, concorrendo com os mesmos postos de trabalho gerados nas áreas fora das propriedades agropecuárias.

▪ O turismo rural como vetor de desenvolvimento

Há, de certa forma, um consenso de que o desenvolvimento regional ou local constitui uma das alternativas mais viáveis para se enfrentar os desafios da globalização. Embora tenda homogeneizar produtos, padrões de consumo, hábitos e costumes em prol da eficiência e da produtividade, a globalização reforça o local, no sentido de que estimula a organização comunitária para que um lugar específico não seja excluído do processo de desenvolvimento e para que encontre o seu caminho de sustentabilidade. Em outras palavras, como o global fica distante do local, este se reestrutura socialmente para se fortalecer e para se viabilizar economicamente. É como se as partes fossem se diferenciando do todo para se tornarem singulares e especiais, buscando a sua independência e atendendo a seus interesses. Por isso, um dos principais requisitos do desenvolvimento local

é a participação da comunidade através de processos democráticos e transparentes, visando a dirimir as desigualdades sociais.

Um dos pontos importantes a considerar na perspectiva do desenvolvimento local refere-se ao aproveitamento das especificidades de cada localidade ou território e ao pleno aproveitamento das suas potencialidades e oportunidades. Deve-se, assim, explorar o específico, os chamados 'nichos', diferentemente do que é preconizado no turismo de massa, que tende a homogeneizar os produtos e a concentrar-se em determinados locais. O turismo no meio rural deve ser uma atividade essencialmente difusa, diretamente relacionada com aspectos ambientais e com especificidades inerentes a cada local. O turismo pode constituir um dos vetores do desenvolvimento local,⁸ desde que haja controle, por atores sociais locais, das atividades por ele desencadeadas, permitindo assim que as comunidades locais se apropriem dos benefícios gerados. O turismo no meio rural deve ser, antes de tudo, um turismo local, de território, gerido pelos residentes. Pode-se dizer que ele é local em cinco níveis: é de iniciativa local, de gestão local, de impacto local, é marcado por paisagens locais e valoriza a cultura local (GROULLEAU, 1994 apud ALMEIDA & BLÓS, 1997). Sob esse novo enfoque, o turismo tradicional, mesmo quando praticado em áreas rurais, não é a estratégia mais apropriada. Para ser um vetor de desenvolvimento local, o turismo tem que considerar o potencial da comunidade envolvida e as diversidades geográficas, culturais e ambientais das áreas rurais. Deve também basear-se na interação e integração entre os seus diferentes atores – estado, instituições privadas e comunidade local.

Dessa forma, o turismo no meio rural pode contribuir para a valorização do território. Ao mesmo tempo em que depende da gestão do espaço local e rural para o seu sucesso, contribui para a proteção do meio ambiente e para a conservação do patrimônio natural, histórico e cultural do meio rural. Representa, portanto, um instru-

■
8 O desenvolvimento local é um desenvolvimento desde a base, ou seja, de baixo para cima; é autocentrado, pois prioriza as decisões comunitárias em relação aos planos gerais de desenvolvimento; e é endógeno, pois mobiliza os recursos disponíveis com o fim de promover o desenvolvimento (PÉREZ & GIMÉNEZ, 1994 apud ALMEIDA & BLÓS, 1998).

mento de estímulo à gestão e ao uso sustentável do espaço local, que devem beneficiar prioritariamente a população local direta e indiretamente envolvida com as atividades turísticas. Se não houver, entretanto, regulações e instrumentos adequados para a gestão do espaço rural, o turismo poderá causar impacto negativo seja no meio ambiente, seja na economia e na sociedade local (BENI, 1997; VERBOLE, 1997; ALMEIDA & BLÓS, 1997). Através do turismo no meio rural, a comunidade pode compartilhar dos benefícios indiretos gerados como a melhoria da infra-estrutura e de serviços públicos – saneamento básico, hospitais, segurança, transporte -; aumento no número de indústrias e de estabelecimentos comerciais com demanda por produtos para consumo imediato, presentes, comidas típicas, souvenir; desenvolvimento da indústria do lazer; melhoria indireta do setor agrícola por meio da potencialização da demanda de produtos de qualidade típicos de cada região – mel, queijos, embutidos -; aumento de construções; recuperação do patrimônio histórico e cultural; recuperação de áreas degradadas e de florestas nativas (MATTHEWS, 1990; SILVA, et al., 1998).

A diversidade das situações agrárias, das rendas, dos povoadamentos e do meio físico levam a modelos diferentes de desenvolvimento do turismo no meio rural. Há uma relação direta entre o turismo realizado em áreas rurais e as características sociais, econômicas e ecológicas de cada local. Essa relação fortalece a idéia de que o planejamento turístico deve estar inserido no âmbito do planejamento territorial, pois as oportunidades são locais e muito particulares. Para o seu pleno sucesso, uma política de turismo no meio rural deve basear-se e adaptar-se aos problemas, necessidades e possibilidades do mundo rural, especialmente das comunidades locais, bem como fortalecer a autonomia de seus atores. Por conseguinte, o turismo no meio rural, em sua essência, coaduna-se perfeitamente com os princípios do desenvolvimento local, constituindo uma alternativa complementar à agricultura na geração de renda e emprego para a população rural. Em suma, o turismo no meio rural, e mais especificamente o agroturismo, não pode ser tomado como a solução, a panacéia para as questões do desenvolvimento rural, às quais, pela sua complexidade e diversidade, muito dificilmente responderão de forma eficaz a práticas de intervenção e gestão unissetoriais, exigindo

antes abordagens multicentradas que contemplem a integração, a articulação e a condenação de medidas e ações em domínios variados e complementares, de forma a dinamizar, promover e valorizar os recursos de cada região (RIBEIRO, 1998).

O processo de desenvolvimento do agroturismo deve se dar em nível local, com o envolvimento e a participação de todos os atores sociais devidamente representados, e com uma avaliação criteriosa do potencial turístico, tendo como referência a cultura local. Deve-se estabelecer limites locais para esses empreendimentos a fim de evitar desequilíbrios sociais e ambientais, incentivando também outras atividades que possam constituir fontes alternativas ou complementares da renda provenientes das atividades agropecuárias. Em um levantamento realizado pela EMBRATUR em 1997, em um total de 1.692 municípios (turísticos ou potencialmente turísticos), localizados em todas as regiões do país, observa-se que tanto o turismo rural como o ecoturismo foram significativamente importantes em relação a outras modalidades como turismo de negócios, turismo de pesca, turismo cultural, turismo de eventos. O turismo rural é mais frequentemente citado nas regiões Sudeste e Centro-Oeste, estando presente em 34% e 31% dos municípios que responderam, respectivamente.⁹ O ecoturismo, por sua vez, apresenta importância semelhante ao turismo rural nas regiões Centro-Oeste e Sudeste, sendo que na região Norte ele é mais frequente que o último.

Além do ecoturismo, outras modalidades de turismo que ocorrem estritamente no meio rural – turismo de aventura e turismo de pesca – foram registradas em muitos municípios. Outras categorias, como o turismo desportivo, gastronômico, cultural e de saúde também podem ser desenvolvidas no meio rural. Se todas essas categorias fossem tratadas em conjunto, a oferta de turismo no meio rural pelos municípios brasileiros adquiriria ainda maior relevância. Existem iniciativas importantes dos municípios brasileiros com o objetivo de estimular o desenvolvimento do turismo. Essa pesquisa mostra que

■

9 Esses percentuais podem estar subestimados, pois a cada município foi solicitado que assinalasse no máximo três categorias de atividades turísticas que estavam sendo exploradas.

mais da metade dos municípios de todas as regiões brasileiras têm um plano de desenvolvimento de turismo, embora seja menor a frequência dos que criaram um fundo financeiro e/ou outros tipos de incentivos ao turismo. Está evidente que muitos municípios já se organizaram para estimular as atividades turísticas, mas ainda há muitos entraves para a sua concretização e aproveitamento plenos.

Para uma análise do potencial turístico dos municípios brasileiros podemos considerar tanto os atrativos naturais como os culturais. No caso dos atrativos naturais, destacam-se aqueles relacionados com os recursos hídricos, como os rios, quedas d'água, lagos e lagoas. A oferta de possibilidades turísticas oferecidas pelos rios foi a mais freqüente, ocorrendo em 75% a 95% dos municípios que responderam ao questionário de todas as regiões geográficas. A presença de quedas d'água foi registrada em cerca de dois terços dos municípios das regiões Centro-Oeste, Sul e Sudeste, enquanto lagos e lagoas oferecem perspectivas para 41% a 69% dos municípios de todas as regiões. O fato de essas atividades dependerem diretamente dos recursos hídricos reforça a necessidade de políticas locais para a preservação da sua qualidade, envolvendo tanto as de controle ambiental das atividades produtivas como aquelas de tratamento de esgoto, de educação ambiental e de conservação e recuperação das matas ciliares.

Além dessas atividades, destacam-se outras como a disponibilidade de áreas de caça/pesca, de grutas/cavernas e de mangues/manguezais. As áreas de caça e pesca estão presentes em 47% a 69% dos municípios por região, com destaque para a região Norte. As grutas e cavernas, em 30% a 57% dos municípios, com destaque para as regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste, e os mangues e manguezais, em 21% a 45% dos municípios, destacando-se as regiões Sul, Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

No caso das tradições culturais, as festas religiosas são as mais freqüentes, com ocorrência variando de 81% a 95% em relação ao total de municípios por região. As festas folclóricas têm ocorrência em 66% a 84% dos municípios, dependendo da região; e as festas populares e as artes plásticas têm oferta em 59% a 90% dos municípios em cada região. As potencialidades oferecidas por esses atrativos representam melhores perspectivas de renda para a população rural brasileira. Muitos deles estão localizados no meio rural ou têm com ele

alguma forma de relação. Embora essas possibilidades sejam identificadas, pouco se faz no Brasil em relação à definição de uma política específica de turismo no meio rural.

▪ Algumas experiências brasileiras de turismo no meio rural

A Associação Brasileira de Turismo Rural (ABTR) tem 1.150 propriedades cadastradas em turismo no meio rural, das quais 420 estão localizadas no Estado de São Paulo (Revista Mundo Agrícola, 1999). Os empreendimentos estão direcionados para diversas categorias do turismo como acampamento rural, *day camp*, fazenda de pesca com hospedagem, fazenda com pesque-pague, fazenda turismo (pousada rural), hotel ecológico (*lodge*), hotel-fazenda, 'spa rural' e turismo eqüestre. Também de acordo com a ABTR, a categoria com o maior número de empreendimentos cadastrados no país é a fazenda turismo/pousada rural, com 538 propriedades, seguida pelo hotel-fazenda, com 242 propriedades. Fica assim evidente o grande impulso que se dá à ampliação da rede de equipamentos de hospedagens no meio rural brasileiro, muito embora os hotéis-fazenda convencionais não devam ser incluídos na categoria de agroturismo, se considerada a definição anteriormente apresentada.

Com o objetivo de avaliar os aspectos positivos e as limitações do ecoturismo nas regiões Sul e Centro-Oeste de nosso país, o Instituto de Ecoturismo do Brasil (IEB), em convênio com o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), concluiu em 1998 a primeira etapa de um estudo realizado em locais onde esse turismo já é praticado (Gazeta Mercantil, 1998). No Paraná, nos pólos ecoturísticos Paranaguá e Serra da Graciosa, Campos Gerais e Costa Oeste – apenas neste último, onde está localizado o Parque Nacional de Iguaçu, a equipe de avaliação encontrou infra-estrutura adequada. No primeiro, cujos atrativos incluem cidades históricas, mar, cachoeiras e rios, foram constatadas carência de sinalização e de hospedagem. Também em Campos Gerais, com formações rochosas e inscrições rupestres, observou-se insuficiência de placas de sinalização. Em Santa Catarina, com oportunidades para *rafting*, *rappel*, escaladas, cavalgadas, banhos de mar e cachoeira, constatou-se que o ecoturis-

mo já é uma realidade nas regiões do Alto Vale do Itajaí, na Ilha de Santa Catarina (Florianópolis) e no Planalto Serrano. Entretanto, na primeira região, município de Presidente Getúlio, há 60 cachoeiras potencialmente exploráveis pelo ecoturismo, mas não há infra-estrutura hoteleira disponível. No Rio Grande do Sul, a Serra Gaúcha e a Região Central são os núcleos mais expressivos de ecoturismo, mas no primeiro a infra-estrutura e a sinalização são insuficientes, e no segundo, com restos de florestas petrificadas e fósseis animais, há um grande potencial para o ecoturismo, mas não há sinalização adequada para os atrativos.

No caso da região Centro-Oeste, a pesquisa identificou que no Estado de Mato Grosso do Sul, nos pólos do Pantanal Sul e da Serra da Bodoquena, há hotéis bem equipados que convivem com ausência de informações sobre atrativos e passeios. O primeiro é cenário ideal para a observação de animais e plantas, para passeios de barco, pescarias e caminhadas. No segundo, que se estende de Bonito a Jardim e Guia Lopes da Laguna, há carência de hotéis e a sinalização também é inadequada. O potencial de Bonito para o ecoturismo foi descoberto na década de 80, mas só foi explorado nos anos 90. Com atrações que vão desde mergulhos no Rio Formoso e nas cavernas até passeios de barco e caminhadas pela mata, a cidade conta com 43 hotéis e pousadas, o que representa dez vezes o número que existia em meados dos anos 80 (Gazeta Mercantil, 1998). Há ainda 14 campings, 23 agências de viagem e 45 guias turísticos. O ecoturismo mudou o perfil econômico local, que praticamente abandonou a mineração de calcário e a agropecuária. Em 1997, foi criada a Associação de Proprietários de Áreas de Atrativos Turísticos de Bonito (Atratur). Com 25 membros, tem como objetivo defender os direitos dos fazendeiros em cujas propriedades são realizados os passeios ecológicos. Há grande preocupação com a preservação ambiental de Bonito, com restrições ao número de pessoas para acesso aos passeios. As propriedades que oferecem possibilidades de ecoturismo contam com uma infra-estrutura razoável – como lanchonete, sanitários, equipamentos de mergulho para aluguel, barcos. Essa estrutura exige investimento inicial elevado, limitando muito a participação dos pequenos produtores agropecuários como proprietários do negócio. A especulação imobiliária ten-

de a expulsar a produção agropecuária para áreas mais distantes dos locais que oferecem algum atrativo natural.¹⁰

Há vários exemplos de propriedades na região que integram o ecoturismo à produção pecuária – gado, cavalos, jumentos, pôneis e ovelhas. É o caso da fazenda Pitangueiras, localizada em Bonito, que utiliza o agroturismo para aumentar a sua renda (Folha de São Paulo, 11.01.2000). Além de proporcionar o contato com o cotidiano de suas criações, oferece aos turistas trilhas rústicas na mata de 3.700 ha e passeio de canoa pelo Rio Olaria. Outro exemplo é o da fazenda São Geraldo, que além das 5 mil cabeças de gado, possui 670 ha de área de preservação permanente e disponibiliza o mergulho no Rio Sucuri, que atrai cerca de 1.500 turistas por mês com rendimentos de R\$ 30 mil ao mês (Folha de São Paulo, 11.01.2000). É importante ressaltar que dos 25 passeios disponíveis na região de Bonito, apenas dois são realizados fora de propriedades rurais, mostrando que aqueles fazendeiros que pouparam os seus recursos naturais estão hoje podendo usufruir deles, aumentando a sua renda pela exploração do agroturismo. No Estado de Mato Grosso, no Pantanal norte, a cidade de Cáceres oferece boas opções de hospedagem, mas em Pocolné e Barão de Melgaço, as condições hoteleiras são precárias. Por fim, no Estado de Goiás, há três núcleos de ecoturismo: a Chapada dos Veadeiros, Pirenópolis e o Parque das Emas. O primeiro oferece altitudes entre 1 mil e 1,6 mil metros, cânions, mirantes e cachoeiras, enquanto os outros dois oferecem cidades históricas e fazendas antigas abertas à visitação. O Parque Nacional das Emas é também excelente para a observação da fauna e flora, mas apresenta deficiências de acomodação e guias turísticos. Deste estudo, conclui-se que a falta de infra-estrutura e de hospedagem, de modo geral, e hotéis com baixa qualidade, em alguns casos, constituem o principal entrave ao maior desenvolvimento do ecoturismo no Brasil. Acrescenta-se a isso a falta de sinalização e a pouca divulgação dos diferentes atrativos.

■
10 Segundo o Instituto de Ecoturismo do Brasil, entre os mais procurados destinos ecoturísticos brasileiros destacam-se: Bonito-MS, Chapada Diamantina-BA, Chapada dos Guimarães-MT, Chapada dos Veadeiros-GO, Entorno de Manaus-AM, Fernando de Noronha-PE, Lagamar-SP, Litoral Sul da Bahia-BA, Pantanal MS e MT, Serra Gaúcha-RS, Serra da Bocaina-SP, Serra do Mar-SP, Vale do Ribeira-SP e diversas regiões do litoral nordestino.

O ecoturismo também representa uma oportunidade de negócio para os produtores agropecuários, mas por uma série de dificuldades de planejamento e gestão, e mesmo por falta de tradição, os pequenos produtores não têm se aventurado a implementar empreendimentos dessa natureza. Preferem vender as propriedades com algum potencial de exploração ecoturística a empresários ou grupos econômicos oriundos do meio urbano, adquirindo propriedades em regiões mais distantes ou mudando para as cidades. Na maioria dos casos, o ecoturismo tende a gerar pouca renda para a população rural local. Geralmente as visitas são programadas por agências de turismo urbanas, na maioria das vezes, de fora da região. Elas utilizam guias turísticos também urbanos, em geral, oriundos das regiões de origem dos turistas. Muitas vezes, a visita dura poucas horas e tanto a alimentação como os pernoites ocorrem nas cidades próximas aos locais visitados. O ecoturismo realizado dessa forma somente utiliza o meio físico rural e sua infra-estrutura básica, retornando a renda pelos serviços prestados a empresas e empregados urbanos, muitas vezes de fora do local visitado.

Há um exemplo bastante interessante de agroturismo que se desenvolveu no município de Venda Nova do Imigrante, Estado do Espírito Santo. Já existiam na região algumas pousadas e hotéis instalados no meio rural no final da década de 80. Alguns agricultores começaram a receber visitas espontâneas dos turistas, que queriam conhecer suas propriedades, em sua maioria, voltadas para a produção de café. Aos poucos foram percebendo que havia oportunidades de ampliar o negócio e começaram a se organizar para isso. Foi uma ação comunitária, pois entenderam os agricultores que isoladamente não teriam força e poder para reivindicar junto ao setor público a melhoria de infra-estrutura, da qualidade das vias de acesso às propriedades e de sua manutenção. Com a organização, começou uma maior interação com a hotelaria local, que passou a programar as visitas às propriedades agrícolas para os seus hóspedes. Atualmente, 51 propriedades compõem o roteiro turístico disponível, com 12 restaurantes regionais. Há a oferta de visitas praticamente o ano todo, em função dos diferentes cultivos praticados como a produção de tomate, goiaba, repolho, couve-flor, cenoura, tangerina, café, morango, abacate, além de aguardente. Os turistas têm a oportunidade de

acompanhar as atividades do cotidiano de uma propriedade agrícola, desde o plantio até a colheita, dependendo da época da visita. Como atrativo, foram incorporadas a essas atividades algumas festas populares, como a Festa do Tomate, Feira Agropecuária, Encontro de 'Cowboys', Amostra Leiteira e Festa da Polenta. Há também no roteiro alguns pontos pitorescos como cachoeiras, mirantes, rampas para decolagem de asa delta, serra e outras paisagens. Ainda nas propriedades agrícolas produtivas, os turistas têm a oportunidade de provar e adquirir muitos outros produtos: queijos de diferentes tipos, ricota, *puína*, iogurte, aguardente, pó de café, fubá de moinho de pedra e polenta para fritar, doces, biscoitos, bolos, rosquinhas, pães. Houve a diversificação não só da produção agrícola, mas também a implementação de outras atividades para a oferta de produtos alimentares que contribuíram para um aumento da renda dos produtores agrícolas, além de gerar empregos para a mão-de-obra local. Calcula-se que o turismo sustente quase 2 mil pessoas na região, especialmente mão-de-obra familiar (HASSE, 2000). A organização dos produtores possibilitou a divulgação conjunta do agroturismo por meio de material de divulgação impresso e a adequação de algumas de suas necessidades como, por exemplo, a aprovação de lei municipal que transferiu da esfera federal à municipal a responsabilidade pelo serviço de inspeção de sanidade animal, viabilizando assim a comercialização de produtos de origem animal nas propriedades e no município.

Um outro exemplo refere-se ao município de Lages, SC. A partir de 1993, houve um avanço no desenvolvimento do turismo no meio rural graças às ações da Serratur S/A, órgão oficial de turismo do município. Várias ações foram desenvolvidas, entre elas a contratação de profissionais de turismo para o desenvolvimento de programas integrados de desenvolvimento; a realização e participação em eventos; a confecção de várias peças publicitárias, que foram distribuídas no país e no exterior; a participação no Programa Nacional de Municipalização do Turismo; a contratação e treinamento de pessoal. Como resultado, o número de turistas aumentou em 450% no período de 1992/96, os empregos oferecidos foram elevados em 420%, e o número de pernoites aumentou em 430%, este último resultando em uma receita de cerca de R\$ 2 milhões em 1996 (ABRA-

TUR, 1996). O número de fazendas instaladas aumentou em 70% e o número de leitos em 120%.¹¹

Com o objetivo de avaliar a evolução do turismo no meio rural e suas repercussões, realizou-se um estudo na Região Serrana do Estado do Rio de Janeiro, no município de Nova Friburgo, distritos de Lumiar e São Pedro da Serra (TEIXEIRA, 1998). Até 1983, havia somente duas pensões na região. Em um período de 14 anos, o número de pousadas passou para aproximadamente 35, sendo oito pertencentes a famílias de agricultores da região e duas de pessoas não agrícolas, mas do local. A maioria das pousadas – 27 – pertence a pessoas de origem urbana. O número de restaurantes e bares também cresceu muito, além de mercearias, lojas de roupas, e um pequeno shopping center. Existem dois tipos de turismo na região, o fixo e o de fluxo. O primeiro é representado por pessoas urbanas que têm propriedade na região ou alugam casas por longos períodos, e o segundo refere-se a pessoas que vão apenas visitar a região nos finais de semana e feriados. De acordo com a autora citada, o turismo desenvolveu-se rapidamente, mudando os contornos socioeconômicos da região, sem nenhum planejamento. Isso tem causado uma série de danos ao meio ambiente, com estabelecimentos e casas despejando seus esgotos diretamente nos rios, o que tem contribuído para uma diminuição do fluxo turístico. Para amenizar esse problema, comerciantes locais, mas não originários da região, criaram a Sociedade Comercial de Lumiar e São Pedro da Serra, com o objetivo de organizar e ampliar o turismo através da divulgação do lugar e da conscientização da população local sobre a importância da preservação do meio ambiente, atuando diretamente com órgãos municipais – Secretarias de Turismo e de Meio Ambiente.

Como mencionado por TEIXEIRA (1998), muitos agricultores, com a grande expansão do turismo na região na década de 80, venderam suas terras que estavam bastante valorizadas e foram trabalhar na cidade de Friburgo. Essas propriedades foram loteadas para o estabe-

■
11 Apresentado em Oficinas de Trabalho, no I Seminário de Turismo Rural da Bahia, Goethe – Instituto, Salvador, BA, p. 43, 1998.

lecimento de casas, chácaras de recreio e pousadas. Alguns acabaram retornando à sua antiga propriedade, mas na condição de empregado ou caseiro. Há, entretanto, resultados positivos. A expansão da exploração turística abriu novas possibilidades de trabalho para a mão-de-obra familiar, especialmente aquelas ligadas à construção civil e ao comércio. Assim, ocupações como as de pedreiro, caseiro, jardineiro, faxineira, doméstica, lavadeira e cozinheira tornam-se fontes de renda complementar para o orçamento familiar dos pequenos produtores agropecuários da região. Para aqueles que têm alguma capacidade de investir, casas de aluguel, pousadas e restaurantes passaram a ter importante papel na sua estratégia de reprodução. A mesma autora observou que a maior parte dos agricultores da região tornou-se pluriativo¹² como consequência da intensificação da atividade turística. Os dados referentes à renda indicam que nas unidades pluriativas a renda familiar mensal está em torno de 5,5 salários mínimos, enquanto nas monoativas a renda é de 3,2 salários mínimos. Por sua vez, as atividades extra-agrícolas respondem por mais da metade (56%) da composição da média da renda familiar mensal das famílias pluriativas (TEIXEIRA, 1998). As atividades extra-agrícolas associadas ao turismo eram a princípio acessórias, mas representavam trabalho mais seguro e mais lucrativo que a agricultura, vindo a tornar-se, em muitos casos, a principal fonte de renda no orçamento familiar.

Há o exemplo das grandes fazendas cafeeiras do interior do Estado de São Paulo. Elas abriram suas porteiras para disponibilizar a turistas e estudantes suas sedes seculares e suas instalações destinadas ao processamento do café, que vão desde os terreiros para a secagem dos grãos até o maquinário utilizado para o beneficiamento dos grãos. Merecem destaque as fazendas Quilombo, Santa Gertrudes, Ibicaba, Morro Azul e Citra, localizadas no município de Limeira (Folha de São Paulo, 01.11.99). Embora todas possuam a estrutura de beneficiamento do café, somente a fazenda Quilombo ainda desen-

■
12 Famílias agrícolas são aquelas em que a força de trabalho familiar é empregada somente nas atividades agropecuárias, embora possam ter a contribuição de outras fontes de renda, como aposentadorias e pensões. Nas famílias pluriativas, um ou mais membros do grupo doméstico exerce alguma atividade extra-agrícola e/ou possui uma fonte de renda fora da agricultura (TEIXEIRA, 1998).

volve a cafeicultura. As outras substituíram-na pela plantação de cana-de-açúcar ou introduziram mudanças mais profundas, como é o caso da fazenda Citra, que agora produz e comercializa mudas de plantas exóticas e ornamentais, como a noz macadâmia. Em todas elas, a justificativa para a entrada no negócio turístico foi a queda da renda agrícola devido aos preços decrescentes das principais commodities nas últimas três décadas.

Um outro exemplo é a fazenda Monte D'este, no município de Campinas, que nunca abandonou a cafeicultura. Fato curioso é que ela serviu de estrutura de apoio aos imigrantes japoneses que se dirigiram para a região durante décadas. Seu proprietário foi fundador do Grupo Mitsubishi no Japão. Hoje essa fazenda está convertendo todos os seus 200 ha de café em sistemas orgânicos de produção, como também está reflorestando outros 260 ha com espécies de plantas nativas. O agroturismo é uma das atividades prioritárias do empreendimento, recebendo um fluxo mensal de aproximadamente 1.600 pessoas, principalmente estudantes de primeiro grau. Seu produto turístico é constituído pelo Museu do Café, sede restaurada e com arquitetura típica, restaurante, plantações de café e viveiros de mudas, mirante e loja para venda de produtos da fazenda. Entretanto, a renda gerada pelo turismo é desprezível quando comparada a outras rendas, sendo necessário melhorias nas ações de planejamento e de desenvolvimento dos produtos turísticos para utilizar todo o potencial que a sua localização proporciona. Observa-se, pelos exemplos acima, que, exceto no município de Venda Nova do Imigrante, a oferta de agroturismo por pequenos agricultores é ainda incipiente. Em muitas situações eles teriam grande potencial para a atividade, mas continuam excluídos desse processo por várias razões que serão abordadas nos próximos itens.

▪ Perspectivas do turismo no meio rural brasileiro

Nesta seção, a ênfase será no agroturismo, uma modalidade que mais diretamente pode representar uma renda complementar aos pequenos agricultores. Há, contudo, vários obstáculos para o desenvolvimento dessa modalidade. O primeiro, e um dos mais críticos, é

a falta ou precariedade de infra-estrutura de toda a ordem, tais como: alojamentos/pousadas, vias de acesso; redes de água e esgoto, rede de comunicação, rede elétrica, coleta de lixo, corpo de bombeiros, policiamento, hospitais/prontos-socorros, comércio – farmácias, restaurantes, supermercados, lojas de conveniência. Para que essas dificuldades sejam amenizadas, há a necessidade de inversão de investimentos, principalmente pelo setor público. O segundo é a carência de pessoal treinado, nos mais diferentes níveis, para o desempenho das diversificadas atividades direta e indiretamente relacionadas ao turismo. Turistas de diferentes origens têm diferentes exigências e expectativas em relação às atividades a serem praticadas e aos serviços oferecidos no meio rural. O pessoal da recepção e do acompanhamento deve estar capacitado para entender as diferenças culturais e comportamentais dos turistas das regiões brasileiras. O terceiro é a falta de quadro institucional para o desenvolvimento e promoção do agroturismo (políticas, planejamento, regulações e estruturas organizacionais). Por último, a falta de preparo e, muitas vezes, de interesse, das agências e operadoras de turismo em promover e vender produtos turísticos, voltados ao meio rural em particular ao agroturismo, geralmente oferecido em pequena escala. Deve-se prezar, sobretudo, pelo bem-estar e pela satisfação dos turistas a fim de eles sejam os divulgadores do local visitado a outras pessoas, contribuindo assim para consolidar os empreendimentos. Para que o agroturismo realmente desempenhe o seu papel, deve-se priorizar a contratação de pessoal. Tradicionalmente, o turismo de massa traz pessoas contratadas fora do local, com poucos empregos oferecidos à mão-de-obra local, muitas vezes por seu despreparo para lidar com as novas atividades inerentes ao turismo.

Qualquer iniciativa regional ou local para o desenvolvimento do turismo no meio rural deve se iniciar por um zoneamento econômico e ecológico¹³ do espaço rural, seguido de uma descrição dos

■
13 Refere-se à descrição e à caracterização dos recursos climáticos e ambientais (solo, água, vegetação) e à espacialização dessas informações com os objetivos de facilitar o planejamento da ocupação organizada de um local e de se priorizar as atividades econômicas que prezem pelo maior retorno social e pela conservação do meio ambiente. O zoneamento agroecológico é, portanto, um instrumento de planejamento do espaço ou local.

principais produtos turísticos e análise de sua demanda atual e potencial, do ordenamento territorial das atividades produtivas e do cadastramento de agricultores, beneficiados devido ao seu potencial de explorar o agroturismo. Ou seja, após o zoneamento agroecológico do local ou região seria delineado um plano de desenvolvimento integrado, no qual o agroturismo poderia ser uma das atividades contempladas. Essas informações também permitem o estabelecimento de planos de gestão dos impactos ambientais e socioeconômicos do turismo no meio rural. Para se avaliar melhor as potencialidades do agroturismo, poderia se lançar mão de estudos prospectivos, baseados em métodos que projetam as diferentes possibilidades e cenários futuros de um setor, tema ou atividade. Acima de qualquer questão de planejamento ou operacional, talvez o maior desafio seja transformar as comunidades locais em atores ativos nos planos e projetos turísticos do meio rural.

Para que um empreendimento de turismo no meio rural tenha sucesso é desejável que se instalem agências e operadoras de turismo locais, que caracterizem melhor os produtos oferecidos, que estabeleçam um vínculo mais estreito com os pequenos agricultores, que sejam mais sensíveis aos potenciais e problemas locais e que explorem adequadamente os diferentes ‘nichos’ de mercado. Uma das grandes limitações do turismo no meio rural é a falta de estratégias e ações de marketing, visando à promoção e à comercialização dos produtos turísticos do meio rural que valorizem o homem rural, as suas atividades e a natureza. No caso dos pequenos produtores agropecuários, as dificuldades para o seu engajamento no agroturismo parecem ser ainda maiores. Pode-se mencionar os seguintes entraves:

- a) a deficiência de capacitação para desenvolver atividades não agrícolas;
- b) a tradição agrícola dificulta a visão e a predisposição para agregar um negócio não agrícola dentro da propriedade;
- c) a baixa capacidade econômica para assumir riscos;
- d) a dificuldade de acesso a programas de governo por, muitas vezes, não possuírem garantias suficientes para a tomada de crédito junto ao setor financeiro;

- e) a baixa tradição de associativismo e cooperativismo que, para os pequenos, se torna quase uma pré-condição ao sucesso do empreendimento agroturístico, principalmente nas estratégias de marketing e comercialização;
- f) a dificuldade de acesso à informação mercadológica dos produtos turísticos;
- g) o baixo intercâmbio com agências e operadoras de turismo. Com base nessas restrições, serão apresentadas algumas propostas para esse grupo de produtores, no próximo item.

Ressalta-se também que, por questão de escala, na maioria das vezes um único agricultor não tem condições de oferecer um determinado produto turístico. A alternativa seria os pequenos agricultores organizarem-se por meio de associações ou cooperativas para ampliar a capacidade de oferta e para diversificar os produtos turísticos colocados à disposição dos turistas. Além disso, a organização dos produtores tornaria mais eficientes as negociações com os segmentos privados e instituições públicas do turismo, uma vez que adquirem mais força e legitimidade. Como ocorre com qualquer outra atividade econômica, há problemas que podem advir com o agroturismo:

1. degradação ambiental causada pelo lixo, esgoto, barulho, depredação de patrimônios naturais, sua flora e fauna (FRANCISCO JÚNIOR, 1999);
2. degeneração da cultura local, por interação da comunidade local com turistas de diferentes origens (VALCÁRCEL RIVEIRO & SANTOS SOLLA, 1997), aumento do trânsito de pessoas e mobilidade populacional;
3. aumento da demanda por serviços públicos, competindo com o atendimento da comunidade local;
4. inclusão e exclusão de áreas e regiões, podendo levar ao êxodo rural nas áreas excluídas;
5. aumento da criminalidade, do uso de drogas e de depredações no patrimônio público, por influência dos fluxos de populações urbanas no meio rural (TEIXEIRA, 1998; FRANCISCO JÚNIOR, 1999);

6. abandono das atividades agropecuárias, confiando apenas no agroturismo como fonte exclusiva de renda familiar;
7. aumento no custo de vida das comunidades residentes, devido ao aumento no custo das mercadorias e dos serviços, e do preço das terras, resultante da especulação imobiliária (VERBOLE, 1997; TEIXEIRA, 1998; FRANCISCO JÚNIOR, 1999).

Apesar desses problemas, o turismo no meio rural tende a alterar toda a dinâmica do local, trazendo muitos benefícios, como os citados por FRANCISCO JÚNIOR (1999), fazendo referência ao ecoturismo no município de Brotas, SP: promoção de maior conscientização ambiental e de manutenção dos atrativos naturais e culturais, agregação de novos negócios à economia local, gerando novas oportunidades de emprego e lucratividade, promoção de intercâmbio cultural da comunidade com os turistas, permitindo uma troca mútua de conhecimentos, resgate do patrimônio histórico/cultural da comunidade, redução dos êxodos rural e urbano e estímulos a melhorias na infra-estrutura básica da cidade, garantindo melhor qualidade de vida para a comunidade e melhorias na infra-estrutura dos próprios locais turísticos. O agroturismo é também uma alternativa para manter os jovens no meio rural. As dificuldades enfrentadas por eles com os custos elevados, quando se mudam para as cidades, têm levado a reavaliar sua posição e a os descobrir' que podem ter um padrão de vida comparável ao do meio urbano, com vantagens principalmente quanto aos custos de moradia no meio rural (CARNEIRO, 1998). Como não há mais tantas dificuldades de locomoção, nem tantas diferenças culturais, principalmente quando há grandes centros urbanos próximos, a probabilidade dos jovens permanecerem no campo tem aumentado. É importante registrar que embora haja o desejo de continuar no campo, a profissão de agricultor não é mais vista como alternativa única (CARNEIRO, 1998). Em pesquisa conduzida no município de Friburgo-RJ (conforme relatado no item anterior), houve a constatação de que os filhos de agricultores, sobretudo os jovens com idade de 14 a 20 anos, já não encontram na agricultura uma estratégia de reprodução, ao contrário, buscam nas novas alternativas de trabalho uma saída para superar os baixos rendimentos proporcionados pela agricultura, recebendo estímulos dos

país para estudar e buscar novas profissões (TEIXEIRA, 1998). Como as atividades diretas e indiretas do turismo envolvem muitas características urbanas, ou que independem da dicotomia rural versus urbano, a sua atração pelos jovens pode ser uma maneira eficiente de viabilizá-las. A visão empreendedora e a melhor capacitação podem ser características utilizadas para colocar os jovens em vantagem em relação a seus pais, pequenos agricultores, para implantar e viabilizar novos negócios, como é o caso do agroturismo.

Por meio de contatos mantidos com produtores rurais de Ilhéus, BA e de Venda Nova do Imigrante-ES, este com predominância de pequenos produtores agropecuários, ficou evidente que o agroturismo não pode ser uma atividade exclusiva, mas complementar a outras atividades econômicas geradoras de renda. Na maioria dos casos, o agroturismo não gera muita renda, pois geralmente as visitas duram poucas horas. Para que ocorram maiores chances de sucesso os *tours* devem estar associados à venda de produtos processados na propriedade, ao fornecimento de refeições, à venda de artesanato, presentes. Com esses dois exemplos, identificou-se mais uma vez que o agroturismo pode constituir uma alternativa importante de renda somente em situações específicas, onde há hotéis e pousadas próximas à propriedade ou quando as vias de acesso adequadas facilitam o deslocamento de turistas de locais mais distantes. Depende também da organização dos proprietários rurais e da forma como interagem com hotéis, agências e operadoras de turismo. Há poucas chances de sucesso para proprietários ou agricultores que atuam isoladamente, tanto no sentido de troca de experiências e de oferta de mais opções de produtos e serviços como no poder de barganha junto aos segmentos que operacionalizam as atividades do turismo. Os pesquisadores constataram também que os produtos de turismo oferecidos eram especializados e dirigidos ao público-alvo de acordo com o seu perfil e a sua cultura. Por isso, a maioria dos guias são os proprietários ou chefes de família, com alguma sensibilidade para diferenciar a recepção a turistas provenientes de diferentes regiões do país, com comportamentos e costumes característicos que devem ser respeitados para o sucesso do empreendimento.

O agroturismo não se resume a atividades desqualificadas, rústicas e simples do campo, como muitos pensam. Exige muito profis-

sionalismo e boa capacitação de todos os que estiverem envolvidos com ele na propriedade. Por se tratar de serviços, o turismo no meio rural exige, além de qualidade, uma série de procedimentos no trato com os turistas e no seu atendimento, que nem sempre os moradores do meio rural conhecem ou a eles estão habituados. Deve haver preocupação com a segurança, com a higiene e com o conforto dos turistas, que muitas vezes são exigentes quanto ao barulho e quanto à presença de moscas e mosquitos, por exemplo. Por todas essas peculiaridades, o agroturismo depende muito do perfil do proprietário, de sua visão de negócios e, acima de tudo, de seu caráter empreendedor. Portanto, qualquer tentativa de se fomentar as atividades do turismo no meio rural deve levar em conta todos esses aspectos, de modo que os agricultores, particularmente os pequenos, sejam conscientizados das características do negócio e dos riscos aos quais estarão expostos.

▪ Políticas de turismo no meio rural

A Política Nacional de Turismo contém 23 programas, tendo alguns relação direta ou indireta com o agroturismo, como o Programa Nacional de Ecoturismo, o Programa de Capacitação Profissional para o Turismo, o Programa de Iniciação Escolar para o Turismo, o Programa da Pesca Amadora, o Programa do Artesanato Brasileiro, o Programa Nacional de Municipalização do Turismo e o Programa do Turismo Rural Brasileiro. O Programa Nacional de Ecoturismo foi lançado em 1995 com o intuito de articular as ações entre os organismos governamentais com o setor privado e as comunidades envolvidas, visando à implantação de infra-estrutura necessária e adequada, bem como à formação de recursos humanos especializados, tendo em vista o desenvolvimento ordenado da atividade ecoturística no país. Entre os objetivos destacam-se:

- a) possibilitar a participação efetiva de todos os segmentos atuantes no setor;
- b) promover e estimular a capacitação de recursos humanos para o ecoturismo;

- c) promover, incentivar e estimular a criação e melhoria da infraestrutura para a atividade.

Para a consecução desses objetivos, foram identificadas nove ações e delineadas estratégias para a sua execução, constando entre elas além das decorrentes dos objetivos aqui citados, a participação comunitária, o fortalecimento e a interação interinstitucional, e o controle de qualidade do produto ecoturístico.¹⁴ Esse programa iniciou sua atuação com a formação de um Grupo Técnico de Coordenação, responsável pela implantação de um projeto-piloto na Região da Amazônia Legal, em nove pólos de ecoturismo, um em cada estado. Foram também apoiados projetos ecoturísticos em outras regiões do país. Na área de formação e capacitação de recursos humanos, foram realizadas oficinas e workshops em quase todos os estados brasileiros, resultando na qualificação de cerca de 2 mil pessoas para o planejamento e gestão de empreendimentos ecoturísticos, além de diversos encontros e seminários que debateram e difundiram o programa.

O Programa de Capacitação Profissional para o Turismo é de grande relevância, tendo como objetivo principal qualificar e requalificar trabalhadores para a indústria turística nacional pelo fomento a ações de formação, capacitação e aperfeiçoamento profissional.¹⁵ Como complemento a este, há o Programa de Iniciação Escolar para o Turismo, destinado a estudantes da rede pública e privada de primeiro e segundo grau, que objetiva conscientizar os jovens sobre a importância socioeconômica do turismo, mostrando-lhes que o turismo é uma atividade geradora de grande diversidade de empregos, sensibilizando-os para a preservação do patrimônio natural e cultural, e induzindo-os ao respeito ao turista. Outro programa em andamento é o da Pesca Amadora, desenvolvido em parceria com o IBAMA,



14 Informações obtidas via internet, no endereço: www.embratur.org.br.

15 Este programa tem as seguintes ações estratégicas: a) interação institucional com organismos públicos e privados de formação profissional; b) levantamento e gerenciamento de informações; c) estabelecimento de diretrizes curriculares do ensino profissional em conjunto com a Secretaria de Ensino Médio e Tecnológico do Ministério da Educação e do Desporto; d) acompanhamento das atividades relacionadas ao ensino superior; e) apoio direto a projetos de capacitação e aperfeiçoamento profissional; f) estímulo ao incremento de projetos ao Plano Nacional de Formação Profissional do Ministério do Trabalho.

com o objetivo de transformar a pesca amadora – uma das atividades de lazer mais praticadas em todo o mundo – em instrumento de desenvolvimento social, econômico e de conservação ambiental, com benefício direto para as populações ribeirinhas e costeiras. Ainda outra iniciativa é o Programa do Artesanato Brasileiro da Secretaria de Política Industrial do Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, com quatro áreas de atuação: assistência técnica e cooperação; coleta, estudos e divulgação de informações; legislação e normatização; visualização econômica do desenvolvimento do setor artesanal brasileiro. Por sua vez, o Programa de Turismo de Pesca visa ao ordenamento da atividade, adequando os instrumentos legais, melhorando a fiscalização e buscando a inserção em planos e programas de desenvolvimento, além do desenvolvimento e da promoção do potencial da pesca amadora nas áreas identificadas como adequadas à atividade, aumentando as oportunidades de emprego e renda para as comunidades locais.

O Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), coordenado pela EMBRATUR, vem mostrar a disposição do setor público no sentido de priorizar o turismo interno e regional, por meio de iniciativas descentralizadas e locais. Cada município preenche o Roteiro de Informações Turísticas (RINTUR) e o submete à EMBRATUR para seleção dos que são potencialmente mais aptos ao turismo.¹⁶ Mesmo considerando que esse programa já está em fase de implementação, seria oportuno que fossem considerados e priorizados empreendimentos e atividades de agroturismo gerenciados por pequenos produtores agropecuários. Um dos pontos importantes a considerar é que nem todos os municípios brasileiros, indistintamente, devem priorizar as atividades turísticas rurais em detrimento de outras atividades econômicas com maiores oportunida-

■

16 Posteriormente, se o município for selecionado pelo programa, deve submeter-se ao Plano de Desenvolvimento Turístico, que reúne o conjunto de propostas e ações a serem implantadas para o desenvolvimento do turismo no município. Deverão ser constituídos também o Conselho Municipal de Turismo e o Fundo Municipal para o Desenvolvimento do Turismo. O primeiro, de caráter consultivo, visa a ampliar a participação da comunidade na administração pública, tendo como função orientar o poder executivo municipal na implantação de uma Política de Turismo. E o segundo visa a concentração de recursos de várias procedências para promover o desenvolvimento e a consolidação da atividade turística no município.

des para o seu desenvolvimento. O turismo no meio rural mal planejado e mal implementado pode trazer mais malefícios que benefícios em decorrência dos impactos ambientais e sociais negativos que podem ser gerados. O setor público deve, então, se precaver por meio de suas políticas, para que ele não seja o responsável por problemas que poderão surgir em médio e longo prazo.

A EMBRATUR destaca, no Programa de Turismo Rural Brasileiro, o intercâmbio entre o homem, a cidade e o meio rural, enfatizando a consciência da necessidade de proteger o meio rural e todo seu patrimônio cultural, traçando como estratégias:

- a) a compatibilização da conservação e o desenvolvimento dos recursos turísticos;
- b) a criação de uma oferta de alojamento e recreação não concentrada e de pequena escala;
- c) o contato com a natureza;
- d) um turismo organizado e administrado pela população rural.

Mesmo sem conhecer como essas estratégias serão transformadas em políticas específicas para o setor, nem com que instrumentos elas serão implementadas, o item *d* mostra indicativos de que também nesse programa está se priorizando o local e o regional, o que a princípio já é um grande avanço em relação a outras políticas centralizadas do passado. Algumas ações para uma melhor definição desse programa foram iniciadas. A EMBRATUR e o Ministério da Agricultura e do Abastecimento – Secretaria de Desenvolvimento Rural – patrocinaram uma Oficina de Planejamento com o objetivo de oferecer subsídios à elaboração de plano de fomento ao turismo rural,¹⁷ no período de 16-17 de julho de 1998, em Brasília. A Oficina contou com 43 participantes das seguintes instituições: EMBRATUR, SDR/MA, Representantes de produtores e empresários rurais, SEBRAE, SENAR, IICA, EMATER, UnB, EMBRAPA, UNICAMP,

■

17 Leia-se agroturismo, pois a EMBRATUR, em novembro de 1998, assim definiu turismo rural: “É o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”.

ABRATUR, SETUR/RS, SETUR/DF, PUC/RS, Banco do Nordeste/PNUD, EPAGRI/SC, CEPAGRO/SC, Faculdade de Turismo da Bahia, TURMINAS/MG, e consultores.

O problema inicial detectado foi que as atividades de turismo rural não são ordenadas e são pouco desenvolvidas. Foram apontadas como principais causas desse problema: atividades do segmento não regulamentadas, informação e comunicação deficientes, incentivos ao turismo rural insuficientes, pouca articulação institucional, infra-estrutura precária, comunidades locais pouco envolvidas, pessoal pouco capacitado, e promoção e comercialização ineficientes. Com base nessas causas, foram estabelecidos os resultados a serem buscados e as atividades necessárias para tal. Destacam-se entre as atividades propostas para implementar e viabilizar o turismo rural: levantar normas e critérios já existentes no assunto; definir legislação adequada; compatibilizar normas e critérios existentes, agregar os novos e divulgá-los; fomentar a pesquisa para a produção de conhecimento no setor; criar e disponibilizar uma rede de informação; promover encontros e discussões inter e intra-institucionais sobre o tema; estabelecer mecanismos para a consolidação de parcerias; definir critérios de concessão de crédito ao setor e difundir as disponibilidades; levantar necessidades de capacitação nos diferentes níveis e naturezas e implementar programa específico para esse fim; promover processo de desenvolvimento local nas áreas com potencial de turismo rural; apoiar a organização das comunidades para o turismo rural; gerir e implementar mecanismos facilitadores para a adequação da infra-estrutura necessária ao desenvolvimento das atividades do setor, sempre levando em consideração a adequação e a potencialidade de cada local. Nota-se a grande complexidade e, portanto, o grande esforço que deverá ser direcionado para que políticas possam ser estabelecidas para o setor com a finalidade de solucionar os problemas apontados.

O papel do Estado e de suas instituições torna-se relevante, pois os resultados serão muito diferentes à medida que apoiem uma ou outra modalidade de turismo. Obviamente que projetos únicos em larga escala são mais fáceis de apoiar do que um grande número de pequenos projetos, mas este não deve ser o único critério a considerar na elaboração de políticas públicas e de incentivos às atividades

de turismo no meio rural, principalmente se o pano de fundo for a não-exclusão dos pequenos agricultores. Apresentamos a seguir algumas propostas para o desenvolvimento do agroturismo, considerando as perspectivas dos pequenos agricultores, das instituições públicas e privadas e das políticas públicas. A primeira etapa a ser realizada no processo de planejamento do turismo no meio rural é a caracterização física do espaço local rural, com o objetivo de se identificar as potencialidades do agroturismo, tendo por referência a pesquisa dos principais produtos turísticos demandados pelo fluxo de pessoas no meio rural. Em seguida, deve-se conduzir o zoneamento econômico e ecológico do espaço rural e cadastrar os produtores que seriam envolvidos em uma produção dirigida e adequada, com organização do mercado. Poderão ser identificadas propriedades agrícolas com fenômenos naturais que possam ser exploradas para o ecoturismo, por exemplo. Também se devem considerar as potencialidades induzidas, aquelas que não são aparentes, mas que poderiam ser exploradas se alguns requisitos fossem atendidos. É o caso da organização dos produtores para ofertar pratos culinários típicos, objetos artesanais aos turistas e implantação de atividades produtivas não usuais – animais exóticos, hortas orgânicas, processamento caseiro de alimentos in natura – para visitas dos turistas.

Com essas ações de planejamento, deve-se definir e caracterizar bem os produtos turísticos, assim como as outras etapas do processo de marketing, que consistem na definição dos preços desses produtos, na sua promoção e nos locais de sua comercialização. A partir daí procede-se ao planejamento da ocupação do território, no sentido de se direcionar as atividades a áreas que representem menores riscos de degradação ambiental, estabilidade na oferta de emprego e na renda e maior retorno social às comunidades locais. Deve haver também compatibilidade entre a quantidade e a qualificação da mão-de-obra exigida nas atividades turísticas e aquela já disponível ou que estará disponível, tendo em vista as ações de capacitação planejadas. O poder público municipal tem papel importante nessa fase como agente promotor e mediador de todo o processo. Como princípio, ele deve prezar pela participação não somente das representações dos agricultores, especialmente dos pequenos produtores, mas de todos os outros setores integrados ao turismo. Uma outra ação que caberia aos

municípios seria a conscientização da comunidade local, especificamente dos pequenos agricultores, quanto às potencialidades e limitações do turismo no meio rural, depois de concluída a primeira etapa acima enunciada.

O município poderia também estruturar um sistema de informações computadorizadas, contendo todos os detalhes do diagnóstico realizado quanto às perspectivas do agroturismo na sua região, de modo a orientar os agricultores interessados na implantação do seu negócio. Com essa finalidade, uma parceria bem articulada com o SEBRAE, por exemplo, poderia ser de muita valia para a comunidade. Outras ações seriam:

- a) o estímulo à instalação de agências e operadoras de turismo no município;
- b) a necessidade de readequação da assistência técnica pública aos agricultores, de modo a eliminar o viés de somente fornecerem orientação técnica para a produção agropecuária;
- c) a consideração das questões de conservação do meio ambiente.

As agências e operadoras de turismo no local teriam maior facilidade para interagir com os ofertantes dos produtos agroturísticos. Seriam microempresas que teriam melhores condições e possibilidades de atender demandas específicas de pequenos grupos de turistas, por conhecerem bem o que estão compondo em um pacote e o que podem comercializar, sem comprometer a qualidade dos serviços que serão prestados pelos pequenos agricultores. Os agentes de assistência técnica e extensão rural devem desempenhar o papel de ‘animadores’ e de educadores, no sentido de facilitar a construção social local e de promover a cultura e costumes locais a fim de que os pequenos agricultores sejam estimulados a desenvolver outras atividades econômicas além da agricultura. Por sua vez, no que se refere ao item c, toda a problemática referente à proteção e à conservação ambiental deve ser tratada em nível local, mas sem imposição de normas e regulamentos, que é o que geralmente ocorre. Deve haver a apresentação e discussão dos problemas ambientais com toda a comunidade. De alguma forma, todos acabam afetados pela degradação ambiental, preservando-se a participação dos diferentes atores sociais nas decisões

para que haja maior conscientização e maior comprometimento em relação às medidas preventivas ou corretivas a serem adotadas.

Essa participação comunitária mais efetiva deve ser construída gradualmente e as deliberações referentes ao controle ambiental devem considerar as repercussões de se tomar medidas mais radicais nos segmentos sociais menos preparados e menos articulados socialmente, como é o caso dos pequenos agricultores. Portanto, as medidas de controle ambiental devem considerar, antes de tudo, as barreiras que principalmente os pequenos agricultores e empresários têm para adaptar seus negócios, em um curto período de tempo, às novas exigências. Desse modo, também se vai construindo gradativamente uma consciência ambiental comunitária que contribua para o desenho de políticas ambientais que sejam mais compatíveis com as características socioeconômicas e ambientais de cada local, restringindo a imposição de uma legislação nacional que possa inviabilizar no curto prazo o desempenho da produção e dos serviços locais.

Quanto às políticas públicas de apoio ao agroturismo, deve-se considerar a sua flexibilização em função do espaço local. As nacionais devem ser diretivas e as locais/regionais devem ser de caráter operacional. Na nossa opinião, deverão existir políticas específicas para o agroturismo, mas não se pode desviar da idéia de que elas devam estar integradas a políticas mais amplas de apoio às atividades não agrícolas, identificadas como promissoras ao desenvolvimento rural de cada localidade. Essas políticas não devem estimular o abandono das atividades agrícolas, mas valorizá-las como, por exemplo, por meio do processamento e da comercialização dos produtos na propriedade. Assim, o agroturismo deve ser tratado como uma alternativa de geração de renda complementar, mas não exclusiva, para os produtores agropecuários.

Tratando-se do agroturismo de modo particular, algumas medidas a serem contempladas pelas políticas públicas, com enfoque nos pequenos agricultores, seriam:

1. adoção do zoneamento econômico e ecológico municipal como instrumento de planejamento e de ordenamento territorial das atividades econômicas, identificando, entre outras, as potencialidades do turismo no meio rural;

2. estímulos à construção ou adaptação de instalações nas pequenas propriedades agrícolas com a finalidade de aumentar a oferta de pousadas e alojamentos turísticos no meio rural;
3. apoio à instalação de novos cursos de formação profissional na área de serviços de agroturismo de nível médio – agentes de turismo, guias turísticos e de prestadores de outros serviços turísticos –, com prioridade para os jovens rurais. Iniciativas nesse sentido poderiam ser compartilhadas entre as administrações municipais e outros órgãos como o SENAR, o SENAC e o SEBRAE;
4. apoio do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) às ações de divulgação e conscientização sobre as perspectivas e dificuldades do agroturismo, promovendo ações de capacitação profissional dos jovens, preferencialmente dos filhos de agricultores; ao financiamento para a melhoria da infra-estrutura nas propriedades agrícolas e do local onde se inserem, tais como: energia elétrica, serviços de saúde, educação, comunicação, transporte, segurança e saneamento básico;
5. maior ênfase do Programa Comunidade Solidária, da Presidência da República, às atividades do agroturismo como uma das alternativas de combate à fome e à pobreza no campo;
6. elaboração ou revisão da legislação e das regulamentações relacionadas ao agroturismo, de modo a estimular o desenvolvimento desse setor nas pequenas propriedades agrícolas. Algumas dessas ações seriam: a) regulamentar uma política de ‘marcas’ para produtos e serviços do agroturismo, tomando como referência o estabelecimento, a associação ou a cooperativa, o produto, o município, ou a região, isoladamente ou em conjunto, dependendo da estratégia de promoção a ser adotada; b) revisar a legislação trabalhista rural, de modo a incorporar os serviços prestados das mais diferentes naturezas, incluindo o agroturismo e as atividades direta e indiretamente a ele relacionadas; c) estabelecer normas com o objetivo de regulamentar a concessão de licenças e alvarás para o exercício das atividades do agroturismo; d) desenvolver e implantar sistema de fiscalização municipal ou regional com o fim de prezar pelo cumprimento da legislação e das normas estabelecidas; e) estabelecer regulações

para que a reserva legal das propriedades rurais possa ser utilizada para fins turísticos; f) revisar a legislação que rege as atividades no interior dos assentamentos rurais, de modo a permitir a exploração de atividades não agrícolas; e g) regulamentar a constituição de associações e cooperativas, voltadas para as atividades turísticas no meio rural;

7. municípios que se candidatem a apoios oficiais teriam que criar uma infra-estrutura administrativa mínima na qual se inclui uma central de reservas para organizar as demandas, identificar as preferências e, acima de tudo, propiciar o atendimento dos pequenos agricultores.

O grande desafio de qualquer proposta de medidas para incentivar o agroturismo é como fazer com que os pequenos agricultores também se tornem empresários do turismo, levando em conta que essas medidas não podem ser isoladas, mas devem compor um plano local de desenvolvimento rural integrado.

▪ Bibliografia

- ALMEIDA, J.A., BLÓS, W. Turismo e desenvolvimento em espaço rural. *Ciência e Ambiente* : agricultura, território e meio ambiente. n. 15, p. 31-49, 1997.
- ABMR. Associação Brasileira de Marketing Rural. *Perfil do consumidor de insumos agropecuários*. Pesquisas 1991/92 – 1998/1999. São Paulo, 23p. 1999.
- BENI, M.C. Política e estratégia de desenvolvimento regional. Planejamento integrado do turismo. In: RODRIGUES, A. B. (ed). *Turismo e desenvolvimento rural*. São Paulo : Hucitec, 1997. p. 79-86.
- BINATTI, L. Legislação para ao turismo rural : uma reflexão para a construção de novos caminhos. In: OLIVEIRA, C.G.S. et al. (Ed). I Congresso Brasileiro de Turismo Rural (1999 : Piracicaba). *Anais*. Piracicaba : FEALQ, 1999. p.43-51.

- CALS, J., CAPELLÀ, J., VAQUÉ, E. *El turismo en el desarrollo rural de España*. Madrid : Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 1995. 122 p.
- CARNEIRO, M. T. Ruralidade : novas identidades em construção. *Estudos sociedade e agricultura*. Rio de Janeiro, CPDA-UFRJ, n. 11, 1998.
- FRANCISCO JÚNIOR, J. C. de. Processo de desenvolvimento do ecoturismo em Brotas. In: OLIVEIRA, C. G. S. et al (Ed). I Congresso Brasileiro de Turismo Rural (1999 : Piracicaba). *Anais*. Piracicaba : FEALQ, 1999. p.229-233.
- FOLHA DE SÃO PAULO. Agrofolha, p.1, 11/jan. 2000.
- _____. _____. p. 5, 11/jan. 2000.
- _____. Turismo, p. 1-2, 4-7, 01/nov. 1999.
- GAZETA MERCANTIL. Viagens & Negócios, p. 7, maio 1998.
- _____. _____. p. 3, out. 1998.
- HASSE, Geraldo. Turistas descobrem o Vêneto Capixaba. *Gazeta Mercantil*, S. Paulo. p. A-9. Edição de 13/01/2000.
- MATTHEWS, C. The well-being of the community. In: BRAMWELL, B. (Ed). *Shades of green : working towards green tourism in the countryside*. *Anais*. English Tourist Board, London, 1990, Leeds, UK. p. 92-96.
- PIRES, P. dos S. A dimensão conceitual do ecoturismo. *Turismo – Visão e Ação*. v. 1, n. 1, p. 75-91, 1998.
- RIBEIRO, M. Turismo rural em Portugal. In: ALMEIDA, J.A.; RIEDL, M., FROEHLICH, J.M., (Ed). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Santa Maria : Departamento de Extensão Rural/UFSM, 1998. p. 169-190.
- REVISTA MUNDO AGRÍCOLA. São Paulo : AEASP , p. 26-27, ago/1999.

- SILVA, J. Graziano da., VILARINHO, C., DALE, P. J. Turismo em áreas rurais : suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J.A., RIEDL, M., FROEHLICH, J.M.. (Ed). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Santa Maria : Departamento de Extensão Rural/UFSM, 1998. p. 11-47.
- SILVA, J. Graziano da. O novo rural brasileiro. 2ª ed. Campinas : IE/UNICAMP. 153 p. (Coleção Pesquisas 1).
- TEIXEIRA, V.L. *Pluriatividade e agricultura familiar na região serrana do estado do Rio de Janeiro*. 1998. Tese (Mestrado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Seropédica, RJ. 183 p.
- TULIK, O. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. In: Rodrigues, A.B. (Ed). *Turismo e Desenvolvimento Local*. São Paulo : Hucitec, 1997. p. 136-143.
- VALCÁRCEL RIVEIRO, C.; SANTOS SOLLA, X.M. Turismo rural, língua e desenvolvimento local. In: BENITO, G.; GONZALEZ, R. (Ed). *Agricultura y Sociedad en la España Contemporanea*. 1997. p. 79-106.
- VERBOLE, A. Rural tourism and sustainable development : a case study on Slovenia. *Sustainable rural development*. Aldershot, UK: Ashgate Publishing, 1997. p. 197-215.
- VERSIANI, I. Maioria dos agricultores tem outras fontes de rendimento. *Folha de S. Paulo*, 17/dez. 1999. p 2-8.

Turismo rural e agricultura familiar: explorando (criticamente) o cruzamento de abordagens e estratégias para o 'desenvolvimento'

*José Marcos Froehlich**

A incessante busca de modelos e estratégias que possam dar efetividade à idéia-força do desenvolvimento parece ser a tônica das sociedades ocidentais, pelo menos nos últimos 50 anos. No que tange ao chamado desenvolvimento 'rural', não faz muito tempo a abordagem e o jargão da 'agricultura familiar' passou a figurar na agenda político-institucional e acadêmica brasileira, em geral polemizando-se ou discutindo-se sobre as propriedades positivas (ou não) de tal categoria representar condição necessária para a implementação desse processo (VEIGA, 1991; ABRAMOVAY, 1992; FAO-INCRA, 1994; 1996a; 1996b). Mais recentemente ainda, no país, tem entrado de forma abundante a abordagem que propugna as potencialidades e be-nesses de 'alavancar' o desenvolvimento rural via serviços, entre as quais se destaca fortemente o exame da atividade turística em espaço rural (ALMEIDA et alii, 1998; ALMEIDA, 1999; Balastrieri RODRIGUES, 1997; TULIK, 1997).



* Prof. do Departamento e do Mestrado em Extensão Rural – UFSM. (jmfroe@ccr.ufsm.br)

Parece mesmo indubitável que a temática dos serviços e, dentre eles, a do turismo, está em voga e tem marcado as práticas sociais no âmbito das sociedades contemporâneas. Assim, para o que é considerado turismo em espaço rural, proliferam modalidades diversas (agroturismo, ecoturismo, turismo esportivo, turismo cultural), revalorizando o território e grupos sociais rurais e carreando um crescente fluxo de cidadãos. Mas também as questões relativas à agricultura familiar não têm estado menos na ordem do dia, visto os diversos projetos institucionais e discussões associadas às condições efetivas para promover o desenvolvimento no meio rural.¹ Embora haja uma grande produção bibliográfica em cada uma dessas abordagens, não tem sido muito comum cruzar reflexões e aspectos relevantes² sobre elas, apesar de tematizar um mesmo âmbito sócio-espacial na perspectiva do ‘desenvolvimento’.

Com o pouco interesse ou a falta de entrosamento entre esses enfoques, perdem ambos em potencial reflexivo e propositivo, quando não se desanda em abordagens superficiais e generalistas da realidade rural, sem atentar para a diversidade de variáveis que intervem numa realidade de configuração complexa, que não deixa de estar em consonância com a complexidade das sociedades contemporâneas.³ No espaço deste artigo, não pretendemos dar conta de preencher tal lacuna, tarefa bem mais delongada e coletiva, mas tão somente mapear e/ou comentar, no cruzamento das aludidas abordagens, algumas situações-limite e pontos críticos que podem vir a ser utilizados como pontos de partida para estudos mais aprofundados, hoje já bem necessários.

■

1 Como o Programa Nacional de Apoio à Agricultura Familiar (PRONAF), a questão da reforma agrária e a produção dos assentamentos rurais, o mercado de produtos ecológicos, a transição agroambiental.

2 O estudo de TEIXEIRA (1998) é uma das exceções. Porém, em geral, os trabalhos que partem do referencial teórico evocado pela noção de ‘agricultura familiar’ concebem a atividade turística como pluriatividade dos agricultores; já os que partem da abordagem do ‘turismo rural’ comumente visualizam a conversão dos agricultores em empresários rurais ou do turismo.

3 Como exemplo de uma visão deslumbrada e ufanista, além de acrítica, sobre o turismo em espaço rural, podemos citar LIMA e MATIAS (1999). Outros partem do pressuposto de que no Brasil “o conceito de rural é uniforme” (PRATES & DE PAULA, 1999, p.117), parecendo desconhecer toda uma polêmica sociológica, já histórica, a respeito das possibilidades de definição (ou não) de tal categoria. cf. MARTINS (1986); T. dos SANTOS (1991); CARNEIRO (1998); WANDERLEY (1997).

Para a história moderna e sua ideologia do progresso, a cidade tem se constituído, tanto para os citadinos como para os rurícolas, numa representação de liberdade, de desenvolvimento, de civilização, um lugar que possibilita o pluralismo e uma grande variedade de estilos de vida, enquanto o meio rural fomenta o autoritarismo, o tradicionalismo, o conservadorismo e a ignorância. Parece que tal perspectiva tende a inverter-se no presente, de tal forma que hoje muitos urbanos tratam de encontrar no rural âmbitos socio-espaciais abarcáveis e idôneos para a realização de sua identidade individual e coletiva em um mundo cada vez mais globalizado, imprevisível e inabarcável (ENTRENA DURÁN, 1998).

A revalorização do rural, contida nas práticas de excursões ao campo, de veraneios e das atividades de lazer bem como outras diversas formas de sua utilização e consumo, tem se fundado na grande expressão planetária que tomou o ambientalismo nas últimas décadas. As apelações de reencontro com a natureza, a harmonia, a qualidade de vida e o respeito com o meio ambiente, que se apresentam nos discursos ressignificadores do rural,⁴ têm evidenciado a crise da idéia de progresso contínuo e sem limites que acalentou o projeto modernizador via industrialismo e urbanização dos últimos 200 anos. Assim, além do rural ser reivindicado como um espaço passível de apropriação, em muitos lugares também passa a ser encarado como uma forma de vida ou um modelo alternativo de sociedade (evocando, por vezes, uma noção particular de ‘desenvolvimento’), inspirador de um projeto coletivo que acredita, deste modo, poder reagir ou enfrentar os problemas sociais e econômicos do mundo contemporâneo (MORMONT, 1987; GIULIANI, 1990). Já em muitos outros casos, o lazer, o entretenimento e a atividade turística no espaço rural são vendidos como mercadoria capaz de contribuir para melhorar a adaptação funcional de certos grupos ou indivíduos que encontram, assim, uma via de evasão, uma espécie de ‘terapia’ eventual, periodicamente repetida, para

■
4 Para uma discussão sobre a identificação do rural com a idéia de natureza e suas aporias na atualidade, ver BRAIDA e FROEHLICH (2000) (trabalho preparado para o X Congresso Mundial de Sociologia Rural, Julho de 2000, Rio de Janeiro).

suportar melhor as rotinas de sua hiper-racionalizada e programada cotidianidade urbana.⁵

As representações dos grupos sociais urbanos sobre o significado de rural aportam hoje forte influência nos complexos de poder das sociedades contemporâneas. O processo de modernização e agora as pressões da global urbanização econômica, social e política, com sua revolução tecnológica, têm submetido o espaço (físico e social) rural, como nunca antes, a pressões intensas, provocando fortes transformações nas mais variadas dimensões sociais (FROEHLICH, 1997). Ao lado da pluralidade de referências para as práticas e comportamentos encontrados hoje no rural, também se podem ver imposições ou intervenções exógenas que obrigam os rurícolas, os agricultores familiares e trabalhadores agropecuários a se posicionarem e se adaptarem a novas situações sociais, que nem sempre lhes são favoráveis nos jogos de força sociais. Assim, a representação urbana do espaço rural não só como um espaço de produção (de alimentos, de produtos primários), mas também como um espaço de biodiversidade, de lazer e serviços (turismo e espetáculos, por exemplo) tem acarretado em novas 'funções' para este espaço (SILVA, 1997; SILVA et al, 1998). Enquanto para os cidadãos a adaptação do rural a algumas novas 'funções' constitui uma resposta a suas demandas vitais e produtivas, muitos rurícolas e agricultores podem estar vendo tais demandas ou exigências de readaptação como algo que lhes é imposto por representações sociais e relações de força forâneas, que os têm compelido a relegar uma histórica relação (de ocupação, de habitação, de trabalho) com a terra.⁶ E tal configura-



5 Constituiria-se, assim, o turismo em espaço rural num refrigério para a desenfreada competição individual e empresarial, e a exigência do sucesso, eficiência e produtividade que regem os mercados das sociedades contemporâneas, para que, passado o período de fim-de-semana ou de férias, o indivíduo pudesse manter a mesma eficácia produtiva e rentável na dinâmica econômica vigente. Tal configuração mantém incólume a sobrevalorização da dimensão individualista presente nos modelos de desenvolvimento capitalistas, lembrada por ALMEIDA (1999). Spas e resorts rurais, fazendas-hotéis (por vezes latifúndios disfarçados), fazendas ecológicas, onde os clientes chegam de helicópteros e são pessoas bem inseridas na economia mundial, em que pese conservarem (localmente) o meio ambiente, dificilmente poderiam ser consideradas alternativas sustentáveis de desenvolvimento. Ver, como exemplo: GOMES, L.; VILLELA, R. Pantanal mato-grossense. A descoberta do paraíso. *Veja*, n. 1600, 02/jun. 1999. p.86-109.

6 O mencionado estudo de TEIXEIRA (1998) sobre pluriatividade e turismo entre agricultores familiares na região serrana do Rio de Janeiro mostra, ao lado de diversos casos de adaptação e melhoria de vida, outros tantos casos de rurícolas e agricultores que venderam suas terras e foram embora ou mudaram de atividade, denotando uma piora na condição social.

ção, por conseguinte, enseja ou pode ocasionar mudanças conflituosas ou crises de identidade social para os indivíduos nela envolvidos (trabalhadores da terra x trabalhadores do lazer/entretenimento; agricultores x artesãos; produtores de alimentos x empresários de turismo; trabalhador rural x pedreiro/jardineiro, residente rural x produtor rural).⁷

Conjuntamente a estudos e reflexões que focalizam a atual revalorização do rural, parece faltarem estudos sociológicos de perspectivas mais etnometodológicas, no sentido de dar conta da possível sensação de crise dos que têm sido tradicionalmente os habitantes majoritários do espaço rural, ou seja, os agricultores familiares. Será que, ao lado de parcelas de agricultores que exitosamente se reconvertem integrando estratégias de inserção mercadológica via turismo, as transformações sociais no rural não vêm afetando outras tantas parcelas de agricultores, no sentido de fazê-los experimentar, em nível existencial, sentimentos de anomia, desconcerto e insegurança? E também de impotência para controlar as mudanças e os processos globais nos quais se acham envolvidos, bem como da conseqüente incerteza com relação ao seu futuro?⁸ Tais incertezas, segundo ENTRENA DURÁN (1998, p.151), freqüentemente provocam discordâncias interpretativas que podem se manifestar em fenômenos como as atitudes de determinados grupos de agricultores frente ao turismo rural, de modo que, enquanto para os cidadãos:

Éste puede ser señal de reencuentro con la naturaleza o de vivir ecológicamente, para los agricultores y campesinos puede significar algo tan degradante como dejar de hacer lo que siempre han hecho y dedicarse a ocupaciones tan pintorescas como 'servir de distracción o pasear en burro a la gente fina de la ciudad'.⁹



7 Para uma análise sobre a noção de ruralidade e a construção de novas identidades sociais, ver CARNEIRO (1998).

8 Isso sem falar nos problemas de desemprego, alcoolismo, drogas e prostituição com que algumas comunidades rurais passaram a se defrontar após a implementação de determinadas atividades turísticas. Cf. ALMEIDA (1999); TEIXEIRA (1998).

9 Segundo o autor citado, observações como esta lhe têm sido feitas em reiteradas ocasiões por diversos agricultores e campesinos.

A propósito dessa discussão, colocamos abaixo a reprodução de um postal que encontramos em Nova Petrópolis-RS, localizada na Serra Gaúcha próxima a Gramado e Canela, uma das principais regiões turísticas do estado. Sob a legenda ‘agricultura tradicional’ no verso, tal postal mostra uma pessoa lavrando a boi uma pequena área de terra numa paisagem de morros e encostas.



Este cartão postal é, ao nosso ver, emblemático para a discussão que estamos travando e possibilita descortinar as diversas facetas da realidade complexa que o mundo rural também tem vivido. Primeiro, como cartão postal representa um documento histórico que alude ao turismo como prática social corrente. Segundo, no que se refere à atração, indica uma demanda turística particular e um fenômeno incomum até há pouco: a valorização como atração/espetáculo de uma situação social e de uma atividade, a ‘agricultura tradicional’, considerada como atraso e arcaísmo pelo discurso de modernização da agricultura, o qual se propunha a eliminá-la. Além disso, se não considerarmos a hipótese, bem ao gosto pós-moderno, de que a imagem

fotografada não passa de uma simulação, com um modelo qualquer se passando por lavrador¹⁰ para ser fotografado em uma campanha de promoção do turismo, podemos cogitar a respeito da condição social desse indivíduo, a qual não parece ser pródiga em ‘qualidade de vida’, ao menos em relação às condições de trabalho visualizadas. Deve haver mais alternativas para essas camadas da população rural, nas estratégias de desenvolvimento rural via turismo, que não seja transformá-los em atração como se fossem ‘fósseis vivos’ e suas precárias condições de vida e trabalho em signos de rusticidade e autenticidade. Que evocações para a idéia-força do ‘desenvolvimento’ se podem apreender de um cartão postal que propõe a ‘agricultura tradicional’ como atração (estética) ao consumo dos grupos urbanos? Se tal é o indicativo de que a vida no campo passou a ser idealizada pelos estratos sociais não envolvidos diretamente na produção agrícola, podemos esperar que os impactos sociais daí advindos favoreçam os milhões de agricultores que vivem no rural uma dura realidade?

O grande entusiasmo que encontra hoje as questões relativas aos serviços e ao turismo no espaço rural deve-se, em boa medida, à expectativa de um projeto redentor para o desenvolvimento rural frente à crise já decana da agricultura, devido ao privilégio de outros setores econômicos nas estratégias de desenvolvimento adotadas. A questão posta por ALMEIDA (1999, p.93) de “saber se o turismo rural pode se constituir em elemento dinamizador das áreas rurais desfavorecidas” tem sido, em geral, respondida afirmativamente com pressa, mais baseada em expectativa e proposição (dever-ser)¹¹ do que em estudos empíricos aprofundados dos processos. No Rio Grande do Sul, não há semana em que não saia alguma nota ou notícia no jornal *Correio do Povo*, por exemplo, dando conta de que algum dos 467 municípios gaúchos está interessado em promover o tu-

■

10 Ou um lavrador que recebeu um ‘cachê’ para simular ser ele mesmo em sua atividade e compor fotograficamente alguma campanha de diversificação turística.

11 Entre outros, o próprio trabalho de CAMPANHOLA e Graziano da SILVA (1999) pauta-se mais pela exposição do ‘dever-ser’ do processo de implementação de atividades turísticas no rural do que por análise do que ‘são’ ou ‘estão sendo’ os referidos processos.

12 Para usar a feliz expressão de Balastrieri RODRIGUES (1998).

rismo eco-rural¹² no seu território. É difícil de acreditar que haverá mercado satisfatório para o êxito de todos eles nessa estratégia de ‘alavancar’¹³ o desenvolvimento. Se o turismo em espaço rural não pode ser encarado como uma panacéia para o desenvolvimento rural, como alertam ALMEIDA (1999), CAMPANHOLA & SILVA (1999), há que se estimular mais trabalhos com a preocupação metodológica levantada por SOUZA (1997, p.20) sobre o significado do turismo para o desenvolvimento. Para este, não há algo como uma resposta universal à questão sobre ‘se’ e ‘como’ o turismo contribui para o desenvolvimento local. Assim, um aspecto fundamental nessa reflexão expressa-se através da pergunta sobre quem ganha (ou tende a ganhar) e quem perde (ou pode perder) com essa atividade: “É necessário, por conseguinte, identificar, em cada caso, os diversos grupos de interesse, manifestos ou latentes, e divisar seus objetivos e estratégias/táticas”. Certamente ‘no’ e ‘sobre’ o espaço rural há diversos grupos de interesse.

Tomando alguns dos recentes trabalhos que abordaram, no Brasil, o desenvolvimento rural através da categoria da ‘agricultura familiar’, podemos ver uma proposta de identificação dos estratos sociais rurais, e que também se constituem num macrodelineamento de grupos de interesse, que é apresentada via tipificação dos agricultores, os quais estariam a compor o quadro rural do país (FAO/IN-CRA, 1994).

Área média e pessoal ocupado nos estabelecimentos agrícolas brasileiros segundo categoria¹⁴ (1994 – estimativas)

■

13 Expressão provavelmente usada no sentido da decolagem (take-off) de (1961), noção bastante criticada como insuficiente e inadequada na atualidade. Para considerações atuais e interessantes a respeito do ‘desenvolvimento’, ver SOUZA (1996).

14 O comparativo entre o que se entende por modelo patronal e modelo familiar de agricultura aparece esquematicamente na p.2 da referida publicação.

Fonte: FAO-INCRA

Categoria	Área média (ha)	% da área total	Pessoal ocupado (estabelecimento)	Pessoal ocupado (milhões)	% do total ocupado
Patronal	600	75	10	5	20
Familiar consolidada	50	19	4	6	24
de transição	8	5	3	7,5	30
periférica	2	1	(2,5)	(6,5)	(26)
Totais	57	100	(4)	(25)	(100)

(estimativa entre parênteses)

Categorias de agricultores familiares

1. Periféricos: aqueles com Renda Monetária Bruta anual inferior a R\$ 2.500,00;
2. Transição: agricultores com RMB anual entre R\$ 2.500,00 e R\$ 6.000,00;
3. Consolidados: agricultores com RMB superior a R\$ 6.000,00. (valores em R\$ de julho de 1995)

Fonte: FAO-INCRA

Tipologias de produtores agropecuários

Categoria	Milhões de estabelecimentos	Milhões de hectares
Patronal	0,5	300
Familiar consolidada	1,5	75
de transição	2,5	20
periférica	2,5	5

Adaptado de FAO-INCRA

Por esses dados, podemos constatar que o somatório das categorias 'de transição' e 'periféricos', as quais apresentam as condições sociais e econômicas mais precárias, e onde provavelmente se insere o

presumido agricultor do postal, perfazem mais da metade do pessoal ocupado na agricultura brasileira. Podemos dizer que a esmagadora maioria deles é também rurícola, ou seja, moram no que é convencionalizado como o meio rural brasileiro.¹⁵ Todavia, a discussão possibilitada por esses dados, apresentada na literatura já citada, não aborda o turismo em espaço rural, seja como alternativa de desenvolvimento ou como “pluriatividade”.¹⁶

Por outro lado, o trabalho de CAMPANHOLA & SILVA (1999), por exemplo, considera o turismo rural como alternativa promissora para o aumento dos níveis de emprego e renda da população rural, e particularmente o agroturismo como alternativa viável para o aumento da renda dos que genericamente são nomeados como ‘pequenos produtores’. Porém, parecem interpretar este processo por meio da célebre abordagem desenvolvimentista do *Trickle-Down*, segundo a qual grandes estratégias e projetos de investimentos são eficazes para o desenvolvimento, pois sempre acabará ‘respingando’ alguma benesse para as camadas mais pobres da população: “Com o turismo no meio rural a comunidade pode ser beneficiada, pois acaba compartilhando dos benefícios indiretos gerados, como melhoria da infra-estrutura e de serviços públicos”. (CAMPANHOLA & SILVA, 1999).¹⁷ Mas, para além dos ‘respingamentos’, talvez uma das questões cruciais nesta reflexão seja perguntar se o processo de implementação do turismo em espaço rural tem condições, não só de gerar emprego e renda, como parece realmente ter, mas de distribuir renda e diminuir as desigualdades sócioeconômicas em um país que sabidamente ocupa uma das primeiras posições no ranking da desigualdade mundial. Para quais estratos da população rural a renda e o emprego são ou podem ser efetivamente gerados na implementação do turismo rural é algo que não se sabe satisfatoriamente e cabe pesquisar seriamente.

■

15 Para uma interessante discussão sobre as classificações de rural/urbano no Brasil e em outros países, ver WANDERLEY (1997).

16 Para uma ampla análise a respeito desta noção, ver SCHNEIDER (1999).

17 Para mencionar uma das abordagens atuais críticas ao *Trickle-Down*, pode-se citar o ‘Desenvolvimento em escala humana’, de MAX-NEEF et al. (1994).

Considerando a situação social dos estratos tipificados como 'agricultores periféricos' e 'agricultores de transição', como visto acima, e o que apontam MACHADO (1999), sobre a infra-estrutura necessária em nível de propriedade para a inserção em atividades turísticas, e PRATES (1999), com as supostas exigências de uma 'qualidade de serviços' em turismo, podemos perguntar sobre as reais chances destas camadas da população rural em exitosamente reconverterem-se em trabalhadores ou empresários do turismo sem perda maior de autonomia. Frente às condições sociais e econômicas tão precárias apresentadas, pode mesmo o turismo rural ser uma estratégia de inclusão dos excluídos ou semi-excluídos, como os agricultores 'periféricos' ou 'de transição', no processo de desenvolvimento? Parece que faltam estudos aprofundados a respeito, focalizando os casos em que isso aconteceu ou está acontecendo, denotando um impacto significativo no perfil da distribuição de renda para esses setores da população rural.¹⁸

É preciso atentar que o turismo em espaço rural, capaz de gerar ocupação e renda somente para agropecuaristas tradicionalmente patronais e para agricultores familiares 'consolidados', mantendo apenas 'respingos' para outros setores da população rural, certamente não está colaborando para desconcentrar renda e diminuir as desigualdades sociais, antes talvez para agravar estes problemas. Com condições irrisórias de investimento em infra-estrutura na propriedade e alheios às considerações sobre 'qualidade dos serviços' o que, de resto, sobra para os agricultores 'periféricos' e 'de transição' oferecerem não ultrapassa em muito a venda de artesanato, o trabalho sazonal e alguns tipos de produtos caseiros.¹⁹ Nos rápidos comentários que fazem sobre a experiência de Bonito-MS, CAMPANHOLA & SILVA (1999) mencionam que os agricultores pobres tiveram

■

18 BENEVIDES (1997), por exemplo, é um dos autores que questiona a possibilidade do 'turismo alternativo' dar algum dinamismo econômico a lugares 'marginalizados', representado pela possibilidade de geração local de emprego e renda, o que, segundo ele, poderia constituir-se no braço economicista da 'ideologia do localismo'.

19 Oferta que demandará constantes melhorias na 'qualidade', ainda mais com a crescente entrada de novos concorrentes por meio da integração 'massiva' de agricultores a esta estratégia de desenvolvimento, o que, em médio prazo, instalará também nessa atividade um processo de exclusão, alijando os mais desfavorecidos.

e têm limitadas oportunidades para participar devido ao alto custo do investimento demandado.²⁰ Conta também esse tipo de agricultor com baixa (ou nenhuma) capacidade de endividamento ou de apresentar garantias para tomada de crédito, defrontando-se, ainda, com o fato de que, em que pese até 7 milhões de reais poderem ser financiados no segmento turístico, burocraticamente “apenas empresas estabelecidas – micro, pequenas, médias e grandes – podem solicitar o financiamento”. (RENNÓ, 1999, p. 55), pois, alega a autora, “se é uma empresa que praticamente não existe, não tem ativos, como financiá-la?”. Não custa lembrar também que, em determinados casos de equívocos provocados pela imagem – panacéia do turismo rural como estratégia de desenvolvimento, esta poderá retirar recursos públicos, já parcos, da ‘agricultura familiar’.²¹ O planejamento cuidadoso da sinergia de ambas as estratégias parece ser a melhor alternativa para a realidade da maioria dos municípios brasileiros. Para isso, há que se estudar melhor as especificidades de suas respectivas realidades socioterritoriais, antes de se promover e priorizar inadvertidamente os gastos e investimentos públicos.

As reflexões e especulações que ora apresentamos vêm na convergência do apelo que faz RODRIGUES (1997) para uma análise mais complexa da atividade turística em espaço rural, o que implica levar em consideração mais elementos do que os comentados. Mas esta autora vai mais longe em seus desafios ao modo como a abordagem tem sido colocada. Afirmo ela que “considerar a atividade turística sustentável ou integrante da possibilidade do desenvolvimento sustentável é apenas desviar os termos da questão sem analisar a complexidade de uma atividade econômica que tem por base o consumo de paisagens naturais exóticas ou a história passada”. (RODRIGUES, 1997, p.44). Portanto, ao colocar que a ativi-



20 Estes autores também mencionam uma gama de problemas que podem advir do turismo em espaço rural, ressaltando que os ‘pequenos produtores agropecuários’ parecem apresentar maiores dificuldades para engajarem-se no negócio turístico (pp.26-7).

21 Haja vista que, segundo indicam os trabalhos de Silva RODRIGUES (1998; 1999), a percepção de lideranças políticas e empresariais, em nível municipal, ainda está muito toldada pela visão de que a iniciativa e o investimento para a implementação e o aporte ao turismo cabem quase que exclusivamente ao poder público. A parceria entre iniciativa privada e poder público foi muito pouco lembrada.

dade turística é essencialmente incompatível com uma idéia de desenvolvimento sustentável, contrapõe-se a todo um vetor de raciocínio que tem pautado a maioria dos estudos e discussões sobre o assunto. A alusão implícita em tal consideração é a possível incongruência entre as noções de ‘sustentabilidade’ e ‘desenvolvimento’, lembrada pela autora. De nossa parte, lembramos também da adequação de pensar que tal definição é mais política do que meramente técnica ou lógica²² e, portanto, fórum de disputas.

É neste sentido, através da centralidade mundial que o ambientalismo assume a importância do turismo como prática social e força econômica nas sociedades contemporâneas, que apresentam as condições de possibilidade para algo como uma ‘ideologia’ do turismo alternativo, a qual se manifesta como associação entre o novo ‘localismo’, como discurso político, e a vertente mais biocêntrica do ambientalismo (BENEVIDES, 1997; FROEHLICH, 1999). Por esta óptica, o desenvolvimento ‘local’ teria no turismo alternativo uma representação de mediação entre globalização ‘desnaturalizante’/homogeneizadora/excludente e desenvolvimento local conservacionista/ressingularizador/identitário/participativo. Porém, sobre esta questão, mais do que nunca, é preciso se posicionar sobre o raciocínio elaborado por FERRY (1993, p.14) :²³

“hoje, na chamada pós-modernidade, em que a questão ecológica bem se insere, o elogio à identidade local, ressurgiu como discurso de resistência, à globalização, dos subalternos, do mesmo modo que, no período da revolução burguesa clássica, foi uma mistificação da rusticidade camponesa, uma ideologia reacionária. Hoje essa mistificação não deixa de representar um culto ao exotismo, próprio do encanto radical de alguns estratos sociais médios que, temporariamente saturados do cosmopolitismo, procuram no chamado turismo alternativo, revalorizador dessa rusticidade, um dos refrigerios temporários contra a mesmice da vida urbana e burocratizada.”

22 Ponto de vista que parece também ser defendido por ALMEIDA e NAVARRO (1997).

23 apud BENEVIDES (1997, p.28).

A superação de alguns dilemas postos pela idéia-força do 'desenvolvimento' para o rural certamente passa por refletir mais a respeito de questões como estas, pois a análise da realidade em sua complexidade e o cruzamento de abordagens são batalhas intelectuais que podem ter seus mortos e feridos, mas nas quais também, por fé e intenções, muitos podem ser salvos...

▪ Bibliografia

ABRAMOVAY, R. *Paradigmas do capitalismo agrário em questão*. São Paulo : Hucitec, 1992.

ALMEIDA, J. A., FROEHLICH, J. M., RIEDL, M. (orgs.). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Santa Maria : Departamento de Extensão Rural, 1998.

_____. Turismo rural : uma estratégia de desenvolvimento via serviços. In: Turismo no Espaço Rural Brasileiro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL (1999 : Piracicaba). *Anais..* Piracicaba : FEALQ, 1999.

ALMEIDA, J., NAVARRO, Z.(orgs.) *Reconstruindo a agricultura*. Porto Alegre : Edufrgs, 1997.

BENEVIDES, I. Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. (org.). _____. 1997.

BRAIDA, C., FROEHLICH, J. M. *Aporias do discurso pós-moderno sobre o rural e a natureza*. (Inédito). (Texto preparado para o X Congresso Mundial de Sociologia Rural – Rio de Janeiro), 2000.

CAMPANHOLA, C., SILVA, J. G. da. Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor. In: Congresso Brasileiro de Turismo Rural (2000 : Rio de Janeiro), 2000.

CARNEIRO, M. T. Ruralidade : novas identidades em construção. *Estudos sociedade e agricultura*. Rio de Janeiro, CPDA-UFRRJ, n. 11, 1998.

- ENTRENA DURÁN, F. *Cambios en la construcción social de lo rural*. Madrid : Tecnos, 1998.
- FAO-IN CRA. *Diretrizes de política agrária e desenvolvimento sustentável*. Brasília : Projeto UTF/BRA/036, 1994.
- _____. *Perfil da agricultura familiar no Brasil : dossiê estatístico*. Brasília : Projeto UTF/BRA/036, 1996a.
- _____. *Agricultura familiar na região sul*. Brasília : Projeto UTF/BRA/036, 1996b.
- FERRY, L. *A nova ecologia*. São Paulo : Ensaio, 1993.
- FROEHLICH, J. M. Poder, tempo e espaço no mundo agrário contemporâneo. *Redes*. Santa Cruz do Sul, Mestrado em Desenvolvimento Regional – UNISC, 1997.
- _____. O 'local' na atribuição de sentido ao desenvolvimento. *Revista Paranaense de Desenvolvimento*, Curitiba, IPARDES. n. 94, 1999.
- GIULIANI, G. M. Neo-ruralismo : o novo estilo dos velhos modelos. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, ANPOCS-Vértice. n. 14.
- GOMES, L., VILLELA, R. Pantanal mato-grossense – a descoberta do paraíso. *Veja*, n. 1600, jun. 1999.
- LIMA, I. M., MATIAS, M. A cultura no contexto do turismo no espaço rural brasileiro. In.: Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 1999.
- MACHADO, L. A. Infra-estrutura em nível de propriedade. In: Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 1999.
- MARTINS, J. S. (org.). *Introdução crítica à Sociologia Rural*. São Paulo : Hucitec, 1986.
- MAX-NEEF, M. et alii. *Desarrollo a escala humana*. Barcelona : Nordan – Comunidad, 1994.
- MORMONT, M. Rural nature and urban natures. *Sociologia Ruralis*, n. 27, 1987.

- PRATES, G. A, De Paula, H. C. Turismo rural, uma abordagem conceptual. In: Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 1999.
- _____. Qualidade de serviços no setor de turismo rural. In: Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 1999.
- RENNO, T. Linhas de financiamento para o turismo rural. In: Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 1999.
- RODRIGUES, I. da S. *A percepção social sobre 'turismo' e 'turismo ecológico' de lideranças políticas e empresariais de Itaara-RS*. Santa Maria: UFSM. Monografia de Especialização em Educação Ambiental, 1998.
- _____. *O potencial turístico de Itaara-RS: o desenvolvimento do turismo e a conservação da paisagem*. Santa Maria : UFSM. Dissertação de Mestrado em Extensão Rural, 1999.
- RODRIGUES, A. Balastrieri (org.). *Turismo e desenvolvimento local*. São Paulo : Hucitec, 1997.
- _____. Turismo eco-rural. In: ALMEIDA, J., FROEHLICH, J. M., RIEDL, M. (Orgs.). _____. 1998.
- RODRIGUES, A. Moysés. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: RODRIGUES, A. Balastrieri (org.). _____. 1997.
- ROSTOW, W. W. *As etapas do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro : Zahar, 1961.
- SCHNEIDER, S. *Agricultura familiar e pluriatividade*. Porto Alegre: UFRGS. Tese de Doutorado em Sociologia, 1999.
- SANTOS, J. V. Tavares. Crítica da sociologia rural e a construção de uma outra sociologia dos processos sociais agrários. *Ciências Sociais Hoje*, São Paulo, ANPOCS-Vértice, 1991.
- SILVA, J. Graziano da. O novo rural brasileiro. In: SHIKI, S.; SILVA, J. G. da; ORTEGA, A. C. (orgs.). *Agricultura, meio ambiente e sustentabilidade do cerrado brasileiro*. Uberlândia : UFU, 1997.
- _____, DALE, P, VILARINHO, C. Turismo em áreas rurais : suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A., FROEHLICH, J. M., RIEDL, M. (orgs.). _____. 1998.

- SOUZA, M. L. A teorização sobre o desenvolvimento em uma época de fadiga teórica, ou sobre a necessidade de uma 'teoria aberta' do desenvolvimento sócio-espacial. *Território*, Rio de Janeiro, LAGET-UFRJ. v.1, n.1, 1996.
- _____. Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local? In: RODRIGUES, A. Balastrieri (org.). _____. 1997.
- TEIXEIRA, V. *Pluriatividade e agricultura familiar na região serrana do Estado do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro : CPDA-UFRRJ. Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, 1998.
- TULIK, O. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. In: RODRIGUES, A. Balastrieri (org.). _____. 1997.
- VEIGA, J. E. *O desenvolvimento agrícola*. Uma visão histórica. São Paulo : Hucitec, 1991.
- WANDERLEY, M. N. O 'lugar' dos rurais : o meio rural no Brasil moderno. Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural (1997 : Natal). *Anais...* Natal : SOBER, 1997.

O turismo rural na transição para um outro modelo de desenvolvimento rural

*Wladimir Blos**

Atualmente, o turismo rural apresenta-se como uma das alternativas passíveis de incrementar as condições de vida e de trabalho no meio rural. Há o entendimento de que é possível abrigar nesse espaço também o oferecimento de serviços e a produção de bens não agrícolas. Com relação a isso, encontramos hoje na imprensa referências otimistas sobre a explosão da atividade turística rural em praticamente todas as regiões do país, de Sul a Norte. Na maioria das vezes, trata-se de reportagens e anúncios turísticos sem nenhuma vinculação ou justificativa para o desenvolvimento das comunidades onde se localizam esses negócios. É fundamental, entretanto, entender a dinâmica que se estabelece entre a idéia e os imperativos de um projeto de desenvolvimento pela via do turismo, sobretudo em áreas que abrigam grupos e organizações sociais complexas e multidimensionais como o rural, minorando-se as margens de erro e os riscos que representam às populações. Lages-SC possui o mérito de ser pio-

■
* Bacharel em Comunicação Social, Mestre em Extensão Rural pela Universidade Federal de Santa Maria.

neira na implantação turística, no sentido de modificar uma situação precária das condições de produção agropecuária. Esse artigo procura descrever a experiência de Lages, segundo a recente convicção de que os espaços rurais devem possuir um novo destino produtivo que não exclusivamente a tradicional atividade agropecuária.

▪ Turismo rural

Os programas de desenvolvimento rural atualmente em curso são desafiados por um dilema. Como é possível desenvolver o meio rural quando somente a atividade agrícola tradicional não garante mais o indispensável a uma atividade econômica eficiente? Ademais, há o esvaziamento populacional das zonas rurais, a pressão ambiental e a exigência de produtos certificados pela alta qualidade, tangenciando a elaboração de programas de desenvolvimento para zonas rurais. Não obstante essas dificuldades, as iniciativas em desenvolvimento rural não podem prescindir da agricultura para gerar melhoria da qualidade de vida, produção econômica e serviços.

A resposta para esse dilema pode estar em recursos endógenos ao lugar, ou seja, na utilização de recursos locais que implementem novas atividades econômicas competitivas. Uma das atividades que emerge do contexto endógeno é o turismo rural. A experiência LEADER¹ da Comunidade Econômica Européia (CEE) tem revelado que o turismo rural é um fator positivo no desenvolvimento de áreas rurais frágeis. A filosofia do projeto LEADER é a de que, segundo MACSHARRY (1992), o desenvolvimento rural deve partir de um desejo comum de todos os atores radicados no cenário local, conhecedores plenamente da realidade local e decididos em alcançar objetivos comuns. Portanto, o projeto LEADER orienta-se para

■

1 Liaison entre Action de Développement de l'Économie Rurale: essa iniciativa fundamenta-se na promoção local do desenvolvimento das economias rurais, identificando alternativas inovadoras e eficazes com valor exemplificativo e viável. Para sua concretização, foram constituídos os Grupos de Ação Local (GAL), dotados de uma margem de avaliação e autonomia para a gestão dos recursos em nível local. A vocação do projeto é a de reunir todos que, de uma maneira ou outra, podem contribuir para o desenvolvimento de zonas rurais.

ações que se propõem à integração, ao valor demonstrativo, à transferibilidade e à inovação.

O turismo é uma palavra-chave para entender a estratégia LEADER. A variedade de paisagens e patrimônios culturais propiciam às zonas rurais uma capacidade de criação de diferentes formas de atividades no espaço rural. Com isso, o turismo rural foi eleito como o elemento prioritário no contexto das ações LEADER, sendo considerado um criador de renda e ocupações, um promotor de infra-estruturas e um meio de intercâmbio e trocas entre o rural e o urbano. Mas é seu importante efeito multiplicador sobre os investimentos diretos que o privilegia como um instrumento de desenvolvimento. Seu papel é mais incisivo à medida que aumenta a necessidade de satisfazer uma demanda que é crescente, que tem demonstrado uma capacidade de crescimento anual de 6%, o dobro do turismo litorâneo na Europa (CALATRAVA REQUENA, 1993; RUIZ ÁVILES, 1993). Estudos realizados na Noruega e na França revelam que os gastos em diárias são acompanhados por diferentes tipos de outros gastos essenciais para a manutenção e o desenvolvimento do comércio e do artesanato local, o que propicia melhores condições para o ingresso de renda nas empresas agrícolas e a geração de empregos (CALATRAVA REQUENA, 1993; RUIZ ÁVILES, 1993).

O aspecto do contato direto e personalizado com o meio rural (físico e humano) e a participação nas atividades, nos usos e nos costumes da população local faz com que o turismo rural se especialize na pequena empresa, oferecendo um turismo no qual o homem constitui o elemento central e principal. Um tipo de turismo onde os parâmetros tradicionais da oferta são considerados como a essência da 'ruralidade'. A experiência européia mostra que a característica maior do turismo rural é preservar a genuinidade do local, equilibrando-se os valores do passado e o conforto moderno, as expectativas urbanas e a realidade do campo. A diferença básica do turismo rural em relação ao turismo tradicional é que a exploração agropecuária mantém suas atividades e rotinas originais, atendendo a uma clientela cada vez mais carente do contato com o natural, com um modo de vida que, pelo menos no imaginário urbano, remete a uma reconciliação com a natureza. As atrações não devem ser ornamentais e isso é decisivo para o seu sucesso junto a um público saturado

de simulações e banalizações impostas pelo consumo. Além do descanso, da recreação, enfim, da fruição turística, os hóspedes podem vivenciar as rotinas de trabalho de uma propriedade rural.

ZIMMERMANN e CASTRO (1996) elencaram os princípios fundamentais do turismo rural. Inicialmente, o turismo rural deve cultivar a identidade própria e a autenticidade, princípios traduzidos pelo respeito às características do lugar como um todo, a preservação da paisagem, as atividades produtivas, a cultura étnica do proprietário e do local, a arquitetura das edificações da propriedade, enfim, fatores que dão identidade própria ao local. A oferta do produto turístico deve ser natural, de acordo com o processo de atividade produtiva do meio, devendo sempre ser respeitada a vocação original do local ou região (hábitos culturais). Em segundo lugar, a harmonia ambiental, manifestada pelo cuidado com o ambiente como um todo. Aproveitar ao máximo a estrutura disponível e todas as ampliações e alterações que se fizerem necessárias devem obedecer ao perfil arquitetônico existente, buscando um equilíbrio harmônico. A preservação das raízes e a divulgação dos costumes, terceiro princípio, acontecem através da valorização dos aspectos culturais locais. É necessário que se resgate e se viabilize ao turista vivenciar todas as formas culturais locais como a gastronomia, artesanato, móveis, arquitetura, a divulgação das raízes e da cultura local, das mais variadas formas, como apresentações de grupos folclóricos, músicos, dançarinos. O grande diferencial dos sistemas tradicionais de hospedagem é o atendimento familiar, que possibilita um forte entrosamento entre o turista e a família hospedeira e repercute positivamente na geração de empregos, fator preponderante na manutenção dos mais jovens no meio rural.

Como se pode observar, o turismo rural referenda-se como satisfatório a todos os envolvidos. De um lado, a comunidade tem a oportunidade de divulgar o lugar e a região, criando, a partir de uma valorização da cultura e da estima local, uma consciência voltada para o desenvolvimento local. Quem oferece (proprietário rural) passa a ter uma nova e significativa fonte de renda, sem ter que deixar sua atividade produtiva tradicional. Ao contrário, agrega valores a ela. Isso gera a utilização de mão-de-obra ociosa, melhorando a produtividade e incentivando o investimento na atividade produtiva. Supre o isolamento do conforto urbano através do contato como no-

vos clientes, que podem gerar novos negócios. O turista, de outro lado, tem a oportunidade de viver o desconhecido, o oposto a sua vivência urbana. A nova experiência promove uma mudança cultural e de comportamento, criando novas percepções e valores. Pode, inclusive, aproveitar a oferta de novos produtos turísticos, sinônimos de melhoria na qualidade de vida.

▪ O desenvolvimento

Cresce o entendimento de que o desenvolvimento não é apenas um sinônimo de crescimento econômico, embora muitos, e não só economistas, continuem a reduzi-lo a essa concepção. A história tem mostrado que o desenvolvimento estritamente econômico pode ocorrer sem que implique a melhoria da distribuição de renda ou de outros indicadores sociais. Todavia, é preciso a consideração das diversas dimensões constituintes das relações sociais, ou seja, a cultura, a economia e a política e, igualmente, do espaço natural e social. Pela abordagem socioespacial do desenvolvimento, confirma-se a capacidade e sabedoria das comunidades locais na identificação dos seus problemas e na tentativa de encontrar soluções originais, com base na sua experiência e na de outros grupos sociais. HIRSCHMAN (apud PÉREZ; GIMÉNEZ) assinala que o desenvolvimento local representa uma forma de saída a uma situação em que a iniciativa se choca com a resistência a soluções tangíveis, uma reação contra os efeitos indesejáveis do modelo de desenvolvimento tradicional, um abandono da passividade ou da resignação, iniciando um esforço para aproveitar, dentro da margem disponível, os recursos sobre os quais é possível assentar a geração de empregos e de excedentes, externos aos circuitos hegemônicos do modelo vigente. HIRSCHMAN aponta ainda a possibilidade, em muitos casos, de pequenas cidades e áreas rurais conseguirem um nível de desenvolvimento satisfatório, malgrado os modelos e as teorias clássicas de desenvolvimento regional, baseando-se, fundamentalmente, na utilização de recursos locais, no impulso às atividades tradicionais existentes ou no início de novas.

Muitas iniciativas de desenvolvimento são abrigadas sob a rubrica de desenvolvimento local, não ocorrendo um consenso sobre essa

diversificação. Poderão ser consideradas assim: a industrialização difusa, as agroindústrias, as iniciativas municipais ou de outras entidades de âmbito local na promoção ou criação de atividades econômicas novas, as experiências empresariais localizadas em pequenas cidades ou, mesmo, em zonas rurais. Todavia, o desenvolvimento local representa uma utilização, em primeiro lugar, dos recursos ociosos, da recuperação de oportunidades de criação de atividades produtivas realmente existentes, porém nunca utilizadas, abandonadas, que podem voltar a ser aproveitadas a partir das oportunidades que oferecem as novas tecnologias, a reorganização dos processos produtivos, as mudanças de demanda, a melhoria das condições de comunicação e transporte e, entre outras iniciativas mais, o acesso a novos mercados. Consiste também em descobrir essas possibilidades também em localidades com pouca ou nenhuma acumulação de experiência empresarial e técnica, identificando, estimulando e apoiando os atores capazes de conduzir as atividades e deixando implícita a dimensão voluntarista, de determinação para pôr em jogo recursos e oportunidades através de decisões orientadas para o desenvolvimento local. Ao que HIRSCHMAN apud PÉREZ & GIMÉNEZ, acrescenta o afloramento, mobilização e habilidades não aproveitadas, dispersas ou mesmo insuficientemente empregadas, combinando-se esses elementos com um agente que compreende não somente o desejo de sucesso, mas também a percepção da realização através da reestruturação do sistema produtivo, o aumento do emprego local e a melhoria do nível de vida da população. Toda iniciativa dá uma prioridade diferente a cada um dos objetivos, o que faz com que cada comunidade local seja levada a solucionar seus problemas específicos.

GROULLEAU (1994) corrobora com esse enfoque afirmando que o desenvolvimento endógeno e/ou local possui como característica marcante o âmbito local de decisões, o controle local dos processos de desenvolvimento e a retenção/apropriação dos benefícios do desenvolvimento pela população local. Nessa perspectiva, os benefícios são mantidos no âmbito das comunidades, respeitando os valores tradicionais quanto à execução de projetos. Os recursos locais, integrados aos estilos locais de vida (por exemplo, a atividade agrícola), constituem o ponto de partida e também um parâmetro de avaliação da eventual utilização de elementos externos.

▪ A implantação da atividade turística rural em Lages – SC

A idéia do turismo rural em Lages nasceu com a necessidade de aumentar o tempo de permanência dos turistas e viajantes que se deslocavam pela Região Serrana de Santa Catarina. Em 1984, houve a iniciativa de introduzir no meio rural lageano um turismo diferente, que se propunha ser um redirecionador das atividades tradicionais agropecuárias. Essa idéia tocou alguns fazendeiros que tiveram a iniciativa de empreender mudanças na economia de suas fazendas e nas localidades próximas. Assemelhando-se à época dos tropeiros e viajantes que faziam passagem e parada obrigatória pela região de Lages, os turistas que passavam, faziam um pernoite em hotel e logo partiam no dia seguinte, sem interesse algum em conhecer ou permanecer na cidade. Não havia atração ou incentivo para mudar esse quadro. Já em 1983 existia uma Comissão Municipal de Turismo que atuava junto à Secretaria de Educação, Cultura e Departamento de Turismo, fazendo parte dela vários órgãos da prefeitura, da indústria e do comércio, representantes da rede hoteleira e vários segmentos da comunidade. Em 1984 iniciaram-se os primeiros estudos para a organização de órgãos voltados ao turismo e foi nessa época exatamente que se criou a SERRATUR Empreendimentos e Promoções Turísticas S.A., com a finalidade de preencher a lacuna existente e dar caminho às futuras ações que passariam a ser desenvolvidas para transformar a realidade turística. Lages possuía recursos naturais como campos, matas, rios, alagados, cascatas, clima único no país, geada e neve e as fazendas centenárias, que sempre marcaram a cultura e a tradição do Planalto Serrano catarinense com hospitalidade, música, dança, culinária campeira e tradicional de imigrantes.

No início, foi organizado um FUN TOUR com empresários de vários segmentos da área de turismo e hotelaria das regiões sudeste e sul do país e, sobretudo, São Paulo e Rio de Janeiro. A primeira fazenda a integrar o projeto foi a Pedras Brancas. Aos convidados especiais foi oferecida uma variedade de opções de lazer e recreação, como as lidas campeiras, domas, manejo dos animais, ordenhas, castração, vacinação, tosquia, cavalgadas, passeios ecológicos, pesca, sapecada de pinhão e comida e bebidas típicas da região. Durante a estada dos visitantes, CTGs, grupos de danças e conjuntos musicais

nativistas fizeram apresentações. Essa estratégia produziu resultados imediatos, pois logo começaram a chegar grupos, alguns inclusive para pernoitar na fazenda. A iniciativa prosperou, de forma que, atualmente, existem várias fazendas integradas ao turismo rural, observando-se que cada fazenda tem sua própria característica, atuando em pecuária de corte e leiteira, eqüinos, ovinos, aves e criações de entretenimento aos turistas. Estas fazendas são geralmente dirigidas pelos proprietários e família, contando com mão-de-obra contratada para atender a lida de campo e afazeres da fazenda.

O aspecto histórico de constituição e consolidação do turismo rural em Lages-SC é peculiar. Estamos acostumados a projetos de desenvolvimento social e econômico, que nascem unicamente ou da iniciativa pública ou da iniciativa particular, envolvendo, via de regra, organizações não governamentais. No caso específico, esse processo ocorreu a partir da união desses poderes, tendo como objetivo a alavancagem econômica do município, pois a década de 1980 foi marcada por uma crise na agropecuária do Planalto Serrano Catarinense. Muitos produtores se viram diante da difícil escolha de continuar trabalhando precariamente ou de abandonar totalmente as atividades, superando-se um temor atávico pela mudança, sentimento característico do tradicional pecuarista sulino. Nesse sentido, o turismo veio introduzir nesse espaço de trabalho e de encontro uma série de relações e descobertas novas como a valorização do lugar, da cultura local e a agregação de valor ao que se produz.

O turismo rural nesse contexto surgiu da convergência entre necessidades específicas, porém complementares. Do lado dos produtores, havia a insatisfação com as condições de mercado para a produção pecuária e o risco constante de abandono das atividades produtivas tradicionais da região. Do lado do poder público, havia a consciência de que se devia apostar nas potencialidades naturais do município e capitalizar, de alguma forma, a localização estratégica do lugar, na confluência das rotas rodoviárias entre o sul e o sudeste do país. A união dessas expectativas explorou o que havia de espontâneo no Planalto Serrano: um trânsito constante de pessoas, natureza privilegiada e patrimônio cultural típico. Os resultados alcançados desde então com o turismo rural confirmam sua função como reanimador econômico e gerador de auto-sustentabilidade das fa-

zendas a ele dedicadas. Todavia revelou-se uma atividade que aos poucos vai ocupando espaço, se fazendo importante, dominante e forçando o recuo das atividades agropecuárias tradicionais, que lhe deram origem e sustentação. O incremento do protagonismo do turismo rural deve-se a sua rentabilidade, sem correspondência aos ganhos da pecuária de corte e da agricultura nessa região, explorações guiadas pela incerteza da política e do mercado agrícola.

Lages-SC investiu nos recursos naturais e socioculturais do espaço agrário, atendendo a uma insatisfação crescente do cidadão, resultante do estresse e da agitação dos centros urbanos, levando-o a querer escapar das opções tradicionais de férias e tempo livre. Porém, os esforços em atender uma demanda que cresceu em número e em exigências de qualificação nos serviços engendraram a transformação do perfil das propriedades de turismo rural, por duas razões principais. A primeira diz respeito à comprovada rentabilidade da atividade turística, se comparada à produção agropecuária. A segunda razão é a evolução do perfil do visitante aventureiro, simples e curioso para o hóspede mais sofisticado que, ao mesmo tempo, em que deseja o autêntico do lugar, não dispensa o conforto e a segurança pessoal. No afã de satisfazer as exigências da demanda, as fazendas investiram, sobretudo em condições de infra-estruturas, chegando a um parâmetro que as equipara a pequenos *resorts* hoteleiros. Com relação à introdução do produto turístico de Lages no mercado, houve uma parceria criativa entre o público e o privado. O diagnóstico das potencialidades turísticas locais motivou a organização de um FUN TOUR, reunindo empresários do setor turístico e hoteleiro, a fim de atrair turistas que transitavam em direção ao sul do país. O esforço inicial repercutiu na consolidação da imagem turística. De 1984 até o presente momento, o turismo rural encontrou sua maturação.

Desde o início do trabalho, e ainda acontece, a divulgação se faz de forma muito espontânea. Os principais multiplicadores são aquelas pessoas que estiveram hospedadas, que conhecem os serviços e os atrativos da região. Entre amigos, conhecidos e clientes habituais, há um público garantido. Corrobora essa afirmação o depoimento do proprietário da Fazenda Pedras Brancas: “Nunca foi necessário fazer qualquer tipo de divulgação utilizando os meios de comunicação. Há o folder, mas o que faz chegar turista é a recomendação da-

queles que já estiveram na fazenda ou que são clientes habituais. Nesses, há um público garantido”. Contrapondo a opinião de que a propaganda não é tão necessária a competitividade do negócio, existe um incipiente emprego dos meios de comunicação, sobretudo de peças gráficas como folder, anúncios de jornais e mídia eletrônica (*spots* de rádio e VTs), principalmente em épocas de pique, com a ressalva de veicularem somente em âmbito local e Florianópolis, o principal centro emissor. Outra razão pelo desinteresse é que não há porque melhorar ou incrementar esse setor, pois a grande maioria das fazendas já atingiu a capacidade máxima de hospedagem e não se vê aumentar o número de estabelecimentos dedicados ao turismo rural, seja como pousada ou como prestador de serviços afins.

Embora organismos como a SERRATUR e a SANTUR façam esforços em trabalhar uma imagem corporativa, vigora entre os empresários a idéia de que cada estabelecimento deve individualizar uma imagem de produto do turismo rural. Acreditamos, nesse sentido, que eles deveriam estar unidos em torno de um projeto integrado de divulgação. O que prevalece atualmente é que cada um faz o seu material de divulgação e promoção. Constatamos que o turismo rural é a marca de Lages. Por isso, devem aumentar os esforços para consolidar essa imagem. Por intermédio de boas campanhas publicitárias e promocionais, seria possível atrair mais turistas, aumentar o número de fazendas e prestadores de serviços. No plano local dividem as atenções dos fazendeiros a ABRATURR e a SERRATUR. A primeira atuando mais em nível político e a segunda mais na prestação de serviços em comunicação e marketing. A ABRATURR é a associação pioneira em turismo rural no país. Nasceu da união das fazendas do Planalto Serrano, com o intuito de, de um lado, encontrar saídas e soluções às dificuldades que enfrentava o agropecuário tradicional e, de outro, fazer pressão sobre o poder público para apoiar novas iniciativas de desenvolvimento. A ABRATURR nasceu de um esforço conjunto entre o poder público e a iniciativa privada, mais exatamente, das fazendas tradicionais da região. Nas palavras do proprietário da Fazenda Barreiro, “foi uma necessidade, pois estava na hora de se criar o espírito associativo do setor agropecuário, que sempre enfrenta dificuldades. Uma pelo tamanho do país e outra pela cabeça do produtor rural, principalmente o pecuarista, que não

tem espírito comum”. Logo, no entanto, a associação passou a enfrentar o problema da falta de continuidade nos projetos da prefeitura. Nem sempre se deu importância ao setor. O respaldo inicial da prefeitura e até mesmo do estado foi diminuindo, a ponto de se tornar insuficiente em algumas gestões. O proprietário da Fazenda Boqueirão assinala a dificuldade em se fazer menção, por parte do poder político, do turismo rural como alternativa de desenvolvimento. Pelo contrário, “durante muitas gestões, os nossos representantes criticaram nosso turismo rural”.

A grande dificuldade é justamente o aspecto do perfil organizacional tanto da entidade como das fazendas individualmente. Para manter estruturas de fazendas turísticas competitivas e lucrativas, é necessário melhorar o aspecto administrativo, a partir do levantamento apurado de todos os dados referentes ao setor. Além do aspecto organizacional, outro objetivo da ABRATURR, a ser mais bem trabalhado, é a concorrência, principalmente a concorrência dos hotéis que têm a capacidade de fazer pacotes promocionais e descontos altos para atrair a clientela. A ABRATURR trabalha atualmente pela profissionalização do turismo rural. É necessário abandonar, a visão “romântica”, pois é uma atividade empresarial dinâmica, que exige um levantamento de custos exatos. Nos plano local, estadual e nacional, a entidade pleiteia uma regulamentação específica da atividade, unindo o que é turístico ao que é agropecuário. O trabalho com o turismo deve ser uma extensão da atividade já existente, e não uma nova empresa. Essa tem sido a maior dificuldade, aponta dirigente da entidade. Atualmente procura-se sensibilizar a EMBRATUR e o Ministério da Agricultura, no sentido de procurar dar às fazendas um tratamento diferenciado daquele dispensado aos hotéis convencionais. Nivelar o turismo rural com a hotelaria convencional acarreta a descaracterização econômica e cultural do rural. A legislação atual diferencia em uma fazenda de turismo rural duas empresas: a agropecuária e a turística e não permite que se englobe as duas atividades. Aos encargos da produção rural se sobrepõem as exigências da hotelaria convencional. O ponto mais evidente dessa controvérsia, segundo a ABRATURR, é o consumo de produtos locais. A fiscalização é impeditiva.

A outra entidade com repercussão local e regional é a SERRATUR Empreendimentos e Promoções Turísticas S.A. É o órgão ofi-

cial de turismo no município de Lages, sendo uma empresa de capital misto, cujo principal acionista é a prefeitura com 51% das ações, e alguns empresários detêm os outros 49%. Esse órgão possui as mesmas prerrogativas de uma secretaria municipal de turismo. O trabalho da SERRATUR consiste basicamente no apoio e concepção de eventos como congressos, feiras, etc. De uma forma geral, pode-se considerá-la como a principal responsável pela imagem da cidade e região no mercado turístico nacional. O fluxo turístico, na avaliação da entidade, está crescendo, em função do interesse pelo meio rural autêntico. Nesse momento, a SERRATUR vê a necessidade de combater o ‘antimarketing’, que surge quando os fazendeiros da região começam a depreciar o desempenho do setor, por ignorância ou desorganização. Para a SERRATUR, o melhor marketing é aquele direto ao consumidor-turista. Portanto, a estratégia de ação da entidade começa em “arrumar a casa” e trazer a mídia especializada em turismo no país. São freqüentes os artigos e reportagens sobre Lages e o Planalto Serrano Catarinense. A principal reclamação dos administradores da entidade, porém, é a falta de consciência dos empresários do turismo, que não possuem visão empresarial, que desprezam investimentos em divulgação e esperam que o poder público faça a parte dos dois lados, o público e o privado.

No plano estadual, a SANTUR ocupa-se dos assuntos relacionados ao turismo, nas diferentes regiões do estado e nas diferentes modalidades e tipologias. Santa Catarina é um estado rico em paisagens e recursos naturais e a SANTUR deve abranger todos os assuntos relacionados com turismo, que se firma cada vez mais como um dos carros chefes da economia catarinense. Trabalha em estreita parceria com a EMBRATUR, que lista o turismo rural como uma das modalidades com maior potencial de crescimento no Brasil. Todavia, ainda se aguarda uma legislação que contemple a especificidade da união da produção agropecuária com o turismo. Lages tornou-se uma referência nacional em projetos de turismo rural muito em função do pioneirismo da sua implantação, mas não como um exemplo de organização e planejamento, nesse sentido ainda tem muito que crescer. A experiência do associativismo em torno da atividade iniciada com a ABRATURR contou com o apoio da EMBRATUR, resultando o aparecimento de outras entidades regionais específicas para o

turismo rural. Hoje ganham importância representações regionais em São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo.

▪ A comercialização do turismo rural

Em países como a França e a Espanha, o turismo rural se apresenta geralmente como habitações familiares que mantêm suas atividades agrícolas tradicionais, embora prestadoras de um serviço turístico. Em sua essência é bem esse o fundamento do turismo rural; porém vemos que ele está aberto a outras variantes, como é o caso das fazendas, que paulatinamente vão se consolidando como a proposta brasileira de turismo rural, não obstante outras experiências construídas com base na pequena produção familiar. Felizmente, já se observam em determinadas regiões projetos com pequenos produtores rurais integrados em circuitos turísticos, como é o caso dos Estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. A proposta do artigo identifica-se exclusivamente na experiência de fazendas de Lages, na região serrana do Estado de Santa Catarina. No geral, as fazendas de turismo rural de Lages apresentam um perfil comum quanto à oferta. Em seu conjunto, não mostram, de uma para outra, significativas diferenças na oferta turística. São fazendas que associam o turismo com as tarefas do dia-a-dia de campo bem tradicional.

O turismo rural praticado pelas fazendas em Lages é caracterizado por uma clientela com a seguinte descrição: casal e dois filhos pré-adolescentes; porém não se excluem outras categorias de turistas, como o individual e os grupos escolares e de terceira idade. O turista de fazenda é aquele profissional liberal, com perfil socioeconômico médio e médio alto, com uma renda média individual que oscila entre R\$ 1.601,00 e R\$ 2.400,00 e renda familiar, considerando que o turista típico chega a Lages acompanhado de família, concentrada, em sua maioria, em valores superiores a R\$ 2.400,00 (SANTUR, 1998 – Gerência de Planejamento). As profissões que mais se destacam do conjunto de turistas são o profissional liberal e o servidor público. Esse turista prefere viajar em família ou grupo e possui uma faixa etária diversificada entre menores de 18 anos e 50 anos. Dois fluxos destacam-se: primeiro, entre maiores de 35 anos e menores de

50; e menores de 18 anos. São dados revelados pela SANTUR, que confirmam a tendência familiar do fluxo turístico em Lages. Esse turista, de acordo com o perfil socioeconômico e pela condição de viajar em família, possui carro próprio. O motivo de viajar a Lages é, em sua maioria, o turismo simplesmente. Embora Lages seja uma praça que, há algum tempo, invista no turismo de eventos, o turismo de negócios perde espaço. Os principais mercados emissores hoje para Lages são a região Sul e São Paulo. O maior centro emissor continua sendo o Estado de Santa Catarina. As cidades que mais enviam turistas são: Florianópolis, Blumenau, Joinville, Itajaí, Criciúma, Chapecó, São José e Jaraguá do Sul. No Paraná, Curitiba e Londrina. Em São Paulo, São Paulo. O paulista é o cliente ideal. Basta anunciar neve na meteorologia que eles descem para o sul, sendo aquele turista que mais tempo permanece hospedado, com uma média de uma semana, podendo chegar mesmo a 10 dias. O Rio Grande do Sul frustra as expectativas dos empresários. O número de gaúchos que visitam Lages é muito pequeno, fato que associam com a concorrência da Serra Gaúcha.

O fluxo turístico em Lages é mais concentrado nos períodos de férias escolares: as férias longas de verão (dezembro, janeiro e fevereiro) e as férias curtas de inverno (julho e agosto). Em todas as fazendas, o fluxo apresenta-se estável o ano todo. Afora o período de maior concentração, dezembro e julho, os finais de semana e os feriados longos são sempre a garantia de casa cheia. Mas é bastante imprevisível contar com aquelas pessoas que passam o dia, passeiam e almoçam, partindo no mesmo dia. Além do que, esse visitante pouco representa no cômputo do faturamento. O consumidor alvo é o que permanece na fazenda, em média, 2,5 diárias. A Festa Nacional do Pinhão, no mês de junho, sempre garante visitantes e turistas. Trata-se de um evento que vai de encontro às características da imagem do rural local. Algumas fazendas beneficiam-se diretamente, nesse período, sendo locais de eventos integrantes da programação oficial, ou organizando programação paralela para atender ao grande número de pessoas, que acorrem à cidade de Lages por ocasião da festa.

▪ Desempenho econômico do turismo rural

Um empreendimento turístico e, mais especificamente, uma fazenda de turismo rural deve levar em consideração os aspectos da demanda e da oferta. Nas fazendas de turismo rural em Lages, há *inputs*, sob a forma de diárias, vendas diretas ao consumidor de artesanato, manufaturas, produtos caseiros, entre outros. As diárias cobradas no primeiro trimestre de 1999 e março, observando que fevereiro e março são meses de transição para a baixa temporada, oscilaram entre R\$ 40,00 e R\$ 60,00. Esses valores comportam-se conforme as estações e o fluxo espontâneo da demanda. Uma diária caracteriza-se pelo alojamento e os serviços que integram o produto turístico. Os investimentos são intensificados na infra-estrutura de conforto, com benfeitorias como piscina, sauna, apartamentos individuais completos, em detrimento do investimento em contratação e formação de mão-de-obra. A literatura consultada mostra que o empreendimento turístico rural deve se manter pequeno, sob o risco de se perder o caráter complementar da atividade turística. Entretanto, Lages percorreu um caminho contrário, fazendo com que algumas fazendas de turismo rural se assemelhem à hotelaria convencional, perdendo o caráter da pequena escala e da complementaridade das atividades.

Podemos verificar que o crescimento econômico da atividade é positivo e ratifica a rentabilidade do turismo rural sobre as culturas tradicionais. A recepção turística vem crescendo nos últimos três anos, consagrando essas fazendas como centros de turismo rural de sucesso. A título de exemplo, o número de pernites na Fazenda Barreiro, de 1996 a 1998, cresceu 39,81%. Em 1996, essa fazenda forneceu 6.649 pernites e, em 1998, 9.300, o que configura o crescimento percentual acima referido. A outra fazenda a fornecer dados sobre a evolução do fluxo foi a Fazenda Boqueirão, onde os números do estabelecimento mostram um desempenho igualmente positivo no número de hospedagens. O crescimento foi de 38,83%, ou seja, em números totais, de 6.588 hospedagens para 9.146. Dois aspectos aparecem reveladores nos dados acima. Inicialmente, a rentabilidade do turismo rural face às atividades pecuárias e, segundo, a independência dos períodos de safras, fazendo com que o turismo rural seja uma atividade econômica rentável e que gera empregos o ano todo.

A Fazenda Barreiro possui uma área de aproximadamente 600 ha e possui uma oferta turística rural muito bem estruturada, em termos de infra-estrutura e serviços, contando com a capacidade de 104 leitos em 1998. As diárias desse estabelecimento oscilaram, no ano de 1998, conforme a estação do ano e a concentração do fluxo entre R\$ 50,00 (baixa temporada) e R\$ 60,00 (alta temporada, ou seja, os meses de janeiro, julho e dezembro). A partir das informações acima, estabelece-se a estimativa de que comportaria 3.120 hospedagens/mês, em uma situação ideal. A relação número mensal de pernoites com diárias possibilitou a estimativa de arrecadação de aproximadamente R\$ 504.330,00, que, ao atribuímos uma taxa de lucro de 20%, manifestada pelo proprietário entrevistado, resultará um valor de lucro bruto de R\$ 100.866,00, o que garantiria um lucro mês de aproximadamente R\$ 8.405,00. Em um cenário de crise, como o que se verifica atualmente na produção agropecuária, atingir essa lucratividade exigiria condições extremamente propícias de uso e mobilização de recursos materiais, financeiros e humanos para produção. Tomando como referência o valor médio do quilo do boi de R\$ 1,00* e a área da propriedade, teremos a estimativa de 504.330 kg de boi. Isso equivale a 1.260 animais, na avaliação de que um animal em ponto de abate, em bom estado, apresenta um peso próximo aos 400 kg, perfazendo a distribuição de 2,1 animais por ha nesse estabelecimento.

A Fazenda Boqueirão possui uma área de 700 ha., onde se pratica uma estreita parceria entre a pecuária de corte e a recepção turística. Essa fazenda possui uma grande estrutura para a recepção turística, com uma capacidade de ocupação de 104 leitos. Considerando a diária de R\$ 48,00**, estabelece-se, igualmente, algumas estimativas sobre o desempenho econômico do turismo rural. Ao montante arrecadado pelas diárias, aplica-se a taxa de lucro, manifestada pelo proprietário, de 15%/ano, ao montante obtido em 1998, o que representa um lucro anual de R\$ 65.851,20, ou seja, R\$ 5.487,60 ao

■

* Valor verificado por ocasião da pesquisa que originou o artigo.

** Idem.

mês, em valores brutos. Para que a produção pecuária tenha desempenho igual, seriam necessários 1.097 animais, ou seja, uma ocupação média de 1,5 animal por ha.

Os dados acima comprovam que a atividade do turismo rural tem feito com que muitos estabelecimentos, pouco a pouco, dêem mais atenção ao turístico em detrimento do agropecuário e da diversificação na produção rural, esquecendo que uma das características da atividade é possibilitar o incremento da economia familiar. Podemos verificar, entretanto, que na rede de turismo rural de Lages não há uma linha de atuação nesse sentido. São raros os casos em que existe uma preocupação em colocar uma produção artesanal, caseira ou manufaturas ao alcance do turista. Encontramos pequenos empreendimentos individuais na produção de doces caseiros, compotas, frutas cristalizadas e desidratadas, bebidas, e essências vegetais. Essa postura, segundo os entrevistados, justifica-se pelo pouco interesse dos turistas em gastar além da diária.

A relação turismo rural e desenvolvimento local pressupõe a plena utilização dos recursos endógenos à propriedade e à comunidade circunvizinha. Contrariando esse princípio, em Lages, o fornecimento de produtos alimentícios vem, em grande parte, do urbano e isso se explica por duas razões principais: a primeira é insuficiência da produção local na região serrana catarinense, que não consegue produzir em quantidade e variedade suficientes para atender à demanda das pousadas; a segunda razão são as barreiras sanitárias e fiscais ao livre trânsito da produção local, como exemplo, a proibição de abater e consumir carnes nas fazendas, devendo-se buscar esses produtos em frigoríficos inspecionados. As multas e penalidades inibem, em tese, o ingresso desses produtos na oferta turística. Há, além disso, uma preocupação acentuada em atender as expectativas de uma demanda cada vez mais exigente e sofisticada e enfrentar a concorrência entre estabelecimentos da região e de outros pólos de turismo rural, que começam a se consolidar em outros pontos do país. Como resultado, verifica-se a pequena interação entre as fazendas e suas comunidades vizinhas. Isso contraria a idéia de que o desenvolvimento com base local contempla a mobilização tanto de recursos humanos como de produtos e produções. Parece-nos necessário pensar em estratégias de ação, que envolvam também a comunidade.

Essa operação não é fácil de ser implementada, uma vez que faltam ao lugar a tradição do trabalho em parceria e o consenso comunitário. As barreiras à livre circulação de produtos de origem animal possuem seu lado positivo. Dessa forma, pode-se assegurar a idoneidade daquilo que se oferta. Portanto, o transbordamento do negócio turístico para fora das pousadas depende, tão somente, da integração entre as aspirações do empreendedor e daqueles próximos que, de alguma forma, têm a ganhar e a contribuir com a criação de uma rede de fornecimento e abastecimento às fazendas e pousadas de turismo rural na região.

▪ Geração de empregos e formação de pessoal

A geração de novas formas de emprego e a ocupação da mão-de-obra têm se mostrado o maior e o melhor desafio para o novo rural brasileiro. A literatura nos traz uma idéia do potencial do turismo rural como gerador de empregos. Eles nasceriam da combinação de novas atividades, do acréscimo de atividades complementares, das parcerias entre proprietários rurais, empresários, administradores e associações, de forma a facilitar a comercialização dos produtos e dos serviços locais. Surge dele à possibilidade de incrementar, pouco a pouco, as frentes públicas ou particulares de geração de empregos no meio rural. O turismo rural é um gerador de trabalho e serviços no rural deprimido, gerando idéias, instrumentos e métodos para enfrentar a crise, alavancando áreas em dificuldade na produção tradicional agropecuária. Nesse sentido, a experiência de Lages é representativa, uma vez que esse espaço é rico em recursos ambientais e ético-culturais, sob a forma de manifestações artesanais, folclóricas, que poderiam reverter em prol do desenvolvimento pela via turística.

Um dos princípios fundamentais do turismo rural é o atendimento familiar, que possibilita um forte entrosamento entre o turista e a família hospedeira, retendo no campo os extratos mais jovens dessas famílias. Os estabelecimentos de Lages são fazendas tradicionais, com contratação de mão-de-obra. Nesse caso, o trabalho familiar se restringe na administração desse pessoal, cujo número pode variar de 08 a 24 empregados. As contratações ocorrem, sobretudo,

na manutenção, apoio técnico e animação cultural. As atividades do turismo rural geram empregos indiretos, em áreas adjacentes à fazenda. Como exemplo, a terceirização do serviço de barcos, guias e instrutores de esportes náuticos na represa do Rio Caverá. Outra situação, que em nosso entender se configura melhor como interação como a produção local é o fornecimento de produtos alimentícios em pequena escala como queijos e outros derivados do leite. No geral, todo funcionário das fazendas de turismo rural deve estar preparado para atender ao serviço turístico e executar as funções tradicionais da agropecuária. Um exemplo disso são as equipes que cuidam de animais para cavalgadas e passeios. São os mesmos empregados que tratam do gado de corte e leiteiro, sem distinção. O perfil ideal, portanto, desse funcionário é o vizinho já familiarizado com a região e com o jeito de trabalho que tradicionalmente a fazenda vem executando há mais de um século. Isso vai ao encontro de uma proposta de trabalho mais informal.

O turismo é suficientemente complexo para exigir a qualificação da mão-de-obra. Encará-lo como uma alternativa para a criação de novas tipologias de trabalho no meio rural, implica informar, capacitar e profissionalizar as populações rurais residentes em regiões com potencial turístico. Essa formação abre um leque de oportunidades no atendimento, seja das necessidades diretas em termos de serviços, de produção e abastecimento das unidades de recepção turística, seja na introdução no rural de novas formas de trabalho como, por exemplo, guias, instrutores, recreacionistas, artesãos e manufaturarias. A capacitação acontece nas fazendas, sendo realizada pelos proprietários sem a participação de formadores externos como o SEBRAE, SENAC, SENAI, SENAR. É própria e informal. Os funcionários aprendem na prática diária e sempre de acordo com os costumes da família proprietária, que instrui todo o contato com o turista. Há a exigência de versatilidade e de uma disposição em agradar o turista espontaneamente. É importante resistir à idéia de que a qualificação dos funcionários pode provocar a descaracterização da cultura local. Em pesquisa mercadológica, a SANTUR identificou que, de um total de 77 entrevistados, 29,87% sugeriram um melhor trabalho de divulgação, 11,69% apontaram a necessidade de uma melhor sinalização, 11,69% indicaram um maior número e melhor

serviço nas opções de lazer e 6,49% a diversificação dos cardápios. O restante apontou sugestões diversas na infra-estrutura e nos preços, num percentual de 62,54%. Desse estudo, podemos apreciar que alguns pequenos problemas e reclamações no atendimento ao turista poderiam ser solucionados pela formação e capacitação do corpo de funcionários das fazendas. Por mais gentil e hospitaleira a população local, o serviço turístico sempre exige preparo, pois é sempre um serviço de satisfazer o outro. MARS & NICOD apud. URRY, 1996, p.97 definem o termo serviço a partir de uma certa intangibilidade: “O termo ‘serviço’ refere-se a uma ação ou coisa material que é mais do que uma pessoa normalmente esperaria. (...) Quanto mais uma pessoa paga por um serviço, mais exigente será sua solicitação por serviço melhor e mais individual”. A qualidade da mão-de-obra sempre será fundamental em qualquer área, mas, sobretudo, naquelas relacionadas com as atividades de lazer e recreação.

▪ Considerações Finais

Uma pousada ou fazenda de turismo rural dificilmente será auto-suficiente na sua manutenção. Poderá produzir grande parte do que consome, mas não tudo. Certamente será obrigada a procurar fora aqueles gêneros que lhes são impossíveis de produzir, criando uma relação de troca com o comércio mais imediato e com a cidade. Essa relação de troca alimenta a circulação de bens e serviços, gera renda, consumo e, conseqüentemente, a melhoria das condições de vida e trabalho de uma fatia importante da população local. As fazendas de turismo rural ficam à pequena distância da cidade de Lages, o que facilita com que a maioria das compras aconteça nesse centro. É necessário que a comunidade acorde para a vocação turística e entenda que não somente o empresário tem a se beneficiar com o turismo. Existe hoje uma carência no fornecimento de alimentos in natura, artesanato típico e pequenas manufaturas, que poderia ser sanada por outros pequenos negócios, pois o turista rural é um consumidor com poder aquisitivo. Parece-nos que falta disposição nas fazendas e pousadas em incrementar a interação com o comércio próximo, desconcentrando-se das compras no meio urbano.

É preciso vencer o condicionamento a trabalhar somente com a pecuária de corte naquela região, despertando para a diversificação da produção. A interação com os produtores rurais da região está resumida na ocupação da mão-de-obra, na geração de empregos permanentes e temporários. Os fazendeiros vêem os produtores rurais como resistentes, presos em produzir apenas o que necessitam. A vida dessas pessoas pouco mudou com o turismo rural. Algumas iniciativas isoladas surgiram na esteira do turismo rural, como o pesque-pague. Arrematando essa questão, é preciso haver um esforço coletivo em torno do turismo rural. Sabe-se que ele tem o potencial de fixar o homem no campo, animar a produção de bens agrícolas, beneficiando não apenas aqueles que estão diretamente relacionados com os turistas. De positivo para o desenvolvimento local, ele tende a transpor os limites da pousada, incentivando outros negócios paralelos. Lages deveria investir mais nessa linha e fazer com que o turismo rural torne-se um projeto do município e não uma exclusividade de poucos fazendeiros capitalizados. Constata-se que o turismo rural foi uma ação positiva para a região do Planalto Serrano Catarinense, confirmando-se como uma atividade econômica viável para tirar aquela região da crise na agropecuária tradicional. A introdução dessa nova atividade já possibilita a valorização da produção primária original e dá estímulo ao fortalecimento de outras atividades econômicas no município de Lages, combate o êxodo rural, gera empregos e valoriza o trabalho do homem do campo, a terra e as produções econômicas, agregando valor à cultura e à identidade do homem rural.

O turismo rural também enfrenta dificuldades. O mais grave é o desinteresse do poder público pela atividade turística, piorado na sucessão de gestões municipais e estaduais, que raramente dão o devido valor aos resultados já alcançados com o turismo rural. A falta de normatização e de regulamentação específicas fazem com que as fazendas sejam erroneamente enquadradas como um hotel convencional, embora, em alguns casos, apresentem estruturas de recepção turística sofisticadas. O turismo rural deve preservar um caráter muito mais voltado ao setor agropecuário do que ao propriamente turístico, de outra forma, há o risco da descaracterização da atividade primária. Portanto é justa a reivindicação da não-equivalência dessas fazendas aos hotéis convencionais para fins de encargos tribu-

tários e sociais. Enfrentar esse problema exige um verdadeiro espírito de parceria entre as fazendas e empreendimentos de turismo rural no Planalto Serrano Catarinense e, mais especificamente, em Lages, o que infelizmente não se verifica.

A dicotomia rural-urbano começa a perder sentido. Cada vez mais esses espaços se confundem, se aproximam, se integram, gerando um fluxo de informações. Hoje o rural não pode mais ser definido como a negação do urbano. Ele já apresenta uma identidade própria, quando não identificado como um *continuum* do urbano. A iniciativa turística rural em Lages soube conjugar os recursos naturais e culturais da região com uma necessidade política em reerguer economicamente essas fazendas. A introdução dos serviços turísticos no rural trouxe algumas mudanças no estilo de vida daquelas pessoas relacionadas com as fazendas de turismo rural. O aspecto talvez mais relacionado com o desenvolvimento local é o da geração de empregos. Ele confirma as expectativas de que a introdução de serviços no espaço rural gera mobilidade social sazonal e permanente, estimula as trocas de bens e mercadorias e exige a participação do poder público. Esses benefícios não devem se restringir a um grupo de privilegiados economicamente. Para que experiências como essa também tenham um alcance social maior, é necessário analisar aspectos correlatos à questão como educação, saúde e salário digno. Nesse sentido, Lages possui o mérito de ter inovado com uma nova modalidade de trabalho no rural, mas não no perfil relacional entre o fazendeiro, o peão e sua família. Os papéis sociais não sofreram até o momento nenhuma modificação, aspecto que exige um aprofundamento de estudo.

Uma das características fortes do turismo rural é a exigência de ser uma atividade econômica complementar a uma outra principal primária. Seria exagero afirmar que isso vem ocorrendo em Lages. Cada vez mais as fazendas concentram-se na atividade turística, pois essa é mais rentável e possibilita um capital de giro mais imediato. A agricultura e a pecuária tornam-se atrações de uma fazenda, que é um complexo turístico. Não queremos dizer com isso que essas fazendas abandonaram a produção primária. Mesmo porque existe uma necessidade cenográfica de manutenção e fornecimento de matéria-prima e de suporte financeiro à infra-estrutura "hoteleira". Com

a agropecuária tradicional tornando-se cada vez mais coadjuvante, há o risco de se perder as principais propostas do desenvolvimento local, que é a valorização dos produtos, o artesanato, as manufaturas. É preciso entender que o turismo rural vai atingir os objetivos do desenvolvimento local, quando se incluir nele as mudanças sociais estruturais, a redistribuição equilibrada da riqueza e a melhoria das condições de vida dos grupos sociais menos favorecidos.

▪ Bibliografia

- CALATRAVA REQUENA, J., RUIZ ÁVILES, P. El turismo, una oportunidad para las zonas rurales desfavorecidas? *Leader Magazine*, Bruxelas, n 4, 1993.
- CAVACO, C. Turismo e desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. *Turismo e geografia : reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo : HUCITEC, 1996.
- GROULLEAU, H. Le tourisme au service du développement rural. *Leader Magazine*, Bruxelles, 1994.
- MAcSHARRY, R. Fazer do turismo rural um sucesso. *Leader Magazine*, Bruxelas, nº1, 1992.
- PÉREZ, M. ; GIMÉNEZ, M. *Desarrollo local y desarrollo rural : el contexto del programa LEADER*. Córdoba: Papeles de Economía Española, 1994.
- SANTUR.. *Turismo rural*. GEPLAN, Florianópolis, 1998.
- SERRATUR. *Conscientização turística* : Lages, Santa Catarina. SERRATUR, Florianópolis, [19--].
- SILVA, J. G. da et al. Turismo em áreas rurais. In: ALMEIDA, J., FROEHLICH, J. M., RIEDL, M. (orgs). *Turismo rural e o desenvolvimento sustentável*. Departamento de Extensão Rural : Santa Maria, 1998.
- SILVA, J. G. da. O novo rural brasileiro. In: SHIKI, S., SILVA, J. G. da, J., ORTEGA, A. C. (orgs). *Agricultura, meio ambiente e sustentabilidade do cerrado brasileiro*. Uberlândia: [s.n.], 1997.

SILVA, J. G. da. Por um novo programa agrário. *Reforma agrária*, v.23, n. 2, 1993.

URRY, J. *O olhar do turista : lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo : Studio Nobel/SESC, 1996.

ZIMMERMANN, A., CASTRO, I. C. *Turismo rural : um modelo brasileiro*. Florianópolis: Ed. do autor, 1996.

A avaliação da paisagem para fins de desenvolvimento turístico

*Ivone da Silva Rodrigues**

Quem se importa com a paisagem?

Eduardo Yázigi

Este artigo tem como foco principal a avaliação visual da paisagem do município de Itaara-RS. Para tal, percorrem-se as diferentes interpretações atribuídas ao termo paisagem, tão bem conceituada por Milton SANTOS (1996) como “uma acumulação de tempo”. Percebe-se assim que a paisagem, longe de ser estática, é dinâmica e impregnada pelas ações passadas e presentes. Em seguida, busca-se relacionar a paisagem com o desenvolvimento do turismo na tentativa de identificar as relações de conflito deste com a paisagem, a qual está sofrendo modificações num ritmo acelerado e perigoso pelo homem. A agricultura e a indústria foram os maiores responsáveis por esta transformação negativa, mas o turismo também tem sua parcela nesse processo. Já existem, entretanto, alguns exemplos pontuais de uma relação mais positiva.

Para avaliar a paisagem no atual estágio de desenvolvimento de Itaara, utilizaram-se fotografias aéreas de parte do município, consi-



* Engenheira Florestal, Especialista em Educação Ambiental e Mestre em Extensão Rural.
e-mail:rivone@super11.net.

derando como elementos avaliativos os componentes e os aspectos visuais predominantes na paisagem. A partir dos resultados dessa avaliação, abordam-se os aspectos positivos e negativos da paisagem com o intuito de qualificá-la e identificar quais as tipologias turísticas que apresentam maior potencial de desenvolvimento no município.

▪ A paisagem

A paisagem de um lugar pode ser um recurso turístico valiosíssimo, pois pode determinar o maior ou menor grau de atratividade do local. As pesquisas de mercado, financiadas pelas agências de viagens, constataram que a grande maioria dos turistas não escolhe o lugar de suas férias em função dos autóctones. A paisagem e o clima agradáveis aparecem como critérios essenciais (KRIPPENDORF, 1989). No Brasil, esses motivos aparecem em terceiro lugar, mas a tendência é de crescimento devido às dimensões continentais e aos diferentes tipos de paisagens, como montanhas, cachoeiras, florestas, caatingas, praias (RUSCHMANN, 1997). Nesse sentido, parece bastante pertinente a questão levantada pelo célebre paisagista brasileiro Burle MARX (1987, p.58), a qual problematiza a relação turismo versus paisagem:

Parece-me que esse é o ponto que mais deveria preocupar nossos técnicos de turismo: como encaminhar essa atividade ainda incipiente no Brasil, de forma que nossas paisagens sejam realmente compreendidas, no seu aspecto geral, e também nos seus pormenores mais delicados? Tudo isso, no entanto, sem impedir a interferência humana, necessária à própria sobrevivência. Há que se estabelecer critérios.

O homem sempre interferiu na paisagem. Há registros de transformações desde o início da civilização. O *Eucalyptus spp.* (espécie resistente ao fogo), por exemplo, hoje dominante nas paisagens australianas, teria se expandido devido aos constantes incêndios nas florestas provocados pelos aborígenes há cerca de 40.000 anos (RHODE, 1996). Na Europa, atualmente são raras as formações de vegeta-

ção florestal primária. A paisagem natural não tem sentido se for pensada sem ter o homem como seu ser integrante e modificador. As interferências, em maior ou menor grau, sempre foram respaldadas por uma dada ‘normalidade’ social e pela necessidade de uso dos recursos naturais para a sobrevivência e, atualmente, pelo imperativo e necessário crescimento do sistema capitalista.

Percorrendo as possíveis definições para paisagem, conforme o Dicionário Enciclopédia de KOOGAN & HOUAISS (1995, p.614), ela é a “extensão do território que se abrange num lance de vista; panorama, vista/desenho, quadro que representa uma cena campestre”. Em nível mais científico, tem-se que a paisagem é “O conjunto de processos ou de agentes atuantes local ou regionalmente sob determinadas condições climáticas predominantes, desenvolvem um certo tipo de paisagem com características próprias, definido como sistemas morfogenéticos”. (BIGARELLA et al., 1994, p.94). Esse conceito, embora segundo os autores, seja bastante questionado, fornece uma explicação mais científica (dos processos físicos e químicos) por que uma paisagem tem determinada forma, estrutura, temperatura e, ainda, sobre a diversidade de espécies autóctones. Contudo, novamente, exclui o homem como ser integrante e modificador. Burle MARX (1987, p.56) vai um pouco mais além e procura dar à noção de paisagem uma maior amplitude e dinamismo:

embora o termo ‘paisagem’ não informe nada acerca de suas características, é evidente que qualquer vista tem, para o observador, uma série de elementos que a definem e que a diferenciam de outras infinitas paisagens. A morfologia do terreno, a flora, a fauna, os recursos hídricos locais e a ação antrópica são elementos que, ao constituírem a paisagem, ao mesmo tempo a caracterizam de forma inconfundível.

Dessa forma, a paisagem é a soma dos fatores ecológicos e/ou antrópicos, que interagem e se modificam no tempo e no espaço. Deve-se destacar que a ação antrópica aparece como elemento de formação da paisagem. O conceito que melhor sintetiza, que melhor define a paisagem ao lhe atribuir dimensão temporal e dinâmica é o de Milton SANTOS: “a paisagem é o resultado de uma acumulação

de tempos”. (SANTOS apud RODRIGUES, 1997, p.71-2). Na sequência, a autora acrescenta:

A paisagem é a forma espacial presente, testemunho de formas passadas que podem ou não persistir. Ao ler-se a paisagem, toma-se contato com uma parte do espaço, circunscrita à abrangência do campo visual do observador, como se o espaço fosse estático. Porém, se a paisagem resulta de uma acumulação desigual de tempos, ela revela um dinamismo diacrônico, resultante do processo espacial. Todos os objetos, expressos pelas formas, porém são fixos, como uma fotografia. Isso não significa que não sejam dotados de ações.

A paisagem é resultante das ações passadas e presentes, da ação não apenas antrópica, mas do clima, das intempéries, da temperatura, da composição físico-química e morfológica. Enfim, é a resultante temporal e espacial do conjunto desses fatores. O que interfere e modifica também é interferido e modificado. Também é importante destacar que a paisagem é uma “construção cultural”, concretizada através das diferentes concepções de mundo. (RODRIGUES, 1997).

▪ A paisagem e a inter-relação com o turismo:
a produção do espaço

A relação entre turismo e paisagem é marcada pela contradição, produzindo tanto efeitos positivos quanto negativos ao ambiente, e tanto mais ao se notar que o turismo “é uma atividade que sacraliza a natureza e ao mesmo tempo submete-a ao mundo da mercadoria, pois se paga para desfrutar da natureza, da paisagem natural ou do ambiente natural ou construído”. (RODRIGUES, 1997, p.49). Desse modo, o turismo pode ser considerado como uma atividade complexa que compreende tanto a produção como o consumo, tanto as atividades secundárias (produção de espaço) como as terciárias (serviços), que agem articuladamente, apropriando-se de lugares exóticos, de paisagens naturais de paisagens históricas, transformando-

os. Concorde-se aqui que “a paisagem é um notável recurso turístico, desvelando alguns objetos e camuflando outros, por meio da posição do observador, quando pretende encantar e seduzir”. (RODRIGUES, 1997, p.72). Portanto, compreendê-la, analisá-la e controlar ou até mesmo limitar suas modificações são aspectos de suma importância para o desenvolvimento do turismo.

Para Moysés RODRIGUES (1997), o turismo hoje é muito mais arrasador em seus efeitos. A voracidade em consumir paisagens e culturas está colocando em níveis perigosos seu futuro: o turismo estaria padronizando os locais e homogeneizando as paisagens. Também KRIPPENDORF (1989, p. 96) diagnostica esse problema na Europa:

Afinal, não se deve esquecer que os componentes naturais da paisagem, isto é, ar puro, o sol, as montanhas (...) são inteiramente gratuitos. Eles estão a livre disposição de todos ou quase. Eles não têm preço. De certa forma são o bônus do pacote. É por esta razão que muitas regiões turísticas liquidam seus recursos, sem se dar conta do que estão perdendo, cada vez mais a própria independência.

Para CARLOS (1996), a padronização de lugares (*resorts*, praias) é um sintoma da “produção do não-lugar”. Nele, o espaço é determinado e produzido por setores econômicos entre eles o do turismo, o qual determina, acima de tudo, o tipo de lazer a ser vivenciado. Segundo CARLOS, a comercialização do lazer, do modo como vem sendo feito, impede um conhecimento ‘real’ do lugar visitado:

Fragmentam-se os lugares, exclui-se o feio, afasta-se o turista do pobre, do usual; trajetos feitos por ônibus refrigerados ou vans confortáveis com um guia de fala mansa e agradável, sempre bem disposto, sorriso nos lábios, naquele estilo absolutamente igual em todo lugar, estereotipado, que infantiliza o turista (p.31).

O geógrafo Milton SANTOS parte de uma distinção entre espaço e paisagem como uma necessidade epistemológica. Para o autor, paisagem e espaço não são a mesma coisa. A paisagem ou configuração territorial são os elementos naturais e artificiais que caracte-

rizam uma área que se pode abarcar com a visão. O espaço seria isso mais a vida que anima este local:

A paisagem se dá como um conjunto de objetos reais concretos. Nesse sentido, a paisagem é transtemporal, juntando objetos passados e presentes, uma construção transversal. O espaço é sempre um Presente, uma construção horizontal, uma situação única. O espaço, uno e múltiplo, por suas diversas parcelas, e através do seu uso, é um conjunto de mercadorias, cujo valor individual é função do valor que a sociedade, em um dado momento, atribui a cada pedaço de matéria, isto é, cada fração da paisagem.(...) *A paisagem existe, através de suas formas, criadas em momentos históricos diferentes, porém coexistindo no momento atual* [grifo nosso]. (SANTOS, 1996, p.85-6).

Dessa forma, espaço e paisagem fornecem as bases para o turismo. Na paisagem, as ações de hoje estarão presentes no futuro. A paisagem ‘absorve’ as ações, e pode ser mais ou menos valorizada por isso. Assim, o turismo interfere na paisagem e sofre dela interferência, sendo tanto um aliado como um devorador.

■ Turismo e paisagem: interfaces de uma relação

A relação entre turismo e paisagem é bastante ambígua. Um alerta sobre os efeitos negativos do turismo sobre a paisagem é feito por YÁZIGI (1996). Este autor, ao destacar a importância da paisagem para o turismo, observa a padronização da paisagem no Brasil, onde o que é bonito em determinado local ‘tem que ser’ reproduzido em outro lugar. Esse fenômeno, segundo o autor, não ocorre, por exemplo, na França, país bastante turístico.¹ São muitos os casos de descaracterização da paisagem a partir da implantação do turismo.

■
 1 Para o autor, a paisagem não é algo que interessa apenas ao turista, deveria interessar em primeiro lugar ao morador local, e a sua maior ou menor destruição depende da auto-estima desses moradores. A paisagem deve ser entendida, antes de tudo, como a soma do meio mais os habitantes do local, “e que só numa relação de estima deles com ela é que despertará o interesse de transeuntes, visitantes e turistas”. (YÁZIGI, 1996, p.134).

Na arquitetura, por exemplo, o patrimônio histórico é freqüentemente ignorado em função de novas estruturas, como hotéis, residências, centros comerciais. No Brasil, praticamente todo o litoral foi tomado pelo turismo ou por moradias de luxo. A consequência ambiental mais visível foi a destruição quase total dos mangues, que são estuários de reprodução de várias espécies.

O livro *Turismo: impactos socioambientais* (LEMOS, 1996) analisa vários locais onde a atividade turística infelizmente deixou suas consequências negativas. Há estudos sobre o Pantanal Mato-grossense, sobre o litoral brasileiro, em ilhas e até em áreas protegidas, como parques e reservas. Um caso recente, bastante veiculado pela mídia, aconteceu em Florianópolis-SC. A ilha do Campeche guarda inscrições rupestres de mais de 4 mil anos, de significado ainda desconhecido, verdadeiros tesouros arqueológicos. A exploração desordenada do turismo está provocando, além da poluição da ilha, a destruição desse patrimônio pelos visitantes, que riscam em cima das inscrições sem nenhum constrangimento. A solução para esse caso tem sido controlar a quantidade de pessoas que entram na vila e informá-las através de guias sobre a importância do local (Revista Terra, 1999).

No Rio Grande do Sul, um dos mais belos cartões postais, o Parque Nacional Aparados da Serra, estava sofrendo um forte impacto negativo com os turistas, que deixavam seu lixo e coletavam espécies da flora sem nenhum controle. Além disso, empresas de celulose estavam invadindo áreas do parque com plantio de pinus, uma espécie exótica. O parque foi fechado para uma reestruturação. Foi colocada portaria de acesso e contratados guias turísticos para orientar o turista a não depredar o local. Essas são situações em que o turismo põe em risco a paisagem do local. Mas há situações em que outras atividades econômicas também colocam em risco o turismo, pois causam prejuízos à qualidade dos recursos naturais. Em estudo sobre a atividade turística no município de Restinga Seca-RS, FROELICH & RODRIGUES (1998) constataram que o cultivo de arroz e o turismo de balneário apresentam-se incompatíveis nos moldes atuais, pois além da água ser contaminada com produtos químicos advindos daquele cultivo agrícola, ela é represada e retirada do rio para as lavouras, diminuindo sua vazão e a qualidade para os banhos no balneário. Para os autores seria necessário “haver uma

efetiva articulação, planejada estrategicamente, entre a atividade turística e a agricultura” (p. 82).

Por outro lado, o turismo começa a ser visto como um aliado na conservação de locais de recursos naturais frágeis, em locais de grande beleza cênica ou em locais com ecossistemas de relevante interesse ecológico. Muitos municípios estão apostando no turismo como a solução para conservar seus recursos naturais e ainda obter retornos econômicos. Nesse sentido, o município de Bonito-MS investe no ecoturismo como atividade capaz de conservar, ou seja, explorar sem depredar o maior patrimônio do município: as águas cristalinas. O elemento água é abundante, encontrado em rios, cachoeiras ou em grutas. O ecoturismo, além de levar divisas ao município, evita que atividades poluentes se instalem no município.

Também o município de Alta Floresta (divisa entre Mato Grosso e a Amazônia), depois do declínio da mineração do ouro e da agricultura praticados sem nenhum planejamento ou cuidado (os rios foram contaminados com mercúrio, árvores centenárias foram derrubadas e o solo está sofrendo o processo de arenização), aposta no ecoturismo como capaz de amenizar os problemas ecológicos e econômicos deixados pelas atividades antecessoras (Revista Terra, 1999). O mesmo acontece em Abrolhos, sul da Bahia. O local, além de praias paradisíacas, apresenta parte da Mata Atlântica. O reflorestamento com eucaliptos está transformando a paisagem. Segundo Franz KRAJCBERG,² com as transformações: “Mudou a essência da vida. Onde havia a diversidade da Mata Atlântica, resta a proliferação dos eucaliptos. A paisagem ficou feia” (Revista Terra, 1998). Esses são alguns exemplos da ambigüidade dessa relação, suficientes para ilustrar a relação contraditória que atividades econômicas, como o turismo, podem desenvolver com o ambiente. Em Itaara, a paisagem natural constitui-se em um elemento importante para o desenvolvimento do turismo. Dessa forma, a avaliação visual da paisagem pretende discutir, a partir da análise de seus componentes e



² Franz KRAJCBERG, 78, é artista plástico e ambientalista conhecido mundialmente. Suas obras, espalhadas por museus de vários países, denunciam crimes contra o ambiente e são feitas a partir de materiais encontrados na natureza.

aspectos, a possibilidade de desenvolvimento da atividade turística, que se encontra na fase embrionária no município.

▪ Metodologia e área de investigação

O município de Itaara está localizado na região central do Estado do Rio Grande do Sul, a 280 Km da capital, Porto Alegre, e a 10 Km de Santa Maria, município do qual se emancipou em 1996. A população fixa do município é de 4.035 habitantes. Desse total, 83,80% reside no meio rural. Esse número, porém, atinge até 12 mil pessoas, sobretudo no período de verão (dezembro a março), devido às segundas residências, afluxo de pessoas moradoras na cidade de Santa Maria. Os primeiros moradores do município foram imigrantes alemães que chegaram no final do século XIX. Seguidos por judeus russos, que vieram por volta de 1904 e fundaram a primeira área de colonização judaica do Brasil. A imigração é completada pela chegada, mais tarde, de italianos, espanhóis e portugueses. O município de Itaara, nome que em guarani significa 'pedra alta', devido a sua altitude média de 500 metros acima do nível do mar, tornou-se distrito de Santa Maria em 1948. Em 1º de janeiro de 1997, iniciou a primeira gestão municipal autônoma.

Na estrutura rural do município predominam as pequenas propriedades: 70% dos estabelecimentos têm até 20 ha, 15% possuem 20-100 ha e o restante, 15%, excede aos 100 ha. A atividade agrícola é bastante diversificada, destacando-se a produção de soja e de batata inglesa, além de pequenas áreas com fumo. Conta também com produção significativa de hortifrutigranjeiros, de olerícolas e de frutas cítricas. Além dessas fontes econômicas, o município possui 11 balneários, sendo 10 de uso privado (uso por sócios e/ou proprietários) e um com acesso ao público em geral, atraindo turistas de vários municípios da região.³ Também há no município uma vinícola, que produz vinhos de boa qualidade e aceitação no comércio da região, in-



3 O Balneário Oásis é um dos maiores pontos turísticos da região, atraindo anualmente mais de 100 mil pessoas. Seus principais atrativos são o lago de banho, zoológico, brinquedos e o Mundo Encantado do Natal.

clusiva premiada em nível estadual. A principal fonte econômica do município é a agricultura. O comércio, devido à proximidade com um centro regional como Santa Maria, é ainda bastante pequeno. O turismo, que ocorre pontual e sazonalmente em alguns balneários, ainda não possui grande relevância econômica, mas se constitui numa vocação natural promissora e proporciona a Itaara uma identidade própria no âmbito regional.

A organização urbana do município é bastante descentralizada, diferente da maioria das cidades. Existem três núcleos que podem ser considerados 'centro' em Itaara, e não apenas um como geralmente acontece. Essa estrutura, apesar de aumentar as distâncias, descentraliza os serviços à comunidade. É interessante observar que, em cada um desses núcleos, localiza-se um ou mais balneários.

▪ Método de avaliação da paisagem

Na avaliação visual da paisagem de Itaara, foram utilizadas fotografias aéreas em preto e branco,⁴ realizadas pela Força Aérea Brasileira (FAB/Santa Maria-RS), numa escala aproximada de 1:10.000. Para este trabalho foi avaliada parte da paisagem devido à FAB não ter concluído o recobrimento aerofotográfico do município. A área total avaliada é de aproximadamente 2700 ha. O método de avaliação de paisagem utilizado foi do tipo indireto, contudo, não se atribuiu nenhum tipo de valor numérico aos locais avaliados. Foi feita uma análise qualitativa dos componentes e dos aspectos das paisagens avaliadas.⁵

As paisagens escolhidas já apresentavam manifestações de interesse turístico. Os elementos avaliados para a realização do trabalho foram os naturais (áreas florestadas, rios, lagos, vales) e os artificiais (edificações, rodovias, ferrovias, agricultura, reflorestamento, pedreiras). Sobre os aspectos da paisagem foram avaliados o predomí-

4 As fotografias utilizadas foram em preto e branco porque eram as disponíveis.

5 Deixou-se em aberto que pesquisas futuras poderão tentar desenvolver uma valoração quantitativa para a paisagem e relacionar com uma análise qualitativa destas.

nio de um elemento natural ou artificial na paisagem, a raridade de um elemento paisagístico, a particularidade da paisagem, podendo ser positivos ou negativos, a complexidade topográfica, a presença de atividade turística na paisagem e a oferta turística. A partir dessas considerações, analisou-se a situação do turismo nessa paisagem e as condições dessa paisagem em relação a seus componentes e aspectos.

Para proporcionar riqueza de detalhes e uma maior aproximação real da fotografia foi utilizado o estereoscópio, que permite ver as imagens em terceira dimensão.⁶ As fotocópias das fotografias foram organizadas em forma de mosaico, ou seja, foram unidas em seqüência e recortados os excessos da sobreposição, o que resultou numa visão geral da paisagem. A partir da construção desse mosaico, a paisagem foi seccionada em quatro: a paisagem 1 representa a Serra Geral ao longo da BR 158. A paisagem 2 tem a presença de um vale; a paisagem 3 é caracterizada pela existência dos balneários e pelo núcleo urbano do município. Por fim, a paisagem 4 é o limite entre as zonas urbana e rural, com características de uso mais agrícola. Elas foram digitalizadas para se obter uma melhor nitidez das imagens.

▪ A paisagem de Itaara

A paisagem de Itaara é um prolongamento da Serra Geral, que é uma incursão da Floresta Tropical Atlântica (Mata Atlântica). Por esse motivo, há espécies que são características dessa formação florestal, constituindo-se numa relíquia de valor ecológico inestimável. Para REITZ et al. (1989), a formação florestal da região é a Floresta Subtropical Fluvial (latifoliada). É interessante ressaltar que grande parte da região onde Itaara se inclui apresenta paisagem semelhante, pois a formação florestal também resulta do mesmo prolongamento da Serra Geral, constituindo as belezas naturais em algo regional, transpondo os limites geográficos do município de Itaara.

■
6 A terceira dimensão fornece a profundidade e a altura de um elemento em relação a outro, assim, por exemplo, consegue-se visualizar qual morro é o mais alto, qual vale é o mais profundo. Nessa fase, contou-se com a colaboração do Departamento de Engenharia Rural da UFSM.

Além do aspecto florestal, o município possui várias cachoeiras, rios, lagos e vertentes, sendo considerado um local de abundantes recursos hídricos, que podem ser conservados.⁷

Hoje a macropaisagem está constituída em sua grande maioria pela atividade agrícola, pelo reflorestamento (eucalipto e pinus) e por algumas pedreiras. VEIGA (1973, p. 14), em estudo sobre a formação geológica de Santa Maria, menciona que na parte norte do município (hoje Itaara):

aparecem as serras encobertas por vegetação florestal, principalmente nos flancos onde o cultivo é mais dificultoso. Os vales produzidos pela erosão de pequenos rios e córregos (nos períodos do Cretácio e Jurássico) apresentam vegetação predominantemente rasteira por devastação do homem ou por apresentar solos menos férteis.

Segundo a Fundação Estadual de Proteção ao Meio Ambiente – FEPAM/Santa Maria,⁸ existem sob seu conhecimento quatro pedreiras em atividades que apresentam licença para exploração. Segundo a FEPAM, o IBAMA e a Patrulha Ambiental – responsáveis pela fiscalização – o número é bem maior, pois existiriam várias pequenas pedreiras trabalhando clandestinamente. As pedreiras exploradas sem nenhum tipo de controle transformam-se em grandes predadores de paisagens, causando impactos profundos num curto período de tempo. Entretanto, se forem recuperadas, poderão até não se traduzir em grandes prejuízos paisagísticos. Em Itaara, como exemplo, existe uma pedreira recuperada que é hoje um lago.

■

7 A conservação aqui mencionada considera o homem como parte integrante da natureza, e a intervenção no ambiente deve ser responsável e sustentada. Diferentemente do conceito de preservação, que vê o ambiente como intocável, com fins puramente científicos (THOMÉ, 1977).

8 A FEPAM é responsável pela concessão da licença de exploração dessa atividade, que somente é autorizada quando a empresa possui registro no município, no Departamento Nacional de Produção e Mineralogia (DNPM) e no Ministério de Minas e Energia. Caso envolva área florestal, deverá ter autorização do Departamento Recursos Naturais Renováveis (DRNR), órgão da Secretária da Agricultura e Abastecimento do RS.

▪ **Avaliação visual da paisagem: análise e discussão**

Para a avaliação visual das quatro paisagens selecionadas, foram analisados primeiro os componentes visuais de cada paisagem, sendo estes classificados em elementos naturais e artificiais. A seguir, é feita a análise visual dos aspectos de cada paisagem, conforme tabela abaixo:

Tabela 1 – Avaliação da paisagem – aspectos

ASPECTOS VISUAIS	PAISAGEM 1	PAISAGEM 2	PAISAGEM 3	PAISAGEM 4
Predomínio	Relevo acidentado	Vale/floresta nativa	Edificações, balneários	Agricultura
Raridade	Mata nativa	Vale/cânion	Lagos/vale	–
Particularidade	Pedreira/ponte sobre vale	Profundidade do vale	Balneários	Reflorestamento
Topografia	Presença de serra, morros	Montanha, serra, vale	Plana	Plana
Existe turismo	Não	Não	Sim	Não
Oferta turística	Existe	Existe	Existe	Não existe

a) Paisagem 1

A avaliação dos componentes dessa paisagem é considerada positiva, ou seja, é de interesse ao turismo. Como elementos naturais essa paisagem apresenta serras, mata nativa, vales e uma grande riqueza topográfica, desde morros de grandes altitudes até locais quase planos. Os elementos artificiais traduzem-se em oferta turística potencial para o turismo, seja através da rodovia, seja através das estradas vicinais que atravessam este local, ou devido à proximidade com o perímetro urbano de Itaara e de Santa Maria.



Como ofertas turísticas existentes neste local, além da BR 158 com a 'Garganta do Diabo', uma ponte de grande extensão que une dois morros, existem estradas vicinais que passam próximas aos morros e às matas. Também nessa paisagem está localizada a estrada do Perau, de onde se pode visualizar parte do município de San-

ta Maria, além de vales e a ponte. No entanto, como aspecto negativo, aponta-se para a existência de uma grande pedreira,⁹ ainda em atividade, que apesar de não dominar a paisagem, chama bastante a atenção devido ao impacto ecológico que provoca. De maneira geral, pode-se afirmar que essa paisagem, apesar de intensamente transformada através de atividades agrícolas e da exploração de pedras, apresenta elementos naturais de interesse turístico, contudo, esses recursos naturais devem ser conservados e se possível incrementados.

Considerando a avaliação visual da paisagem, a tipologia que poderia ser desenvolvida é a de turismo ecológico devido aos recursos naturais descritos. Nesse local, poderiam ser traçadas trilhas para caminhadas, com observação da fauna, flora e sobretudo da vista panorâmica. Também poderiam ser utilizadas as estradas vicinais para implantar uma Estrada Parque,¹⁰ que se estendesse a outros municípios. Constituindo-se, portanto, um atrativo regional. O turismo rural também poderia se desenvolver nesse local, através de estadas ou de comercialização de produtos agrícolas. Nesta área já existe, por exemplo, uma pequena vinícola, que comercializa também trutas e futuramente quer fornecer carne de capivara. Outros produtos ou serviços poderiam ser agregados por outros agricultores e, assim, aumentar a oferta de produtos turísticos.

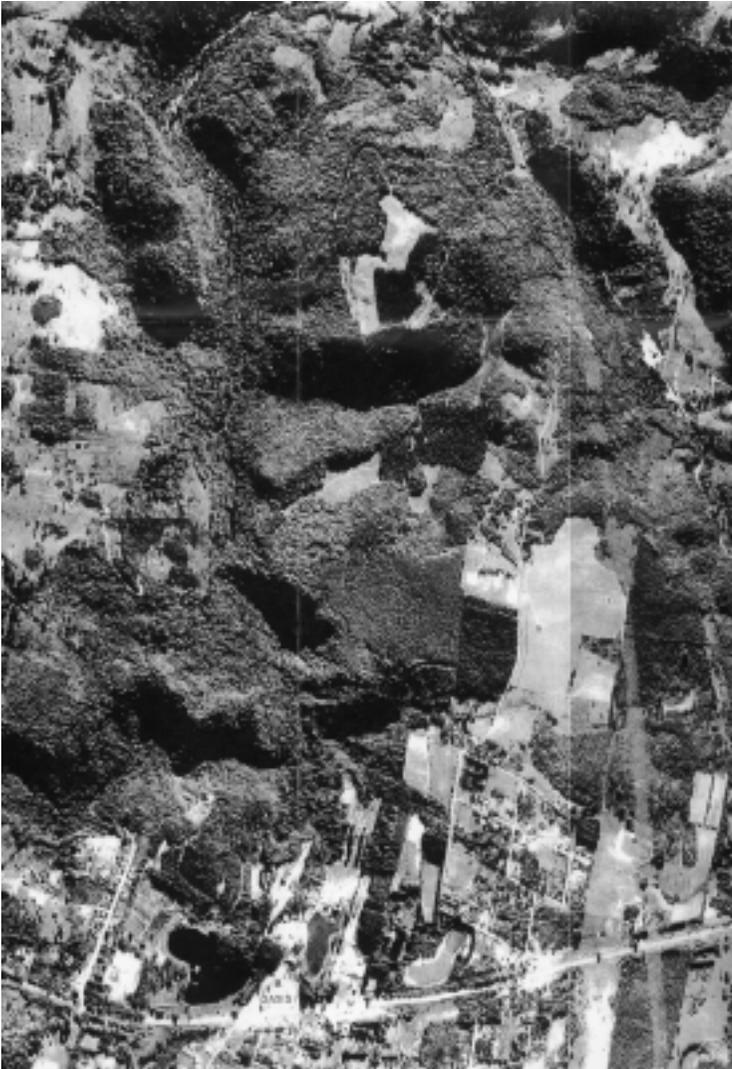
b) Paisagem 2

O elemento natural positivo de maior destaque é um vale de grandes proporções (suas paredes laterais são cobertas por mata nativa). Além disso, esse local é rico em recursos hídricos como lagos e

9 Esta pedreira possui licença para exploração junto ao órgão competente, a FEPAM/Santa Maria.

10 É um parque disposto linearmente através de uma estrada, de valor educativo, cultural, recreativo e panorâmico. Tem a função de proteger certos locais com características naturais, evitando seu desfiguramento. A extensão da área depende da topografia e da complexidade do sistema de rodovias. Esse local deve ser devidamente sinalizado, orientando o caminho, bem como suas condições, além de lembrar que esse local não pode ser depredado. Os objetivos de manejo são “manter, total ou parcialmente, caminhos, vias de acesso ou vias secundárias, estradas e sua paisagem em um estado natural ou seminatural para proporcionar uso recreativo, educacional e cultural” (SILVA, 1996, p.49). Como exemplos temos a Estrada Transpantaneira-MG e a Estrada da Graciosa-PR.

rios. No que se refere aos componentes artificiais, observa-se um avanço de reflorestamento com espécies exóticas, o que em certos locais se estende até a borda do vale, sendo considerado, nessa paisagem, como um elemento de deterioração para a paisagem e, conseqüentemente, para a atratividade turística local.



Por outro lado, devido à presença de recursos naturais, essa paisagem apresenta grande potencial para desenvolver o turismo ecológico. Esse turismo deveria, além de ser bem dimensionado de acordo com a sua capacidade de carga,¹¹ ter ofertas de produtos turísticos de qualidade e bastante diversificados para atrair e manter o turista no município. Como atividades dentro do ecoturismo, poderiam ser desenvolvidas atividades de *rapel*, caminhadas, mirantes, educação ambiental.

Um fator que se soma às variedades de oferta de atrações é a presença de vários balneários, localizados nas proximidades. Esse tipo de turismo, longe de ser um concorrente, é um fator positivo, pois trata-se de mais uma opção de lazer para o turista. O turismo rural também pode se desenvolver nessa paisagem. Muito próximo, existem áreas agrícolas que poderiam diversificar suas atividades e incrementar a renda econômica dos agricultores, adotando esta atividade.

c) Paisagem 3

Nesta paisagem, o componente natural que chama bastante a atenção são os lagos, presentes em grande quantidade. Esses lagos são os balneários, como por exemplo, o Oásis e o Socepe. A altitude, acima dos 500 m, e sua topografia são elementos que colaboraram para que essa paisagem fosse escolhida por muitas pessoas para morar, e ser hoje o perímetro urbano do município.

De acordo com a análise dos componentes naturais dessa paisagem, percebe-se que o elemento água é bastante presente, predominando na paisagem. Também visualiza-se nessa paisagem o início de um vale (paisagem 2). Essa paisagem, apesar de ser na maior parte o perímetro urbano, apresenta uma riqueza de atrativos. Além dos balneários e do vale, observa-se que no rebordo há um grande número de propriedades rurais, com atividades agrícolas e pequenos focos



11 É o número máximo de visitantes (por dia/mês/ano) que uma área pode suportar, antes que ocorram alterações nos meios físico e social. (RUSCHMANN, 1997)



de reflorestamento. Essa diversidade interessa ao turismo. As moradias rurais podem fornecer produtos, hospedagens e ser outra opção de lazer. Nessa paisagem, a tipologia de turismo em balneários está consolidada. Devido ao fato de ser perímetro urbano, apresenta comércio e serviços como bares, restaurantes e pousadas. Contudo, apenas um dos balneários é aberto ao público em geral, os demais são para associados ou para proprietários. Esse balneário poderia aliar-se ao ecoturismo (extrabalneário) e manter por mais tempo o turista no município. Além disso, poderia aumentar as atrações, realizando eventos ou apresentando novas opções de lazer, principalmente fora da temporada de veraneio.

Entre as tipologias potenciais para essa paisagem, destacam-se o ecoturismo e o turismo rural. Nessas tipologias, além de trilhas ecológicas e educação ambiental, poderiam aproveitar a abundância do lençol freático e implantar, por exemplo, pesque-pagues, que é uma prática esportiva e de lazer crescente na região. Acredita-se que é nessa paisagem, devido à infra-estrutura já existente, deveriam ser iniciadas ou incrementadas as ações de desenvolvimento do turismo no município.

d) Paisagem 4

Este local, diferente das demais paisagens analisadas, caracteriza-se pela ausência dos elementos naturais avaliados, os quais seriam de interesse turístico, sendo desprovidos de florestas nativas, vales e montanhas. É um local de vocação para atividades agrícolas e florestais. Quanto aos componentes artificiais, possui rodovia, estradas vicinais, reflorestamento e agricultura.



De acordo com a análise dos componentes e dos aspectos dessa paisagem, percebe-se que essa área está quase completamente destituída de atrativos naturais devido às atividades antrópicas. A agricultura e o reflorestamento são atividades ali já consolidadas, e não há motivos para mudar radicalmente a vocação da paisagem. Assim, pode-se afirmar que essa paisagem não interessa diretamente ao turismo, num primeiro momento. Contudo, devido à proximidade com a parte central do município, onde ocorre o turismo em balneários, há possibilidades de desenvolver outras tipologias, como o agroturismo, além de diversificar a produção agrícola para atender à demanda do fluxo turístico em outras partes do município.

A situação da oferta turística do município é ainda bastante precária, pois os serviços básicos ainda são deficitários. Se, por um lado, explica-se pela recente emancipação do município, não se pode atribuir todo o problema a esse fato. Ações concretas devem ser iniciadas urgentemente a fim de que, num futuro próximo, o município possa ter um desenvolvimento sério e responsável para com seus recursos naturais e sua comunidade.

A análise das tipologias existentes no município fortalece a ‘vocação turística’ do local. O turismo em balneários aparece como uma tipologia já consolidada e as perspectivas futuras apontam para o aumento do turismo ecológico e rural. Essa perspectiva é confirmada na avaliação visual de parte da paisagem do município. Constata-se que, apesar de sofrido intensas transformações antrópicas, decorridas sobretudo da agricultura, ainda apresenta elementos extremamente interessantes ao turismo. Esses elementos – aqui identificados como água, vales, florestas, serras – interessam fundamentalmente ao turismo ecológico e rural.

Dessa forma, as duas tipologias, devido aos recursos naturais existentes na paisagem, são vistas com grande potencial de se desenvolver e podem ocorrer concomitantes no mesmo espaço ou, parafraseando RODRIGUES (1998), podem constituir-se no turismo ‘ecorural’. Além disso, observando-se as recomendações para um turismo ‘sustentável’, que deveria conservar e capitalizar recursos naturais, além de procurar manter a ‘originalidade’ dos locais onde se desenvolve, verifica-se que o município poderia beneficiar-se de suas características de balneabilidade, como as amplas áreas verdes e as segundas residências.

▪ Bibliografia

- BIGARELLA et al. *Estrutura e origem das paisagens tropicais e subtropicais*. Florianópolis : UFSC, 1994.
- Burle Marx, Roberto. *Arte e paisagem : conferências escolhidas*. São Paulo : Nobel, 1987.
- CARLOS, Ana F. A. O turismo e a produção do não-lugar. In: YÁZIGI, Eduardo et. al (Orgs.) *Turismo : espaço, paisagem e cultura*. São Paulo : Hucitec, 1996. p.25-37.
- FROEHLICH, José M., RODRIGUES, Ivone da S. Atividade turística e espaço agrário : considerações exploratórias sobre o município de Restinga Seca. In: ALMEIDA, Joaquim: et al (org). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Santa Maria : Departamento de Extensão Rural, 1998. p. 65-84.
- KOOGAN/HOUAISS. *Enciclopédia e dicionário*. Rio de Janeiro: Delta, 1995.
- KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do turismo : para uma nova compreensão do lazer das viagens*. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1989.
- LEMOS, Amália I.G (org.). *Turismo : impactos socioambientais*. São Paulo : Hucitec, 1996.
- Rodrigues, A. M. A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental. In: YÁZIGI, Eduardo, CARLOS, Ana F. A., CRUZ, R. de C. (orgs.) *Turismo, espaço, paisagem e cultura*. São Paulo : Hucitec, 1997. p. 55-62.
- _____. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: RODRIGUES, Adyr B. *Turismo e desenvolvimento local*. São Paulo : Hucitec, 1997. p. 42-54.
- PIRES, Paulo dos S. Paisagem litorânea de Santa Catarina como recurso turístico. In: YÁZIGI, Eduardo et al. (org.). *Turismo: espaço, paisagem e cultura*. São Paulo : Hucitec, 1996. p. 161-176.

REITZ, R., KLEIN, R. M., REIS, A. *Projeto madeira do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre : Secretaria de Agricultura do estado do RS, 1989.

Revista Terra, v. 7, nº12. p. 40-55, dez. 1998.

_____, v. 8, nº4. p. 30-54, abr. 1999.

RHODE, Geraldo M. *Epistemologia ambiental*. Porto Alegre : EDI-PUC, 1996.

RODRIGUES, Adyr B. *Turismo e espaço : rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo : Hucitec, 1997.

_____(a). Turismo eco-rural. In: ALMEIDA, Joaquim, FROELICH, José M., RIEDL Mario (Orgs.). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Santa Maria : Departamento de Extensão Rural, 1998. p. 85-97.

RUSCHUMANN, Dóris. *Turismo e planejamento sustentável : a proteção do meio ambiente*. Campinas : Papyrus, 1997.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço : técnica e tempo. razão e emoção*. São Paulo : Hucitec, 1996.

SILVA, Lauro L. *Ecologia : manejo de áreas silvestres*. Santa Maria: MMA, FNMA, FATEC, 1996.

THOMÉ, José W. *A política de conservação dos recursos naturais*. Encontro Nacional sobre Conservação da Fauna e Recursos Faunísticos. Brasília, 1977.

VEIGA, Péricles. *Estudo dos arenitos 'intertrapps' da formação da Serra Geral na região de Santa Maria/RS*. Dissertação de Mestrado, 1973.

WEBER, Liane. *Mosaicos aerofotográficos*. polígrafo disciplina: Fotointerpretação "A"/UFSM, 1999. (não publicado)

YÁZIGI, Eduardo. Vandalismo, paisagem e turismo no Brasil. In: _____ et al. *Turismo : espaço, paisagem e cultura*. São Paulo : Hucitec, 1996. p. 133-155.

O turismo como atividade não agrícola em São Martinho-SC

*Ivo Elesbão**

O meio rural brasileiro enfrenta uma série de problemas que perduram e que se intensificam com o passar dos anos. Essas dificuldades são decorrentes das ações do passado e da falta de política adequada. Em uma época de globalização da economia, em que os recursos são escassos, a concorrência de produtos estrangeiros é uma realidade. É crescente a marginalização de pequenos produtores, tornando-se mais difícil o desafio de desenvolver o meio rural. Para fazê-lo, é fundamental a busca de alternativas e de uma política direcionada no sentido de recuperar o meio rural, de proporcionar melhores condições de vida a essa população. Entre as atividades não agrícolas que se destacam como uma alternativa viável, encontra-se o turismo no meio rural. Nos países desenvolvidos, as atividades não agrícolas têm importante participação na geração de emprego e de renda. No Brasil, cada vez mais essas atividades ganham espaço. Em



* Bacharel em Ciências Econômicas, mestrando no Curso de Pós-Graduação em Extensão Rural na Universidade Federal de Santa Maria – UFSM.

alguns municípios, o turismo representou um impulso para o desenvolvimento da economia local, como no município de São Martinho. Localizado no sul do Estado de Santa Catarina, São Martinho encontrava-se estagnado, tendo sua economia baseada na agropecuária. A partir de 1993, iniciou-se um projeto de incentivo e fomento à atividade turística, com importante participação de famílias rurais, revitalizando a economia municipal.

A atividade turística no meio rural vem sendo bastante estudada, não apenas como alternativa econômica para propriedades rurais, mas também como geradora de empregos e dinamizadora de economias locais, representando nas propriedades envolvidas não somente um complemento de renda, mas em muitos casos tornando-se a atividade principal.

Este trabalho tem por finalidade expor a importância do turismo como uma das atividades não agrícolas que mais cresce no meio rural, baseando-se na experiência de implantação do turismo em São Martinho-SC. Primeiro, será feita uma breve contextualização do desenvolvimento da agropecuária brasileira e do turismo como atividade não agrícola. A segunda parte apresentará a experiência de turismo em São Martinho, seu processo de implantação, desenvolvimento e a participação das propriedades rurais.

▪ Meio rural e turismo

A Política Agrícola no Brasil, principalmente através da Política de Crédito Rural, foi direcionada a atender médios e grandes produtores, privilegiando as culturas de exportação em detrimento das culturas domésticas, ficando assim o pequeno agricultor familiar desamparado de políticas públicas. Devido ao descaso para com a agricultura familiar, para com a pequena produção, ocorreu uma pauperização do campo. Parte da população rural deslocou-se para as grandes cidades, formando as famosas favelas em que prevalece a exclusão social. A restrição de crédito para financiar a agricultura, a queda dos subsídios, os juros elevados, a elevação dos preços dos insumos levaram a produção primária e, conseqüentemente, o meio rural a uma crise social e econômica sem precedentes nas últimas décadas.

O desenvolvimento econômico brasileiro ocorreu através de ciclos, ou seja, primeiro produtos de exportação que garantiram divisas para a Metrópole e, após a independência, para o financiamento do Estado brasileiro. O primeiro grande ciclo foi o do açúcar, passando pela mineração e chegando no café, não esquecendo também da pecuária, borracha e outros relevantes para o desenvolvimento da economia brasileira. Durante a expansão cafeeira, as ações governamentais foram direcionadas especificamente para esse setor, e não poderia ser diferente devido à importância do café na economia brasileira, como coloca GRAZIANO DA SILVA (1988, p.252): “na verdade, a economia brasileira era o café; e todas as políticas do Estado brasileiro giravam em torno da política de valorização do café: compra de excedentes, financiamentos externos, impostos sobre exportação, etc.” Pode-se perceber a grande influência dos cafeicultores nas decisões políticas do país e das medidas voltadas para a proteção de seus interesses. A crise de 1929 encontrou a economia brasileira bastante fragilizada devido às políticas de proteção à cafeicultura. Com isso, ocorre o rompimento do modelo primário-exportador, como coloca FÜRSTENAU (1987, p.139):

Até o final dos anos 20, a economia brasileira correspondia ao modelo primário-exportador, no qual o setor dinâmico no processo era a agropecuária, que além de produzir os alimentos requeridos pela população urbana, obtinha através de suas exportações as divisas necessárias às importações de bens de consumo para a população.

Devido à crise, houve uma grande queda na receita das exportações e, conseqüentemente, queda da capacidade de importar, fazendo com que o governo adotasse medidas com vistas a defender o mercado interno, o que favoreceu a industrialização. O período seguinte à crise, que se estendeu até a década de 60, é conhecido como ‘industrialização substitutiva de importações’ e divide-se em duas fases: a primeira, de 30 até o final dos anos 40, chamada transição para uma economia urbana e industrial, e outra a partir de meados da década de 50, com aceleração do desenvolvimento industrial e uma crescente subordinação do setor agropecuário ao setor industrial

(FÜRSTENAU, 1987). Esse período foi marcado pela chamada ‘modernização conservadora’ da agropecuária que teve como principal característica o caráter excludente, principalmente se considerarmos o tamanho da propriedade e o patrimônio do produtor. A política agrícola, que nessa época era basicamente representada pela política de crédito rural, foi bastante seletiva, concentrando os recursos para os médios e grandes produtores e privilegiando as culturas de exportação.

A década de 70 foi marcada pela abundância de crédito subsidiado. Isso ocorreu devido à necessidade de um mecanismo que financiasse, com taxas subsidiadas e prazos relativamente longos, uma modernização quase que compulsória da base técnica da agropecuária brasileira. A política de crédito rural subsidiado permitiu reunificar os interesses das classes dominantes em torno da estratégia de modernização conservadora (SILVA, 1988). Nesse período, a produção de alimentos – feijão, mandioca, batata e arroz – sofreu deterioração em relação aos enormes progressos da produção de soja, trigo e laranja, estes produtos de exportação. Segundo MELLO (1980, p. 82):

O resultado alocativo emergindo ao longo dos anos 70, de uma política cambial mais favorável, na forma das minidesvalorizações, e de preços internacionais em alta, foi uma alteração na composição da produção agrícola brasileira na direção de mais exportáveis e de relativamente menos produtos doméstico-alimentares.

A concentração do crédito rural nos grandes produtores, na década de 70, estava ligada tanto à concentração da propriedade como ao crescimento das lavouras extensivas de produtos de exportação. Também a forma de organização dos pequenos produtores, inibições de ordem cultural e a distância física das agências bancárias podem ser acrescentadas às explicações para a concentração creditícia (MUNHOZ, 1982). Outro fato marcante na década de 70 foi o êxodo rural devido à aceleração da modernização conservadora. Na década de 80, o êxodo rural continuou intenso, mas em menor magnitude que na década anterior, em função da redução do ritmo de modernização

da agropecuária brasileira e também pelo “esvaziamento dos campos”, ocorrido na década anterior (G. da SILVA, 1995). O crédito foi desigualmente distribuído em favor das culturas de exportação e concentrou-se nas mãos de uma minoria de produtores. Essa concentração do crédito teve implicações negativas na distribuição da renda no campo (REZENDE, 1993). Nas décadas de 70 e 80, a política agrícola, através da política de crédito rural, foi ao encontro da produção para a exportação, relegando a agricultura familiar de subsistência. A consequência principal foi a exclusão de grande número de agricultores com elevado êxodo rural, principalmente na década de 70.

Os recursos do crédito rural foram discriminadamente distribuídos beneficiando médios e grandes produtores, consequência da falta de uma política agrícola que realmente visasse resolver os problemas da agricultura e, através destes, os problemas sociais do país. O descaso com a produção doméstica fez com que os pequenos produtores abandonassem o campo em direção às cidades em busca de novas alternativas, ocorrendo o agravamento da exclusão social e econômica. Esse modelo de desenvolvimento da agropecuária brasileira, altamente excludente e privilegiando a agricultura patronal, fez com que ocorresse uma grande exclusão de pequenos produtores. Como a agropecuária não possibilitava uma renda que permitisse a reprodução social dos agricultores, estes tinham duas alternativas: ou migravam para os centros urbanos, ou complementavam a renda fora da propriedade. A busca de uma remuneração complementar fez com que surgissem e crescessem no meio rural as atividades não agrícolas, fenômeno denominado por agricultura em tempo parcial e/ou pluriatividade.

A situação atual, com o processo de globalização da economia, está causando forte impacto social com a marginalização de grande número de produtores. A viabilização desses produtores exige mudanças profundas, principalmente nas políticas públicas para o meio rural, este não devendo mais ser considerado, como outrora, um espaço exclusivamente agrícola, mas sim considerar a importância das atividades não agrícolas que são ali desenvolvidas. Todos os dados disponíveis na literatura demonstram o crescimento das pessoas ocupadas em atividades não agrícolas no meio rural e a redução das pessoas ocupadas na agropecuária. As atividades não agrícolas nos paí-

ses desenvolvidos são bastante significativas, sendo responsáveis por uma considerável parcela da renda das famílias que residem no meio rural. Segundo TEIXEIRA (1998, p.50), a pluriatividade adquiriu grandes proporções nos países europeus e nos Estados Unidos devido a vários fatores, entre eles:

a) Crescente mecanização das atividades agropecuárias, possibilitando assim uma redução do tempo destinado a essas atividades, liberando os membros da família para outras atividades extra-agrícolas; b) programas de desestímulo da produção agrícola, estímulo à diversificação das fontes de renda e ocupação em atividades não agrícolas; c) dinâmica favorável do mercado de trabalho não agrícola, associado, em parte, ao processo de descentralização industrial em áreas rurais.

No Brasil, esse fenômeno ganhou importância no meio acadêmico nos anos 90, com significativa inclusão de novas pesquisas. Segundo SCHNEIDER (1999), a tendência é que aumente cada vez mais o número de propriedades rurais com algum membro da família empregado em atividade não tipicamente agrícola ou dedicando uma parte do tempo a atividades não agrícolas, como o turismo, o artesanato, a prestação de serviços. A maioria das atividades agrícolas, principalmente as de cultivo extensivo, são sazonais, o que permite que membros das famílias fiquem liberados integralmente ou parcialmente para exercer atividades fora da propriedade. Neste sentido, é importante considerar a pluriatividade para viabilizar as pequenas unidades produtivas e manter a população no campo (CARNEIRO, 1997). A queda do número de pessoas ocupadas em atividades agropecuárias e o aumento das pessoas ocupadas com domicílio rural intensificaram-se a partir da segunda metade da década de 80. A redução do trabalho na agricultura obrigou as pessoas a buscarem atividades não agrícolas tanto as urbanas como as rurais. Essa redução do trabalho na agricultura tem basicamente dois motivos principais, a redução da área cultivada e o avanço tecnológico na mecanização das principais culturas (BALSADI, 1997).

Uma questão importante observada é que, de modo geral, a maior parte das atividades não agrícolas exercidas por pessoas que

residem no meio rural exige pouca qualificação profissional e baixo nível educacional. Nesse contexto, as políticas públicas para o meio rural devem considerar a existência de atividades não agrícolas e contribuir para que as pessoas residentes tenham acesso a empregos mais qualificados, possibilitando-as melhores rendimentos. É fundamental na elaboração das diretrizes de políticas públicas que se pense no rural não como agrícola, mas com uma porcentagem significativa de famílias não agrícolas e pluriativas (CAMPANHOLA & G. da SILVA, 2000).

O grande êxodo rural fez com que ocorresse uma intensa urbanização da população brasileira nas últimas décadas (embora tenha havido um arrefecimento no êxodo rural, ainda há um significativo contingente de pessoas que, não encontrando mais condições de sobreviver no meio rural, vão em busca de melhor sorte em centros urbanos). Com isso, a demanda por alimentos aumentou significativamente, mas além de alimentos esta população passa a demandar lazer, moradia e preservação do meio ambiente. Com o aumento das demandas, abrem-se novas perspectivas de trabalho no meio rural com vistas a supri-las. As atividades de prestação de serviços são as atividades não agrícolas que mais se sobressaem no meio rural (DEL GROSSI, 1997). Para uma gama crescente de pessoas residentes no meio rural, a agropecuária vem se tornando uma atividade de tempo parcial. Concomitante, vêm aumentando as pessoas ocupadas em atividades não agrícolas, que buscam uma forma de aumentar os baixos rendimentos obtidos e complementar o tempo disponível de trabalho que não é ocupado na agropecuária.

A procura crescente de formas de lazer associadas ao meio rural, que iniciou de maneira incipiente na década de 70 e se expandiu com a divulgação do pensamento ecológico, proporciona a ampliação de postos de trabalho para a população rural. Em duas localidades do município de Nova Friburgo/RJ e numa aldeia nos Alpes franceses, as pesquisas realizadas demonstraram a expansão de atividades relacionadas à exploração do turismo e que têm introduzido possibilidades de trabalho complementares ou alternativas à agricultura (CARNEIRO, 1997). No distrito São Pedro da Serra, município de Nova Friburgo/RJ, a pequena agricultura familiar encontrava-se em crise, levando a maioria dos produtores e principalmente seus filhos a pro-

curar alternativas de trabalho fora da propriedade. A expansão da exploração do turismo na região propiciou a ampliação da oferta de empregos, fazendo com que diminuísse o número de pessoas que buscavam emprego fora do meio rural. O crescimento da oferta de empregos faz com que ocorra uma reavaliação do modelo de exploração agrícola. Com isso, a pluriatividade ganha espaço traduzindo-se na diminuição da atividade agrícola, que de protagonista passa a complementar a renda das famílias (CARNEIRO, 2000).

O lazer é uma 'nova' função que vem se tornando cada vez mais importante no país, manifestando-se em formas variadas de turismo em áreas rurais e que se desenvolve sem nenhuma política pública específica para esse setor. Sem uma política pública dirigida, cabe às prefeituras o papel fundamental no desenvolvimento dessas atividades, seja criando a infra-estrutura necessária para os atrativos naturais, seja no incentivo a que moradores locais possam oferecer maior diversidade de serviços como pousadas, chalés, pesque-pagues, restaurantes (SILVA, 1998). A grande questão que deve ser mais estudada é a importância das atividades não agrícolas para o meio rural, mas não somente os empregos e a renda das unidades familiares isoladamente, mas sim num sentido mais amplo, de desenvolvimento local. Maior relevância devem ter as atividades capazes de dinamizar a economia local, como salienta TEIXEIRA (1998, p.165):

Dentro dessas novas ocupações que estão emergindo no meio rural, destaca-se o turismo rural, como uma fonte alternativa de desenvolvimento local, capaz de revitalizar as áreas decadentes e estagnadas ao fomentar a diversificação de renda e trabalho para as populações locais. Seja através da valorização dos produtos agrícolas, orientando-os para uma demanda mais específica, mais ecológica, ou a diversificação de atividades no interior do estabelecimento, como por exemplo, fazenda-hotel, pousada, pesque-pague, comida típica, artesanato, industrialização caseira e outras atividades ligadas à recuperação de um estilo de vida dos moradores do campo.

A autora coloca que a participação efetiva da comunidade é fundamental, articulada com uma regulação do Estado. O Estado

tem papel fundamental, apoiando as iniciativas locais através de crédito para investimento e diversificação dos bens e serviços não-materiais. Também deve exercer função reguladora e impor limites à expansão turística para que esta não cresça desordenadamente, gerando impactos sociais, ambientais e econômicos adversos.

▪ O turismo em São Martinho

O município de São Martinho está localizado na Região Sul do Estado de Santa Catarina, fazendo parte da Associação dos Municípios da Região de Laguna (AMUREL), que congrega 18 municípios da Microrregião de Tubarão. Distante 176 Km da capital, Florianópolis, limita-se ao Norte com os municípios de São Bonifácio e Paulo Lopes, ao Sul com Armazém, à Leste com Imaruí e à Oeste com Rio Fortuna e Santa Rosa de Lima. São Martinho possui 236,1 Km² de área territorial. Situa-se no vale do Rio Capivari, seu principal rio, cortando-o no sentido Norte/Sul. O relevo é constituído por uma superfície ondulada e montanhosa, com solos de baixa e média fertilidade.

A região que hoje compreende o município, foi colonizada por imigrantes europeus vindos da região da Westfália no noroeste da Alemanha, entre os anos de 1860 e 1870, tendo até hoje traços inconfundíveis da cultura germânica com 95% da população de origem alemã. Pode-se notar, na área rural, a presença da arquitetura enxaimel, conhecida pela estrutura independente em madeira, preenchida por tijolos e com telhados acentuadamente inclinados. O município emancipou-se politicamente em 1962, desmembrado-se de Imaruí. Segundo o censo de 1996 do IBGE, possui 3.331 habitantes, sendo 2.550 habitantes na zona rural e 781 na zona urbana. A base econômica é a agropecuária, destacando-se a produção de leite, fumo, milho, feijão, mandioca, gado de corte e suínos. Conforme dados da Prefeitura, a utilização do solo está assim distribuída: 59,50 % de vegetação nativa e áreas improdutivas; 27 % de pastagens; 12 % de lavouras anuais; 1 % reflorestamento e 0,5 % de lavouras perenes.

▪ O desenvolvimento da atividade turística

A grave crise pela qual passou a agropecuária nas últimas duas décadas teve efeito mais acentuado, principalmente naquelas regiões e municípios que tinham a base da economia nesse setor, como é o caso de São Martinho. Até 1993, o município tinha a agricultura como sua principal e quase única fonte de renda. Diante da estagnação da economia municipal, baseada quase exclusivamente no setor primário, foi necessário buscar uma outra via de desenvolvimento. A opção encontrada foi pelo desenvolvimento turístico, setor este que já existia, mas de forma latente e desorganizada.

Em 1993, a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina S.A. (EPAGRI) iniciou um trabalho de conservação ambiental, trabalhando a melhoria das águas, preservação dos animais e coleta seletiva de lixo. A partir desse trabalho, o prefeito solicitou que a empresa realizasse cursos de profissionalização para os agricultores, que culminou com a 1ª Festa do Produto Colonial, que se encontra na 7ª edição. De grande repercussão regional, é considerada a maior festa da tradição germânica do Sul do estado. Os agricultores receberam treinamento, começando a produzir produtos de qualidade, agregando valor e escoando a produção com o eventual fluxo de visitação turística. Em 1994, tendo como base a assinatura do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) e a elaboração de um diagnóstico realizado pelo SEBRAE/SC e pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNESUL), inicia o turismo de forma organizada no município. Esse diagnóstico apontou a vocação turística, colocando a atividade como uma alternativa viável para gerar emprego e renda. Após o diagnóstico, as primeiras ações realizadas foram no sentido de conscientizar todos os segmentos da sociedade de que o turismo seria uma alternativa economicamente viável. Foram realizados cursos técnicos, palestras, seminários e missões de intercâmbio com o fim de fazer a população conhecer outras experiências. Esse processo de conscientização tornou-se muito importante e pode-se dizer que quase imprescindível. Em um município que tem sua economia alicerçada na agricultura, a população recebeu a idéia com muita desconfiança, mas quando surgiram os primeiros equipa-

mentos turísticos, ou seja, as primeiras propriedades e começou o fluxo de visitação periódica, foram crescendo a simpatia e a crença no projeto. Isso pode ser constatado pela motivação no embelezamento da sede do município e no engajamento nas iniciativas do poder público municipal. No PNMT, foram desenvolvidas iniciativas como a criação do Conselho Municipal de Turismo, elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico, realização de cursos de formação de guias municipais e estruturação do Fundo Municipal de Turismo.

Para transformar o município em destino turístico, o poder público desenvolveu ações no sentido de melhorar a estética da cidade, através de um projeto de urbanização e paisagismo com o plantio de grande quantidade de flores. Também foi construído o pórtico de entrada da cidade, realizado um concurso de jardins, colocação de sinalização turística, além do apoio técnico e incentivo a quem desejasse ingressar na atividade turística. O município inicialmente trabalhou com a idéia de turismo rural, ecológico e cultural. O turismo ecológico está presente nas trilhas ecológicas e nas belezas naturais abundantes, com potencial de serem exploradas turisticamente. Na parte do turismo cultural, foi criada a Casa da Cultura (Museu do Colonizador), realizado um trabalho de resgate da língua alemã através de cursos gratuitos, resgate da culinária alemã, inaugurado o Museu do Engenho Colonial, criação de grupos folclóricos de canto e dança e uma série de outras realizações. Com relação ao turismo rural, a idéia era fazer do pequeno agricultor um empreendedor do turismo, agregar valor aos produtos e conseqüentemente aumentar a renda familiar. Nesse sentido, a EPAGRI realizou a capacitação de agricultores, através de diversos cursos de profissionalização, propiciando aos turistas produtos com qualidade e higiene adequadas. Pode-se colocar a qualidade como um dos fatores mais importantes no desenvolvimento de qualquer atividade turística, sendo fundamental garantir aos visitantes um alto grau de satisfação. A intenção é que esse turista volte e divulgue bem os produtos. Também foram incentivadas a instalação de pousadas rurais, a realização da Festa do Produto Colonial e a divulgação dos produtos e serviços.

Através de um trabalho conjunto entre a Fundação Catarinense da Cultura, a Santa Catarina Turismo (SANTUR), EPAGRI, SE-

BRAE e prefeituras municipais, foi viabilizado o roteiro turístico Caminhos da Imigração. Deste roteiro, fazem parte os municípios de Armazém, Gravatal, Lauro Müller, Orleans, Pedras Grandes, São Ludgero, São Martinho e Urussanga. São Martinho destaca-se pelas propriedades familiares que produzem e comercializam produtos coloniais e pela gastronomia típica, despertando atenção o café colonial, muito apreciado pelos visitantes. São Martinho também faz parte, dentro dos circuitos turísticos do Estado de Santa Catarina, do Circuito da Cultura Germânica e do Circuito da Colonização Alemã na Grande Florianópolis. O interesse dos turistas pelas belezas naturais, pela cultura germânica e pela culinária está refletindo positivamente no resgate e na preservação das manifestações culturais em todo o município. Isso pode ser verificado no interesse e participação da população local, no incentivo à formação de grupos de dança, nos grupos de senhoras que cultivam e conservam os jardins da sede, na promoção de cursos de culinária e língua alemã. A maioria dos turistas vem ao município devido a três atrativos principais: as belezas naturais, a comida típica e os produtos coloniais. A visitação ocorre o ano inteiro, mas é no verão, devido às cachoeiras abundantes, que se concentra o maior fluxo, principalmente nos finais de semana. Ponto importante é a integração com as termas de Gravatal, que entra na proposta do Roteiro Caminhos da Imigração. Ali se tem um fluxo de turistas o ano inteiro, que se hospedam nos hotéis no município de Gravatal, mas vêm visitar São Martinho. O fluxo de turistas teve um grande aumento entre os anos de 1994 e 1999, como demonstram dados coletados junto à Casa da Cultura. Em 1994, visitaram a Casa da Cultura 354 pessoas, este número alcançando 2.457 pessoas em 1999 (dados até 30 de novembro), perfazendo um crescimento total de 594,07%. Desponta também o turismo religioso. A localidade de Várzea do Cedro é considerada a 'Capital Mundial das Vocações', reconhecida pelo Vaticano.

Há uma preocupação constante em oferecer aos turistas cada vez mais alternativas. O município apresenta as seguintes tipologias: turismo rural, ecoturismo, turismo cultural, turismo religioso e turismo gastronômico. Entre essas tipologias, destacam-se os seguintes atrativos turísticos:

- a) Festa do Produto Colonial: acontece no mês de novembro, desde 1993, tendo o intuito de preservar e cultivar a tradição alemã, divulgar o município e os produtos de seus agricultores. O evento tem como seus principais objetivos: a) estimular e fortalecer o desenvolvimento do município; b) exposição e comercialização dos produtos derivados da atividade agropecuária; c) demonstração da capacidade e das habilidades dos agricultores, resultados dos cursos de profissionalização executados; d) difusão do turismo rural como fonte de renda; e) resgatar e incentivar a preservação da cultura germânica;
- b) Casa da Cultura: prédio tombado pelo patrimônio histórico municipal que abriga o Museu do Colonizador, o Arquivo Histórico Municipal Padre Roer, o Museu Municipal e a biblioteca alemã;
- c) Igreja Evangélica de Confissão Luterana: templo tombado pelo patrimônio histórico municipal com edificação do estilo neogótico da década de 50;
- d) Museu do Engenho Colonial: constituído por máquinas e equipamentos usados pelos colonizadores;
- e) Torno Mecânico do Rio São João: construído com peças vindas da Alemanha, é movido à força hidráulica. Produziu material para a construção da ponte Hercílio Luz de Florianópolis;
- f) Comunidade de Vargem do Cedro: ‘Capital Mundial das Vocações Sacerdotais’, reconhecida pelo Vaticano. Igreja de São Sebastião em estilo romano tardio;
- g) Obras Sacras: espalhadas pelos templos religiosos do Município, produzidas pelo fugitivo de guerra Hugo Berndt;
- h) Salto das Águas: ampla área de natureza preservada, com enorme variedade de vegetação nativa, trilhas para caminhadas ecológicas e balneário com infra-estrutura básica;
- i) Salto do Rio Capivara: área para prática do ecoturismo com piscinas naturais;
- j) Cascata Aparecida: cascata em meio a mata preservada, com grande piscina natural e área para caminhada e descanso;
- k) Venda de produtos coloniais: diversas propriedades, em vários pontos do município, com os mais variados produtos.

Esses atrativos fizeram com que o município, em poucos anos, tivesse um crescimento bastante significativo, principalmente em produtos e serviços diretamente ligados à atividade. No ano de 1993, havia no município dois restaurantes, uma hospedagem, nenhum museu, nenhuma loja de artesanato e nenhum edifício tombado pelo patrimônio histórico municipal. Em contrapartida, no ano de 1999, havia nove restaurantes, quatro hospedagens, três museus, duas lojas de artesanato e três edifícios tombados.

▪ O turismo na propriedade

A pesquisa foi realizada em 12 propriedades rurais que trabalham diretamente com turistas. Foram escolhidas ou por serem hospedagens ou por fazerem parte do roteiro da maioria das excursões que visitam o município. Outro critério ocorreu em função destas estarem citadas na maioria dos documentos e materiais de divulgação do município. Sobre essas propriedades, temos balneários, pousadas, pesque-pague, restaurantes, venda de produtos artesanais e coloniais. As propriedades possuem uma área média de 60,5 ha, variando de 13 ha a menor, até 130 ha a maior. Esses dados mostram que uma área média que equivale a mais de quatro módulos fiscais (o módulo fiscal para São Martinho é igual a 14 ha) seria mais que suficiente para que a maioria dessas famílias obtivesse o sustento da agropecuária. Devido ao relevo montanhoso característico do município, a área agricultável dessas propriedades é muito pequena, tendo em média 20,9 %, variando de um mínimo de 10 % a um máximo de 50 %. É importante observar que, no geral, são as propriedades maiores que possuem relativamente menos áreas agricultáveis. Os números justificam a principal fonte de renda da maioria das propriedades: 58,33 % dedicavam-se à pecuária leiteira. A pouca área de terra agricultável das propriedades permitia a agricultura de subsistência e a produção comercial, ou de culturas que exigiam pouca disponibilidade de terra como é o caso do fumo, produzido em 16,67 % das propriedades, ou de atividades como a pecuária de leite que possibilita utilizar terras excessivamente inclinadas, inviáveis para a agricultura.

Não restaram muitas opções a esses agricultores além da agricultura de subsistência. Com a grave crise na agropecuária, as condições tornaram-se ainda mais difíceis, com o abandono do campo por algumas famílias. As que permaneceram obtiveram da propriedade uma renda muito baixa. Com a opção do município pelo desenvolvimento turístico, elas receberam incentivos e treinamentos para que pudessem inserir-se nessa atividade. As habilidades individuais, a disponibilidade física e a possibilidade de ter acesso a recursos financeiros influenciaram bastante na opção pela atividade turística. Aos poucos, essas propriedades foram inserindo-se na atividade, algumas com mais intensidade, outras com menos. Hoje a participação da atividade turística na renda total das propriedades pesquisadas é grande para 58,3 %, média para 16,7 % e pequena para 25 %. Como atividade principal ou apenas complementando a renda das famílias, o fato é que a maioria está satisfeita, como coloca uma entrevistada: “Agora é uma vida mais tranqüila, antes era tudo contadinho, agora a gente tem dinheiro, agora sobra (...), melhorou bastante, bastante mesmo” (Entrevistada).

Atualmente o fluxo turístico está aumentando para 75% dos pesquisados e estável para os 25 % restantes. A perspectiva futura da atividade turística é boa para 91,7 % e razoável para 8,3 % dos pesquisados. Interessante colocar como foi acontecendo a inserção das famílias na atividade, isto devido, entre outros, ao crescimento do turismo no município com o aumento do fluxo de turistas:

A gente viu o movimento das pessoas (...). Achou que uma coisa puxa a outra, a gente acaba entrando junto na história. E a gente entrou pensando em ganhar um pouco mais. (Entrevistada).
Outra entrevistada acrescenta: Vendo o desenvolvimento do turismo na comunidade e como na comunidade não tinha turismo desse tipo, a gente pensou em colocar (...), e ter uma coisa a mais de turismo na comunidade, uma coisa diferente que não tinha ainda. Ter uma renda a mais. (Entrevistado).

As propriedades que hoje se encontram explorando alguma atividade relacionada ao turismo conseguiram elevar consideravelmente seu nível de renda, seja naquelas que hoje o turismo é a principal

atividade, seja naquelas em que este complementa a renda. Isso repercute positivamente na comunidade com mais famílias, buscando oferecer algum tipo de produto turístico. A maior contribuição das famílias para a comunidade é a geração de empregos tanto permanentes como temporários. Quase todas as propriedades pesquisadas empregam esse tipo de mão-de-obra, proveniente da comunidade onde está localizada a propriedade, principalmente de vizinhos: “Eu comecei sozinha, aí depois eu peguei uma ajudante, era uma vizinha, peguei mais outra vizinha e agora peguei outra, então hoje eu tenho três, e hoje eu devia ter mais alguma”. (Entrevistada).

Os aspectos principais que podem ser destacados na atividade não agrícola, no caso o turismo no meio rural, nas propriedades pesquisadas é a geração de renda, com a conseqüente melhora do nível de vida dessas famílias e a geração de empregos diretos com a contratação de mão-de-obra local, podendo ser temporária ou permanente. Também é importante colocar a geração de empregos indiretos, pois a quase totalidade dos entrevistados adquire, para a propriedade, produtos e/ou matérias-primas dos vizinhos, possibilitando assim a colocação desses produtos, gerando renda para as famílias. Outro aspecto é que há propriedades onde membros das famílias saíram na busca de empregos ou de estudo, agora retornando para trabalhar nessa nova condição. É unanimidade entre as pessoas que acompanham e trabalham diretamente na atividade turística no município de que o turismo no meio rural melhorou consideravelmente o padrão de vida da população e principalmente está gerando empregos, beneficiando a comunidade como um todo.

As soluções para os problemas do meio rural já não recaem somente sobre políticas dirigidas às atividades agrícolas, mas também se faz necessário uma política que apoie todas as atividades produtivas, agrícolas e não agrícolas, contribuindo para aumentar a renda e melhorar as condições de vida da população rural. O turismo no meio rural não é apresentado neste trabalho como solução para os problemas do campo, mas como uma opção de renda e emprego para as famílias, principalmente nas regiões menos favorecidas em termos geográficos e climáticos, onde as opções de produção agrícola são reduzidas.

Faz-se a ressalva de ser uma experiência isolada num pequeno município, mas o que se buscou mostrar com a experiência de São

Martinho é que a vontade política aliada a parcerias com instituições ligadas ao desenvolvimento da atividade é fundamental para implantar um processo de desenvolvimento turístico. Corroboram com essa afirmação as estratégias de desenvolvimento integrado implementadas no final dos anos 80 pelo município de Tychero na Grécia e que posteriormente foi reproduzido no departamento de Evros, no extremo nordeste do país. Essa estratégia é caracterizada por dois elementos principais: “Uma política marcadamente voluntarista da parte dos poderes públicos locais; a criação de novas atividades, explorando as complementaridades entre os diferentes setores do município: a agricultura, artesanato, turismo, cultura e meio ambiente”. (PRESVELOU, 1998, p.116). A autora salienta ainda que a ‘fraqueza’ do setor privado balizou a condução do processo pelo setor público, sendo que o município concebeu um plano de desenvolvimento visando a aumentar a produtividade do setor agrícola, melhorar a qualidade de vida e criar empregos.

Há ainda questões que precisam ser mais bem respondidas: quais são as possibilidades e potencialidades do turismo no meio rural para constituir-se em dinamizador de um processo de desenvolvimento municipal e regional? Qual a contribuição efetiva que se pode vislumbrar das experiências que são estudadas em relação à geração de renda e emprego?

▪ Bibliografia

- BALSADI, O. V. Emprego agrícola no Brasil e no estado de São Paulo nos anos 90. *Revista Ops*, Salvador, v.2, n.7, p.15-23, 1997.
- CAMPANHOLA, C., SILVA, J. G. da. *Diretrizes de políticas públicas para o novo rural brasileiro* : incorporando a noção de desenvolvimento local. Disponível no site (<http://eco.unicamp.br/projetos/rurbano.html>) em 21/01/2000.
- CARNEIRO, M. J. Política pública e agricultura familiar : uma leitura do Pronaf. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, 8: p.70-82, abr. 1997.

- _____. *O ideal rurbano* : campo e cidade no imaginário de jovens rurais. Disponível no site (<http://eco.unicamp.br/projetos/rurbano.html>) em 21/01/2000.
- CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO SÃO MARTINHO. *Seminário de Planejamento Turístico do Município de São Martinho*. São Martinho, 1998. p.17.
- DEL GROSSI, M. E. *A pluriatividade no meio rural brasileiro*. In.: *XXXV Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural (1997: Natal)*. Anais. Natal : SOBER, 1997. p.804-837.
- FRELLO, C. P. *Plano de desenvolvimento do ecoturismo no município de São Martinho-SC*. Florianópolis : SEBRAE-SC, 1998. p.81.
- FÜRSTENAU, V. A política de crédito rural na economia brasileira após 1960. *Ensaio*, Porto Alegre, 1987. p.139-154.
- HOMEM DE MELO, F. A agricultura familiar nos anos 80 : perspectiva e conflitos entre objetivos de política. *Estudos Econômicos*, São Paulo, 1980. p.57-101.
- MUNHOZ, D. G. *Economia Agrícola* : agricultura uma defesa dos subsídios. Rio de Janeiro : Vozes, 1982.
- PRESVELOU, C. *Ações inovadoras em turismo rural*. In: ALMEIDA, J., FROEHLICH, J. M., RIEDL, M. (orgs.). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Santa Maria: Departamento de Extensão Rural, 1998. p.111-126.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO MARTINHO. *Projeto memória* : resgate da cultura germânica em São Martinho. São Martinho, 1997. p.18.
- REZENDE, G. C. de. *A agricultura brasileira na década de 80* : crescimento numa economia em crise. Rio de Janeiro : IPEA, 1993.
- SCHNEIDER, S. *Agricultura familiar e industrialização* : pluriatividade e descentralização industrial no Rio Grande do Sul. Porto Alegre : Ed. Universidade/UFRGS, 1999.
- SILVA, J. G. da. Urbanização e pobreza no campo. In.: RAMOS e REYDON (orgs.). *Agropecuária e agroindústria no Brasil*. Campinas, 1995. p.127-150.

SILVA, J. G. da. O novo rural brasileiro. *Nova Economia*, Belo Horizonte, v.7, n.1, p.43-81, 1997.

SILVA, J. G. da. Resistir, resistir, resistir: considerações acerca do futuro do campesinato no Brasil. In.: XXXIII Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural (1995 : Curitiba). *Anais*. Curitiba: SOBER, 1995. v. 2. p.762-777.

TEIXEIRA, V. L. Pluriatividade e agricultura familiar na região serrana do estado do Rio de Janeiro. Curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, UFRRJ, Rio de Janeiro, 1998. (Dissertação de mestrado).

Sobre o livro

Formato: 16 x 23 cm
Mancha: 11,2 x 18 cm
Tipologia: Granjon (texto)
Frutiger (encabeçamento)

Equipe de realização

Coordenação Executiva: Luzia Bianchi
Produção Gráfica: Renato Valderramas
Edição de Texto: Carlos Valero
Revisão: Mariza Inês Mortari Renda,
José Romão e Andrea Langbecker
Projeto Gráfico: Renato Valderramas
Criação da Capa: Renato Valderramas
Catalogação: Valéria Maria Campaneri
Diagramação: Carlos Fendel