

ESTER CRISTINA BACK SCHULZ

**TURISMO NO ESPAÇO RURAL NA ÁREA DE
INFLUÊNCIA DE MARINGÁ - PARANÁ**

MESTRADO EM TURISMO E HOTELARIA

**Universidade do Vale do Itajaí
Centro de Educação Balneário Camboriú
Balneário Camboriú – 2006**

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

ESTER CRISTINA BACK SCHULZ

**TURISMO NO ESPAÇO RURAL NA ÁREA DE
INFLUÊNCIA DE MARINGÁ - PARANÁ**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Turismo e Hotelaria, pela Universidade do Vale do Itajaí, Centro de Educação Balneário Camboriú, área de concentração Planejamento e Gestão do Turismo e da Hotelaria.

Orientador: Prof. Dr. Paulo dos Santos Pires.

**Universidade do Vale do Itajaí
Centro de Educação Balneário Camboriú
Balneário Camboriú – 2006**

ESTER CRISTINA BACK SCHULZ

**“TURISMO NO ESPAÇO RURAL NA ÁREA DE
INFLUÊNCIA DE MARINGÁ - PARANÁ”**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre, no Programa de Mestrado Acadêmico, do Curso de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Turismo e Hotelaria, Área de Concentração: Planejamento e Gestão do Turismo e da Hotelaria, da UNIVALI Balneário Camboriú, SC, pela seguinte banca examinadora:

Prof. Dr. Paulo dos Santos Pires – UNIVALI

Prof. Dr. Francisco dos Anjos – UNIVALI

Prof. Dr. Bruno Luiz Domingos De Angelis – UEM

Balneário Camboriú, 13 de julho de 2006.

AGRADECIMENTOS

Ao concluir este trabalho, expresso minha gratidão aos meus professores do Programa de mestrado em Turismo e Hotelaria da Univali, em especial ao Professor Dr. Paulo dos Santos Pires pelos ensinamentos e pela orientação.

Aos meus familiares, meus pais Terezinha e João (*in memoriam*), minha amiga Leonilda que impulsionaram esta caminhada educativa.

Ao meu esposo Gilberto que teve compreensão para com as ausências e principalmente pela carência no cumprimento do meu papel de esposa neste período tão conturbado, e as intermináveis horas dedicadas à elaboração e redação deste trabalho.

RESUMO

Esta dissertação trata de analisar as características do Turismo no Espaço Rural na Região de Influência de Maringá-PR com base na oferta e na demanda atual. As informações levantadas através do trabalho de campo foram importantes no que diz respeito ao ordenamento do segmento do turismo rural, sendo essa, uma das diretrizes propostas pelo Ministério do Turismo para o desenvolvimento do turismo rural no Brasil. Apresenta-se ainda o relato de três estudos de casos escolhidos por sua importante representatividade na região pesquisada, onde buscou-se identificar os diferentes tipos de turismo que efetivamente se desenvolvem no Espaço Rural bem como o perfil, a expectativa da demanda e o nível de satisfação dos visitantes nos empreendimentos rurais. São explicitadas algumas bases conceituais do Turismo no Espaço Rural, as “novas” funções do espaço rural e das diretrizes e estratégias norteadoras para a convergência de políticas e de ações no processo de conhecimento e ordenamento do Turismo Rural no Brasil. A metodologia utilizada, estudo de caso múltiplo optou pela abordagem qualitativa e quantitativa com visitas de campo e entrevistas estruturadas e semi-estruturadas com perguntas abertas e fechadas. O resultado da pesquisa sobre a demanda que frequenta o turismo no espaço rural mostra que a grande maioria são profissionais liberais que viajam em família, com uma condição educacional privilegiada, que vão em busca de tranquilidade e a aproximação com a natureza, tendo seu nível de satisfação em geral alcançado. Quanto aos proprietários, estes apresentaram alta escolaridade e administram seu próprio empreendimento, que, além das ofertas turística e recreativa, possuem atividades primárias em suas propriedades. Verificou-se que os proprietários ingressaram na atividade turística com motivações de ordem econômica, buscando agregar valores e aumentar os rendimentos. A análise do atual panorama do Turismo no Espaço Rural na Região de estudo demonstrou que a atividade encontra-se em um estágio inicial de desenvolvimento.

Palavras-chave: Turismo no Espaço Rural; “Novas” atividades rurais; Políticas Públicas; Região de Influência de Maringá - PR.

ABSTRACT

This present essay analyzes the characteristics of Maringá-PR countryside influence area of Tourism in bases of current offer and demand. The information raised by the field search was important on the respect of the organization of the countryside segment, been this, one of the proposed directions for the Tourism Ministry for the development of rural tourism in Brazil. It brings up the report of three case studies chosen for their important representativity in the study area where it was tried to identify kinds of tourism that effectively were developed in the Countryside Area, as their profile, the demand expectation and the level of visitors satisfaction in the rural researched enterprise. Some conceptual bases on the Tourism in the countryside area will be shown, as the 'new` functions of the countryside and the directions and strategies of polices and actions in the process of knowledge and ordenment of the Countryside Tourism in Brazil. The methodology used, study of multiple cases chose the qualitative and quantitative approach with field visits and structured and semi-structured interviews with open and closed questions. The results of the research on the demand of the rural tourism space shows that the great majority who travel is formed by liberal professionals with their families, which have an above average educational level and look for peacefulness and closeness to the nature, having their satisfaction level reached. The property owners show high educational level and run their own enterprise, which besides having tourist and recreational offers, also have regular activities in the property. It was verified that those property owners get into this business for economic motivation, trying to incorporate alternative activities and increase their incoming.

Keywords: Countryside Tourism; 'New` countryside activities; Public Politics, Maringá-PR Influence Area.

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|-----------|---|----|
| Figura 1 | Área de Influência de Maringá que abrange as mesorregiões: Noroeste, Centro-Occidental e Norte-Central do Estado do Paraná onde se encontram as propriedades turísticas pesquisadas | 48 |
| Figura 2 | Planaltos Paranaenses, sem elementos cartográficos | 49 |
| Figura 3 | Mapa Político do Paraná, com destaque aos Municípios pesquisados, sem escala | 50 |
| Figura 4 | Cultura de mandioca Região Noroeste | 53 |
| Figura 5 | Chalés para os hóspedes | 56 |
| Figura 6 | Trilhas ecológicas interpretativas | 56 |
| Figura 7 | Barracão onde são servidas as refeições | 57 |
| Figura 8 | Atividades de lazer Fazenda Fonte Luminosa | 58 |
| Figura 9 | Produção de soja – Santa Fé | 62 |
| Figura 10 | Cachoeira no Rio Bandeirantes do Norte | 63 |
| Figura 11 | Antiga pedreira e a degradação do ambiente decorrente da pedreira | 64 |
| Figura 12 | Água do riacho denominado “Água do Pito” para abastecer a piscina | 65 |
| Figura 13 | Infra-estrutura turística do Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes | 66 |
| Figura 14 | Infra-estrutura turística da estação de lazer Salto Bandeirantes | 67 |
| Figura 15 | Vista panorâmica da Fazenda Água Azul | 73 |
| Figura 16 | Antigas casas de colonos, adaptadas para hospedagem de turistas e mobília interna | 74 |
| Figura 17 | Atividades de lazer oferecidas aos hóspedes | 75 |
| Figura 18 | Museu do café | 76 |
| Figura 19 | Antiga escola da fazenda, adaptada para refeitório | 77 |
| Figura 20 | Barracão para reuniões, jogos, refeição, etc | 77 |
| Figura 21 | Mata nativa | 78 |

LISTA DE QUADROS E TABELAS

| | | |
|-----------|--|----|
| Quadro 1 | Diretrizes do Turismo Rural no Brasil (2003-2007) | 40 |
| Quadro 2 | Infra-estrutura turística e atividades de lazer – Fazenda Fonte Luminosa | 55 |
| Quadro 3 | Infra-estrutura turística e atividades de lazer – Fazenda Salto Bandeirantes | 65 |
| Quadro 4 | Infra-estrutura turística e atividades de lazer – Fazenda Água Azul | 73 |
| Tabela 1 | Gênero dos turistas entrevistados nas fazendas | 79 |
| Tabela 2 | Estado civil dos turistas entrevistados | 80 |
| Tabela 3 | Faixa etária dos turistas entrevistados | 80 |
| Tabela 4 | Grau de escolaridade dos turistas entrevistados | 81 |
| Tabela 5 | Profissões exercidas pelos turistas entrevistados | 81 |
| Tabela 6 | Nível de renda dos turistas entrevistados | 82 |
| Tabela 7 | A forma como os entrevistados realizam suas viagens | 82 |
| Tabela 8 | Se o entrevistado tem o hábito de buscar o meio rural como destino turístico..... | 83 |
| Tabela 9 | Frequência com que o entrevistado realiza o turismo no espaço rural | 83 |
| Tabela 10 | Cidade de residência permanente dos entrevistados | 84 |
| Tabela 11 | Meio de propaganda que influenciou o entrevistado a procurar o turismo no espaço rural | 85 |
| Tabela 12 | Aspectos relativos à motivação que fizeram com que o entrevistado buscasse o turismo no espaço rural | 85 |
| Tabela 13 | Itens da propriedade visitada que mais agradaram os turistas entrevistados | 86 |
| Tabela 14 | Nível de satisfação alcançado pela demanda em relação à propriedade visitada | 87 |

LISTA DE SIGLAS

| | |
|----------|---|
| COPEL | Companhia Paranaense de Energia Elétrica |
| EMBRAPA | Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária |
| EMBRATUR | Instituto Brasileiro de Turismo |
| EMPETUR | Empresa Pernambucana de Turismo |
| FAEP | Federação da Agricultura do Estado do Paraná |
| IBAMA | Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis |
| IBGE | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística |
| IAPAR | Instituto Paranaense de Assistência Rural |
| OMT | Organização Mundial do turismo |
| PRONAF | Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar |
| SANEPAR | Companhia de Saneamento do Paraná |

SUMÁRIO

| | | |
|------------|---|----|
| 1 | INTRODUÇÃO | 11 |
| 1.1 | Problema de pesquisa | 13 |
| 1.2 | Objetivos | 13 |
| 1.2.1 | Objetivo geral | 13 |
| 1.2.2 | Objetivos específicos | 14 |
| 2 | FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA | 15 |
| 2.1 | A expressão do turismo na atualidade | 15 |
| 2.2 | Turismo no espaço rural | 16 |
| 2.2.1 | Um breve histórico do turismo no espaço rural..... | 17 |
| 2.2.2 | O rural como espaço turístico | 21 |
| 2.2.3 | Conceitos de turismo rural e turismo no espaço rural | 27 |
| 2.3 | Desenvolvimento do turismo rural no Brasil | 31 |
| 2.4 | O Espaço rural e as atividades não agrícolas | 34 |
| 2.5 | Políticas públicas e ações da sociedade para o turismo rural no Brasil – diretrizes do Ministério do Turismo 2003-2007 | 38 |
| 3 | METODOLOGIA | 43 |
| 3.1 | Método de pesquisa | 43 |
| 3.2 | Procedimentos metodológicos | 45 |
| 3.3 | Tratamento e análise dos dados | 46 |
| 4 | CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO DE INFLUÊNCIA DE MARINGÁ - PARANÁ | 48 |
| 4.1 | Caracterização do município de Paranavaí | 51 |
| 4.1.1 | Origem e estruturação turística Fazenda Fonte Luminosa – Paranavaí | 54 |
| 4.1.2 | Infra-estrutura turística da Fazenda Fonte Luminosa Turismo Rural | 55 |
| 4.2 | Caracterização do município de Santa Fé | 60 |
| 4.2.1 | Origem e estruturação turística da Fazenda Salto Bandeirantes – Santa Fé | 63 |
| 4.2.2 | Infra-estrutura turística da Fazenda Salto Bandeirantes | 65 |
| 4.3 | Características do município de Fênix | 68 |
| 4.3.1 | Origem e estruturação turística da Fazenda Água Azul – Fênix | 70 |
| 4.3.2 | Infra-estrutura turística da Fazenda Água Azul | 73 |

| | | |
|------------|--|------------|
| 5 | A DEMANDA TURÍSTICA NA ÁREA DE ESTUDO..... | 79 |
| 5.1 | Perfil sócio-econômico, motivação e nível de satisfação dos visitantes dos empreendimentos de Turismo no Espaço Rural na região de estudo | 79 |
| 5.2 | O posicionamento e as perspectivas dos empreendedores diante do desenvolvimento do Turismo no Espaço Rural | 88 |
| 5.2.1 | Resultado da entrevista com proprietário do Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes – Município de Santa Fé – PR | 89 |
| 5.2.2 | Resultado da entrevista com proprietário – Fazenda Água Azul – Município de Fênix | 90 |
| 5.2.3 | Resultado da Entrevista com proprietário – Fazenda Fonte Luminosa – Município de Paranaíba | 91 |
| 6 | ANÁLISE DOS RESULTADOS | 94 |
| 6.1 | Considerações sobre o perfil da demanda | 94 |
| 6.2 | Análise dos resultados da pesquisa em relação aos proprietários dos empreendimentos turísticos no espaço rural | 99 |
| 7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS | 105 |
| | REFERÊNCIAS | 109 |
| | APÊNDICES | 115 |
| | ANEXOS | 127 |

1 INTRODUÇÃO

A história recente da humanidade, principalmente ao longo do século XX, foi marcada por transformações em todos os sentidos possíveis, em sua maioria, graças ao desenvolvimento das ciências. As revoluções nas tecnologias agrícola, industrial, bem como nos transportes, comunicações, etc, permitiram que se ampliasse rapidamente a produção de bens e serviços, além de estabelecer níveis de consumo cada vez mais elevados. Apesar de sua importância econômica e social na atualidade, o turismo como área do conhecimento científico está apenas iniciando um processo que tem evoluído compassadamente através dos anos.

O processo de urbanização pelo qual a humanidade vem passando, agregado ao desenvolvimento tecnológico e o rareamento das relações interpessoais, acabaram por acarretar ao homem moderno um *modus vivendi* estressante e muitas vezes solitário.

O desenvolvimento urbano, a violência, a poluição, a rotina fazem com que a população procure sair do caos urbano para resgatar valores relacionados a uma vida menos estressante, em que se tenha um maior contato com a natureza e realize tarefas prazerosas que a revitalize novamente.

Essa busca de revitalização, juntamente ao aumento de tempo livre gerado pela economia moderna, oportuniza a população a procura de ambientes diferenciados, como o espaço rural. Este além de proporcionar-lhe ar puro, tranquilidade e segurança, permite um inter-relacionamento com a população local que muitas vezes remete o visitante ao passado, fazendo-o revisitar a sua própria história ou a história de seus antepassados. (SCHNEIDER; FIALHO, 2000; ALMEIDA; BLOS, 2000).

Com o crescimento da demanda turística em espaço rural, vislumbra-se uma alternativa econômica para o desenvolvimento do meio rural, uma vez que a agricultura tem apresentado dificuldades em ser sua única base econômica. (SILVA; CAMPANHOLA, 2000).

Assim, vivencia-se um momento caracterizado pela introdução do turismo como atividade alternativa de exploração econômica para os produtores e que pode ser futuramente o alicerce para o desenvolvimento rural. Entretanto, percebe-se a falta de informações sobre o que realmente oferecer ao turista e como gerenciar essa atividade num setor que não apresenta a função da produção formal nem uma estrutura comum às outras indústrias, mas que possui um caráter multidisciplinar e exige uma gestão com cooperação para o desenvolvimento da atividade, além da novidade de produção de um produto intangível. (OLIVEIRA, 1997). Essa

deficiência de conhecimentos pode resultar em estratégias mal elaboradas e vir a interferir negativamente no desenvolvimento da atividade. As conseqüências disso podem ser a descaracterização, tanto do espaço como do homem rural, visto que seus valores intrínsecos podem perder-se ou, pelo menos, serem alterados; a falta de competitividade e, por fim, o agravamento da situação dos empreendimentos de Turismo no Espaço Rural, como ocorreu com o turismo de massa no passado.

A atividade turística no espaço rural vem sendo bastante estudada, não apenas como alternativa econômica para propriedades rurais, mas também como geradora de empregos e dinamizadora de economias locais. Ela representa, em alguns casos, nas propriedades envolvidas, não somente um complemento de renda, mas torna-se a atividade principal, onde os membros da família disponibilizam a maior parte de seu tempo de trabalho. As atividades turísticas no espaço rural, na maioria das vezes, são complementares e permitem aos produtores outras fontes de renda, possibilitando a valorização de seus produtos e de seu patrimônio cultural.

O espaço rural já não pode mais ser caracterizado como exclusivamente agrícola, pois nele há um conjunto de atividades não-agrícolas, como prestação de serviços, comércio e indústria, que exercem uma força cada vez maior na dinâmica populacional do espaço rural brasileiro. Entre as novas atividades no espaço rural, estão a prestação de serviços voltados ao lazer (sítios de recreio, bem como o turismo rural) e a moradia (sobretudo para pessoas que procuram esse espaço para fugir do estresse causado pelas grandes metrópoles).

Diante dessa realidade, esta pesquisa visa a descrever as características do Turismo no Espaço Rural no Noroeste, Norte Central e Centro Ocidental do Paraná, em que três empreendimentos rurais (Fazenda Fonte Luminosa, Fazenda Água Azul e Fazenda Salto Bandeirantes) foram selecionados para estudo de caso pela importância de sua representatividade, dentre a diversidade das atividades turísticas desenvolvidas no espaço rural. Além disso, pretende também, contribuir, com elementos de análises, para que os empreendedores turísticos possam avaliar o seu próprio negócio visando a sustentabilidade da atividade no longo prazo.

Acredita-se que este estudo trata de uma temática bem atual e relevante que vem crescendo no Brasil. A evolução e a dinâmica de que o rural, no mundo contemporâneo, vem cada vez mais adquirindo novas funções, em especial, as relacionadas com a área de lazer e de turismo, de transformações agroindustriais e de prestação de serviços auxiliares à produção.

Diante da complexidade da atividade turística, este estudo busca oferecer novos elementos que fortaleçam o desenvolvimento do Turismo no Espaço Rural, sendo também

uma fonte de partida para a realização e aprofundamento de novas pesquisas.

1.1 Problema de pesquisa

Observa-se que algumas propriedades rurais da Região de Influência de Maringá - Paraná, vêm implantando a atividade turística, utilizando a própria área territorial sem nenhum planejamento ou sem uma análise mais aprofundada sobre o verdadeiro potencial turístico local, apenas confiando nos recursos paisagísticos relacionados ao patrimônio natural e cultural que possuem e também na demanda potencial.

Nesse sentido, para justificar os objetivos da pesquisa, foram necessárias algumas perguntas chave, que direcionaram a busca por informações, focadas nos seguintes questionamentos:

- Qual o perfil e a expectativa da demanda turística atual e como esta avalia sua experiência turística no Espaço Rural na Região de estudo?
- As imagens do Turismo no Espaço Rural e as tipologias a elas associadas na promoção turística, possuem coerência e identidade com a oferta efetivamente existente na região de estudo?
- Que tipos de turismo efetivamente se desenvolvem no Espaço Rural na Região de estudo?

Assim, por meio das perguntas iniciais, pode-se estabelecer os objetivos a serem alcançados e a metodologia mais adequada, que junto culminaram nos resultados da pesquisa aqui apresentada.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Analisar as características do Turismo desenvolvido no Espaço Rural na Região de Influência de Maringá – Paraná, com base na oferta e na demanda atual de três empreendimentos representativos.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar os atrativos existentes e as atividades oferecidas no Espaço Rural na Região de Influência de Maringá - Paraná;
- Verificar o perfil, a expectativa de demanda e o nível de satisfação dos visitantes da região;
- Analisar a Oferta Turística no Espaço Rural a partir dos atrativos, atividades e serviços existentes nas propriedades rurais, e a sua coerência com as tipologias e imagens divulgadas através da promoção turística.

A revisão bibliográfica pertinente foi composta por cinco itens fundamentais: a expressão do turismo na atualidade, turismo no espaço rural, desenvolvimento do turismo rural, o espaço rural e as atividades não agrícolas, políticas públicas e ações da sociedade para o turismo rural no Brasil – diretrizes do Ministério do Turismo 2003-2007.

No momento seguinte, são apresentados a metodologia e a caracterização dos empreendimentos e respectivos municípios de localização através de uma descrição dos empreendimentos contemplados no presente trabalho, assim como dos municípios em que estão inseridos.

Após essa etapa, elaborou-se finalmente a apresentação dos resultados, composta da tabulação das entrevistas realizadas, a análise e as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A expressão do turismo na atualidade

O Turismo, embora seja um setor que adquiriu força em um tempo recente da economia, já figura como um dos maiores geradores de recursos econômicos mundiais. Isso se dá pela complexidade que o envolve e por sua evolução e abrangência, o que o torna cada vez mais segmentado, exigindo um esforço redobrado no sentido de buscar e apreender as suas especificidades. Por outro lado, faz-se necessário também conhecer os benefícios e as ameaças, intensificando estudos e pesquisas no setor para satisfazer um público cada vez mais diversificado, exigente e ciente de que o direito ao lazer e ao turismo é uma conquista da sociedade.

O turismo é, incontestavelmente, um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais expressivos das sociedades ditas pós-industriais e representa hoje, uma das mais importantes formas de reprodução de capital e de captação de divisas.

Segundo a OMT (1990), a evolução do turismo condiciona-se às forças do mercado, constituídas pela demanda, pela oferta e pela distribuição dos produtos e serviços turísticos, e também pelas variáveis, fatores não diretamente relacionados com o turismo, mas que influenciam seus fluxos.

Para Beni (2002, p. 25), “o Turismo gera um amplo e complexo conjunto de relações interpessoais, constituindo-se um fenômeno social, característico da sociedade pós-moderna, que está presente na vida de todos que participam dela, mesmo na diferença de classes, grupos, etnias e nações”.

A facilidade na veiculação de informações levou os lugares, seus padrões sociais, suas belezas naturais e culturais, sua economia e política a todos os outros lugares. Hoje, já não existem mais barreiras políticas ou sociais, visto que a maioria dos países já pactuam um modo quase único de comércio que influi, de certo modo, nas suas formas políticas, concedendo também aberturas nos padrões sociais. Talvez como reação à globalização e à padronização, há um crescente reconhecimento do valor da diversidade cultural. Paralelamente, esse reconhecimento é um desejo consciente de manter e divulgar as características únicas e especiais de grupos étnicos e sociedades receptoras como um princípio fundamental de promoção e desenvolvimento do turismo. (TRIGO, 1999).

Desta forma, inversamente ao sentido de padronização econômica impressa pela globalização no cenário mundial, o turismo enaltece o diferente, as singularidades locais e regionais como atratividade a ser utilizada para a realização da atividade. Para Rodrigues (1999, p. 58), “global não significa homogêneo, nem uniforme, muito pelo contrário, o global se alimenta das diferenças”.

O turismo ao mesmo tempo em que se caracteriza como uma atividade que proporciona lazer, recreação e descanso, de outro lado, possibilita a geração de trabalho e renda. Segundo Urry (1999, p. 17):

O turismo é uma atividade de lazer, que pressupõe seu oposto, isto é, um trabalho regulamentado e organizado. Constitui uma manifestação de como o trabalho e lazer são organizados, enquanto esferas separadas e regulamentadas da prática social, nas sociedades ‘modernas’. Com efeito, agir como um turista é uma das características definidoras de ser ‘moderno’ e liga-se a grandes transformações do trabalho remunerado. É algo que passou a ser organizado em determinados lugares e a ocorrer em períodos regularizados.

Com a rápida expansão da atividade e as conseqüências geradas pelo seu crescimento aleatório em diferentes espaços turísticos os quais não previram ou não dimensionaram seus efeitos, torna-se imprescindível que profissionais da área estejam atentos à constante evolução do meio onde a atividade turística esteja se desenvolvendo.

2.2 Turismo no espaço rural

Com o término da Segunda Guerra Mundial, a década de 1950 trouxe o turismo no bojo do crescimento econômico de alguns países da Europa e nos Estados Unidos. Hoje países como França, Espanha, Estados Unidos retiram grande parte de suas divisas desta atividade que, atualmente, está em evidência em praticamente todo o mundo, pela importância não só econômica, mas também por sua atuação na preservação dos bens histórico-culturais e ambientais, matérias-primas para o turismo.

Um dos motivos do surgimento das atividades turísticas no espaço rural é a decadência e as dificuldades enfrentadas pelas famílias rurais em suas atividades primárias. A busca de alternativas, além de desafiadora, também se torna imprescindível.

2.2.1 Um breve histórico do turismo no espaço rural

Os primeiros casos de turismo em espaço rural foram registrados no final do século XIX na Europa (Áustria e Suíça). Porém, de acordo com Selva (1998, p. 256), “só nos anos cinquenta desponta como uma atividade planejada, principalmente na França, Espanha e Itália, com o desenvolvimento econômico geral dos países industriais e com a democratização das férias dos trabalhadores”. Também em Portugal, na Grã-Bretanha e em outros países, a prática da hospedagem rural ganhou fôlego com a valorização da história e da cultura, pois, na zona agrária do velho continente, é possível encontrar edificações que são vestígios arquitetônicos da Idade Antiga e da Idade Medieval, além da culinária e das vinícolas. Atividade que, de acordo com Tulik (2003), esteve relacionada com problemas estruturais, como as crises e os baixos preços dos produtos agrários que aliada à redução do protecionismo resultou nas constantes quedas de rentabilidade das propriedades rurais.

Por sua vez, na América do Sul, o turismo rural, segundo Portuguesez (2005), passou a contar com maiores atenções, a partir dos anos 1980, nos pampas da Argentina, no Uruguai, nas zonas de imigração européia do Brasil, nas fazendas de café da Colômbia e nas rotas incas do Peru.

No continente americano, a hospedagem em propriedades rurais surgiu, provavelmente, com a acomodação de viajantes, caçadores e pescadores que se deslocavam pelo interior dos Estados Unidos, onde se constatava grande carência de hospedarias e refeitórios. Surgiram assim as chamadas *Farm Houses*, ou ainda *Country Vacations*. (EMBRATUR, 1994, p. 6). Aos poucos, essas propriedades se estruturaram melhor para alimentar, acomodar e entreter os usuários, dando origem aos primeiros resorts e Hotéis-fazenda norte americanos. Atualmente essas unidades são conhecidas como *Working Farm*, *Working Ranch*, *Guest Farm*, *Ranch resort* ou *Lodge Resorte Wilderness Lodge*. (EMBRATUR, 1994, p. 6).

O Turismo Rural no Brasil é uma atividade turística relativamente nova quando comparada a outras modalidades, tais como o modelo “sol e praia” e o “ecoturismo”.

Para Selva (1998), o surgimento do Turismo Rural como alternativa de renda deve-se, em parte, aos problemas oriundos da crise do setor agrícola, que provocou uma crescente perda de capital humano, resultado do êxodo rural (saída do homem do campo para a cidade) e transformação da economia rural. Em conseqüência desse fato, verificam-se mudanças principalmente nas grandes cidades (crescimento desordenado, agitação, etc.), ou seja, nas

palavras de Rodrigues (2000b, p. 90) “a cidade é alardeada como monstro causador de estresse”.

A hospedagem apresenta-se como um traço comum nas ocorrências de turismo em espaço rural nos países da União Européia. Pode-se compreender, a partir daí, que em tais países, o alojamento constitui a base sobre o qual está alicerçado o turismo em espaço rural. Para Tulik (2003, p. 56), “[...] o Turismo no Espaço Rural, desde o início, esteve associado à oferta de alojamento, no qual se baseiam a estrutura, a organização e a regulamentação dos diferentes tipos”.

Os países europeus onde o turismo em espaço rural se iniciou de forma organizada e, a partir de então, adquiriu visibilidade e se difundiu, foram a França, Portugal, Espanha e Itália. “Atualmente, 20% dos agricultores austríacos, suíços e suecos recebem turistas em suas propriedades. Na Alemanha e na Holanda, esse número é de 8%; na França, 4% e na Itália, 2%”. (CAVACO, 1996, p. 119-120). No entanto, na Europa, devido às condições sociogeográficas específicas de cada país, ou até mesmo dentro de uma região, há uma grande diversidade terminológica de Turismo Rural. Dentre os inúmeros termos, tem-se o Turismo Campestre, Turismo de Habitação, o Turismo de Aldeia, as Casas de Campo, as Zonas de Caça Turística, o Hotel Rural, o Turismo de Retorno, o Agroturismo entre outros.

Na Europa, onde as atividades de ócio e lazer nos espaços rurais não constituem algo totalmente “novo”, pois desde os anos 70 já se pratica o turismo rural em países como França, Itália, Reino Unido, só para citar alguns, o grupo de trabalho sobre turismo na Comissão da Comunidade Européia procurou delimitar um conceito que fosse válido para todos os países do bloco ao definir o turismo rural com base em três fatos:

- o turismo rural é um conceito amplo que engloba não apenas o gozo das férias em fazendas, mas qualquer outra atividade turística que ocorre no campo;
- o turismo rural recobre, igualmente, toda atividade turística no interior do país;
- turismo rural é um conceito que abarca toda atividade turística endógena suportada pelo ambiente humano e natural. (COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 1990).

O turismo rural no Brasil é uma modalidade recente, iniciada na década de 1980¹. Sabe-se que as primeiras iniciativas oficiais, em escala estadual, se deram no município de Lages, localizada no planalto catarinense, na fazenda Pedras Brancas, a qual em 1986 se

¹ O Município de Lages - SC lançou seu produto turístico em 1984, a partir de uma iniciativa da Prefeitura que contou com parcerias locais importantes para o sucesso da empreitada. (ZIMMERMANN; CASTRO, 1996).

propôs a acolher visitantes para passar “um dia no campo”, com o objetivo de criar uma alternativa de novos investimentos e a ocupação da mão-de-obra local. O alojamento para turistas nas propriedades produtivas, históricas ou não, com mobiliário e decoração em geral identificadas com a colonização, se constituiu na base do turismo rural em Lages. A partir de então, essa modalidade de turismo passa a se difundir na região, chegando ao Rio Grande do Sul.

São consideradas pioneiras também as fazendas do Barreiro e a Boqueirão, por oferecerem pernoite e participação nas lidas do campo,. As iniciativas multiplicaram-se rapidamente não só em Lages, mas em todo o território nacional, em particular nas regiões Sul e Sudeste. Mais recentemente aderiram à atividade muitos municípios da região Centro-Oeste, com destaque para estado do Mato Grosso do Sul. Atualmente podemos dizer que em todo o Brasil existem experiências de turismo rural que se expandem para as regiões Norte e Nordeste. (RODRIGUES, 2001, p. 101).

A partir de Lages, em Santa Catarina, o Turismo em espaço rural se disseminou e de acordo com Portuguez (1998, p. 237), “por diversos Estados da Federação, como no Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco e, também no Espírito Santo [...]”. Atualmente o turismo em espaço rural pode ser vislumbrado por todo o país, inclusive, apresentando-se como uma modalidade de turismo em franca expansão.

Em função das características diversificadas dos territórios, e, portanto dos diferentes ambientes naturais e traços socioculturais assim como do crescente e variado tipo de demanda, ocorre, embora timidamente, a expansão e o surgimento de novas formas de apresentação do Turismo rural. Para Zimmermann (*apud* SELVA, 1998), mesmo diante dessa ampliação espacial que acarretou mutações na maneira de manifestar-se, não se deve perder de vista os princípios fundamentais desse tipo de turismo “alternativo” (em oposição ao turismo do litoral e das grandes cidades): identidade própria, harmonia ambiental, autenticidade, preservação das raízes, divulgação dos costumes e atendimento familiar.

A venda desses produtos pode, de acordo com Campanhola (1999), valorizar a cultura local através da criação de marcas que identifiquem o produto com o local, como já acontece na Europa e em algumas regiões do Brasil. As atividades econômicas das propriedades como a plantação de hortaliças, a lida com o gado, a arquitetura das moradias e o cotidiano dos seus moradores também se constituem em atrativos os quais, segundo Silva *et al.* (1998, p. 37), estão voltados para uma “clientela urbana cada vez mais carente de contato com o cotidiano da terra, com a rotina de um modo de vida que, pelo menos no imaginário urbano, remete a uma reconciliação com a natureza”.

Para Silva, Vilarinho e Dale (1998), pode existir uma estreita relação entre o turismo rural e o ecoturismo. Rodrigues (2000a) postula a existência de uma interface entre o ecoturismo e o turismo rural, sendo este denominado por ela de turismo ecorural. Nesse sentido, entende-se que seria interessante aliar o turismo rural com o ecoturismo (trilhas, cavalgada, banho em cachoeiras, contemplação da paisagem, restaurante típico etc.) já que nem todas as propriedades do município conservam as atividades tradicionais do meio rural. Em tal união poder-se-ia otimizar o potencial turístico deste território.

Segundo Bricalli (2003, p. 116), “a atividade turística está diretamente relacionada com a presença de suas paisagens tanto as naturais quanto as rurais”. Em relação à paisagem, Pires (2001, p. 117) destaca que:

Enquanto a atratividade das paisagens naturais é determinada pela unidade, força, harmonia e, sobretudo, beleza dos elementos naturais que a integram, a atratividade das paisagens rurais é devida ao legado da humanização dessa mesma natureza, por meio de atividades agropastoris e de outros aspectos da ocupação do espaço, impregnados pela herança cultural de seus protagonistas.

Autores, como Silva e Campanhola (2002) afirmam que há uma relação direta entre o turismo realizado em áreas rurais e as características sociais, econômicas e ecológicas de cada local, levando-se, assim a modelos diferentes de desenvolvimento do turismo no espaço rural.

O potencial do turismo rural pode crescer com a conjugação de lazer, história e cultura. Portanto, deve-se ressaltar a necessidade de alguns ajustes para que *a priori* se possa aproveitar melhor esses potenciais. A falta de sinalização nas estradas e fazendas e informação disponível ao turista, constituem-se um problema, que pode dificultar o acesso aos atrativos. Nem todos os atrativos são percebidos pelos moradores, acostumados com as cenas do cotidiano, fazendo-se necessário uma (re)invenção de atrativos.

O turismo rural está classificado em duas grandes categorias: o turismo rural tradicional e o contemporâneo. Segundo Rodrigues (2001, p. 111-113), o primeiro está dividido em subgrupos de diferentes origens: “agrícola, pecuarista e decorrente da colonização européia”. O segundo grupo, o turismo contemporâneo, divide-se em “hotéis-fazenda, pousadas rurais, *spas* rurais, segunda residência campestre, camping e acampamentos rurais, turismo de caça e pesca, turismo rural místico ou religioso e turismo rural etnográfico”.

Em suma, o turismo no espaço rural como se conhece hoje é recente, datando da segunda metade do século XX.

2.2.2 O rural como espaço turístico

A pluriatividade configura-se como uma nova conformação social da agricultura familiar, gerando empregos e renda para os membros das unidades familiares, possibilitando melhores condições de vida, de reprodução social e com isso a permanência da população no campo. O recurso às atividades não-agrícolas não significa o abandono da atividade agrícola, embora as atividades não-agrícolas deixem de ser complementares e passem a ser a principal fonte de renda. (TEIXEIRA, 1998).

De acordo com Campanhola e Silva (2004), o meio rural brasileiro não deve mais ser pensado exclusivamente como um lugar de atividades agropecuárias, pois há um conjunto de atividades não-agrícolas que cada vez mais respondem pela dinâmica populacional, e por isso deve ser visto como um espaço para as “novas” funções e “novos” tipos de ocupações que surgem, como: propiciar lazer aos feriados e fins de semana, moradia para um segmento crescente da classe média alta; desenvolver atividades de preservação e conservação; proliferação de profissões tipicamente urbanas. 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. O termo novas está entre aspas porque na verdade, muitas dessas atividades são seculares no País, porém aparecem com uma nova roupagem e com grande importância no campo brasileiro. (CAMPANHOLA; SILVA, 2004).

Ainda segundo Silva, 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 etc. (SILVA, 1997).

É importante ressaltar que o turismo precisa ser desenvolvido como um todo, como uma proposta municipal e regional, englobando de preferência todos os atrativos da região que forem levantados no diagnóstico das potencialidades. Não deve ser trabalhado apenas o turismo no espaço rural. Este pode sim ser um dos principais atrativos, desde que seja inserido em um projeto municipal ou regional, pois o desenvolvimento com base local deve procurar ressaltar as particularidades de cada local.

Um dos resultados mais visíveis do desenvolvimento do turismo nos municípios é a melhoria do nível de vida nas propriedades envolvidas. O turismo permite que as famílias inseridas na atividade adquiram um considerável aumento na renda e alcancem um melhor nível de vida. Porém os benefícios, embora sejam maiores para as famílias envolvidas,

também se estendem a outras parcelas da comunidade e pode-se dizer ao município como um todo.

As principais metas dos projetos de turismo rural são geração de emprego e renda, configurando-se o aumento da renda na principal expectativa das famílias quando inseridas nessa atividade. Porém alguns estudos como o de Portuguez (1999), demonstram que os empregos gerados não são tão significativos. A contratação de mão-de-obra local muitas vezes é temporária, e não permanente como se espera. Embora se defenda que o turismo tenha que complementar a renda e que as atividades agrícolas e/ou pecuárias devam ter continuidade, isso na realidade pode não ser alcançado em algumas propriedades, principalmente, naquelas baseadas na agricultura de subsistência com uma baixa remuneração mensal e que passam a integrar algum projeto ou roteiro turístico. Com o fluxo de visitantes e a comercialização de seu produto, a renda aumenta e na maioria das vezes as atenções e o tempo de trabalho são dirigidos para esta atividade em detrimento da primeira. (PORTUGUEZ, 1999).

Embora comecem a proliferar uma grande quantidade de estudos sobre o tema, os órgãos públicos e privados que buscam na atividade turística uma estratégia para o desenvolvimento, ainda não dispõem de estudos mais aprofundados, que possibilitem orientar suas ações e estratégias.

As áreas rurais, segundo Swarbrooke “ocupam um lugar especial na cultura do país e na psique de seu povo”. Desta forma, o ruralismo mantém-se vinculado ao seu histórico familiar, servindo como estímulo ao seu retorno ao campo, mesmo sendo por um curto espaço de tempo. (SWARBROOKE, 2000, p. 15).

Existem atividades turísticas no espaço rural que não interagem com as tradições rurais ou mesmo com as produções agropecuárias cotidianas. Entretanto, o espaço rural e as atividades nele desenvolvidas proporcionam aos moradores urbanos saírem do caos urbano em busca do resgate de uma vida menos estressante e em maior contato com a natureza ou uma atividade prazerosa que os revitalize.

Ao longo de sua existência, o homem tenta traduzir aspectos de seu ambiente de maneira a satisfazer suas necessidades, atribuindo valores às coisas que produzem conseqüências consideradas por ele e pela sociedade como desejáveis. Assim, um elemento natural torna-se um valor econômico – um recurso – quando o homem encontra uma forma de revertê-lo em seu próprio benefício.

Ao valorizar o meio natural, o turismo torna esse meio um elemento de valor econômico, que passa a servir às necessidades humanas. Desse modo, os recursos naturais são

incorporados de vez ao mercado de consumo, tornando-se um fenômeno da sociedade humana, experimentando na atualidade uma crescente demanda. De acordo com Weissbach (2001), “a urbanização massiva, associada ao estímulo dos meios de comunicação conduziram para uma fuga dos ambientes urbanizados”.

Recentemente ainda, no país, tem entrado de modo profuso a abordagem que defende as potencialidades e benesses de ‘alavancar’ o desenvolvimento rural via serviços, dentre as quais destaca-se fortemente o exame da atividade turística em espaço rural. (ALMEIDA; BLOS, 2000; ALMEIDA, 1999; RODRIGUES, 1997; TULIK, 1997).

Parece mesmo que a temática dos serviços e, dentre eles, a do turismo, está em voga e marca fortemente 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, etc.) que têm revalorizado o território e grupos sociais rurais. (ALMEIDA; RIEDL, 2000).

Almeida e Blós (2000), Silva, Vilarinho e Dale (2000) e Rodrigues (2000), preferem empregar a expressão turismo em espaço rural para a totalidade dos movimentos turísticos em espaço rural. Esses autores distinguem o turismo em espaço rural, conforme o conjunto da população que usufrua os rendimentos da atividade, ou seja, os empreendedores não precisam ser necessariamente pessoas que vivam exclusivamente do campo.

O turismo no espaço rural apresenta uma forma de turismo onde os elementos devem apresentar estruturas eminentemente rurais, de pequena escala, ao ar livre, proporcionando ao visitante o contato com a natureza. (RUSCHMANN, 2001).

No Paraná, segundo o Ministério do Trabalho, o agronegócio responde por 2/3 dos empregos criados a cada ano. Das nossas exportações, 64% são do setor. O IBGE (2002) já constatou que a cada milhão de reais investido na agropecuária resulta na criação de 202 empregos, contra 149 no comércio, 111 na construção civil e 103 no setor têxtil.

São os produtores rurais e a agroindústria que vêm sustentando o desenvolvimento do País, a criação de empregos e a geração de superávits na balança comercial. Mas boa parte dos moradores das cidades ainda desconhece o fator humano por trás dos números. O quanto custa produzir estes resultados, em termos de suor e esforço dos produtores rurais.

Segundo a Federação da Agricultura do Estado do Paraná – FAEP, é uma realidade a degradação dos solos pela pastagem extensiva e situação social grave em 108 municípios do Noroeste do Paraná, na região conhecida como Arenito Caiuá. A FAEP e entidades parceiras como a OCEPAR, lutaram pela implantação de um amplo programa governamental para recuperar a economia do Noroeste paranaense, no Arenito Caiuá. Pelo programa a região beneficiou-se com R\$

2,3 bilhões em investimento e custeio ao longo de cinco anos. Um milhão de hectares foi incorporado ao processo produtivo de Estado – 300 mil hectares ocupados com lavouras e 700 mil hectares com pastagens, dentro da tecnologia de integração das duas atividades.

A revalorização do rural contida nas práticas de excursões ao campo, os veraneios e as atividades de lazer nele, bem como outras diversas formas de sua utilização e consumo, têm se fundado na necessidade que cada dia mais as pessoas têm em buscar o reencontro com a natureza, a harmonia, a qualidade de vida e o respeito com o meio-ambiente.

Já em muitos outros casos, o lazer, o entretenimento e a atividade turística no espaço rural, têm sido vendidos como mercadorias capazes de contribuir para melhorar a adaptação funcional de certos grupos ou indivíduos que encontram, assim, uma via de evasão, uma espécie de ‘terapia’ eventual, para suportar melhor as rotinas e o programado cotidiano das grandes metrópoles.

Nas atividades desenvolvidas nas propriedades rurais, é possível desenvolver o turismo pedagógico, como forma de agregar valor à propriedade, aumentar a renda do produtor e também auxiliar os alunos a obterem maior conhecimento sobre o rural e cultura local.

O espaço rural tem sido procurado também como local de estudo e conhecimento da Natureza, ou simplesmente para passar algumas horas no campo. O uso do espaço rural para aulas sobre ecologia, conhecimento e observação da fauna e da flora, não somente dos parques nacionais, mas também de reservas particulares, ou de espaços preparados para atividades pedagógicas, tem grande potencial de exploração comercial em todo o País. (SILVA; DEL GROSSI, 2002, p. 35).

O turismo pedagógico constitui-se de uma modalidade recente no Brasil, quando comparada a outros tipos de turismo. Envolve atividades voltadas à educação, ao aprendizado, ao conhecimento de algo que possa acrescentar ao turista, possibilitando à ele ter uma visão da realidade de promover o desenvolvimento humano, social e educacional podendo servir ao ensino.

Para Beni (2005, p. 294), o turismo pedagógico “trata-se de uma atividade extraclasse, organizada pelas escolas com colaboração de empresas especializadas, e vivenciada pelos alunos como forma de complemento de um conhecimento abordado em sala de aula, envolvendo deslocamentos e/ou viagens de maneira prazerosa”.

O turismo pedagógico não trata de turismo de massa, é antes um turismo que se preocupa com a conservação e a preservação do meio ambiente, pois provoca a conscientização dos turistas acerca de problemas socioculturais, ambientais, bem como promove valores construtivos. (ANSARAH, 2005).

Com efeito, as novas atividades rurais estão desenvolvendo a mentalidade do empreendedorismo rural, provocando uma clara mudança no modo de encarar a pluriatividade no campo, porque se as atividades não-agrícolas não eram consideradas como fatores relevantes para o aumento da geração de renda e do nível de emprego no campo, o mesmo não se pode mais afirmar agora. (SILVA, 1997; Del GROSSI; GRAZIANO DA SILVA, 1998; SCHNEIDER, 2003).

No entanto, “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”. (SILVA; CAMPANHOLA, 1999, p. 16).

A importância crescente adquirida nos nossos dias pelo turismo enquanto prática social, mas principalmente como atividade econômica, tem contribuído para o surgimento de diversas iniciativas direcionadas ao seu desenvolvimento.

No Paraná, a partir de 1996, o Governo do Estado definiu como ações prioritárias a implantação do que denomina “Projetos Regionais de Turismo” de acordo com a Ecoparaná/Comec/Emater (1999). Esses projetos, agrupados com vários outros programas e ações, compõem a atual política de turismo no âmbito estadual. Entre as ações propostas está aquela que visa a implantar atividades voltadas para explorar o turismo rural.

De um lado, não resta dúvida de que num momento em que o mundo do trabalho e da produção vem passando por profundas transformações, tornam-se muito importantes às iniciativas que visam a dinamizar economias locais e a gerar emprego e renda para as populações, por meio do incentivo a setores como o turismo no espaço rural. Afinal de contas, não se deve menosprezar o papel que o turismo pode exercer no desenvolvimento econômico de regiões e localidades, uma vez ser um dos setores mais dinâmicos da economia mundial e estar em franca expansão dentro da chamada “indústria de serviços”. De outro lado, sabemos também que o emprego na agricultura está diminuindo cada vez mais no Paraná, no Brasil e no mundo. Assim, um dos principais desafios hoje é gerar alternativas de emprego e renda para as populações que residem nos espaços rurais.

O turismo tal como era entendido até bem pouco tempo atrás vem sofrendo mudanças significativas. O longo período de férias, em família ou entre amigos, desfrutando-se da temporada de verão em algum destino de sol e praia no litoral, está perdendo adeptos. Segundo informe recente da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2005), novas tendências estão surgindo na prática do turismo e do lazer determinadas por fatores como: interesse crescente por questões relativas ao meio ambiente, particularmente pela qualidade ambiental do lugar nos destinos turísticos; aumento por parte dos turistas na procura de

experiências mais autênticas e de convívio com o modo de vida e costumes locais; necessidade emergente de práticas de lazer mais saudáveis; demanda crescente por tranquilidade e relaxamento que a vida no campo oferece, em contraste com o estresse da vida urbana; interesse maior em cuidar da saúde física e mental e, portanto, de férias mais ativas; e, principalmente, aumento no volume de ofertas e no marketing de “produtos turísticos” ligados ao meio rural e à natureza, por parte de operadoras e agências de turismo.

As principais tendências do turismo nas próximas décadas segundo a OMT (2005) são:

- As viagens vão triplicar no mundo e as viagens intra-regionais serão a grande maioria.
- Viagens de férias mais curtas em períodos diferentes do ano (roteiros turísticos de curta distância).
- Globalização do turismo *versus* valorização da identidade local.
- Crescimento do turismo ecológico de observação da natureza em viagens de curta distância.
- Crescimento da conscientização quanto ao desenvolvimento turístico sustentável.
- Antagonismo do consumidor conscientizado em relação ao turismo de massa.
- Polarização entre os turistas que querem o máximo de conforto e aqueles que buscam o máximo em aventura, que querem dormir numa rede no mato e pagarão muito por isso.

Nas palavras de Cavaco (1996, p. 104):

A concentração espacial da demanda e a homogeneização da oferta turística fez sentir a necessidade de formas alternativas e diferentes de turismo, mais harmoniosas nos seus aspectos naturais, sociais e locais: contatos e partilha de experiências e saberes entre visitantes e populações autóctones. Perante os custos ambientais e sociais do turismo de massas, convencional, gregário, próprio de uma sociedade de consumo, organizado ‘industrialmente’, afirmam-se procuras diferenciadas, novas, responsáveis e sustentáveis, seletivas em termos económicos e em valores e comportamentos pessoais, seja no próprio interior do país seja em regiões mais distantes, desenhando talvez o turismo do futuro, isto é, mais integrado culturalmente e ambientalmente.

Outro aspecto é que esses tipos de turismo são apresentados com uma formatação diferenciada do produto turístico convencional ou de massa, na medida em que são planejados como turismos especializados, geralmente praticados em pequena escala, assim como seu desenvolvimento, além de ser economicamente viável, deve ter como princípios à preservação do meio ambiente e a promoção do bem estar das populações locais. (RODRIGUES, 1997; RUSCHMANN, 1997; SWARBROOKE, 2000).

2.2.3 Conceitos de turismo rural e turismo no espaço rural

A apropriação do espaço rural para satisfazer as necessidades de ócio e lazer da sociedade urbana tem potencializado enormemente as suas aptidões turísticas, não para a prática do turismo massificado, mas de formas alternativas de turismo, de baixa densidade, adaptadas às características do espaço rural. O resultado disto tem sido a apropriação crescente do espaço rural para a implantação de atividades produtivas que não tem um caráter agropecuário propriamente dito. Neste contexto, nem mesmo os espaços que estão longe de serem especificamente rurais escapam, como ocorre com aqueles que se localizam nas periferias urbanas e/ou metropolitanas. Estes espaços são cada vez mais ocupados por atividades de lazer, turismo, recreação, e outras. É o lazer peri-urbano e o turismo peri-urbano na definição de Rodrigues (2000). Atividades que estão expandindo-se pelas periferias urbanas e colaborando para transformar o espaço rural em um espaço cada vez mais multifuncional, e com um papel crescente na vida urbana.

Assim, quanto mais complexa torna-se a configuração/organização do território mais forte é a conexão urbano-rural, e mais diversificada são as funções atribuídas ao espaço rural: lugar de ócio e lazer, zona de proteção do meio ambiente, área de depósito de resíduos urbanos e industriais, suporte físico para implantação de redes de infra-estruturas que conectam núcleos urbanos, local de novas atividades produtivas etc. No Brasil, a tipologia adequada à caracterização do turismo no espaço rural ainda é objeto de discussão. (RODRIGUES, 2000).

É possível apresentar um elenco de definições dadas por setores interessados no desenvolvimento do Turismo no Espaço Rural e autores que atuam na área, sendo que essas referências conceituais servem como base para as políticas públicas no setor e para o planejamento da atividade no Brasil.

A dificuldade nas definições tem muitas origens e, segundo Oxinalde (1994 *apud* SILVA, 1998), estende-se (inclusive) às palavras turismo e rural, bastante ambíguas. Segundo o autor “[...] o turismo rural engloba a modalidades de turismo, que não se excluem e que se completam, de forma tal que o turismo no espaço rural é a soma do ecoturismo e do turismo verde, turismo cultural, turismo esportivo e turismo de aventura”.

No contexto europeu, Turismo rural é definido como “qualquer atividade turística implantada no meio rural”. Consideram-se meio rural no contexto europeu as áreas naturais remanescentes ou recuperadas, o campo e as ocupações agrossilvipastoris, além do próprio

litoral quando não-urbanizado. (CROSBY *apud* PIRES, 2002, p. 102).

Na busca de informações conceituais sobre turismo rural, é possível deparar-se com diversas denominações e práticas para este segmento que, segundo Tulik, “precisa ser mais bem compreendido e avaliado, especialmente no contexto brasileiro que importa modelos sem a necessária adaptação”. (TULIK, 1998, p. 137).

Em um mesmo contexto, Rodrigues (2001, p. 101) se refere à importação de modelos europeus como “graves equívocos”, pois, até mesmo estes, não seguem um critério de classificação que, na opinião de Tulik (1998, p. 137), “vão sendo adaptados às necessidades das comunidades de acordo com as regiões geográficas onde estão inseridas e conforme suas culturas e aspectos sociais”.

Ainda sobre esse assunto, Almeida (2001, p. 27) explicita a respeito dos “profundos contrastes no interior dos países europeus”, concorrendo para as diferenças de conceitos e práticas.

Para Portuguesez (2005, p. 578),

Em cada configuração espacial, um arranjo de paisagem dará origem a distintos entendimentos da *ruralidade* e, desse modo, o turismo que lá for praticado terá aspectos próprios de acordo com a organização histórica, cultural e geográfica de cada lugar.

Em outras palavras, para cada composição paisagística, um conteúdo diferente de experiências pode ser ofertado ao viajante, de modo que distintos produtos turísticos podem ser formatados tendo a diversidade de ambientes como matéria-prima.

Em 1994, a Embratur adotou para o Turismo Rural um conceito “múltiplo [è´da] zona rural” (1994, p. 7), conceituação esta que não definiu o que era turismo rural no Brasil, apenas agregou as atividades promovidas em zona rural como um todo.

Como em outros países, no Brasil, o turismo rural também vem sendo adotado como um dos instrumentos da política de desenvolvimento de localidades rurais, conforme demonstra a atitude do Governo Federal ao incluí-lo nas Diretrizes, Estratégias e Programas da Política Nacional de Turismo, como uma das atividades estratégicas a serem usadas para diversificar o produto turístico nacional. (EMBRATUR, 1995). Da mesma forma que nos outros países, aqui o turismo rural também é considerado como uma atividade que pode contribuir para estimular a ação de governos estaduais e municipais, empresas e associações comunitárias, no sentido de colocar em prática o conceito de desenvolvimento local com sustentabilidade.

Segundo a Embratur (*apud* TULIK, 1997, p. 141), o turismo rural deve ser desenvolvido de modo a, compatibilizar a conservação e o desenvolvimento dos recursos turísticos, destacando-se a importância do patrimônio natural e sociocultural e o respeito à integridade desses recursos; bem como, “promover um turismo organizado e administrado pela população rural com uma oferta de pequena escala, o que torna esta estratégia possível e permite que benefícios econômicos do turismo tenham incidência na sociedade rural”.

Em outras palavras, pode-se afirmar que se trata de incrementar o turismo no espaço rural a partir da perspectiva do desenvolvimento sustentável, conceito que nos últimos anos ganhou peso também nas discussões em torno da questão do desenvolvimento do turismo.

No entanto, em 1998, com a realização da Oficina Nacional de Conceituação de Turismo rural em Brasília, bases conceituais mais sólidas foram estabelecidas, dentre as quais cita-se as atividades turísticas praticadas no campo, comprometimento com a produção agropecuária – sendo este um ponto extremamente importante e diferenciador, agregação de valores a produtos e serviços; resgate e promoção do patrimônio cultural e natural da comunidade. (BRAVO, 2000).

Para a conceituação final, algumas características importantes foram observadas, tais como: aproveitamento do espaço imobiliário já existente nas propriedades com algumas adaptações para receber o turista, “o ambiente e a cultura regional” e recepção familiar. (BRAVO, 2000, p. 10-11). Desse modo, entende-se que Turismo Rural: “É o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”. (EMBRATUR, 1998).

Estes parâmetros vão encontrar respaldo no estudo de Ruschmann onde o turismo rural

[...] na sua forma mais original e pura deve estar constituído em estruturas eminentemente rurais, de pequena escala, ao ar livre, proporcionando ao visitante o contato com a natureza, com a herança cultural das comunidades do campo e as chamadas sociedades e práticas tradicionais. (RUSCHMANN, 2000, p. 63).

Há autores que adotam uma concepção mais ligada aos aspectos culturais, a exemplo de Vaz (1999), para quem “o turismo rural diz respeito ao conjunto de atividades que compõem a vida no campo, envolvendo a experiência do dia-a-dia nas fazendas, o convívio com camponeses, a montaria de cavalos, as plantações, as pastagens, o sabor dos alimentos comidos diretamente da fonte”. E, há ainda autores que levam em conta a dimensão espacial da atividade como Beni (2001, p. 428-429) que faz a separação entre turismo rural e

agroturismo. Segundo esse autor, turismo rural consiste no “deslocamento de pessoas a espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para fruição dos cenários e instalações rurícolas” e coloca também que muitos autores adotam “a expressão de turismo no espaço rural para incluir o agroturismo”. Já por agroturismo compreende-se o “deslocamento de pessoas a espaços rurais, com roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para fruição dos cenários e observação, vivência e participação nas atividades agropastoris.” Nesse caso, a fonte de renda maior provém das atividades agropastoris e essas mesmas atividades propiciam um diferencial turístico, o que o distingue do turismo rural.

Silva *et al.* (1998, p. 14) considera o Turismo no Espaço Rural como sendo:

Todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na oferta: turismo rural, agroturismo, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura, turismo de negócios, turismo de saúde, turismo cultural, turismo esportivo, atividades estas que se complementam ou não. (SILVA *et al.*, 1998, p. 14).

Em relação ao conceito de agroturismo, Silva define que:

São atividades internas à propriedades, que geram ocupações complementares as 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 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. (GRAZIANO DA SILVA *et al.*, 1998, p. 14 *apud* BRASIL, 2003).

O agroturismo contribui com a economia local, criando empregos nas atividades indiretamente ligadas a essa atividade, tais como: comércio de mercadorias, serviços auxiliares, construção civil, entre outras, além de abrir oportunidades de negócios diretos, como hospedagem, lazer e recreação. Com relação aos benefícios ambientais, pode-se mencionar o estímulo à conservação ambiental e à multiplicação de espécies de plantas e animais, entre outros. [...] agregar valor aos produtos agrícolas do estabelecimento e à instalação de indústrias artesanais para a produção de vários alimentos regionais típicos. A diversidade também desperta a atenção sobre o manejo, a conservação e a recuperação de áreas degradadas e a vegetação florestal e natural. [...] geração de renda e a melhoria de padrão de vida e a equidade social em comunidades locais. (CAMPANHOLA; SILVA, 2002 *apud* CAMPANHOLA *et al.*, 2004, p. 299).

As divergências terminológicas também se estendem aos conceitos de fazenda-hotel e hotel-fazenda. Segundo Oliveira (2002, p. 12-13),

Outra diferenciação importante é referente à comparação entre fazenda-hotel e hotel-fazenda. O segundo caso caracteriza-se basicamente por ser uma estrutura eminentemente hoteleira, com todas as características comuns encontradas em

qualquer local do mundo, situada em área rural, enquanto que o primeiro caso é uma propriedade tipicamente rural, que mantém suas atividades primárias e possibilita o real contato entre a vida rural e os visitantes.

Por sua vez, a Carta de Joinville², assinada no encerramento do IV Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, realizado em Joinville – SC em maio de 2004, no sentido de avançar para um melhor discernimento conceitual e a necessária contribuição da academia no que se refere aos princípios e critérios que devem sustentar e orientar as ações e iniciativas em relação ao turismo rural, propôs o seguinte conceito³ para o turismo rural:

Aquele que, do ponto de vista geográfico, acontece no espaço rural; do ponto de vista antropológico, oferece ao visitante a possibilidade de vivências da cultura rural; do ponto de vista socioeconômico, representa um complemento às atividades agropecuárias; finalmente do ponto de vista do imaginário, atende às expectativas de evasão da rotina urbana e de realizar outras experiências de vida. Turismo Rural é a atividade no meio rural apropriada por atores da cultura local rural e estimulada por um fluxo de pessoas que desejam a contemplação dos significados da sociedade local e seu entorno natural, com retorno para a economia regional. (PORTUGUEZ, 2005, p. 580).

No entanto, Portuguez (2005) deixa claro que se trata de construções conceituais válidas para o Brasil, para o atual período histórico e para as áreas atualmente consideradas rurais em nosso país.

2.3 Desenvolvimento do turismo rural no Brasil

Tradicionalmente, o ideal de desenvolvimento no meio rural sempre esteve muito mais associado à capacidade de “urbanização” do que à valorização de seus aspectos naturais e culturais. Predomina a noção de que a artificialização é sinônimo de progresso e de que só permanecerão rurais as regiões que não conseguirem se desenvolver. (ABRAMOVAY, 2000, p. 2).

A escalada da modernização agrícola consolidou a imagem de que a vocação do meio rural é a produção de bens primários para abastecer os centros urbanos. Foi apenas no final

² Disponível em: <<http://www.ielusc.br/citurdes>>.

³ Os conceitos são construções intelectuais que buscam explicar determinados fenômenos que são, via de regra, complexos e dinâmicos. Do ponto de vista acadêmico, nascem da relação que se estabelece entre os sujeitos do conhecimento e os objetos pesquisados. Podem variar de cultura para cultura, de acordo com a concepção que cada povo tem do fenômeno conceituado. Pode ainda apresentar grande dinamismo na mesma cultura, na medida em que as novas gerações atribuem novos significados ao objeto da análise. (PORTUGUEZ, 2005, p. 580).

dos anos 1980 e início dos 1990 que o espaço rural começou a ser revalorizado pelas suas qualidades naturais e culturais. Essa revalorização do espaço rural se deve ao aumento dos problemas ambientais nas grandes aglomerações urbanas. Assim, a possibilidade do contato com o espaço rural, voltou a ser, como já foi no passado, uma opção de lazer e turismo, em particular para os habitantes das regiões metropolitanas.

O desenvolvimento do turismo rural no Brasil é um processo recente. E, mais recente ainda são os instrumentos políticos voltados ao fomento dessa atividade em nosso País. Até então, o desenvolvimento desta atividade no Brasil dependeu muito mais da boa vontade de proprietários rurais com espírito empreendedor, do que de ações dos órgãos do setor público responsáveis pelo fomento do turismo no País.

De todos os modos, principalmente a partir da metade dos anos 1980, o turismo rural começou a expandir-se por várias regiões do Brasil. Atualmente, embora ainda não se disponha de dados e estatísticas que permitam fazer um mapa preciso da distribuição espacial do turismo rural no país, pode-se indicar aquelas regiões em que há maior oferta e demanda e mais infra-estruturas voltadas para este segmento.

No Sul do Brasil é que estão as principais regiões de turismo rural, principalmente nos Estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Nesses estados, por suas próprias características econômicas e culturais – são estados com forte presença da agropecuária na economia regional e com traços étnicos marcantes na formação étnico-cultural – tem havido o estímulo para resgatar e valorizar o modo de viver e de produzir das populações rurais.

Foi realizado, em 2003, no estado de Santa Catarina, um levantamento dos empreendimentos de turismo no espaço rural. Os resultados do levantamento cadastral realizado mostraram que são quase 1.200 empreendimentos que vendem produtos ou prestam serviços ao turista. (TORESAN *et al.*, 2003).

No Sudeste do País, o Estado do Espírito Santo possui um turismo rural bastante desenvolvido, porém mais associado ao agroturismo. (PORTUGUEZ, 1999). Mas, é, sobretudo nos Estados de São Paulo e Minas Gerais que o turismo nos espaços rurais vem ganhado força. Nesses dois estados, o turismo rural tem uma presença cada vez maior em muitos municípios através da exploração de uma oferta diversificada que conta com uma boa infra-estrutura de equipamentos e de acessibilidade. (RODRIGUES, 2000).

Na Região Nordeste, merece destaque o exemplo da Bahia, onde atualmente há uma melhor organização do turismo rural, apesar de já existirem a alguns anos várias propriedades rurais que desenvolvem atividades relacionadas a esse segmento. Nas demais regiões do

Brasil, como é caso da Região Centro Oeste, as atividades ligadas ao turismo no espaço rural ainda estão no começo do processo de implantação.

Outro exemplo a ser citado é o Estado do Rio Grande do Norte, em que estudos mostram que uma das dinâmicas geradoras de ocupação rural não-agrícola estaria relacionada com a atividade turística, em áreas de grande incidência de turismo rural ou no espaço rural. Silva, Braceras e Andrade (2004), realizaram uma pesquisa em dois municípios do estado: Touros e São Miguel de Touros que apresentavam atividades classificadas como turismo rural/litorâneo. A principal atividade econômica desses municípios está baseada na exploração de culturas de subsistência, ou seja, praticam-se a cultura de algodão arbóreo, o sisal, o caju, o coco-da-bahia etc. A atividade pesqueira artesanal também está presente nos dois municípios. Encontra-se também vestígios de cana-de-açúcar e os recursos culturais, como arquitetura (na zona rural, há pousadas em Perobas, Carnaubinha e São José, e chalés em Boqueirão), folclore, artesanato (que tem como matéria-prima o sisal, a palha de carnaúba, de coqueiros ou juncos), rendas, labirintos (bordados em tecido), miniaturas de barcos e jangadas e as comidas tradicionais, enriquecida por uma oferta de variadas frutas tropicais que dão identidade a parte do povo potiguar. (SILVA; BRACERAS; ANDRADE, 2004).

No que se refere ao Estado do Paraná, em particular, o turismo rural está se expandindo rapidamente nos últimos anos. Estado com forte tradição agrícola, o Paraná dispõe, tanto de recursos naturais e culturais, quanto de infra-estruturas e equipamentos, que estão sendo explorados para desenvolver o turismo rural em suas diversas regiões. (CALVENTE, 1999). Com efeito, os exemplos se multiplicam a cada dia que passa. Se até bem pouco tempo atrás se tinha como referência apenas alguns poucos municípios no estado – o exemplo dos municípios de Castro e Ponta Grossa é sempre citado –, atualmente são vários os municípios paranaenses que vem propondo e implementando projetos e programas voltados ao desenvolvimento do turismo rural ou do agroturismo, como preferem chamar alguns. (PREFEITURA MUNICIPAL DE LONDRINA, 1997).

É neste contexto que o governo estadual vem procurando se inserir desde 1996, quando passou a apresentar propostas e desenvolver ações voltadas ao incremento do turismo no Paraná, incluindo aí o turismo rural. Com relação a este último, o governo através da PARANÁ TURISMO – órgão responsável pela elaboração e implementação dos planos, programas e projetos relativos ao turismo no estado – e da EMATER-PR (órgão estadual de assistência e extensão rural) – propôs o chamado “Programa de Turismo Rural no Paraná, cujo objetivo principal é contribuir para o desenvolvimento sustentável do agroturismo, como opção de diversificação das atividades agropecuárias ou não-agropecuárias, que incentivem os

produtores a permanecerem no meio rural, apoiando e fortalecendo a agricultura familiar”. (NASCIMENTO, 1998, p. 54). Esse programa de turismo rural faz parte das propostas e ações prioritárias que compõem a atual política de turismo para o estado, onde se destacam os chamados “Projetos Regionais de Turismo para o Paraná” (Anexo A). (ECOPARANÁ, 1998).

A ocorrência do turismo rural “pressupõe áreas dotadas de recursos diferenciados do meio urbano, um mínimo de infra-estrutura representada pelas vias de acesso e meios de transportes, possibilidades de alojamento e alimentação”. (TULIK, 1997).

A simples existência de atrativos naturais em determinada região não é suficiente para satisfazer os desejos dos turistas, sendo necessário a implantação de equipamentos e serviços que constituem parte dos elementos que compõem o produto turístico.

É importante salientar que as possibilidades de desenvolvimento e crescimento das atividades turísticas, em especial aquelas vinculadas ao turismo alternativo, não se dão em função da disponibilidade quantitativa de atrativos e equipamentos, mas sim de sua qualidade, na qual estão inseridos aspectos relativos a proteção dos recursos naturais e culturais de uma dada localidade. No que diz respeito à qualidade ambiental dos projetos de turismo rural, cabe destacar que os equipamentos, em especial aqueles relacionados ao alojamento, tornam-se um componente essencial, pois a qualidade do projeto das instalações físicas pode aumentar a satisfação do turista, funcionando também como instrumento de aprendizado e conscientização ambiental.

Em muitos casos, na implantação de atividades turísticas rurais, é possível, a partir de pequenas adaptações, a utilização de edificações preexistentes, em especial quando essas possuem um reconhecido valor arquitetônico, como é o caso, por exemplo, dos antigos casarões das fazendas de café no interior do Estado de São Paulo ou até mesmo as casas simples dos antigos colonos no Estado do Paraná.

2.4 O Espaço rural e as atividades não agrícolas

Nos anos 1990, com a adoção do conceito de “novo rural brasileiro⁴”, proposto por Silva, do IE/Unicamp, retoma-se a discussão sobre a dicotomia entre o rural e o urbano. A partir dessa década, discussões e pesquisas sobre a ocupação dos espaços rurais do Brasil

⁴ Novo Rural: conjunto das atividades agrícolas, ligadas tanto à produção em grande escala para a agroindústria como para pequenos mercados diferenciados, e não-agrícolas no espaço rural (indústrias rurais, prestação de serviços, lazer ou moradia).

passaram a incorporar o tema das ocupações rurais não-agrícolas e da pluriatividade⁵. As tradicionais atividades agrícolas já não respondem pela manutenção do nível de emprego no meio rural, como concluíram os pesquisadores, de diversas entidades científicas brasileiras, que compõem o grupo de pesquisa denominado “Projeto Rurbano⁶”. Esses estudiosos destacaram o aumento de atividades que até pouco tempo atrás eram consideradas marginais, devido à pequena importância na geração de renda. Atividades estas, que no decorrer dos anos foram adquirindo importância econômica, gerando renda e emprego no meio rural e passaram a integrar verdadeiras cadeias produtivas, envolvendo agroindústrias, serviços, comunicações, entre outras funções. Dentre essas atividades, pode-se destacar o turismo rural como um importante indutor do crescimento de atividades não-agrícolas no meio rural. (SILVA; BALSADI; DEL GROSSI, 1997).

O turismo rural pode surgir como importante opção à família rural na obtenção de renda não agrícola que incentiva a sua permanência no campo, a diversificação da pequena produção agrícola, a manutenção do patrimônio familiar, a valorização do patrimônio cultural rural, possibilidade de agregar valor aos produtos produzidos na propriedade, além de possibilitar uma nova ocupação para os membros da família e a sua inserção social na comunidade.

As áreas rurais, no mundo contemporâneo, vêm cada vez mais adquirindo novas funções, em especial, as relacionadas com a de moradia, a de lazer e a de turismo, de transformações agroindustriais e de prestação de serviços auxiliares à produção.

Nesse aspecto, Portuguesez (2005) corrobora, defendendo que as comunidades rurais, para reduzir a alta vulnerabilidade econômica, passaram a reagir, mobilizando suas próprias forças para resolver seus problemas, levando-as a:

[...] investir nas ditas *formas alternativas de produção e acumulação*, geralmente baseadas na multifuncionalização⁷ das propriedades, na diversificação da produção, na busca por recursos tecnológicos de automação e mecanização de baixo custo (mas com alta eficiência), na valorização da indústria familiar, no revigoramento do artesanato, no incentivo às cooperativas comerciais e de serviços e, entre muitas outras ações, na implantação de programas de turismo alternativo nas áreas rurais. (PORTUGUEZ, 2005, p. 578).

⁵ O conceito de pluriatividade refere-se à combinação de atividades agrícolas com outras atividades, que gerem ou não ganhos monetários, independentemente de serem internas ou externas à exploração agropecuária. (SILVA; CAMPANHOLA, 2004).

⁶ É o Projeto Temático “Caracterização do Novo Rural Brasileiro, 1981/95” que contou com financiamento parcial da FAPESP e do PRONEX e que analisa as transformações recentes no meio rural. Para maiores detalhes consultar <<http://www.eco.unicamp.br/projetos/rurbano.html>>.

⁷ Segundo Portuguesez (1999, p. 71), “o fenômeno da multifuncionalização pode ser entendido como a agregação de atividades produtivas em uma determinada organização – no caso as propriedades rurais – de modo a diversificar produtos, serviços e mercadorias na tentativa de criar condições para o aumento da renda e da oferta de postos de trabalho por ela”.

Nos últimos anos, o que se convencionou chamar “rural” sofreu muitas mudanças. Uma das dimensões disso foi a alteração substancial no perfil da ocupação dos habitantes no campo, de certa forma, sucumbindo as fronteiras tradicionais entre ocupações agrícolas e não-agrícolas bem como, uma crescente intensificação das conexões entre elas. Segundo Del Grossi (1996), a idéia central é que, apesar de não existir uma única noção de rural amplamente aceita, “não podemos mais tratar a nova ruralidade como o oposto ao urbano, posto que suas funções sociais e econômicas estão cada vez mais próximas e inter-relacionadas”.

Abramovay (1999, p. 23) destaca que:

O peso cada vez menor da agricultura na ocupação produtiva é uma das razões pelas quais as mais importantes estatísticas norte-americanas estipulam a separação entre áreas metropolitanas e não-metropolitanas, muito mais que entre urbanas e rurais. Mais que isso: o destino das próprias áreas rurais está diretamente ligado ao tipo de região a que se ligam.

Com relação ao espaço rural paranaense, Del Grossi⁸ (1996), após apresentar algumas das transformações recentes e utilizando os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNADs –, do IBGE, concluiu que “os ramos não-agrícolas, como comércio e serviços, têm ampliado significativamente sua presença no meio rural paranaense”. As ocupações rurais não-agrícolas expandem-se muito rapidamente nas regiões rurais do Paraná devido a algumas dinâmicas específicas, e merecem uma melhor consideração na elaboração e implementação de estratégias de desenvolvimento.

Esse fluxo da população rural paranaense rumo às ocupações rurais não-agrícolas constitui-se tanto o resultado da crescente retração dos postos de trabalho agrícolas, decorrente da intensificação do processo de modernização dessas atividades o qual provoca a busca desesperada da população rural de novas oportunidades de ocupações, bem como associa-se às maiores dificuldades das pessoas rurais encontrarem ocupações nas áreas urbanas. Segundo Souza (2000, p. 87), o crescimento do setor de serviços pode estar vinculado ao aumento e à diversificação da demanda, mas também à entrada de novos atores sociais no espaço rural paranaense “despertando um maior interesse pelo consumo dos ‘produtos’ do mundo rural, pois neste novo espaço rural emergem outros tipos de bens não-materiais”.

A análise das dinâmicas propostas pelos autores supracitados repousa na idéia de que o meio rural vem adquirindo novas funções e “novos” tipos de ocupações como, por exemplo, oferecer lazer, ócio, moradia, atividades de preservação e de conservação ambiental etc., e que

⁸ Mauro Del Grossi, pesquisador do IAPAR-PR.

muitas delas estão mais atreladas a novas demandas de consumo do espaço e serviços rurais, em contraponto à vida estressante dos grandes centros urbanos.

Nos últimos anos, uma outra dinâmica pode ser apontada como fundamental: a dinâmica derivada das chamadas “novas” atividades intensivas, agrícolas e não-agrícolas, que vêm tomando forma sob as atividades de piscicultura de caráter comercial, pesque-pague, a de agricultura orgânica, a de produção de flores, fruticultura de mesa, produção de sucos naturais e polpa de fruta congelada. Além disso, programas que visam à criação de animais para fins ornamentais, animais silvestres, como rãs, canários, aves nobres e exóticas, às incipientes, mas importantes atividades de turismo rural, as fazendas de caça, a criação de camarão de água doce, capivaras, javalis, *escargot*, às reservas de preservação do patrimônio natural, a produção de mudas ornamentais e ervas medicinais, cogumelos etc., que foram se transformando em importantes alternativas de emprego e renda no espaço rural nos anos mais recentes. (SILVA, 2002).

Ainda segundo o mesmo autor, é fundamental também, incluir outra dinâmica não relacionada diretamente às atividades agropecuárias, como:

- “demanda da população rural não-agrícola de altas rendas por áreas de lazer e/ou segunda residência (casas de campo e de veraneio, chácaras de recreio) bem como pelos serviços a elas relacionados (caseiros, jardineiros, empregados domésticos, etc.)” (SILVA, 2002, p. 53);
- “propiciar lazer nos feriados e fins-de-semana (especialmente às famílias de renda média/baixa que têm transporte próprio), através dos pesque-pagues, hotéis-fazenda, chácaras de fins-de-semana etc;
- [...] desenvolver atividades de preservação e conservação da natureza”. (SILVA; CAMPANHOLA, 2002, p. 10);
- O espaço rural “pode ser um lugar onde as pessoas podem exercer outras atividades, tais como: turismo, lazer, ócio, bens de saúde e moradia, permitindo desta forma uma gestão multipropósito”. (SOUZA, 2000, p. 87).

Ao corroborar com a idéia que o espaço rural têm uma boa aceitação, Zimmermann⁹ (2004) considera que, ultimamente, os hotéis-fazenda não têm sido procurados apenas para

⁹ ZIMMERMMANN, A., depoimento cedido em maio de 2004.

lazer, mas para congressos, encontros, reuniões de empresas, seminários, convenções, casamentos, aniversários, festas familiares e de grupos de trabalho. Também têm sido a opção de muita gente para descansar, não somente no final de semana, mas em ocasiões especiais como Carnaval, Natal e Reveillon, por oferecer uma série de atividades, como cavalgadas, provas de enduro equestre, manifestações culturais regionais, dias de campo e reuniões. O turismo rural tem garantido uma inestimável contribuição para o desenvolvimento do interior, pois se constitui em um instrumento de divulgação das características econômicas das diversas regiões e municípios, promovendo as atrações turísticas, estimulando o consumo e atuando como fator responsável pela geração de emprego e renda.

Segundo Silva (1997, p. 5), “A idéia central do desenvolvimento local é que existem capacidades e até mesmo recursos ociosos que podem ser mobilizados produtivamente nas comunidades para que se dê a partida no processo de desenvolvimento”. Ou seja, constitui-se na capacidade de valorizar os recursos locais, mas também, de propiciar o surgimento de um ambiente de colaboração recíproca entre os diferentes segmentos produtivos e entre campo e cidade que termina por decidir o destino de cada região. Um exemplo dessas experiências locais pode ser encontrado na Revista Globo Rural (julho, 2000, p. 36) sob o título: “Artesanato: Brilho no campo”.

Em meio a essas “novas” atividades não agrícolas que “invadem” o espaço rural, temos o lazer, o turismo que, ocupam destaque crescente. Conforme Tulik (2003, p. 25), “O turismo, com todas as suas manifestações, inclusive algumas de caráter nitidamente urbano, adentrou no espaço rural, resultando em modalidades e atividades nem sempre relacionada ao conteúdo rural”.

2.5 Políticas públicas e ações da sociedade para o Turismo Rural no Brasil – diretrizes do Ministério do Turismo 2003-2007

Ultimamente percebe-se que o tema do turismo rural ganhou um grande destaque nas discussões sobre alternativas para o agricultor, principalmente quando se procura atacar o problema da renda e do emprego.

Ocorrem eventos, seminários e congressos importantes na área de Turismo Rural

que apresentam uma série de pesquisas sobre turismo rural e reúnem uma série de estudiosos, destacando-se o Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável (CITURDES), o Congresso Brasileiro de Turismo Rural, o Encontro Nacional de Turismo com Base Local (ENTBL), o Seminário de Turismo Sertanejo¹⁰, debates e entrevistas em programas de televisão envolvendo personalidades da área.

Diante da necessidade de ter políticas públicas voltadas para esse segmento específico, o Ministério do Turismo lançou, no ano de 2003, um documento que foi divulgado na Internet, intitulado *Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil* (Anexo B), acreditando ser de extrema importância à efetivação de ações conjuntas na elaboração de políticas que incentivem o turismo rural de forma ordenada, de modo a contribuir para o ordenamento desse segmento turístico no País, sob a forma de uma classificação e cadastramento que abranja todos esses prestadores de serviços turísticos. Notou-se que tiveram o cuidado de citar conceitos mais amplos, em razão da diversidade de espaços rurais no Brasil. O documento, *Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil*, trata a ruralidade a partir de uma concepção claramente definida de território e de meio rural, o que possibilita abarcar a grande diversidade de ambientes rurais do Brasil.

Conforme descreve Portuguese no Quadro 1, as diretrizes e as estratégias do programa de Diretrizes do Turismo Rural no Brasil (2003-2007), são definidas em sete formas:

¹⁰ “O Turismo Sertanejo é uma forma de lazer fundamentada na paisagem natural, no patrimônio cultural e no desenvolvimento social das regiões interioranas do Brasil. Tem como principal objetivo promover a compreensão integrada do meio ambiente em suas múltiplas e complexas relações, envolvendo os aspectos naturais, socioeconômicos, culturais e éticos. De maneira bastante sintética, pode-se dizer que o Turismo Sertanejo insere-se na categoria de turismo exótico, um misto de agroecoturismo, com ênfase na valorização da identidade cultural regional e na melhoria das condições de vida da comunidade local”. O conceito mencionado foi extraído do site www.turismosertanejo.com.br (apud PORTUGUEZ, 2005, p. 581).

| Diretrizes | Estratégias |
|-------------------------------------|---|
| Ordenamento | Identificação da legislação pertinente Desenvolvimento de estudos comparados das legislações vigentes Promoção de discussões intersetoriais e institucionais para normatização da atividade Estabelecimento de normas, regras e procedimentos específicos para a atividade Levantamento, classificação e cadastramento dos serviços Identificação da demanda |
| Informação e Comunicação | Fomento à produção e disseminação de conhecimento Criação e disponibilização de rede de informação Fortalecimento consolidação do turismo rural no Brasil |
| Articulação | Valorização e fortalecimento de fórum com representatividade nacional Estímulo à criação e ao fortalecimento de instituições e órgãos representativos do turismo rural Estabelecimento de convênios, acordos e parcerias interinstitucionais e inter-setoriais |
| Incentivo | Identificação de fontes de cooperação e captação Negociação de crédito diferenciado Simplificação de mecanismos de concessão de crédito Definição de critérios de alocação de recursos pra financiamento de infra-estrutura Fomento e apoio a iniciativas de pequenos e microempreendedores Elaboração e efetivação de estratégias e ações eficientes para a promoção e comercialização de produtos e serviços Criação de mecanismos que priorizem a qualidade de produtos e serviços |
| Capacitação | Identificação das diferentes necessidades de capacitação Avaliação de programas, metodologias e possíveis parcerias Elaboração conjunta de políticas, programas, planos e projetos específicos de profissionalização Promoção de cursos de qualificação e de aperfeiçoamento profissional Apoio e promoção de eventos locais, regionais, nacionais e internacionais |
| Envolvimento das Comunidades | Identificação dos territórios com vocação para o turismo rural Promoção de encontros e intercâmbios Planejamento do desenvolvimento territorial de forma integrada e participativa |
| Infra-estrutura | Mapeamento regional para identificar as necessidades de infra-estrutura Identificação das responsabilidades e competências dos envolvidos Implantação de infra-estrutura |

Quadro 1 – Diretrizes do Turismo Rural no Brasil (2003-2007).

Fonte: Ministério do Turismo (*apud* PORTUGUEZ, 2005).

Cada diretriz contém um conjunto de metas que deverão ser atingidas por meio das estratégias. Espera-se que por meio de parcerias entre as organizações governamentais, iniciativa privada, organizações não-governamentais e comunidades, as metas sejam alcançadas. A esses atores sociais fica delegada a operacionalização e elaboração de projetos,

bem como a coordenação das ações para o desenvolvimento do turismo rural, respeitando os princípios propostos pelas diretrizes para que a médio e longo prazo, possa contribuir para a melhoria da qualidade da produção e da vida no campo.

No dia 16 de setembro de 2004, em Brasília-DF, foi lançado o Programa Nacional de Turismo Rural para Agricultura Familiar para o ano safra 2004/2005, que ofereceu modalidades de crédito e assistência técnica específicas. O Pronaf, por exemplo, apoia projetos de planejamento de atividades turísticas, inventários dos potenciais da região, construção de pousadas e restaurantes. Nas linhas de crédito para os grupos C, D, e E do Pronaf são oferecidas possibilidades de ampliação em até 50% do limite de financiamento para estimular o turismo rural. A idéia é agregar uma rede de alojamentos rurais nesses países (fazendas no Brasil, solares em Portugal, chateaus na França e etc) para incrementar o turismo rural. Cada país oferece o que é de mais tradicional em sua região rural e a rede se encarrega de divulgar e encaminhar as vendas de pacotes. “A idéia é trazer estrangeiros para conhecer o turismo rural no Brasil e levar brasileiros para conhecer a vida no campo de países europeus”, resume o gestor de Atendimento Local do Sebrae/MS, Arnaldo Leite, entidade parceira na divulgação do turismo rural de Mato Grosso do Sul. O governo da Bahia anunciou que em 2004 o Turismo rural teve um crescimento de 30,55%. (CORREIO DO POVO, 2004).

A implantação do programa de turismo rural na agricultura familiar em Recife-PE foi discutida durante a Primeira Oficina de Articulação com Instituições Parceiras. Coordenado pela superintendente do Instituto em Pernambuco, Maria de Oliveira, o encontro reuniu representantes do Sebrae, governo estadual, EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) e Empetur (Empresa Pernambucana de Turismo). O projeto do Ministério do Desenvolvimento Agrário e da Secretaria de Agricultura Familiar visa a incentivar o turismo rural a partir de investimentos em agroindústria, artesanato, etnia, meio ambiente, folclore, arquitetura e gastronomia. A idéia é beneficiar agricultores familiares, assentados de reforma agrária, além de comunidades indígenas, de pescadores e quilombolas.

Na tentativa de ordenar o Turismo Rural no País, e diante do relevante crescimento do número de propriedades rurais que estão incorporando atividades turísticas em suas rotinas, percebe-se que a estruturação e a caracterização do Turismo desenvolvido nessas propriedades fazem-se necessárias, para que essa tendência não se transforme em uma busca desordenada de rendimentos fáceis. Assim, as referidas Diretrizes estabelecem como DIRETRIZ Nº 1, o ORDENAMENTO do Turismo rural, cujo objetivo é “Adequar e estabelecer normas, critérios e procedimentos técnicos e legais que orientem e estimulem a atividade”.

Segundo Zuanazzi (2003, p. 17),

[...] a classificação dos serviços turísticos rurais de cada Unidade da Federação deve ser o primeiro passo para embasar qualquer política para o segmento, sendo importante destacar que grande parte das questões em torno desse segmento depende das iniciativas dos municípios e dos estados. Atualmente, embora alguns estados já tenham elaborado seus guias turísticos para esse segmento, tais publicações não apresentam os critérios utilizados para a classificação dos estabelecimentos e serviços nelas elencados. Isso significa que vários empreendimentos anunciados como sendo de Turismo Rural não apresentam as características fundamentais da atividade, o que acaba por comprometer a qualidade e a identificação dessa tipologia de turismo perante o consumidor.

Zuanazzi (2003, p. 19) lembrou ainda que “não é pretensão do Ministério desconsiderar as práticas turísticas no espaço rural que não se enquadram nas características definidas como pressupostos para um Turismo Rural autêntico”. O autor ainda complementou, que os estabelecimentos turísticos inseridos no meio rural, mesmo que não apresentem identificação direta com ele, também proporcionam algum tipo de benefício, mesmo que estes apresentem um outro formato.

3 METODOLOGIA

3.1 Método de pesquisa

Para que se conheça a realidade de interesse da pesquisa, foram realizadas visitas de estudo *in loco* nos três empreendimentos de Turismo no Espaço Rural da região estudada. Recorreu-se ao estudo de caso múltiplo como estratégia para descrever e analisar o turismo ali desenvolvido, com o levantamento de informações de fontes primárias ou diretas, através de visita em todas as propriedades. Isso ocorreu por meio de observações diretas e entrevista estruturada aplicada com as pessoas que freqüentam estes empreendimentos e entrevista semi-estruturada aplicada com os proprietários de equipamentos turísticos no espaço rural.

Com base nos dados coletados, foi realizada a organização de todas as informações pesquisadas para iniciar-se então a análise dos três empreendimentos de turismo no espaço rural.

A pesquisa de caráter exploratório revela-se como um estudo de caso múltiplo, através de análise descritiva. Esse tipo de pesquisa se faz pelo “estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, permitindo o conhecimento amplo e em profundidade do mesmo”. (GIL, 1999, p. 78).

Yin (2001, p. 32) caracteriza o estudo de caso “como uma investigação empírica que: investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Nessa perspectiva, a escolha pelo estudo de caso, se enquadra de maneira efetiva, uma vez que se propõe investigar a realidade de uma atividade complexa e dinâmica, como o Turismo no Espaço Rural na região considerada.

Também Yin (2001), descreve que o estudo de caso pode contemplar um ou mais casos, tendo na quantidade de objetos de estudo, a vertente que determina duas variantes. Pode-se trabalhar tanto com resultados quantitativos como qualitativos. Para o autor, o contraste entre evidências quantitativas e qualitativas não diferencia as várias estratégias de pesquisa. E cita,

Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos [...] como exemplos

análogos, alguns experimentos (como estudos de percepções psicológicas) e algumas questões feitas em levantamentos (como aquelas que buscam respostas numéricas em vez de respostas categóricas) têm como base evidências qualitativas, e não quantitativas. (YIN, 2001, p. 32-33).

Segundo Yin (2001, p. 113) “o respondente é entrevistado por um curto período de tempo [...] as entrevistas ainda são espontâneas e assumem o caráter de uma conversa informal [...] seguindo um certo conjunto de perguntas que se originam do protocolo de estudo de caso.” Geralmente, as entrevistas constituem uma fonte essencial de evidências para os estudos de caso, já que a maioria delas trata de questões humanas.

Em relação à técnica de observação direta, Yin (2001, p 114) cita,

Ao realizar uma visita de campo ao local escolhido para o estudo de caso, você está criando a oportunidade de fazer observações diretas. Assumindo-se que os fenômenos de interesse não sejam puramente de caráter histórico, encontrar-se-ão disponíveis para observação alguns comportamentos ou condições ambientais relevantes. Essas observações servem como outra fonte de evidências em um estudo de caso.

Dessa forma, as observações feitas em um local trarão uma nova dimensão na hora de compreender tanto o contexto quanto o fenômeno que está sob estudo. Para Yin (2001), as observações podem ser tão valiosas que se pode até mesmo tirar fotografias do local do estudo.

Almeida (1989, p. 113) define entrevista "como uma técnica de obter informações através de uma conversa profissional com um indivíduo para fins de pesquisa". A grande vantagem da entrevista sobre outras técnicas é que ela permite a captação imediata e corrente da informação desejada, praticamente com qualquer tipo de informante e sobre os mais variados tópicos. (LÜDKE; ANDRÉ, 1986).

Lage e Milone (2000), recomendam que as entrevistas, nos estudos de turismo, devem ser trabalhadas em forma de questionários simples e curtos, conforme for o interesse do pesquisador em quantificar e qualificar os dados e o tipo de dado que for solicitado.

Conforme Gil (1999), a entrevista realizada junto aos atores sociais envolvidos (proprietários de equipamentos em espaço rural e a demanda) torna-se aplicável visto que, esse tipo de coleta de dados segue uma seqüência invariável para todos os entrevistados. Isso possibilita utilizar perguntas abertas e fechadas que podem variar em maior ou menor grau a estrutura da pergunta com a finalidade de obter resultados mais próximos da realidade focada pela pesquisa.

O método qualitativo difere, em princípio, do quantitativo à medida que aquele não emprega um instrumento estatístico como base do processo de análise de um problema. Não pretende numerar ou medir unidades ou categorias homogêneas. A abordagem qualitativa de um problema, além de ser uma opção do investigador, justifica-se, sobretudo, por ser uma

forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social.

A pesquisa exploratória justifica-se devido à carência de estudos relacionados à análise do turismo em espaço rural no Brasil, e permite se ter uma visão geral e mais aprofundada do fenômeno, favorecendo a formulação de problemas mais precisos e hipóteses para estudos futuros. Contribui para a familiarização do pesquisador com o problema, que segundo Gil (1994), é o tipo de pesquisa que também envolve o levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas, análise de exemplos e a observação para a compreensão do fenômeno. Tem no conteúdo de livros e artigos científicos seu material de estudo e serve para que o pesquisador tome conhecimento dos trabalhos já desenvolvidos em relação ao tema. A pesquisa bibliográfica se faz necessária em toda e qualquer pesquisa para a revisão da literatura existente e elaboração do marco teórico que dá sustentação à pesquisa.

3.2 Procedimentos metodológicos

Posteriormente à pesquisa desenvolvida com base na literatura e realidade vividas nas áreas de Turismo e a relação da pesquisadora com o ambiente rural, para a coleta de dados primários, realizaram-se visitas de estudo *in loco* nos três empreendimentos de Turismo no Espaço Rural da região de estudo em que se utilizou o estudo de caso múltiplo como estratégia para analisar e avaliar o turismo ali desenvolvido. Em todas as visitas, fez-se um levantamento fotográfico, além de entrevistas estruturadas com a demanda (Apêndice A) e entrevistas semi-estruturadas com os proprietários (Apêndice B).

Os instrumentos e técnicas utilizados para a coleta de dados foram: diário de campo, máquina fotográfica, entrevistas e pesquisa a bases de dados locais, para levantamento de dados geográficos, ambientais, culturais, históricos, econômicos, entre outros.

As fontes secundárias foram baseadas em pesquisa bibliográfica, trabalhos acadêmicos publicados, cartografia, documentação oficial e referências eletrônicas.

Com base nos dados coletados, realizou-se a organização de todas as informações pesquisadas para iniciar-se então a análise dos três empreendimentos de turismo no espaço rural.

Em uma amostra intencional, direcionada por uma entrevista estruturada e semi-estruturada aplicada pelo pesquisador, que disponibilizou resultados quantitativos e qualitativos da experiência vivida pelos donos de empreendimentos turísticos e turistas que visitaram esses espaços no período da coleta de dados, que ocorreu nos meses de janeiro, fevereiro, maio e julho de 2004.

Para obtenção dos dados qualitativos da pesquisa, optou-se pela utilização de técnicas de observação e entrevista como uma estratégia no levantamento de opiniões e pensamentos dos turistas. Segundo Yin (2001, p. 112), “uma das mais importantes fontes de informações para estudo de caso são as entrevistas.” A aplicação de um roteiro estruturado de entrevista, pelo pesquisador, além de obter dados quantitativos e qualitativos, colaborou para uma percepção mais detalhada, sobre o pensamento dos turistas e dos empreendedores escolhidos, de acordo com sua representatividade na região investigada, determinada com base nos relatos de conversas informais de representantes e profissionais do meio escolhido.

Num primeiro momento, realizou-se o levantamento em um universo de propriedades rurais que desenvolvem atividades turísticas na região considerada, para que depois se pudesse proceder à escolha de três empreendimentos do segmento Turismo no Espaço Rural da Região de Influência de Maringá - Paraná, a saber: a Fazenda Fonte Luminosa, localizada no Município de Paranaíba; a Fazenda Água Azul, localizada no Município de Fênix; e a Fazenda Salto Bandeirantes, localizada no Município de Santa Fé. para ser objeto de estudo. No caso do estudo em questão, os critérios utilizados levaram em conta a representatividade dos empreendimentos de Turismo no Espaço Rural na região em termos de produtos e serviços, seu tempo de atuação e seu potencial turístico referente à oferta de atividades de lazer e infra-estrutura turística. A coleta de dados foi direcionada pela entrevista de pesquisa (apêndices A e B), que contemplou questões abertas e fechadas, para análise de variáveis, dentro da temática proposta pelas questões de pesquisa, envolvendo a oferta e demanda atual.

O formulário de pesquisa foi composto por questões referentes ao perfil sócio-econômico e percepção dos atores. A utilização de perguntas fechadas e de múltipla escolha se fez necessário para que não fossem ocasionadas lacunas que poderiam interferir na análise de resultados. As entrevistas com os proprietários contaram com seu conteúdo tomado por escrito.

3.3 Tratamento e análise dos dados

O trabalho de campo proporciona não só uma aproximação com aquilo que se deseja conhecer e estudar, como também cria um conhecimento, partindo-se da realidade presente no campo. A escolha da amostra caracteriza-se por ser a não probabilística, do tipo intencional ou por julgamento.

O objetivo da análise é, segundo Dencker (1998, p. 159), “reunir as observações de

maneira coerente e organizada, de forma que seja possível responder ao problema de pesquisa”.

Para Dencker (1998, p. 172), a interpretação dos dados “consiste em expressar o verdadeiro significado do material em termos do propósito do estudo. O pesquisador fará as ligações lógicas e comparações, enunciará princípios e fará generalizações”.

As respostas às perguntas abertas foram examinadas de forma qualitativa. Nessa etapa, procurou-se relacionar o conteúdo das mesmas com a base teórica de referência adotada para a presente pesquisa, que foi a abordagem sobre as “novas atividades rurais”.

Após o término das entrevistas, todas as informações coletadas foram tabuladas e categorizadas e as questões fechadas das entrevistas estruturadas foram codificadas e tabuladas eletronicamente no programa estatístico Excel. A interpretação dos resultados subsidiou-se na teoria abordada no referencial teórico. A percepção dos atores sociais envolvidos no processo relativo à prática do turismo compreendido pela iniciativa privada e na caracterização da demanda flutuante encontrada nas localidades foram descritas e analisadas a partir de um processo estatístico, caracterizando-se dessa forma, uma fase quantitativa da pesquisa.

4 CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO DE INFLUÊNCIA DE MARINGÁ - PARANÁ

A região de influência de Maringá – PR, abrange as Mesorregiões: Noroeste, Norte Central e Centro Ocidental do Paraná, onde se encontram as propriedades turísticas pesquisadas (Figura 1). E, no que se refere à vegetação original, a Floresta Estacional Semidecidual era a formação que cobria originalmente todo o planalto paranaense dos 500m acima do nível do mar, desenvolvida sobre as férteis terras roxas e o arenito caiuí. Maack considera essa região como variação da Floresta Pluvial Atlântica, diferenciando-se pela sua maior exuberância em função da fertilidade dos solos. Encontrava-se nessa região uma grande variedade de espécies, como a peroba, o cedro, o pau-d’alho, a figueira branca, os ipês etc., além de uma vegetação intermediária como o palmito, xaxins e samambaias; mata de araucárias e manchas esparsas de campos cerrados. (MAACK, 1981). Atualmente as matas e florestas nativas subsistem em pequenas áreas, tendo sido destruídas para a prática da agricultura e da pecuária. Em alguns lugares, de onde é possível descortinar uma paisagem panorâmica, o que se apresenta é a devastação.

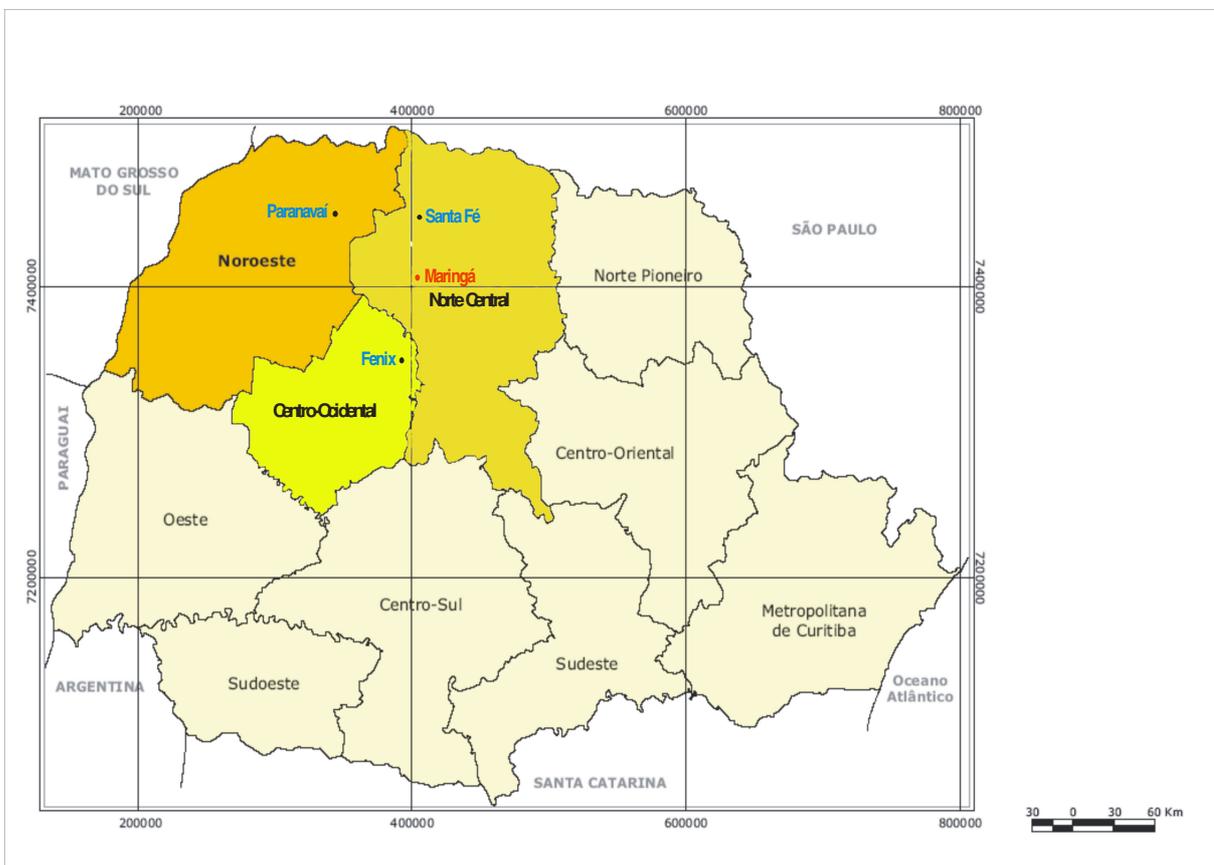


Figura 1 – Área de Influência de Maringá que abrange as mesorregiões: Noroeste, Centro-Ocidental e Norte-Central do Estado do Paraná onde se encontram as propriedades turísticas pesquisadas.

Fonte: SEMA, 2002.

O clima da região, segundo a classificação de Köppen, é Subtropical úmido, com chuvas em todas as estações e possíveis ocorrências de secas no período do inverno. A temperatura média do mês mais quente é superior a 25,5°C, e pode chegar a 40°C; a do mês mais frio, inferior a 16,4°C, podendo chegar a 0°C. Sua posição geográfica junto ao trópico de Capricórnio lhe confere características climáticas marcadas fortemente pela formação de frentes. Devido a esta localização ocorrem embates entre massa de ar quentes e frias, ocasionando as instabilidades no tempo que acontecem em maior frequência na primavera e no outono, quando não há ainda o predomínio de nenhuma delas.

A região de estudo abrange as áreas do relevo paranaense conhecidas como Terceiro planalto (Figura 2) e grandes rios da Bacia do Paraná: Rio Paranapanema, Rio Tibagi e Rio Paraná, com numerosos afluentes. São rios de planalto, contendo cachoeiras, quedas e corredeiras, apresentando, portanto um potencial significativo para o turismo. Apesar de sua reduzida capacidade de navegação, os rios do Paraná – em sua maioria de planalto, com cachoeiras, quedas e corredeiras – apresentam excelente potencial hidroelétrico. Um exemplo dessa capacidade é a do Rio Iguaçu que, com os rios Paranapanema, Tibagi, Ivaí e Piquiri, formam a bacia hidrográfica do Paraná. Apenas esta bacia, que nasce próximo a Curitiba e deságua no extremo oeste do Estado, no Rio Paraná, possui um potencial hidroelétrico de 11,3 mil megawatts.



Figura 2 – Planaltos Paranaenses, sem elementos cartográficos.

Fonte: IBGE, 2004.

O embasamento geológico onde se encontram os municípios de Paranavaí e Santa Fé constituem um planalto formado por derrames de lavas basálticas, que, em parte, encontra-se parcialmente coberto por arenitos de dois tipos: o arenito Caiuá e o arenito Bauru. Na área de domínio do arenito Caiuá, os solos são arenosos, menos férteis e ainda problemáticos do ponto de vista da conservação, não raramente exibindo enormes erosões. A formação Caiuá compreende a seqüência suprabasáltica constituída de arenitos finos a médios, avermelhados, róseos e arroxeados, friáveis, grãos arredondados e com abundante estratificação cruzada do tipo tangencial. Os solos de formação Caiuá estão situados nos limites Norte do Rio Paranapanema; a Oeste do Rio Paraná; ao sul do Rio Piquiri; e a este uma linha de contato com os basaltos, que passa pouco a Oeste da cidade de Maringá. Já o município de Fênix está situado na sub-região do Planalto de Campo Mourão, ainda apresenta o solo de origem de rochas basáltica, denominada de latossolo e terra roxa estruturada. (GUERLLES, 2002).

A localização dos três municípios onde se encontram os empreendimentos turísticos no espaço rural podem ser visualizadas na Figura 3.

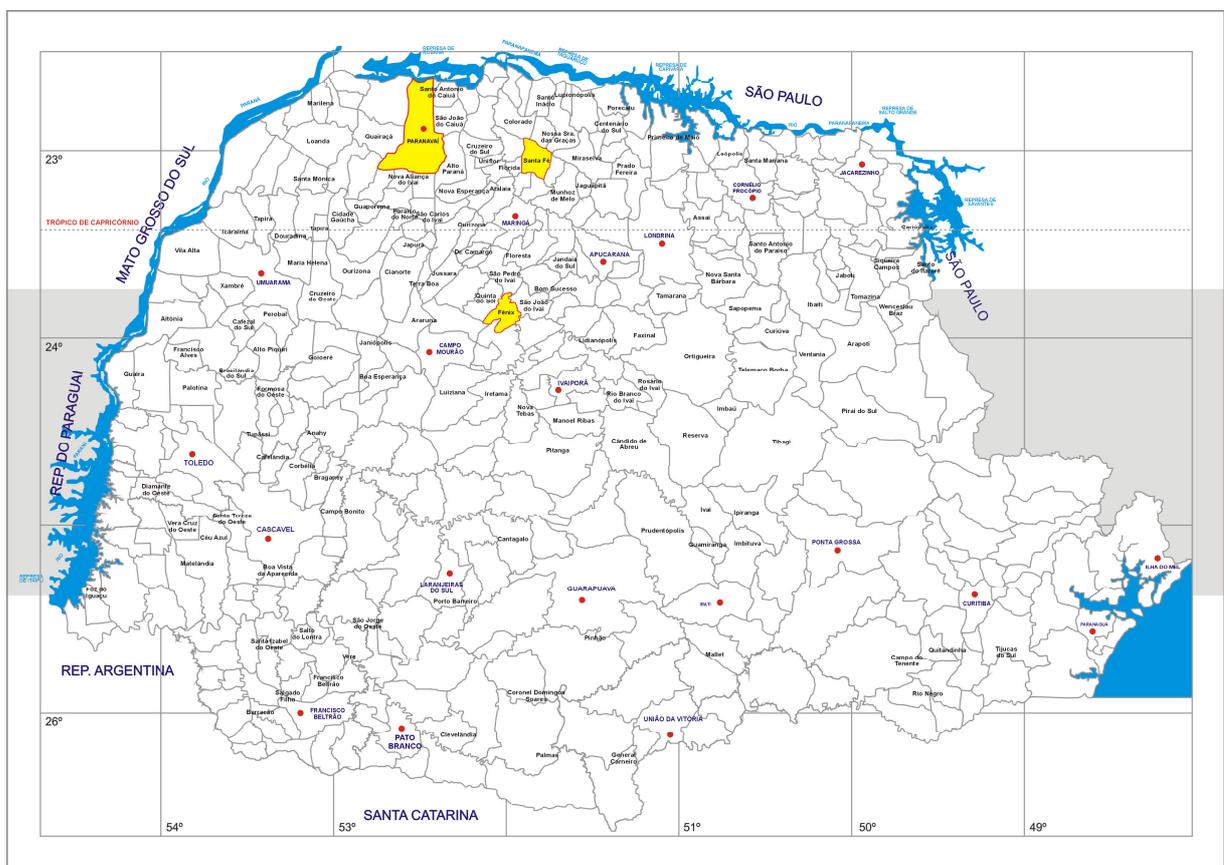


Figura 3 – Mapa Político do Paraná, com destaque aos Municípios pesquisados, sem escala.
Fonte: Ipardes, 2004.

4.1 Caracterização do município de Paranavaí

Paranavaí, um dos municípios da região de estudo, está localizado na Região Noroeste do Paraná (Figura 3). O primeiro núcleo de colonização de Paranavaí surgiu em 1930, com a antiga Fazenda Montoya. Naquela época, grandes negociações de terras foram realizadas no Paraná, o que fez com que a economia do estado crescesse. Na época da Revolução liderada por Getúlio Vargas, na década de 30, o governo começou a retomar as concessões de terras feitas a proprietários contrários ao novo regime. Aos que apoiavam Getúlio, foram feitos grandes investimentos. A Fazenda Brasileira (atual centro de Paranavaí) tinha como proprietários Lindolfo Collor de Mello e Landolfo Alves, duas personalidades públicas ilustres da época. Collor era o ministro do Trabalho de Getúlio Vargas e Alves o interventor Federal do Estado da Bahia. Foram plantados na Fazenda Brasileira 1 milhão de pés de café, absorvendo a mão-de-obra da Fazenda Montoya, que se esvaziou.

Em 1931, o governo se apropriou das terras da Fazenda Brasileira para colonização. O Estado loteou a imensa área em 30 Glebas de tamanhos variados (até 500 alqueires, predominando os minifúndios com 15 alqueires). A atividade cafeeira que estava em alta foi prejudicada pelo início da colonização, por causa da burocracia para a legalização das terras. Vieram para a região principalmente colonos japoneses, portugueses, libaneses, espanhóis e alemães.

A única ligação que o povoado tinha era uma rodovia em direção ao Estado de São Paulo. O interventor Manoel Ribas determinou a abertura de uma ligação com o município de Arapongas, que foi melhorada em 1939. Após 1944, o povoado foi rebatizado como Colônia Paranavaí, assim denominada em virtude de sua colonização entre os Rios Paraná e Ivaí.

Em 1947, Paranavaí tornou-se Distrito de Mandaguari, desmembrando-se do mesmo em 14 de dezembro de 1951, através da Lei 790, sendo instalado em 1952 e elevado a Comarca pela Lei 1542 de 14 de dezembro de 1953.

Paranavaí situa-se a uma latitude de 23° 05' 00" Sul e uma longitude de 52° 27' 32" W-GR. Os principais centros urbanos em sua proximidade são Maringá, distante 70 Km, Londrina, distante 190 Km. Da Capital do Estado – Curitiba, dista 524 Km.

Paranavaí conta com seis (6) distritos, sendo eles Piracema, Graciosa, Sumaré, Cristo Rei, Mandiocaba e Deputado José Afonso. Limita-se com os seguintes municípios: ao Norte, com Teodoro Sampaio-SP; a Noroeste, com Terra Rica; ao Sul, com Tamboara e Nova

Aliança do Ivaí; a Sudoeste, com Amaporã e Mirador; ao Leste, com São João do Caiuá; a Sudeste, com Alto Paraná.

A área total do município é de 1.203 km², e sua altitude é de 529 metros acima do nível do mar. Pelos dados do Censo Demográfico do IBGE (2000), Paranavaí possui uma população de 76.229 habitantes, destes 37.124 representam a população economicamente ativa.

A atividade agroindustrial cresceu sensivelmente em Paranavaí e garantiu ao município a quarta posição no ranking das cidades com maior oferta de emprego no estado. A partir de projetos da Prefeitura de Paranavaí, foi criada a ADAP (Associação de Desenvolvimento da Agroindústria de Paranavaí), que reúne dezenas de micro-empresários da agroindústria, gerando milhares de empregos.

As atividades econômicas encontradas no município são: pecuária (gado de corte e gado leiteiro); agricultura (citricultura, mandiocultura, cafeicultura, algodão, bicho-da-seda, abacaxi e o plantio de soja ainda é incipiente); atividade industrial (setores têxtil, moveleiro e alimentício). A cidade conta com duas indústrias processadoras de laranja, que produzem suco concentrado para exportação, principalmente para a Europa. A citricultura é uma das mais recentes alternativas agrícolas da região, transformando Paranavaí no maior produtor de laranjas do Paraná. A safra de 2002/2003 produziu seis milhões de caixas de laranja (estimativa baseada na quantidade vendida para as duas indústrias instaladas no município). A Paraná Citrus (antiga Citrocoop) e a Citri – Indústria, Comércio e Exportação LTDA – são as responsáveis pela transformação da laranja. Praticamente todo o suco produzido nas indústrias é exportado. Dois outros sub-produtos da laranja, - óleo essencial e o d'limoneno – também são exportados. No mercado interno, o suco abastece as indústrias de refrigerantes. Além disso, a laranja *in natura* é comercializada nos estados do Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Mato Grosso do Sul.

A produção de mandioca (Figura 4) é a mais significativa e a segunda maior do estado e ocupa 30 mil hectares. A produtividade da região é duas vezes superior à média nacional. Na região se colhe, em média, 30 toneladas de mandioca por hectare. A média brasileira é de 13 toneladas por hectare. O café ocupa 14 mil hectares de lavouras. O bicho da seda é uma cultura que gera muitos empregos. Duas mil toneladas de casulos de bicho da seda são produzidos na região e comercializados nas indústrias de fiação de seda.



Figura 4 – Cultura de mandioca Região Noroeste.

Fonte: A autora.

Paranavaí possui uma estrutura de pesquisa e difusão de tecnologia. O IAPAR – Instituto Paranaense de Assistência Rural e a Estação Experimental de Cana-de-Açúcar da Universidade Federal do Paraná – representam um avanço tecnológico para a agricultura da região.

Paranavaí conta com diversos postos de saúde e três hospitais. Um deles é a Santa Casa que atende Paranavaí e região. A operação e administração do sistema e distribuição de energia elétrica de Paranavaí está a cargo da COPEL (Companhia Paranaense de Energia) que atende também a área rural da cidade.

Paranavaí é o centro de educação superior da Região do Extremo Noroeste, com 119 estabelecimentos de ensino e duas Universidades, os quais somam 19 cursos universitários. É considerada o pólo de educação para mais de 30 municípios do Noroeste do Paraná e de outros estados. As duas universidades existentes na cidade atendem a população de toda a Região Noroeste, Sul do Estado de São Paulo e Mato Grosso do Sul.

O município de Paranavaí é servido por estradas estaduais. A BR 376 liga Londrina e Maringá à Paranavaí, sendo que, Paranavaí fica a 185 km de Londrina, 74 km de Maringá e da capital do Estado Curitiba dista 504 km.

4.1.1 Origem e estruturação turística Fazenda Fonte Luminosa – Paranavaí

A Fazenda Fonte Luminosa encontra-se no município de Paranavaí. Esse nome lhe foi dado devido a uma pequena usina, construída para gerar energia para a propriedade na época em que a região não era servida com energia elétrica, ficando assim denominada Fazenda Fonte Luminosa.

No ano de 1973, a família Gomes adquiriu a fazenda Fonte Luminosa, com uma área total de 50 alqueires de terra, quatro deles de mata nativa. Nesse período, as atividades principais eram a criação de gado e o plantio de café. Também contavam com uma olaria que era mantida pela extração de argila da própria fazenda, para a fabricação de tijolos. Com o fim da Ollaria e com as dificuldades agropecuárias, surge, em 1994, o *pesque-pague*¹¹ Fonte Luminosa. A idéia era servir porções de peixe e pesca. Mas, com o grande movimento de pessoas, passou-se a servir refeições. Com isso, atualmente, o restaurante é o atrativo mais procurado e chega a servir aos domingos em torno de 400 refeições. O ambiente tranquilo ao sabor de porções de peixes recém pescados, aliados ao atendimento familiar, faz com que cada vez mais clientes venham em busca de contato com a natureza.

Quando se percebeu o potencial turístico da propriedade, surgiu a idéia de implantar uma pousada e criar novas opções de lazer no local, pois a propriedade possui vários atrativos naturais como a mata na qual foi feita uma trilha, cachoeira, área para camping e *pesque e pague*. A pesca esportiva acabou se tornando uma das maiores atrações da Fazenda Fonte Luminosa. Para hospedagem, foram construídos dois chalés com capacidade para até 8 pessoas.

Com o aumento das atividades e também dos visitantes, a propriedade contribui para geração de empregos. Contratou 17 pessoas para trabalharem nos finais de semana, com a participação de 4 membros da família. São 21 pessoas no total, prestando serviços de qualidade no atendimento aos visitantes.

¹¹ *Pesque-pague*, segundo a portaria nº 136/98 do Ibama, é uma pessoa física ou jurídica que mantém estabelecimento constituído de tanques ou viveiros com peixes para exploração comercial da pesca amadora. A *aqüicultura* (pesqueiro) é uma atividade zootécnica que, como outras que incluem o uso da água e da terra, requer regulamentação e instrumentos legais que promovam seu desenvolvimento de forma racional. (INSTITUTO DE PESCA, 1998).

4.1.2 Infra-estrutura turística da Fazenda Fonte Luminosa Turismo Rural

O abastecimento de água na fazenda é realizado por fontes naturais, não existindo o fornecimento de água da SANEPAR (Companhia de Saneamento do Paraná), tendo em vista a disponibilidade de água na propriedade. A água potável utilizada provém de uma mina do rio São João que nasce na propriedade. Esta não tem rede de esgoto, assim as águas servidas vão para a fossa séptica. A energia elétrica é fornecida pela COPEL. A propriedade possui apenas serviço celular rural. Todo o lixo utilizado é trazido para a cidade, uma vez que a Prefeitura de Paranavaí não dispõe de coleta de lixo para as propriedades rurais do município.

Para se chegar até a Fazenda Fonte Luminosa, a partir do trevo de Paranavaí, a estrada Mirasol Km 04 (trevo com saída para Maringá) não é pavimentada, são treze quilômetros para se chegar à propriedade e se encontram em boas condições de tráfego. O acesso até a Fazenda Fonte Luminosa não conta com sinalização turística. Existem, por iniciativa do proprietário, duas placas indicativas durante o percurso na estrada Mirasol até a Fazenda.

O quadro a seguir explicita a infra-estrutura turística e atividades desenvolvidas na Fazenda Fonte Luminosa.

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Serviços de hospedagem • Camping • Serviços de alimentação • Venda de produtos • Pesque-pague • Pesca esportiva • Reservas para eventos • Passeio a cavalo | <ul style="list-style-type: none"> • Parque infantil • Caiaque • Trilhas • Piscinas natural e artificial • Quadra de vôlei de areia • Acompanhamento a ordenha • Cachoeira |
|---|---|

Quadro 2 – Infra-estrutura turística e atividades de lazer – Fazenda Fonte Luminosa.

Fonte: Pesquisa de Campo

Em relação à infra-estrutura turística e equipamentos, o empreendimento conta com dois chalés de alvenaria com estrutura simples sem muita harmonia com o entorno. Os chalés possuem individualmente capacidade para até quatro pessoas. Oferecem dois ambientes para dormir, televisão, freegober, banheiro com ducha elétrica, ventiladores e não possuem garagem coberta (Figura 5).



Figura 5 – Chalés para os hóspedes.

Fonte: Acervo pessoal.

Na propriedade, encontram-se duas trilhas (Figura 6), uma com 2.800 metros e a outra com 500 metros de extensão. As trilhas interpretativas são um bom exemplo de atrativos com intuito de educação e ampla facilidade de obter conhecimento da fauna e flora da localidade.

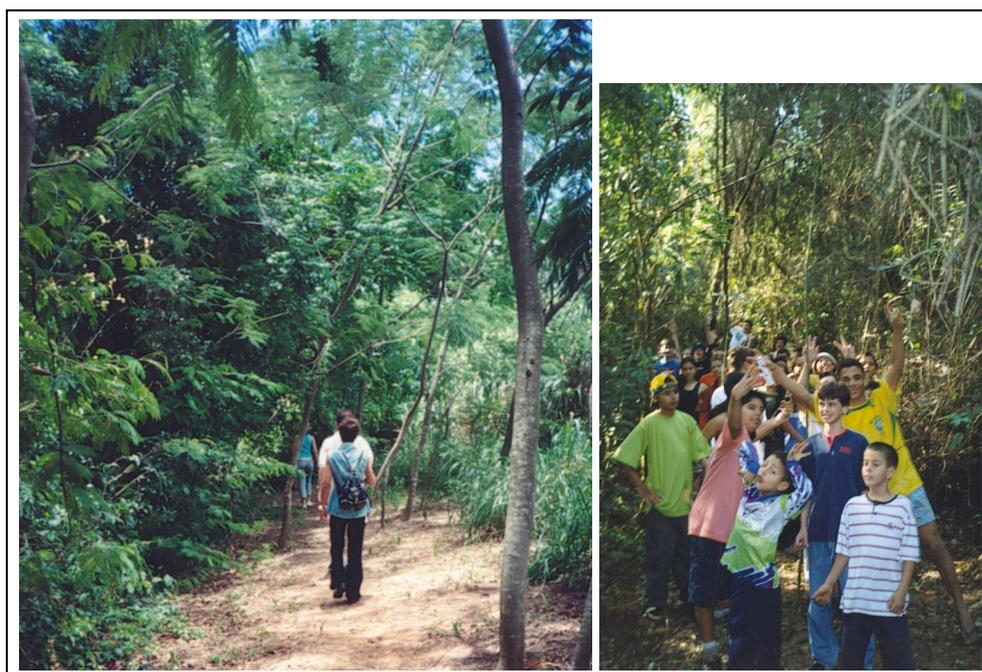


Figura 6 – Trilhas ecológicas interpretativas.

Fonte: Acervo pessoal.

A propriedade conta também com um barracão (restaurante) onde são servidas as refeições (Figura 7), que atingem 400 pessoas nos finais de semana. O local é arejado e confortável, mas sua estrutura é de concreto e a cobertura de telha eternit, provocando grande contraste com a natureza ali existente. O leite, o queijo, as verduras e as frutas lá consumidos

são produtos da própria fazenda. Vendem-se aos turistas produtos caseiros como pães, biscoitos e doces.



Figura 7 – Barracão onde são servidas as refeições.
Fonte: A autora.

Para as atividades de recreação, lazer e atrativos, possui parque infantil, represa para banho e caiaque, o rio com cachoeira, a área para camping com capacidade para acampar 30 pessoas, um pesque pague onde neste também se desenvolve a pesca esportiva (Figura 8a), o acompanhamento de ordenha, passeios a cavalo, banho de piscina (artificial e natural), banho de cachoeira, apreciar a roda d'água e educação ambiental (Figura 8b).



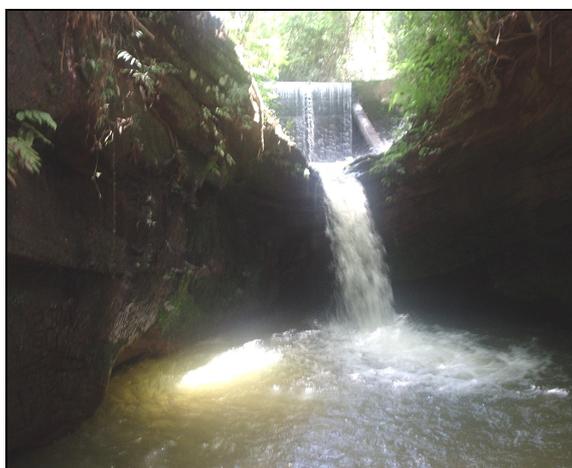
Parque infantil



Represa para banho



Represa para caíque



Rio com cachoeira



Área para camping



Pesca esportiva



Tanques para pesca



Passeios a cavalo



Banho de piscina artificial



Banho de cachoeira



Roda d'água



Educação ambiental

Figura 8 – Atividades de lazer Fazenda Fonte Luminosa.

Fonte: Acervo pessoal e a autora.

O Folder de promoção turística da Fazenda Fonte Luminosa pode ser visualizado no Anexo C.

4.2 Caracterização do município de Santa Fé

A colonização de Santa Fé (Figura 3) não se deu pela Companhia de Terras do Norte do Paraná, que em 1927, recebeu do governo do Estado 515 mil alqueires de terras para serem divididas em zonas e, posteriormente, em glebas. No ano de 1928, o engenheiro civil Antônio Alves de Almeida, ao prestar serviços ao Governo do Paraná, começou a construir uma estrada de rodagem, com aproximadamente 70 km de extensão. No dia 5 de outubro desse mesmo ano, 40 km já estavam concluídos. Percurso que ia de Porto de Afonso Camargo à margem esquerda do Rio Paranapanema, até a cachoeira Santa Fé, no Rio Bandeirantes do Norte. As terras da região, onde está localizado o município de Santa Fé, foram concedidas pelo Governo do Estado aos Senhores Percy James Allen, James Cady Ferry, Alberto Berndt, Jacob Petry e José Hauer Júnior. Em 28 de fevereiro de 1921, essas mesmas terras foram transferidas a uma firma, a Henrique Hacher & Cia., que se tornou a concessionária de 250.000 hectares. Mais tarde, no ano de 1923, o Dr. Antônio Alves de Almeida, engenheiro citado anteriormente, comprou essas terras, representando uma imobiliária que se localizava na cidade de São Paulo. O Núcleo de Santa Fé surgiu do lote nº 14, na Colônia Nova Bahia, no Distrito de Caviúna (Rolândia) comarca de Londrina. Contava com uma área de 4.840 m², limitando-se, ao norte, pelo Rio Bandeirantes do Norte, com terras do Estado; a leste, por uma linha reta com terras do lote nº 13; ao sul por uma linha reta com terras do Estado; a oeste, por uma linha reta com terras do Estado.

Em 1941, o Governo do Estado do Paraná cedeu ao Sr. José Cezar de Mello Sampaio 57.000 m² de terras, região onde hoje estão situados o município de Santa Fé e algumas cidades circunvizinhas.

Em 1945, essas terras foram vendidas ao Senhor Urbano Lunardelli. E, no ano de 1948, o Senhor Luiz Zapparoli adquiriu um lote de terras com 202,35 alqueires no Núcleo Santa Fé. Estas faziam parte do desmembrado lote nº 14. O Senhor Luiz Zapparoli montou uma serraria que fornecia madeira para várias localidades da região e fundou a Imobiliária Santa Fé Luiz Zapparoli. Dividiu a propriedade, em lotes urbanos, em mapas que deveriam ser vendidos para a formação de uma cidade. Em pouco tempo, começaram a chegar muitos compradores atraídos pela fertilidade do solo e pelo clima ameno. Os colonos chegavam com os objetivos de formar roças de café, abrir ruas, construir casas e prédios comerciais. Em consequência da abundância de madeira ali existente, as serrarias começaram a surgir e com elas a concentração de grandes grupos de pessoas. Dessa forma, a extração da madeira se

desenvolveu admiravelmente e as serrarias foram implantadas de Santa Fé até a zona rural, e, no lugar das matas, foi nascendo a cultura do café.

A área rural de Santa Fé foi dividida em várias regiões: Água Interventor, Água do Zico, Água do Trigo, Ribeirão do Ó, Água do Brás, Água Santa Zélia, Água do Marimbondo, Água do Pito, Água do Porco e água do Lobo. Não era permitido que os lotes ultrapassassem os 20 alqueires, pois quanto mais pessoas detivessem a posse das terras, mais rápido seria o desenvolvimento da região.

Santa Fé foi fundada em 27 de maio de 1948 e pertencia ao município de Astorga. O nome Santa Fé foi escolhido em 1928, quando o Governo do Estado fez inúmeras concessões de terras, tendo esta região sob o domínio da Fírm H. Hacker & Cia. De acordo com os colonizadores e os pioneiros, o nome Santa Fé teria surgido da fé e religiosidade dos moradores do município, porém outro relato diz que o nome Santa Fé foi tirado do filme mexicano Estrada de Santa Fé, grande sucesso de bilheteria na época da colonização. Em 28 de maio de 1948, surge o patrimônio de Santa Fé. Em novembro de 1955, a Lei Estadual nº 2486, elevou o patrimônio à categoria de Município Autônomo, desmembrando-o do Município de Astorga.

Santa Fé situa-se a uma latitude de 23° 02' 15" Sul e uma longitude de 51° 48' 19" W-GR. Os principais centros urbanos em sua proximidade são Maringá, distante a 45 Km, Londrina, distante a 90 Km. Da Capital do Estado - Curitiba, dista 468 Km e 120 Km de Presidente Prudente (SP). Limita-se com os seguintes municípios: ao Norte, com Colorado, Guaraci e Nossa Senhora das Graças; ao Sul, com Iguaraçu; ao Leste, com Munhoz de Mello; a oeste, com Lobato e Flórida. A área total do município é de 282,067 km², e sua altitude é de 538 metros acima do nível do mar. Pelos dados do Censo Demográfico do IBGE (2000), Santa Fé possui uma população de 8.867 habitantes, 7.270 na área urbana e 1.597 na área rural.

No setor primário, cultiva-se algodão, café, trigo, milho, cana-de-açúcar, pecuária de leite e principalmente a soja (Figura 9), para a qual o município conta com a Cooperativa Nova Produtiva Ltda. No setor secundário, há empresas de confecções e fábrica de macarrão. No setor terciário, encontram-se, na cidade, o comércio variado, bem como empresas prestadoras de serviços.



Figura 9 – Produção de soja – Santa Fé.

Fonte: A autora, 2004.

Santa Fé conta com postos de saúde e um hospital. A operação e administração do sistema e distribuição de energia elétrica de Santa Fé está a cargo da COPEL (Companhia Paranaense de Energia) que atende também a área rural da cidade.

A cidade conta com 822 hectares de mata nativa, equivalente a 2,83% da área total e uma área de 180 hectares de reflorestamento, na qual a espécie principal se refere ao eucalipto.

A área, onde se localiza o Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes (objeto de estudo), encontra-se na porção do arenito caiuíá, com solos profundos e bem drenados; baixa fertilidade natural; de textura arenosa e teores reduzidos de matéria orgânica superficial. Sua topografia trata-se de planície com blocos de platôs modelados pela erosão.

O município de Santa Fé está situado na área da Bacia Hidrográfica do Rio Pirapó, com uma extensão de 186 km. Ele nasce no município de Apucarana-PR e tem sua foz no município de Jardim Olinda – PR, unindo-se à bacia do Paranapanema III, que por sua vez é tributário do Rio Paraná. A bacia do Rio Pirapó possui 60 tributários diretos. O Rio Bandeirantes do Norte é o seu maior afluente, tem suas nascentes no município de Araongas. Sua extensão é de 106 km. Possui 28 tributários diretos à sua margem esquerda e, aproximadamente, seis tributários à sua margem esquerda. Em seu trajeto, o Rio Bandeirantes do Norte passa pelo Município de Santa Fé e é em sua margem que estão instalados o Hotel-Fazenda Salto Bandeirante e a Estação de Lazer Salto Bandeirantes.

Existem no município várias cachoeiras: o Salto Bandeirantes (Figura 10); o Salto da Água do Ó, com aproximadamente 20 metros de altura; a cachoeira do Ribeirão Interventor, com aproximadamente 5 metros, que desce sobre as rochas, formando uma piscina natural, bem como corredeiras propícias para a prática de esportes aquáticos como bóia-cross.



Figura 10 – Cachoeira no Rio Bandeirantes do Norte.

Fonte: A autora, 2004.

4.2.1 Origem e estruturação turística da Fazenda Salto Bandeirantes – Santa Fé

O Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes está localizado na PR 317, entre os Municípios de Santa Fé e Nossa Senhora das Graças. Os principais centros urbanos em sua proximidade são Maringá, distante 45 km, Paranavaí, distante 85 km e Londrina, distante 90 km.

Em 1986, a Fazenda Salto Bandeirantes (objeto de estudo) foi adquirida pela família dos irmãos Berlese. Era uma propriedade onde predominava a agropecuária. A Família é constituída por seis irmãos, e deles quatro ficaram à frente administrando os negócios.

Nesta mesma propriedade, havia uma área de aproximadamente 3 hectares em que se localizava uma pedreira que sofria agressões de britadores e dinamites (Figura 11). A exploração e comercialização das pedras, por alguns anos foi realizada pela Prefeitura Municipal, depois por uma empresa de construção asfáltica e também por particulares. Essa exploração durou aproximadamente até 1988.



Figura 11 – Antiga pedreira e a degradação do ambiente decorrente da pedreira.

Fonte: Salto Bandeirantes, 2004.

Com o efeito do pó de pedra, espalhado pelo britador, a vegetação, árvores ou qualquer sinal de plantas verdes, desapareceram ficando apenas uma aparência de abandono e descaso com a natureza. Mesmo assim, nos finais de semana, pessoas de diferentes localidades freqüentavam o local, atraídos pela belíssima cachoeira do Rio Bandeirantes do Norte, para tomarem banho ou simplesmente para passarem algumas horas.

Depois que cessaram as atividades de exploração da pedreira, o fluxo de visitantes foi aumentando e com isso vieram as especulações comerciais clandestinas. A depredação era cada vez maior do meio ambiente. Era comum pessoas abrirem clareiras, fazerem fogueiras e deixarem grande número de garrafas, latas, sacos plásticos etc., haja visto que não havia um trabalho organizado de preservação e educação ambiental.

Por volta de 1993, um dos proprietários da fazenda, que sempre observava aquela área, até então improdutiva, ser explorada de forma desordenada, começou a pensar seriamente em desenvolver ali atividade de Turismo no Espaço Rural em tornar aquele local, privilegiado pela natureza, em um ambiente agradável, onde as pessoas que quisessem fugir do meio urbano pudessem vir com a família e desfrutar de momentos especiais.

No final de 1995, teve início a construção de uma piscina no espaço onde havia a pedreira e o desvio da água do riacho denominado “Água do Pito” (Figura 12) para abastecê-la. Foram construídos também sanitários e uma pequena lanchonete, começando a atender os visitantes no final de 1996.



Figura 12 – Água do riacho denominado "Água do Pito" para abastecer a piscina.

Fonte: A autora, 2005.

Atualmente, o Salto Bandeirantes encontra-se em plena expansão, oferecendo diversas opções para o bem-estar dos visitantes.

4.2.2 Infra-estrutura turística da Fazenda Salto Bandeirantes

O Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes possui uma excelente infra-estrutura turística, proporcionando aos hóspedes uma diversidade de atividades de lazer. O quadro a seguir explicita a infra-estrutura turística e atividades lá desenvolvidas.

- | | |
|---|----------------------------------|
| • Serviços de hospedagem | • Sauna |
| • Serviços de alimentação | • Passeio a cavalo e de charrete |
| • Camping | • Bóia-cross |
| • Pesca de lazer | • Tirolesa |
| • Reservas para eventos | • Trilhas |
| • Sala para reuniões | • Playground |
| • Sala de jogos | • Pedalinho |
| • Palco para shows | • Quadra de vôlei de areia |
| • Piscina natural e artificial (externa) | • Cachoeira |
| • Piscina coberta térmica e hidromassagem | • Estação de esportes radicais |
| • Hidroginástica | • Campo para futebol suíço |

Quadro 3 – Infra-estrutura turística e atividades de lazer – Fazenda Salto Bandeirantes.

Fonte: Pesquisa de Campo

O Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes, distante 10 km do centro da cidade de Santa Fé, conta com 30 confortáveis apartamentos para até quatro pessoas, equipados com ar-condicionado, tv, frigobar, telefone e banheiro privativo, restaurante com vista panorâmica, duas piscinas, uma térmica, hidromassagem e sauna, sala para reuniões e/ou eventos com capacidade para até 70 pessoas, sala de jogos, além de passeios a cavalo e charrete (Figura 13). O hotel ainda oferece aos hóspedes a opção de usufruir da estação de lazer.



Figura 13 – Infra-estrutura turística do Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes.

Fonte: A autora e Salto Bandeirantes, 2004.

A 150 metros do hotel, fica a Estação de Lazer Salto Bandeirantes, que dispõe de piscinas. A principal é de água corrente tratada e possui 3 mil metros quadrados. A piscina com bar molhado oferece visão privilegiada da natureza. Dispõe também de 70 quiosques e área para camping, campo de futebol suíço, quadra de vôlei de areia, *bóia-cross*, playground, tanque de pesca, restaurante, lanchonete, sorveteria, pedalinho, tirolesa, hidroginástica, palco para shows, estação de esportes radicais e pesca esportiva (Figura 14).



Bóia-cross no Rio Bandeirantes do Norte



Tirolesa



Vista da paisagem local.



Vista panorâmica da piscina, espaço da antiga pedreira



Piscina

Figura 14 – Infra-estrutura turística da estação de lazer Salto Bandeirantes

Fonte: A autora e Salto Bandeirantes, 2004.

O Folder de promoção turística da Fazenda Salto Bandeirantes pode ser visualizado no Anexo D.

4.3 Características do município de Fênix

Com relação à ocupação da América do Sul, especialmente o Brasil, foi colonizado pelos portugueses. Apesar disso, algumas regiões foram conquistadas pelos espanhóis, especialmente a Oeste da linha demarcatória do Tratado de Tordesilhas, na porção meridional. Os espanhóis ocuparam quase todo o território paranaense, exceto as regiões litorâneas no século XVI, e tinham como grande centro dispersor a região do Alto Rio Paraná, área de onde saíram diversas expedições, com o intuito de conhecer melhor a terra e descobrir jazidas de minerais como o ouro e a prata, que eram abundantes.

Percorreram, nessas primeiras expedições, vastos trechos do rio Paraná e Paraguai, além de muitos dos seus tributários, sem, contudo fundar novos núcleos populacionais nem encontrar os ambiciosos tesouros minerais. O que disso resultou foi, no entanto, proveitoso contato com os índios dispersos em tribos na região, denominada Guairá, mais precisamente com aqueles pertencentes à grande família lingüística tupi-guarani. (BLIASI, 1986).

Os índios foram de grande importância no (re) conhecimento geográfico da região, uma vez que, por meio de suas trilhas, ensinaram aos espanhóis os caminhos de acesso mais rápido e fácil, entre o rio Paraná e o Oceano Atlântico. Caminho pelo qual os espanhóis penetram em território brasileiro.

Essa ocupação pela própria circunstância, vinha do interior para o mar. Com efeito, o governador do Paraguai por volta de 1554 resolveu fundar várias vilas no território, hoje paranaense, com a tripla finalidade: a de subordinar cerca de 200.000 índios que habitavam a região de Guairá; a de deter a penetração portuguesa que se processava além da linha demarcatória do Tratado de Tordesilhas e, finalmente, a de estabelecer uma saída marítima para o atlântico, através da Baía de Paranaguá. (PADIS *apud* MASSOQUIM, 1999, p. 19).

Segundo Bliasi (1986) os antigos índios Guairá estavam situados entre os rios Paranapanema, Paraná e Iguaçu, além da imaginária linha demarcatória que dividia as posses portuguesas e espanholas, imposta pelo Tratado de Tordesilhas, o que correspondia mais de 85% do atual território paranaense.

Por causa da grande concentração indígena, as penetrações dos bandeirantes de São

Paulo, as imperiosas necessidades de comunicação mais rápidas com o atlântico foram, entre outros, os principais motivos da fundação dos vilarejos espanhóis no espaço guaireño. Três são os vilarejos: Ontiveros (1554), Ciudad Real (1557) e Vila Rica do Espírito Santo (1580) (BLIASI, 1986). Contudo, restou apenas a Vila Rica do Espírito Santo situada na foz do rio Corumbataí e Ivaí, fundada pelo Capitão Ruiy dias Melgarejo.

Na atualidade, de Vila Rica do Espírito Santo, só sobraram as ruínas preservadas dentro da área tombada como Parque Estadual, uma amostragem da localização do aldeamento indiana de Vila Rica Del' Espírito Santo, bem como, das demais reduções jesuíticas.

A partir de 1610, com a chegada dos padres Jesuítas, conforme Bliasi no Guairá, foram fundadas mais de dez reduções, destinadas a aglutinar os índios, para o melhor processo de conversão. A incessante caça aos índios pelos entradistas paulistas e o isolamento dessas duas vilas, tanto por parte de Assunção quanto de São Paulo, provavelmente foram algumas das causas do fracasso da iniciativa espanhola de fixação no Guairá. Contudo, esses povos guaireños abandonaram o povoado em 1632, haja vista as precárias condições de lutarem contra os paulistas para efetivarem a sua permanência na região.

Vila Rica do Espírito Santo ficou ociosa por mais um século, porém, os paulistas expulsaram o povo guaireño, mas não ocuparam a região que ficou oculta em meio à floresta tropical, assim cobrindo totalmente os remanescentes das Vilas Espanholas e das reduções Jesuítas. Essa região histórica foi palco de grandes lutas, tornando-se assim um marco de glória na luta dos bandeirantes para a expansão do território brasileiro.

Por volta de 1930, um viajante que não tinha conhecimento da região passa pelas ruínas de Vila Rica do Espírito Santo sem percebê-la e se instala em aproximadamente 3 km de distância, adquirindo ali suas terras na forma de concessão.

A colonização inicia-se nas primeiras décadas do século XX, com a grande expansão cafeeira, no norte do Paraná. Com isso, alguns colonos procuraram novas áreas para desenvolverem essa cultura. Orientavam-se por meio dos vales dos grandes rios e se instalaram especialmente nas proximidades do Rio Ivaí. Porém, até 1930, as terras eram “devolutas” e o vestígio do elemento “civilizado” inexistia. Nessa década, o Engenheiro Civil, Joaquim Vicente de Castro, adquiriu suas terras nas proximidades de Vila Rica e por volta de 1950, loteou parte da gleba Corumbataí e parte da gleba São Vicente. Iniciou, portanto, a ocupação da região e assim se formaram os núcleos urbanos e rurais. Após esse loteamento formaram-se os povoados que necessitavam de infra-estrutura para a colonização. Povoado esse que foi se estruturando e mais tarde deu origem a cidade de Fênix.

Embora todo o processo histórico da civilização indígena seja importante para compreender nossa própria história e a da ocupação do Paraná, procurou-se aqui deixar apenas uma amostra do que foi a ocupação do município de Fênix.

Fênix situa-se a uma latitude de 23° 54' 00" Sul e a uma longitude de 51° 58' 00" W-GR. Os principais centros urbanos em sua proximidade são Campo Mourão a 55 km, Maringá distante 80 Km. Da Capital do Estado – Curitiba, dista 425 Km. Limita-se com os seguintes municípios: ao Norte, com São Pedro do Ivaí e ao Sul, com Barbosa Ferraz, ao Leste, com São João do Ivaí, a oeste, com Quinta do Sol e Peabirú. A área total do município é de 233,811 km², e sua altitude é de 440 metros acima do nível do mar. Pelos dados do Censo Demográfico do IBGE (2004), Fênix possui uma população de 4.942 habitantes.

No setor primário, cultiva-se trigo, milho, cana-de-açúcar e principalmente a soja. No setor secundário, produtos alimentares e madeira. O setor terciário tem uma efetiva participação no PIB do município. Encontra-se na cidade o comércio variado, bem como empresas prestadoras de serviços.

Fênix conta com escolas de ensino fundamental e ensino médio. Para cursar o ensino superior, a população se desloca para municípios próximos.

A operação e administração do sistema e distribuição de energia elétrica de Fênix estão a cargo da COPEL (Companhia Paranaense de Energia) que atende também a área rural da cidade. (IBGE; IPARDES; SEMA, 2005).

No setor primário, cultiva-se trigo, milho, cana-de-açúcar e principalmente a soja. No setor secundário, produtos alimentares e madeira. O setor terciário tem uma efetiva participação no PIB do município. Encontra-se na cidade o comércio variado, bem como empresas prestadoras de serviços.

4.3.1 Origem e estruturação turística da Fazenda Água Azul – Fênix

Para relembrar a história do Paraná, pode-se reviver alguns aspectos especialmente ao que concerne a terra devoluta deste Estado. Até 1940, grande parte de suas terras eram devolutas e outras eram exploradas pelas companhias colonizadoras.

A história da ocupação das terras no município de Fênix foi um pouco diferente da maior parte das terras das regiões do entorno, as quais se processaram por meio de intervenção de companhias colonizadoras. No município de Fênix, as terras obtiveram sua colonização e

exploração por particulares, nesse caso, trata-se em especial da Fazenda Água Azul.

Em 1952, o engenheiro eletricitista Dr. Luiz Dias Ferreira adquiriu 200 alqueires da terra na gleba denominada Arurau. Esta foi comprada do professor de direito internacional, Dr. Aroldo Teixeira Valadão, que por sua vez a havia recebido como forma de pagamento de serviços prestados ao Estado na época do Interventor Manoel Ribas.

No ano de 1952, a gleba Arurau, que deu origem a Fazenda Água Azul, começa a ser demarcada e abrem-se as primeiras picadas. Esses serviços foram comandados pelo mateiro Antônio Lázaro da Costa, que posteriormente foi eleito prefeito municipal de Quinta do Sol. No terceiro dia dessa atividade, o senhor Antônio Lázaro da Costa ainda não tinha um nome para o lote em que estava demarcando, até o momento em que o seu companheiro de grupo, o senhor Paulo Martins, deparou-se com uma pequena queda d'água que apresentava uma coloração estranha, num tom de azul diferente dos conhecidos. Por isso a identificaram como “Água Azul”. Ele diz para o seu companheiro “vem ver que água azul tem aqui”!

Após essa descoberta, denominaram o lote de “Água Azul”. Assim que terminaram o processo de demarcação, iniciaram a colonização. Derrubaram parte da mata. Construíram a primeira casa e um barraco para acomodar o grupo de mateiros que trabalhava na derrubada da mata, no mesmo local em que atualmente está situada a sede da Fazenda “Água Azul”. Esse barraco, segundo o senhor Antônio Lázaro da Costa, foi construído com a madeira de palmito e teve como construtor o senhor Joaquim Quintino.

Após desbravarem essa área de mata nativa, implantou-se a agricultura com a exploração da hortelã nas áreas de topografia suave, e dos cafezais, em áreas de topografias suavemente onduladas da propriedade.

Esse processo teve continuidade até o ano de 1967, quando a área foi vendida para o senhor Johan Gabriel Berg von Linde e sua esposa Elicena (ver depoimento na íntegra Apêndice C). Este senhor, como tantos outros imigrantes que aportaram no Brasil, veio da Suécia. Como o seu país já havia passado por um processo de colonização séculos antes, e a Europa já havia passado por uma intensa devastação de suas áreas de ocupação, os imigrantes que aportavam no Brasil, visando a manter vínculos de permanência neste país, traziam como bagagem sua herança cultural, praticada pelos seus antecedentes. Com eles trouxeram a prática diferenciada de como ocupar, cultivar e preservar a natureza e as áreas agrícolas. Suspendeu-se a derrubada da mata, que, nessa época, era devastada para dar lugar ao cultivo da hortelã e passou-se a utilizar desde a aquisição da fazenda um plano de manejo para a agricultura, respeitando os ciclos naturais, sem ter que abandonar aquele lugar e plantar em outro.

Inicia-se um processo de desenvolvimento na fazenda Água Azul com a recuperação das áreas abandonadas, com a implantação do cultivo da pastagem, nas áreas de topografia mais íngreme, e a cultura da lavoura branca especialmente, o trigo, nas áreas de topografia

suavemente ondulada e, o reflorestamento, às margens dos córregos e nascentes.

A área total da fazenda é de 781 hectares, sendo 281 hectares de mata nativa. Trabalhavam na fazenda Água Azul cerca de 40 famílias que cultivavam as lavouras de café e hortelã na modalidade de meeiros. Cada família tinha aproximadamente de 5 a 6 pessoas que atuavam no campo de trabalho. As famílias, que trabalhavam como meeiros tanto na cultura de café quanto na de hortelã, sentiram o impacto no ano de 1975 com a grande geada, que trouxe prejuízos de grande monta na lavoura cafeeira que, a partir de então, toma novos rumos. A decadência do produto em especial na fazenda, repercutiu seriamente na vida do trabalhador rural, em especial na vida dos meeiros e porcenteiros das lavouras de café, que tiveram que procurar outros meios de sobrevivência no campo.

No caso da Fazenda Água Azul, os prejuízos deixados pela geada limitaram as condições financeiras dos meeiros de tal forma, que inviabilizou totalmente a sua produção especialmente com a cultura do café. Com isso, o Sr. Johan ofereceu emprego para essas famílias, nas lavouras brancas. Quem não aceitou a oferta de emprego deixou a fazenda para procurar emprego nos centros urbanos, acelerando-se assim o processo do êxodo rural. Das 46 famílias que trabalhavam na fazenda, permaneceram lá apenas 11 famílias, deixando assim um grande número de casas ociosas.

No ano de 1976, a fazenda Água Azul dá início a um novo ciclo agrícola com a modernização da agricultura. Desenvolve a cultura de soja, trigo e milho. Apesar da erradicação cafeeira ocorrida em grandes áreas do estado do Paraná, a Fazenda Água Azul recuperou seus cafezais, e manteve seu cultivo com sua atividade normal, até o ano de 1987. Diante da crise que se instalou no mercado mundial do café, além de outros fatores, o governo brasileiro, ao reformular sua política agrícola, privilegiou as culturas de exportação e as de substituição de importações, com o estímulo a culturas de oleaginosas, em especial a de soja.

Em 1994, em conseqüência da queda na produção agrícola, a maioria dos funcionários foram dispensados e das 11 famílias, permaneceram na fazenda apenas duas. Neste contexto, as atividades concentram-se no maior desenvolvimento da lavoura branca e num momento posterior, inicia-se a atividade da pecuária com a produção leiteira que contava com um plantel composto por vacas da raça girolanda e pardo-suíço. A atividade leiteira desenvolveu-se plenamente até janeiro de 1999. Atualmente na fazenda se produz soja, trigo, milho, leite e frutas.

Com a grande quantidade de casas desativadas, surgiu a idéia de implantar a atividade turística na fazenda Água Azul. Essa atividade foi idealizada por dona Elicena, que teve como base principal a modalidade do ecoturismo, haja vista que a fazenda é coberta por grande extensão de mata nativa e ser detentora de belas paisagens, como pode-se observar na Figura 15.



Figura 15 – Vista panorâmica da Fazenda Água Azul.

Fonte: A autora, 2004.

4.3.2 Infra-estrutura turística da Fazenda Água Azul

A Fazenda Água Azul, Ecoturismo, está localizada a uma distância de 80 km de Maringá, 55 km de Campo Mourão e 425 km da capital Curitiba, na estrada Caminho do Peabiru Km 4,5 entre Quinta do Sol e Fênix. Dista 19 km da sede do município, sendo que destes, 13 são asfaltados e 6 km com leito cascalhado. Acesso também pela Rodovia Helmut Sontag, sentido Engenheiro Beltrão.

O quadro a seguir explicita a infra-estrutura turística e atividades desenvolvidas na Fazenda Água Azul.

| | |
|---|---|
| • Serviços de hospedagem | • Passeio a cavalo e de charrete |
| • Serviços de alimentação | • Tirolesa |
| • Pesca de lazer | • Trilhas na mata nativa |
| • Reservas para eventos | • Casa na árvore |
| • Museu da história do café e achados indígenas | • Quadra de vôlei de areia |
| • Piscina natural e artificial (externa) | • Campo para futebol suíço |
| • Quedas d'água | • Roda de viola ao redor da fogueira |
| • Cancha de Bocha | • Recanto infantil (casa de brinquedos) |
| • Ordenha | • Bote a remo |
| • Passeio de bicicleta | |

Quadro 4 – Infra-estrutura turística e atividades de lazer – Fazenda Água Azul.

Fonte: Pesquisa de Campo.

Com 320 alqueires, a fazenda, antiga produtora de café e hortelã, teve suas instalações readequadas para receber visitantes e tem disponível para isso 13 casas (Figura 16) com 120 leitos. Oferece ainda atividades de lazer como: tirolesa, represa para tomar banho, piscina artificial, bote a remo, casa na árvore, roda de viola em torno da fogueira (Figura 17), pesca no rio Arurau, cavalgada, passeios de charrete, passeio de bicicleta, acompanhamento a ordenha, atividades pedagógicas para escolas, vôlei de areia, futebol suíço, jogo de bocha e trilha na mata.



Figura 16 – Antigas casas de colonos, adaptadas para hospedagem de turistas e mobília interna.

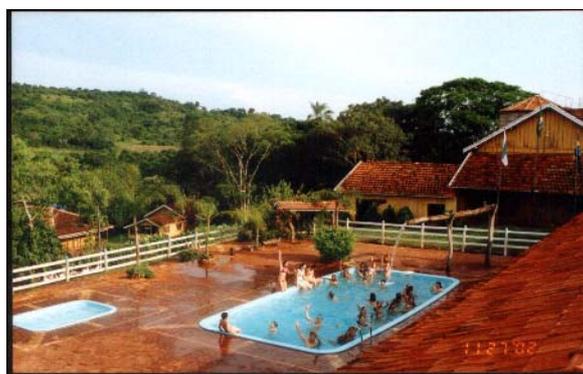
Fonte: Água azul, 2004.



Tirolesa



Represa



Piscina e área de lazer



Bote a remo



Casinha na árvore



Roda de viola em torno da fogueira Atividades pedagógicas para escolas Trilha na mata, passeio ecológico

Figura 17 – Atividades de lazer oferecidas aos hóspedes.

Fonte: A autora e Água Azul, 2004.

Dentro de uma proposta muito peculiar, a hospedagem em casas rústicas, proporcionam um reencontro com a época de ouro do café. A história e as antigas tradições são revividas num museu particular na antiga tulha de café, com objetos, artefatos e achados indígenas, que contam a história da família e da produção cafeeira da fazenda e da região (Figura 18).



Figura 18 – Museu do café.

Fonte: A autora, 2004.

Na Fazenda Água Azul o espaço onde hoje os hóspedes fazem as refeições, antigamente era o local em que funcionava a escola da fazenda (Figura 19). As instalações da fazenda (Figura 20) são bem aproveitadas para acolher os hóspedes e também os grupos que ali vêm passar o dia.



Figura 19 – Antiga escola da fazenda, adaptada para refeitório.

Fonte: Água azul, 2004.



Figura 20 – Barracão para reuniões, jogos, refeição etc.

Fonte: A autora, 2004.

O hóspede dispõe também de uma área de 281 hectares de mata nativa (Figura 21), contendo em seu interior 6 km de trilhas e cachoeira, onde eventualmente podem ser vistos lontra, ariranha, veado, tamanduá-bandeira, além de pássaros como tucano-de-papo-amarelo, jacú, gralha-azul, macuco e pica-pau.



Figura 21 – Mata nativa.

Fonte: Água azul, 2004.

O Folder de promoção turística da Fazenda Água Azul pode ser visualizado no Anexo E.

5 A DEMANDA TURÍSTICA NA ÁREA DE ESTUDO

Nesta parte do trabalho, são contempladas as tabelas referentes às questões fechadas da entrevista estruturada e as duas questões semi-fechadas aplicadas, com o segmento da demanda que freqüentam os empreendimentos de Turismo no Espaço rural na Região de Influência de Maringá - Paraná. Também apresenta-se aqui o relato das entrevistas semi-estruturadas aplicadas com os proprietários desses empreendimentos.

Após a descrição dos dados, compõe-se a análise dos mesmos. Esta parte é composta pela análise das tabelas e das respostas às questões. Nas tabelas 9, 10, 12, 13 e 14 os dados coletados nos empreendimentos foram analisados individualmente, portanto, as respostas dos entrevistados não foram generalizadas.

5.1 Perfil sócio-econômico, motivação e nível de satisfação dos visitantes dos empreendimentos de Turismo no Espaço Rural na região de estudo

Para se ter um perfil sócio-econômico dos turistas e a fim de obter respostas pertinentes ao estudo que se desenvolveu, fez-se necessário coletar dados a respeito do gênero, estado civil, faixa-etária, escolaridade, profissão, procedência, renda familiar, bem como, a freqüência com que os turistas procuram o turismo no espaço rural; além disso, o meio de propaganda que os influenciou; os aspectos relativos à motivação que fizeram com que buscassem o turismo no espaço rural; itens da propriedade visitada que mais os agradou; a cidade de procedência; o nível de satisfação alcançado e como costumam realizar suas viagens.

O instrumento de pesquisa foi respondido por 30 turistas, sendo 10 em cada propriedade pesquisada.

A Tabela 1 apresenta o gênero dos turistas entrevistados nas fazendas pesquisadas.

Tabela 1 – Gênero dos turistas entrevistados nas fazendas

| Sexo | Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes | Fazenda Água Azul | Fazenda Fonte Luminosa | Total | % |
|-----------|----------------------------------|-------------------|------------------------|-------|-----|
| Masculino | 6 | 6 | 6 | 18 | 60 |
| Feminino | 4 | 4 | 4 | 12 | 40 |
| Total | 10 | 10 | 10 | 30 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo

Pode-se verificar que, do total dos entrevistados, 60% são do sexo masculino e 40% do sexo feminino. O gênero dos turistas das fazendas apontam uma pequena superioridade do sexo masculino sobre o feminino.

Com relação ao estado civil, obteve-se a seguinte composição como mostra a Tabela 2. Nota-se que a grande maioria é casada, com percentual de 76,67% em relação aos solteiros que é de 23,33%. Observa-se que o percentual de famílias que frequentam esses espaços é bastante expressivo. Isso indica uma predominância de casais acompanhados de seus filhos, o que vem a ser reforçado nos resultados da Tabela 7.

Tabela 2 – Estado civil dos turistas entrevistados

| Estado Civil | Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes | Fazenda Água Azul | Fazenda Fonte Luminosa | Total | % |
|---------------------|---|--------------------------|-------------------------------|--------------|----------|
| Casado | 8 | 8 | 7 | 23 | 76,67 |
| Solteiro | 2 | 2 | 3 | 7 | 23,33 |
| Total | 10 | 10 | 10 | 30 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

A Tabela a seguir apresenta a faixa etária dos turistas.

Tabela 3 – Faixa etária dos turistas entrevistados

| Faixa etária | Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes | Fazenda Água Azul | Fazenda Fonte Luminosa | Total | % |
|---------------------|---|--------------------------|-------------------------------|--------------|----------|
| de 15 a 24 | | 1 | | 1 | 3,33 |
| de 25 a 44 | 8 | 7 | 7 | 22 | 73,33 |
| de 45 a 54 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| de 55 a 64 | 2 | 2 | 2 | 6 | 20 |
| Acima de 64 anos | | | 1 | 1 | 3,33 |
| Total | 10 | 10 | 10 | 30 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

Com relação à faixa etária dos turistas entrevistados, nota-se que predomina a faixa etária de 25 a 44 anos (73,33%); seguida da faixa de 55 a 64 anos (20%); depois com mesmos índices (3,33%), as faixas etárias entre 15 a 24 e acima de 65 anos.

Quanto ao grau de escolaridade, a tabela a seguir demonstra que o nível de escolaridade dos informantes é alto.

Tabela 4 – Grau de escolaridade dos turistas entrevistados

| Grau de escolaridade | Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes | Fazenda Água Azul | Fazenda Fonte Luminosa | Total | % |
|----------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|-------|-------|
| 3º grau | 5 | 5 | 4 | 14 | 46,67 |
| Ensino Fundamental | 1 | | 1 | 2 | 6,67 |
| Ensino Médio | 2 | 4 | 2 | 8 | 26,67 |
| Pós Graduação. | 2 | 1 | 3 | 6 | 20 |
| Total | 10 | 10 | 10 | 30 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

Com relação ao grau de escolaridade dos entrevistados, verifica-se um índice de 46,67% com ensino superior; 26,67% concluíram o ensino médio, seguido de 20% dos entrevistados com pós-graduação e o ensino fundamental com o menor índice, 6,67%.

As profissões mais indicadas entre os respondentes são apresentadas na Tabela 5. Nota-se que por ser uma questão aberta, foram registradas 18 respostas diferentes. Assim, algumas respostas foram agrupadas sempre que houve semelhança entre as categorias.

Tabela 5 – Profissões exercidas pelos turistas entrevistados

| Profissão | Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes | Fazenda Água Azul | Fazenda Fonte Luminosa | Total | % |
|------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|-------|-------|
| Comerciante/empresário | 6 | 6 | 2 | 14 | 46,67 |
| do lar | 1 | 1 | | 2 | 6,67 |
| estudante | 1 | | | 1 | 3,33 |
| professor | 2 | 2 | 3 | 7 | 23,33 |
| secretária | | 1 | | 1 | 3,33 |
| vendedor | | | 2 | 2 | 6,67 |
| advogado | | | 1 | 1 | 3,33 |
| instrutor | | | 1 | 1 | 3,33 |
| bancário | | | 1 | 1 | 3,33 |
| Total | 10 | 10 | 10 | 30 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

O maior índice dos pesquisados apresenta a profissão de comerciante/empresário com 46,67%, seguido de professores com 23,33%; as categorias de vendedor e “do lar” aparecem com o mesmo índice (6,67%); e por fim também com o mesmo índice (3,33%) aparecem as profissões secretária, advogado, instrutor, bancário e estudante de graduação.

A Tabela 6 apresenta o nível de renda dos respondentes. Pode-se verificar que 40% deles alcançam um rendimento de mais de 8 salários mínimos.

Tabela 6 – Nível de renda dos turistas entrevistados

| Renda | Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes | Fazenda Água Azul | Fazenda Fonte Luminosa | Total | % |
|--------------------------|---|--------------------------|-------------------------------|--------------|------------|
| Sem renda | 1 | 1 | | 2 | 6,67 |
| 2 a 4 salários mínimos | | 2 | 1 | 3 | 10 |
| 4,5 a 6 salários mínimos | | 2 | 2 | 4 | 13,33 |
| 6,5 a 8 salários mínimos | 4 | 2 | 3 | 9 | 30 |
| acima de 8 salários | 5 | 3 | 4 | 12 | 40 |
| Total | 10 | 10 | 10 | 30 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

Os percentuais informados foram os seguintes: 40% indicam uma renda superior a 8 salários mínimos; 30% recebem entre 6,5 8 salários mínimos; 13,33% têm renda entre 4,5 a 6 salários mínimos; 10% possuem renda entre 2 a 4 salários mínimos; e 6,67% indicam não terem renda própria, provavelmente são as respondentes “do lar” da Tabela 5.

A Tabela a seguir apresenta como os entrevistados costumam realizar suas viagens.

Tabela 7 – A forma como os entrevistados realizam suas viagens

| Você viaja | Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes | Fazenda Água Azul | Fazenda Fonte Luminosa | Total | % |
|-------------------|---|--------------------------|-------------------------------|--------------|------------|
| Sozinho | | | | 0 | 0 |
| Em família | 10 | 10 | 08 | 28 | 93,33 |
| Em grupo | | | 02 | 02 | 6,67 |
| Total | 10 | 10 | 10 | 30 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

O maior índice dos turistas entrevistados costuma viajar em família (93,33%), seguido dos que viajam em grupo (6,67%). O item viaja sozinho não foi citado.

No que se refere à frequência dos entrevistados realizarem o turismo no espaço rural (Tabela 8), observa-se que 70% dos pesquisados responderam que costumam fazer turismo no espaço rural e 30% não, estes estavam tendo essa experiência pela primeira vez.

Tabela 8 – Se o entrevistado tem o hábito de buscar o meio rural como destino turístico

| Costuma fazer turismo no meio rural? | Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes | Fazenda Água Azul | Fazenda Fonte Luminosa | Total | % |
|---|---|--------------------------|-------------------------------|--------------|----------|
| não | 4 | 3 | 2 | 9 | 30 |
| sim | 6 | 7 | 8 | 21 | 70 |
| Total | 10 | 10 | 10 | 30 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

A Tabela 9 apresenta o grau de frequência em que os respondentes praticam o turismo no espaço rural.

Tabela 9 – Frequência com que o entrevistado realiza o turismo no espaço rural

| Quantas vezes por ano? | Hotel Fazenda Salto Bandeirantes | % | Fazenda Água Azul | % | Fazenda Fonte Luminosa | % |
|-------------------------------|---|----------|--------------------------|----------|-------------------------------|----------|
| 1 vez | 6 | 60 | 5 | 50 | 1 | 10 |
| 2 vezes | 4 | 40 | 4 | 40 | 6 | 60 |
| 3 vezes | | | 1 | 10 | 3 | 30 |
| Total de entrevistados | 10 | 100 | 10 | 100 | 10 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

Hotel Fazenda Salto Bandeirantes: dos entrevistados que costumam realizar o turismo no espaço rural, 60% freqüentam esse tipo de turismo uma vez por ano, seguido de 40% que costumam freqüentar duas vezes por ano e, o item três vezes por ano não obteve nenhuma resposta.

Fazenda Água Azul: dos entrevistados que costumam realizar o turismo no espaço rural, 50 % freqüentam esse tipo de turismo uma vez por ano, seguido de 40% que costumam freqüentar duas vezes por ano e, por último, 10% dos respondentes freqüentam três vezes por ano.

Fazenda Fonte Luminosa: dos entrevistados que costumam realizar o turismo no espaço rural, 10% freqüentam esse tipo de turismo uma vez por ano, seguido de 60% que costumam freqüentar duas vezes por ano e, por último, 30% dos respondentes freqüentam três vezes por ano.

A tabela, a seguir, apresenta os principais locais de origem ou domicílio dos respondentes.

Tabela 10 – Cidade de residência permanente dos entrevistados

| Procedência | Hotel Fazenda Salto Bandeirantes | % | Fazenda Água Azul | % | Fazenda Fonte Luminosa | % |
|--------------------|---|----------|--------------------------|----------|-------------------------------|----------|
| Maringá | 5 | 50 | 4 | 40 | 5 | 50 |
| Arapongas | 1 | 10 | | | | |
| Londrina | 3 | 30 | | | | |
| Rolândia | 1 | 10 | | | | |
| Jandaia do sul | | | 2 | 20 | | |
| Campo Mourão | | | 2 | 20 | | |
| Cianorte | | | 2 | 20 | | |
| Paranavaí | | | | | 5 | 50 |
| Total | 10 | 100 | 10 | 100 | 10 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

Hotel Fazenda Salto Bandeirantes: tem-se como local de residência permanente dos respondentes: Maringá com 50%, Londrina com 30% e Arapongas e Rolândia com 10%.

Fazenda Água Azul: tem-se como local de residência permanente dos respondentes: Maringá com 40%, Jandaia do Sul, Campo Mourão e Cianorte cada qual com 20%.

Fazenda Fonte Luminosa: Tem-se como local de residência permanente dos respondentes: Maringá com 50% e Paranavaí com outros 50%.

Com relação à distância entre a casa do informante e o destino visitado, obteve-se que todos os respondentes moram a uma distância máxima de 180 km dos empreendimentos turísticos pesquisados. Convém também ressaltar que Maringá é a cidade pólo de toda a região de estudo e que demanda o maior número de turistas.

Estes dados mostram que os turistas estão valorizando a região e que o item distância, tem grande importância na escolha do destino.

Como as Tabelas 11, 12 e 13 apresentam um número maior de variáveis, foi impossível manter-se a configuração adotada para os demais gráficos. O respondente pôde marcar mais de uma resposta.

Com relação à forma como os turistas tomaram conhecimento do empreendimento, a Tabela 11 apresenta o meio de propaganda que influenciou o entrevistado a procurar o turismo no espaço rural.

Percebe-se claramente que a sugestão de amigos e parentes é a influência mais eficiente de se procurar o turismo no espaço rural com 76,67% de respostas. Seguindo-se respectivamente a classificação dos folhetos com 23,33%, dos jornais com 16,67%, e internet com 6,67%. A televisão, o rádio e o agente de viagens, não foram citados. Como se vê, a importância da indicação de amigos e parentes é muito grande nessa modalidade de turismo, o que pode orientar os empreendedores acerca das estratégias de publicidade mais adequadas.

Tabela 11 – Meio de propaganda que influenciou o entrevistado a procurar o turismo no espaço rural

| Propaganda | Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes | Fazenda Água Azul | Fazenda Fonte Luminosa | Total | % |
|------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|-------|--------|
| TV | | | | | 0 |
| Rádio | | | | | 0 |
| Amigos e parentes | 8 | 8 | 7 | 23 | 76,67 |
| Jornal | 2 | 1 | 2 | 5 | 16,67 |
| Agente de viagens | | | | | 0 |
| Internet | 2 | | | 2 | 6,67 |
| Folheto/folder | 3 | 2 | 2 | 7 | 23,33 |
| Outros | | | | | 0 |
| Total de respostas | 15 | 11 | 11 | 37 | 123,33 |
| Total de entrevistados | 10 | 10 | 10 | 30 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

A Tabela 12 mostra os aspectos relativos à motivação que fizeram com que os entrevistados buscassem o espaço rural como destino turístico.

Essa questão teve como objetivo conhecer melhor os turistas das fazendas e saber quais as motivações quanto ao turismo no espaço rural.

Tabela 12 – Aspectos relativos à motivação que fizeram com que o entrevistado buscasse o turismo no espaço rural

| Motivo | Hotel Fazenda Salto Bandeirantes | % | Fazenda Água Azul | % | Fazenda Fonte Luminosa | % |
|------------------------|----------------------------------|-----|-------------------|-----|------------------------|-----|
| Descanso | 7 | 70 | 6 | 60 | 6 | 60 |
| Lazer | 6 | 60 | 4 | 40 | 4 | 40 |
| Qualidade de vida | 2 | 20 | 4 | 40 | | |
| Paisagens | 3 | 30 | 3 | 30 | | |
| Saúde | | | 2 | 20 | | |
| Localização | 6 | 60 | | | 4 | 40 |
| Novos lugares | 2 | 20 | 3 | 30 | 2 | 20 |
| Comida típica | | | 3 | 30 | 5 | 50 |
| Total de respostas | 26 | 260 | 25 | 250 | 21 | 210 |
| Total de entrevistados | 10 | 100 | 10 | 100 | 10 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

No Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes, as motivações mais referidas que fazem com que os turistas procurem o espaço rural são: a busca pelo descanso com 70% e pelo lazer com 60% das respostas, seguindo-se da localização do empreendimento com 60%. Também foram citados com menor índice: as belas paisagens (30%), conhecer novos lugares e qualidade de

vida com mesmo índice (20%).

Na Fazenda Água Azul, as motivações mais referidas que fazem com que os turistas procurem o espaço rural são: a busca pelo descanso com 60%, as categorias lazer e qualidade de vida aparecem com o mesmo índice (40%). Também foram citadas com o mesmo índice de 30% aparecem as comidas típicas, conhecer novos lugares e belas paisagens; e por fim com menor índice a saúde, com 20% das respostas.

Na Fazenda Fonte Luminosa, as motivações mais referidas que fazem com que os turistas procurem o espaço rural são: a busca pelo descanso com 60%, seguindo-se da comida do empreendimento com 50%; as categorias lazer e localização aparecem com o mesmo índice (40%); e com menor índice, conhecer novos lugares com 20% das respostas.

A Tabela 13 apresenta os itens da propriedade visitada que mais agradaram os turistas entrevistados.

Tabela 13 – Itens da propriedade visitada que mais agradaram os turistas entrevistados

| Destaque | Hotel Fazenda Salto Bandeirantes | % | Fazenda Água Azul | % | Fazenda Fonte Luminosa | % |
|------------------------|---|----------|--------------------------|----------|-------------------------------|----------|
| Alimentação | 4 | 40 | 7 | 70 | 6 | 60 |
| Hospedagem | 7 | 70 | 2 | 20 | 1 | 10 |
| Atividades | 3 | 30 | 1 | 10 | 4 | 40 |
| Paisagem | 9 | 90 | 5 | 50 | 6 | 60 |
| Cultura | 1 | 10 | 2 | 20 | | |
| Total de respostas | 25 | 250 | 17 | 170 | 17 | 170 |
| Total de entrevistados | 10 | 100 | 10 | 100 | 10 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

No Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes, observou-se que, dos turistas entrevistados, o maior índice (90%) apresenta a paisagem como elemento que mais agradou em relação ao destino. Em segundo lugar (70%), vem a hospedagem. E em terceiro lugar, com o mesmo índice (40%), aparecem a alimentação e as atividades realizadas.

Na Fazenda Água Azul, observou-se que, dos turistas entrevistados, o maior índice (60%) apresenta a alimentação como elemento que mais agradou em relação ao destino. Em segundo lugar (50%), vem a paisagem. E em terceiro lugar, com o mesmo índice (20%), aparecem a hospedagem, as atividades realizadas e a cultura.

Na Fazenda Fonte Luminosa, observou-se que, dos turistas entrevistados, com mesmo índice (60%) apresentam a alimentação e a paisagem como elemento que mais agradou em relação ao destino. Em segundo lugar (40%), vem as atividades realizadas. E em terceiro lugar, com menor índice (10%), aparece a hospedagem.

Na Tabela 13 observou-se que, dos turistas entrevistados, a maioria apresenta a paisagem como elemento que mais agradou em relação ao destino. Esse dado é bastante significativo, pois se percebe que o item paisagem não aparece entre os mais citados na Tabela 12 em relação à motivação que fizeram com que o entrevistado buscasse o turismo no espaço rural.

A Tabela 14 apresenta o nível de satisfação alcançado pela demanda em relação à propriedade visitada.

Tabela 14 – Nível de satisfação alcançado pela demanda em relação à propriedade visitada

| Satisfação | Hotel Fazenda Salto Bandeirantes | % | Fazenda Água Azul | % | Fazenda Fonte Luminosa | % |
|------------|----------------------------------|-----|-------------------|-----|------------------------|-----|
| Abaixo | 3 | 30 | | | | |
| Compatível | 4 | 40 | 6 | 60 | 6 | 60 |
| Acima | 3 | 30 | 4 | 40 | 4 | 40 |
| Total | 10 | 100 | 10 | 100 | 10 | 100 |

Fonte: Pesquisa de Campo.

Em relação ao nível de satisfação alcançado, no Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes, 40% dos turistas entrevistados disseram ser compatível com a expectativa. Outros 30% afirmaram ser acima da expectativa. Porém 30% dos entrevistados pontuaram o nível de satisfação ser abaixo da expectativa.

Na Fazenda Água Azul, em relação ao nível de satisfação alcançado, 60% dos turistas entrevistados disseram ser compatível com a expectativa. Outros 40% afirmaram ser acima da expectativa.

A Tabela 14 mostra que igualmente a Fazenda Água Azul, na Fazenda Fonte Luminosa 60% dos turistas entrevistados disseram ser compatível com a expectativa e outros 40% afirmaram ser acima da expectativa. Em ambas as fazendas o item abaixo da expectativa, não aparece. No entanto, no Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes, esse item (abaixo da expectativa) aparece com 30% das respostas.

A seguir, são elencados os itens que os turistas responderam em relação aos pontos negativos observados durante a permanência na propriedade, considerando os aspectos de acesso, atividades desenvolvidas, atendimento, alojamento, alimentação, infra-estrutura e questão ambiental.

Apesar de a grande maioria dos turistas entrevistados terem o nível de satisfação compatível com o esperado, eles apontaram alguns itens que poderiam ser melhorados,

principalmente com relação aos serviços e à infra-estrutura.

No que tange às observações feitas pelos turistas no Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes, foram citadas:

- o valor da diária muito alto;
- a falta de atividades noturnas para casais;
- a falta de lixeira dentro do apartamento (havia lixeira somente no banheiro);
- ausência de um profissional para atendimento a bebês;
- a falta de entrosamento entre os hóspedes;
- monitores de recreação diariamente à disposição e não somente nos finais de semana;
- a necessidade de melhorar o acesso e a sinalização.

Observações feitas pelos turistas na Fazenda Fonte Luminosa

- melhorar o acesso e a sinalização;
- a construção de mais unidades habitacionais (UHs).
- identificar as espécies da flora no decorrer da trilha;
- não cair o tronco das árvores;
- plantar árvores nativas em torno dos tanques de pesca;
- um maior cuidado com o destino do lixo.

Observações feitas pelos turistas na Fazenda Água Azul:

- melhorar o acesso e a sinalização;

5.2 O posicionamento e as perspectivas dos empreendedores diante do desenvolvimento do Turismo no Espaço Rural

Nas entrevistas estruturadas e semi-estruturadas aplicadas com os Proprietários de Equipamentos Turísticos, além do perfil dos empreendedores, também lhes foi questionado se os mesmos residem permanentemente na propriedade, se além da oferta turística e recreativa existem outras atividades produtivas na propriedade, há quanto tempo funciona o empreendimento, se poderiam falar dos planos para expansão dos seus negócios, se é uma

empresa familiar e quantos funcionários trabalham na propriedade, qual o grau de participação do turismo na renda da propriedade, qual o tipo de cliente e qual o período de maior procura, o que entendem por Turismo Rural, se conhecem outras formas de Turismo em Áreas Rurais e o que têm a dizer sobre as políticas e ações na área de Turismo rural no Brasil.

5.2.1 Resultado da entrevista com proprietário do Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes – Município de Santa Fé – PR

A Proprietária do Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes tem o 3º grau completo e administra o empreendimento juntamente com seu irmão. A família não reside na propriedade, mas a residência permanente fica apenas a 10 km, no centro da cidade de Santa Fé e estão diariamente na administração da propriedade.

Além da oferta turística e recreativa, na fazenda cultiva-se soja e milho. Há também em menor proporção a criação de gado de corte e gado leiteiro.

O hotel-fazenda funciona há três anos. Foi inaugurado com 18 apartamentos, com capacidade para até 75 pessoas e já está em construção mais 12 apartamentos que brevemente estarão concluídos. A Estação de Lazer Salto Bandeirantes, com os quiosques, camping, restaurante e lanchonete e piscinas naturais, funciona a mais de 9 anos. Os hóspedes do hotel-fazenda podem freqüentar esses espaços livremente, enquanto que as pessoas que vão acampar ou simplesmente passar o dia na Estação de Lazer não têm livre acesso à área do hotel.

Em relação aos planos de expansão do empreendimento, a proprietária informou que pretende construir mais unidades habitacionais, chegando-se a 90 apartamentos, com capacidade para até 360 pessoas, bem como um centro de convenções.

O Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes é uma empresa familiar, na qual 8 pessoas da família estão diretamente envolvidas com a atividade turística. Os funcionários não-familiares, que trabalham no hotel, totalizam 25 pessoas e todos são nativos. Os serviços da Estação de Lazer (restaurante e lanchonete) foram terceirizados a partir do ano de 2005, e empregam mais 15 pessoas da região.

De acordo com a proprietária, a participação do turismo na renda da propriedade é de 21 a 40%, mas com a expansão das unidades habitacionais, pretende-se aumentar essa porcentagem.

No hotel hospedam-se geralmente famílias, pessoas da 3ª idade, empresas que realizam seus eventos e usam a infra-estrutura do hotel e escolas que levam seus formandos da 8ª série do ensino fundamental e os jovens do 3º ano do ensino médio.

Quanto ao período de maior procura, a proprietária informou haver ocupação satisfatória mesmo durante a semana, melhorando nos finais de semana, feriados e férias escolares.

Em relação ao conceito de Turismo Rural, a proprietária respondeu ser uma nova opção de renda e agregação de valores, aproveitando o potencial da fazenda para desenvolver a atividade turística.

Quanto ao conhecimento de outras formas de turismo em áreas rurais, a mesma citou o turismo ecológico, turismo de aventura e o ecoturismo.

Em relação ao apoio dos governantes, a proprietária afirmou existir muita propaganda e nenhuma ação. O município não ajuda na infra-estrutura, como por exemplo: acesso e sinalização. O Poder Público não faz nenhum trabalho de conscientização para o turismo com as pessoas da comunidade.

Quanto às diretrizes públicas para o turismo rural, a proprietária afirmou não ter conhecimento e finalizou a entrevista dizendo “No início, nós proprietários de Equipamentos Turísticos, no Espaço Rural, organizamos por conta própria o Circuito de Pousadas que contou com o auxílio do GETER (Grupo de Empreendedores do Turismo no espaço Rural) do Norte e Noroeste do Estado do Paraná que se encontra no município de Maringá. Formou-se, então, uma Associação que contava inicialmente com onze empreendimentos no espaço rural do Norte e Noroeste do Paraná, onde uma vez por mês, os proprietários se reuniam para discutir as dificuldades encontradas no negócio, planos para o futuro e a forma de divulgação dos empreendimentos entre outros assuntos de interesse comum”.

5.2.2 Resultado da entrevista com proprietário – Fazenda Água Azul – Município de Fênix

O Proprietário da Fazenda Água Azul concluiu graduação em administração e pós-graduação em turismo. A família proprietária que administra a atividade turística reside na propriedade desde que ela foi adquirida.

Além da oferta turística e recreativa, na fazenda cultiva-se soja e milho, além da criação de gado leiteiro para o consumo próprio. A área total da fazenda é de 781 hectares,

sendo 281 hectares de mata nativa. O empreendimento funciona a 10 anos, sendo um dos pioneiros na atividade turística no espaço rural da região de estudo. Em relação aos planos de expansão do empreendimento, a família proprietária pretende realizar a construção de mais alguns chalés e aumentar a piscina.

Os funcionários não-familiares que trabalham no empreendimento totalizam 10 pessoas, todos residentes na cidade de Fênix onde está localizada a fazenda. A contratação temporária de funcionários se dá conforme o movimento de hóspedes.

Informou-se que a participação do turismo na renda da propriedade é de 41 a 60% e que uma parte da fazenda geralmente é arrendada para o plantio de soja.

Na Pousada hospedam-se geralmente famílias, funcionários públicos, profissionais liberais, pessoas da 3ª idade, entre outros. As escolas geralmente passam o dia, mas não pernoitam. Os períodos de maior procura, segundo o proprietário, são nos finais de semana, feriados prolongados e férias escolares.

Quanto ao conceito de turismo rural, o empreendedor relatou ser um resgate histórico cultural. A vivência com a natureza e o campo é também uma forma de aproveitar a estrutura já existente na propriedade para complementar a renda da família. A respeito de outras formas de turismo no espaço rural, citou o turismo equestre, turismo de aventura, ecoturismo e agroturismo.

De acordo com o proprietário, a Prefeitura Municipal não dá nenhum tipo de apoio, nem mesmo existe um trabalho de conscientização, para a população local, em relação ao desenvolvimento da atividade turística no município de Fênix.

Quanto às Diretrizes e Políticas Públicas para o Turismo Rural no Brasil, o empreendedor não tem conhecimento. Acrescentou que sente a necessidade de consultoria e assessoria de profissionais na área de turismo e de maiores esclarecimentos das diretrizes por parte do governo. Comentou ainda a necessidade de exigir das pessoas que trabalham em cargos municipais o conhecimento dessas diretrizes para que eles possam colaborar no que diz respeito ao desenvolvimento local através da atividade turística.

5.2.3 Resultado da Entrevista com proprietário – Fazenda Fonte Luminosa – Município de Paranavaí

O Proprietário da Pousada Fonte Luminosa concluiu o ensino médio, é piscicultor e administra o empreendimento juntamente com sua esposa e dois filhos adolescentes. A

família reside na propriedade, e, além da oferta turística e recreativa, na fazenda se desenvolvem a piscicultura e a criação de algumas vacas leiteiras para consumo próprio.

O empreendimento como pesque-pague funciona há 11 anos, o restaurante é aberto à comunidade a 5 anos e o serviço de hospedagem funciona somente a 3 anos.

Em relação aos planos para expansão do empreendimento foram citados: a construção de estrutura para atender grupos maiores para eventos empresariais; diárias sem pernoite com pensão completa, atividades educativas voltadas principalmente para Igrejas e escolas, e também melhorias na estrutura do camping. No momento, o proprietário não pensa em construir mais chalés.

Quanto ao período de maior procura, o proprietário informou ser nos finais de semana, feriados e férias escolares.

A participação do turismo na renda da propriedade é de 61 a 100%. Os funcionários não-familiares do empreendimento trabalham com contrato temporário nos finais de semana e feriados, totalizando 15 pessoas, e todos eles residentes locais.

Em relação às pessoas que freqüentam o empreendimento, segundo o proprietário, são: famílias, bancários, empresários, professores, dentistas, médicos, advogados. As Igrejas Evangélicas e escolas geralmente passam o dia na fazenda, mas não utilizam os chalés e, às vezes, vêm para acampar.

No que tange o conceito de turismo rural, o proprietário respondeu que turismo rural é vivenciar atividades do campo, acompanhar a ordenha, resgatar os valores do campo. É também um turismo educativo, contemplação das belezas naturais, e uma forma de manter economicamente a família.

Quanto a outras formas de turismo, o proprietário declarou que as propriedades que visitou não desenvolviam o turismo rural propriamente dito. Para ele, um dos estabelecimentos caracteriza-se mais como um clube freqüentado por empresas que fecham pacotes para reuniões com funcionários e fornecedores. Outro empreendedor achou que o *folder* de promoção turística do empreendimento não condizia com a realidade encontrada na propriedade. Porém relatou que nas reuniões da Associação dos Empreendedores do Turismo no Espaço Rural em Maringá, onde se discutia sobre as atividades realizadas nas propriedades, falava-se de esportes radicais, *rapel*, *bóia-cross*, agroturismo e ecoturismo.

Em relação ao apoio dado pelas autoridades municipais o proprietário respondeu: *“a prefeitura não acompanha, não dá incentivo, não tem um profissional da área de turismo para dar o suporte técnico que necessitamos. Não ajuda na manutenção da estrada de acesso e nem na sinalização, bem como não recolhe o lixo. O lixo da fazenda é levado para a cidade*

e recolhido pela coleta de lixo que é terceirizada pela prefeitura”. O proprietário ainda complementou: “para a manutenção da estrada, eu disse que pagava o óleo gasto pelo maquinário da prefeitura, mas eles alegam que se trata de uma propriedade particular, e se ajudar um, tem que ajudar a todos. A secretaria de Meio Ambiente que também responde pelo turismo já prometeu muito, mas até agora nada! Já fizeram visitas e reuniões aqui, cursos do SENAC etc., mas ações concretas...!”.

Quanto às Políticas Públicas, o proprietário respondeu: *“sempre ouço dizer que tem financiamento para investir nas propriedades de turismo rural, mas uma vez fui atrás disso e não consegui nada, é uma burocracia muito grande, a gente só se incomoda e o jeito é melhorar a estrutura aos poucos com recurso próprio”*. Das diretrizes e Políticas Públicas do Ministério do turismo, o proprietário afirmou não ter conhecimento.

6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa de campo realizada na Região de Influência de Maringá - Paraná procurou descrever as características do turismo desenvolvido no espaço rural com base na oferta e na demanda atual. Os atores sociais pesquisados foram os proprietários de três empreendimentos turísticos no espaço rural e pessoas que freqüentam essas destinações turísticas.

Neste momento, apresenta-se uma análise geral das três propriedades, a partir dos resultados compilados durante a pesquisa e apresentados na forma de tabelas e também do relato de entrevistas no item anterior, que reflete as respostas às questões da entrevista estruturada e semi-estruturada aplicada com os dois segmentos de atores sociais citados anteriormente.

Na seqüência, são apresentados os resultados obtidos com o segmento demanda.

6.1 Considerações sobre o perfil da demanda

Com relação ao estado civil dos turistas entrevistados, constatou-se que a grande maioria é casada e realiza a viagem em companhia da família e amigos. Isso confirma o resultado obtido, em que 93,33% dos entrevistados estavam em família, seguido de 6,67% que estavam em grupo, visitando a propriedade rural.

Em relação à faixa etária dos turistas que freqüentam as propriedades, a grande maioria encontra-se entre 25 e 44 anos (73,33%). Esta faixa etária identifica cidadãos que ainda fazem parte da população economicamente ativa. Turistas da terceira idade têm percentual bastante baixo (3,33%). Com relação ao grau de escolaridade dos entrevistados, verificou-se um índice de 46,67% com o 3º grau, seguido do ensino médio com 26,67% e 20% dos entrevistados possuem pós-graduação e o ensino fundamental com menor índice de 6,67%. Constatou-se ainda que os turistas tiveram seu maior índice com terceiro grau completo, demonstrando uma condição educacional privilegiada.

Quanto à profissão a grande maioria dos hóspedes que freqüentam as propriedades é profissional liberal. Dos entrevistados, 40% possuem renda superior a 8 salários mínimos, seguindo de 26,7% que possuem renda entre 6,5 a 8 salários mínimos e 13,3% de 2 a 6 salários mínimos. Esses dados mostram que o turista que freqüenta o turismo no espaço rural

tem uma boa renda mensal. Processos semelhantes estão ocorrendo em outros lugares, como a pesquisa realizada por Coelho e Junqueira (2000, p. 269), que, ao estudarem os turistas rurais em Brasília – DF, verificaram serem as famílias o principal grupo freqüentador. Sobretudo, predominam pessoas com renda média, boa escolaridade e idade entre 31 e 40 anos. A tranquilidade e a aproximação com a natureza são lembradas como as principais motivações do turismo rural.

Observa-se que 70% dos pesquisados responderam que costumam fazer turismo no espaço rural e 30% estavam vivenciando este tipo de turismo pela primeira vez.

Em relação à freqüência com que os turistas praticam o turismo no espaço rural, obteve-se diferentes índices nas três propriedades. No Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes: dos entrevistados que costumam realizar o turismo no espaço rural, 60% freqüentam esse tipo de turismo uma vez por ano, seguido de 40% que costumam freqüentar duas vezes por ano. O item três vezes ao ano não foi citado. Esse dado pode ser justificado em relação aos pontos negativos observados pelos turistas quanto ao alto valor cobrado pela diária. Na Fazenda Água Azul, dos entrevistados que costumam realizar o turismo no espaço rural, 50 % freqüentam esse tipo de turismo uma vez por ano, seguido de 40% que costumam freqüentar duas vezes por ano e, por último, 10% dos respondentes freqüentam três vezes por ano. Por sua vez, na Fazenda Fonte Luminosa, dos entrevistados que costumam realizar o turismo no espaço rural, 10% freqüentam esse tipo de turismo uma vez por ano, seguido de 60% que costumam freqüentar duas vezes por ano e, por último, 30% dos respondentes freqüentam três vezes por ano. Cabe ressaltar que, por ser o turismo nesse empreendimento mais acessível quanto ao valor cobrado pela diária, justifica-se os percentuais anteriormente descritos.

Convém ressaltar que essas pessoas disseram que na primeira oportunidade voltariam ou iriam conhecer um outro empreendimento no espaço rural. Os proprietários atribuem o retorno dos hóspedes, de forma geral, ao atendimento, sendo os demais motivos: localização, atrativos, contato com a natureza ou o campo, descanso, fuga do estresse e outros.

Como local de residência permanente, Maringá apresentou o maior índice, seguido dos demais municípios representados por Londrina e Paranavaí. Todas essas cidades ficam a uma distância máxima de 150 km dos empreendimentos turísticos pesquisados. Convém também ressaltar que Maringá é a cidade pólo de toda a Região estudada e que demanda o maior número de turistas. Maringá tem posicionamento geográfico privilegiado e faz parte do Anel de Integração do Estado do Paraná, com acesso favorecido através de uma das melhores malhas rodoviárias do Paraná. Inclui-se aí a rodovia federal BR-376, que faz ligação com Curitiba, a rodovia federal BR-369, elo com Foz do Iguaçu/Mescosul, e rodovias estaduais

que fazem conexão com o Oeste do Estado de São Paulo e com Mato Grosso do Sul (Anexo F). Assim, entende-se que o turismo rural é, basicamente um turismo de proximidade.

Esses dados mostram que os turistas estão valorizando a região e que o item distância tem grande importância na escolha do destino. De acordo com Groulleau (1994), o turismo em espaço rural deve ser um turismo local, desejado e gerido pelos próprios residentes. Em relação à distância, Boullón (1993) explicita que os estabelecimentos rurais, a menos de 200 quilômetros das grandes cidades, podem ser usados para o turismo rural.

Nesse sentido ainda, a OMT (2004) afirma que dentre as principais tendências do turismo e do lazer nas próximas décadas, pode-se citar

[...] as viagens intra-regionais serão a grande maioria; viagens de férias mais curtas em períodos diferentes do ano (roteiros turísticos de curta distância); valorização da identidade local; crescimento do turismo ecológico de observação da natureza em viagens de curta distância e antagonismo do consumidor conscientizado em relação ao turismo de massa.

Tendências que são determinadas por fatores como interesse crescente por questões relativas ao meio ambiente, particularmente pela qualidade ambiental do lugar nos destinos turísticos; aumento por parte dos turistas na procura de experiências mais autênticas e de convívio com o modo de vida e costumes locais; necessidade emergente de práticas de lazer mais saudáveis; demanda crescente por tranquilidade e relaxamento que a vida no campo oferece, em contraste com o estresse da vida urbana; interesse maior em cuidar da saúde física e mental.

Percebeu-se claramente que a sugestão de amigos e parentes é a influência mais eficiente para se procurar o turismo no espaço rural com 76,67% das respostas. Segue-se respectivamente a classificação dos folhetos e/ou *folders* promocionais, dos jornais e internet. A televisão, o rádio e o agente de viagens, não foram citados. Esses dados demonstram que os proprietários dos empreendimentos não têm condições de pagar uma boa comissão para as agências de viagens e turismo que geralmente acabam por não oferecer esses destinos aos seus clientes. Os altos preços cobrados por inserções em propagandas de televisão e rádio acabam por inviabilizar a divulgação nesses meios de comunicação. Portanto, constata-se que a forma mais eficaz de propagação ainda é o boca a boca (*Word-of-mouth*). Para isso, a pessoa precisa ter suas expectativas e desejos correspondidos para que assim indique o destino a outras pessoas.

Com relação às motivações que fazem com que os turistas procurem o espaço rural, predominam a busca pelo descanso e lazer e a localização do empreendimento. A comida

típica, conhecer novos lugares, qualidade de vida e belas paisagens, ficaram em segundo plano. Segundo Mário Jorge Pires (2003, p. 52), o visitante possui “motivações difusas, muitas vezes difíceis de serem categorizadas [...] isso porque as motivações são muitas, todas elas emaranhadas e quase que igualmente importantes para o turista”.

Observou-se que as motivações mais referidas que fazem com que os turistas procurem o espaço rural foram a busca pelo descanso, lazer e a localização do empreendimento. Também foram citados com menor índice, a comida típica, conhecer novos lugares, qualidade de vida e belas paisagens.

Dos turistas entrevistados, o maior índice apresentou a paisagem como elemento que mais agradou em relação ao destino, seguido da hospedagem e atividades realizadas. Cabe mencionar que os turistas apontaram a paisagem como elemento que mais agradou em relação ao destino, mas tiveram certa dificuldade para decifrar o porquê da escolha. Nesse contexto, a paisagem rural é explorada não como um objeto, e sim como um meio para o consumo de produtos e serviços oferecidos ao visitante. Segundo Boullón (1997), entende-se por paisagem rural o espaço natural que recebeu intervenções humanas, alterando assim o ambiente original, porém conservando como cenário principal, as áreas naturais. A dificuldade do visitante em se expressar em relação à paisagem é justamente o caráter não material dos valores envolvidos, virtualmente impossíveis de serem calculados em função das condições subjetivas (cultura, imaginário social) que medeiam sua definição. De acordo com Pires (2003), a percepção humana como ato criativo influenciado por fatores educativos, culturais, emotivos, afetivos e sensitivos, permite a um indivíduo captar a beleza, a emoção ou a informação propiciadas por uma paisagem.

Os resultados mostraram que a paisagem, a alimentação, as atividades oferecidas, a hospedagem, a distância e os aspectos culturais do local, são os principais itens que garantem a afluência da demanda ao espaço rural.

Em relação aos pontos negativos verificados durante a estada do visitante na propriedade, considerando os aspectos de acesso, atividades desenvolvidas, atendimento, alojamento, alimentação, infra-estrutura, e questão ambiental, itens estes, agrupados em três categorias: serviços, infra-estrutura e ambiental.

No Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes, a demanda pontuou a falta de atividades noturnas para casais; um número maior de lixeiras; o preço da diária muito elevada; a falta de um profissional para atendimento a bebês; a falta de entrosamento entre os hóspedes; oferecer academia de ginástica; a falta de um monitor de recreação constantemente à disposição e a precária sinalização turística para o acesso ao empreendimento.

Na Fazenda Fonte Luminosa, a demanda citou a necessidade de melhorar o acesso aos empreendimentos e a sinalização turística, a construção de mais chalés (UHs). Em relação à dificuldade de acesso, os dados refletem o perfil dos turistas entrevistados, pois, a grande maioria das pessoas que utilizam os serviços de turismo no espaço rural faz seu deslocamento de carro próprio, o que reflete a importância da conservação adequada das estradas vicinais. Sugeriu-se a identificação das espécies vegetais na trilha, o cuidado para que não caíam os troncos das árvores; a plantação de árvores nativas em torno dos tanques de pesca e um maior cuidado com o destino do lixo, pois, segundo o Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT, 2002), o lixo rural, que antes era formado quase exclusivamente por restos orgânicos, que a natureza eliminava rapidamente, mudou, recentemente o lixo rural vem-se transformando num “volume crescente de frascos e sacos plásticos que se acumulam nas próprias fazendas ou se espalham ao longo das estradas”. Verificou-se assim que o lixo rural está, de alguma forma, adquirindo as características do lixo urbano. Este é um dos maiores problemas ambientais da atualidade, pois os moldes de consumo adotados pela maioria das sociedades modernas estão provocando o seu aumento contínuo e exagerado. Sem contar que muito do material descartado contém substâncias químicas nocivas à saúde do homem, como, por exemplo, materiais de pintura, pilhas, baterias, lâmpadas fluorescentes, inseticidas, repelentes e outros.

Em relação ao nível de satisfação alcançado, no Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes, 40% dos turistas entrevistados disseram ser compatível com a expectativa. Outros 30% afirmaram ser acima da expectativa. Porém 30% dos entrevistados pontuaram o nível de satisfação ser abaixo da expectativa. Na Fazenda Água Azul, em relação ao nível de satisfação alcançado, 60% dos turistas entrevistados disseram ser compatível com a expectativa. Outros 40% afirmaram ser acima da expectativa e por fim igualmente a Fazenda Água Azul, na Fazenda Fonte Luminosa 60% dos turistas entrevistados disseram ser compatível com a expectativa e outros 40% afirmaram ser acima da expectativa. Em ambas as fazendas o item abaixo da expectativa, não aparece. No entanto, no Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes, esse item (abaixo da expectativa) aparece com 30% das respostas. Este último, por ser um Hotel-Fazenda, faz com que a demanda tenha uma expectativa muito alta em relação ao destino, decorrente do valor cobrado pela diária. No entanto, isso não acontece nas Fazendas Água Azul e Fonte Luminosa, onde a expectativa da demanda é atendida satisfatoriamente, pois as instalações são mais rústicas e o valor da diária é mais acessível.

Nesse contexto, ressaltou-se o ótimo atendimento nos empreendimentos, funcionários atenciosos, local muito agradável, excelente receptividade, atendimento de qualidade, comida deliciosa, local calmo, agradável e organizado.

Esses dados demonstram que as imagens do Turismo no Espaço Rural e as tipologias a elas associadas na promoção turística, possuem coerência e identidade com a oferta turística (atrativos, atividades e serviços) efetivamente existentes na região de estudo.

6.2 Análise dos resultados da pesquisa em relação aos proprietários dos empreendimentos turísticos no espaço rural

O segmento dos proprietários de equipamentos turísticos no espaço rural tiveram seu índice de escolaridade bem diversificado, contemplando o ensino médio completo, o ensino superior completo e pós-graduação. Portanto, apresentam alta escolaridade.

Os proprietários administram o próprio empreendimento, portanto são empresas familiares. Dos três proprietários entrevistados, apenas um não reside na propriedade.

Além das ofertas turística e recreativa, as três propriedades possuem como principais atividades primárias, soja, milho e tanques de pesca. Todavia, a soja é o produto mais plantado pelos proprietários entrevistados em duas das três propriedades pesquisadas.

Quanto ao tempo de funcionamento dos empreendimentos, verificou-se que as três propriedades começaram a receber visitantes sem um planejamento adequado e sem prever que o negócio iria tomar proporções maiores. Uma delas começou com pesque pague há 10 anos, há 4 anos implantou restauração e há dois anos e meio construiu dois apartamentos e passou a desenvolver o turismo rural. Outra propriedade iniciou há 8 anos suas atividades como estação de lazer, recebendo pessoas para passar o dia ou acampar e, há dois anos e meio construiu um hotel-fazenda, inaugurado com 18 apartamentos. Posteriormente, construíram mais 12 completando 30 apartamentos. E ainda uma outra propriedade que recebia pessoas para passar o dia, principalmente grupos, e quando percebeu a viabilidade de investir no turismo, adaptou a infra-estrutura já existente na propriedade e deu início a atividade turística de forma organizada. Completou 9 anos de implantação, e é uma das pioneiras do turismo no espaço rural da região de estudo. Em relação a esses dados, cabe comentar que todos os proprietários ingressaram na atividade turística com motivações de ordem econômica, dos quais o desejo de aumentar os rendimentos e agregar valores representa a maioria.

Para Selva (1998), o surgimento do Turismo Rural como alternativa de renda deve-se, em parte, aos problemas oriundos da crise do setor agrícola, que provocou uma crescente perda de capital humano, resultado do êxodo rural (saída do homem do campo para a cidade)

e transformação da economia rural. Em conseqüência desse fato, verificam-se mudanças principalmente nas grandes cidades (crescimento desordenado, agitação etc).

Nesse sentido, constatou-se que as propriedades estudadas, sentindo as dificuldades no setor agrícola, bem como as mudanças ocorridas ao longo dos anos na área rural, ingressaram na atividade turística. Os proprietários foram aumentando aos poucos a oferta turística e adaptando-a a estrutura já existente. Investiram em equipamentos turísticos para receber os hóspedes, demonstrando assim, entender que o turismo no espaço rural deve ser desenvolvido a médio e longo prazo.

Em relação aos planos de expansão dos empreendimentos, todos pretendem ampliar e melhorar suas instalações, mas a médio e longo prazo.

Os funcionários não-familiares, sejam eles efetivos ou contratados temporariamente, que trabalham nos três empreendimentos, são todos nativos, confirmando assim o aumento de empregos gerados pela atividade turística.

Em relação à participação do turismo na renda da propriedade, obteve-se três índices diferentes. Uma propriedade declarou o turismo ter participação de 21 a 40% da renda. Outra de 41 a 60% e, por último, com um índice mais alto de 61 a 100% da renda. Tal resultado leva a concordar com os autores Almeida e Blós (2000), Silva, Vilarinho e Dale (2000) e Rodrigues (2000), que preferem empregar a expressão turismo em espaço rural para a totalidade dos movimentos turísticos em espaço rural. Esses autores distinguem o turismo em espaço rural, conforme o conjunto da população que usufrua os rendimentos da atividade, ou seja, os empreendedores não precisam ser necessariamente pessoas que vivam exclusivamente do campo. Também, algumas propriedades que passam a integrar algum projeto ou roteiro turístico, posteriormente, com o fluxo de visitantes e a comercialização de seu produto, a renda aumenta e na maioria das vezes as atenções e o tempo de trabalho são dirigidos para esta atividade em detrimento da primeira. (PORTUGUEZ, 1999).

Constatou-se que a demanda que freqüenta os empreendimentos pesquisados em sua maioria são famílias, profissionais liberais e escolas. Quanto ao período de maior procura, somente um empreendimento relatou ser a ocupação satisfatória mesmo durante a semana, mas sem exceção, os três empreendimentos confirmaram que a maior procura acontece nos finais de semana, feriados prolongados e o período de férias escolares.

Em relação ao conceito de Turismo Rural, os proprietários afirmaram ser uma nova opção de renda e agregação de valores, aproveitamento do potencial da fazenda para desenvolver a atividade turística, resgate histórico cultural, a vivência com a natureza e a contemplação das belezas naturais. O resgate da valorização do campo, o turismo educativo,

são também formas de se aproveitar a estrutura já existente na propriedade para complementar a renda da família.

Quanto ao conhecimento de outras formas de turismo em áreas rurais, os proprietários citaram o turismo ecológico, turismo de aventura, o ecoturismo, o agroturismo e o turismo eqüestre.

Em relação ao apoio dos governantes, os proprietários unanimemente afirmaram existir muita propaganda e poucas ações. Segundo eles, na maioria das vezes, as estratégias e ações ficam a cargo da iniciativa privada, pois o município não dá incentivo, não ajuda na infra-estrutura básica, na manutenção da estrada de acesso e na sinalização turística. A inexistência de uma secretaria de turismo nas prefeituras dos municípios pesquisados e a falta de interesse das demais secretarias municipais, dificultam o comprometimento do poder público com o desenvolvimento da atividade turística. Também relataram que o Poder Público não faz nenhum trabalho de conscientização turística com as pessoas da comunidade nem tão pouco colabora com a divulgação do lugar (compreendendo-se “lugar” de forma ampla) procurando, assim, influenciar a venda da imagem com objetivos políticos, sociais e econômicos. Acrescentaram ainda, a necessidade de uma consultoria na área de turismo bem como maiores esclarecimentos das diretrizes públicas para o turismo rural por parte do governo, exigindo das pessoas que trabalham em cargos turísticos municipais o conhecimento dessas diretrizes e políticas públicas, para que os mesmos possam colaborar no que diz respeito ao desenvolvimento local, tendo como um meio a atividade turística.

Dos proprietários de equipamentos turísticos pesquisados, todos participaram do Circuito de Pousadas Rurais comandado pelo GETER¹² – Grupo de Empreendedores do Turismo no Espaço Rural – que contava inicialmente com onze empreendimentos de Turismo no Espaço Rural do Norte e Noroeste do Paraná com o intuito de fortalecer a rede de turismo rural e discutir as dificuldades encontradas no negócio, os planos para o futuro e a forma de divulgação dos empreendimentos.

Quanto às Políticas Públicas para o Turismo Rural no Brasil, os proprietários não têm o mínimo conhecimento. Comentaram sobre os financiamentos para investir nas propriedades que desenvolvem o turismo rural, mas reclamaram a respeito da burocracia existente para se conseguir esses financiamentos. A saída então é melhorar a estrutura aos poucos com recursos próprios. Sendo assim, os três empreendimentos são mantidos com recursos próprios, isto é, sem qualquer tipo de financiamento ou composição da sociedade para financiá-los, implantá-

¹² Ver rede de turismo regional: <<http://www.turismoregional.net.com.br>>.

los e conduzi-los.

Verificou-se com a pesquisa que a atividade turística apresenta impactos bastante expressivos na geração de renda e emprego das famílias envolvidas, bem como emprego para a população local. Nesse sentido, o turismo permite que as famílias inseridas na atividade adquiram um aumento na renda em melhores seus níveis de vida. Os benefícios, embora sejam maiores para as famílias envolvidas, também se estendem a outras parcelas da comunidade e ao município como um todo, ainda que estudos, como o de Portuguez (1999), demonstrem que os empregos gerados não são tão significativos, uma vez que a contratação de mão-de-obra local, muitas vezes é temporária, e não permanente como se espera.

As principais dificuldades percebidas com maior frequência pelos empreendedores são de natureza financeira, como por exemplo, a falta de recursos próprios e as dificuldades para a obtenção de financiamento. Outro fator apontado pelos empreendedores é a deficiência na conservação das estradas e na infra-estrutura de sinalização, bem como a falta de apoio do setor público, a falta de divulgação, a falta de um trabalho de conscientização turística da comunidade local e a falta de assessoria técnica para a atividade turística. Em relação ao apoio do setor público, segundo Silva (1997), 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 etc.

Todos os empreendedores pretendem, nos próximos anos, agregar novos serviços turísticos e ofertar novos produtos aos já existentes.

Com relação à Fazenda Fonte Luminosa, observou-se que a oferta turística dessa propriedade não é condizente com o turismo rural que é divulgado pela promoção turística, visto que, o conceito de turismo rural proposto nas diretrizes para o turismo rural no Brasil é “o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”. (DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NO BRASIL, 2003). Segundo Zuanazzi (2003, p. 17), vários empreendimentos anunciados como Turismo Rural não apresentam as características fundamentais da atividade, o que acaba por comprometer a qualidade e a identificação dessa tipologia de turismo perante o consumidor.

Essa propriedade se insere no conceito mais amplo de turismo no espaço rural que segundo Silva *et al.* (1998, p. 14) são “todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na

oferta: turismo rural, agroturismo, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura, turismo de negócios, turismo de saúde, turismo cultural, turismo esportivo, atividades estas que se complementam ou não”.

Nessa propriedade, o restaurante é aberto à comunidade nos finais de semana e feriados e chega a servir até 400 refeições/dia. Dentre as atividades mais procuradas pelos turistas, estão os passeios a cavalo e a pesca de lazer. Silva (2000, p. 24) cita uma enquête, realizada nos Estados Unidos da América do Norte, pela associação Americana de Fabricantes de Equipamentos de Pesca, na qual 49% das respostas atribuíam ao contato com a natureza a principal motivação para a pesca de lazer. Outros interesses, como fugir do estresse (34%) e contato com a família (29%), também foram mais lembrados que a captura de peixes para o consumo (13%).

Na Fazenda Água Azul, o ecoturismo é contemplado na promoção turística. O observou-se nessa propriedade que a proposta turística desenvolvida encontra-se na interface entre o ecoturismo e o turismo rural. O aspecto histórico-cultural é o ponto forte da fazenda, pois, possui o museu do café bem como a exposição de objetos dos antigos índios Guaranys, além de 289 hectares de mata nativa preservada, com trilhas para contemplação e caminhada. Em relação ao tipo de turismo desenvolvido nessa propriedade, é possível ir ao encontro do pensamento de Rodrigues (2000) que postula a existência de uma interface entre o ecoturismo e o turismo rural, o qual a autora denomina turismo ecorural. Nesse sentido, entende-se que seria interessante aliar o turismo rural com o ecoturismo (trilhas, cavalgada, banho em cachoeiras, contemplação da paisagem, restaurante típico etc.) já que nem todas as propriedades conservam as atividades tradicionais do meio rural. Em tal união poder-se-ia otimizar o potencial turístico dessa localidade.

Nessa fazenda, a paisagem é também marcada por grandes extensões de áreas cultivadas. O panorama apresenta um relevo com altitudes mais acentuadas, permitindo uma vista mais ampla da região, o que proporciona um cenário privilegiado para os turistas. Nesse sentido, Crosby (*apud* PIRES, 2002, p. 148) define ecoturismo como “segmento turístico em que a paisagem é a principal variável como ponto de confluência dos fatores ambientais e antrópicos, cujo objetivo é a integração do visitante com o meio natural e com a população, que participa dos serviços prestados aos turistas”.

A Fazenda Salto Bandeirantes, em sua oferta turística, propõe em suas instalações um hotel-fazenda e está coerente com a promoção turística por ela divulgada. Segundo Oliveira (2002, p. 12-13), o hotel-fazenda se caracteriza basicamente por ser uma estrutura

eminentemente hoteleira, com todas as características comuns encontradas em qualquer local do mundo, situada em área rural.

Na região onde se encontra o Hotel-Fazenda Salto Bandeirantes, a paisagem é também marcada por grandes extensões de áreas cultivadas, principalmente o binômio soja e trigo. A configuração da paisagem no entorno do hotel e da estação de lazer é destacadamente marcada pela recuperação ambiental, principal fator de atratividade do local, com a recuperação da mata ciliar, na beleza paisagística dos equipamentos e seu entorno natural, o qual se estabelece como complemento ao destino turístico o Rio Bandeirante do Norte com cachoeira e corredeiras.

Observou-se que os empreendedores também aproveitam a passagem dos turistas para comercializarem a sua própria produção, tanto a de alimentos *in natura*, as hortaliças, quanto os produtos transformados como pães, doces e compotas. Segundo Schneider e Fialho (2000), a interação entre os turistas com a população local se transformam num benefício proporcionado pelo turismo rural, pois se estabelece uma aproximação direta entre os consumidores e os produtores, e que favorece a ambos em termos de preços praticados, eliminando a fase de circulação de mercadorias.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve por objetivo conhecer a realidade do Turismo no Espaço Rural na Região de Influência de Maringá - Paraná, a fim de entender a situação atual da atividade nos espaços pesquisados. Desta forma, a pesquisa funcionou como um instrumento para entender a realidade atual, bem como para a aquisição de conhecimento necessário para subsidiar ações e implementar uma política de turismo rural na Região.

A análise também pode contribuir para a elaboração de metodologias, pois, uma vez adaptadas à realidade de outras regiões que possuam situações análogas, serão beneficiadas as políticas de desenvolvimento turístico.

Pode-se notar que os turistas carregam para o espaço rural as preocupações relacionadas à conservação do patrimônio natural e cultural. Isso mostra que o uso da terra deixa de ser exclusivamente produtivista, agregando também valores estéticos. Em relação à cultura, observou-se que os turistas valorizam muito o patrimônio não somente no que se refere aos aspectos físicos, como a paisagem, mas incluem-se também as tradições locais, os saberes artesanais e culinários, ou a própria imagem do território.

Percebeu-se também que o turismo no espaço rural trabalha com o imaginário das pessoas desde o contato com dinâmicas e cenários típicos. Notou-se também que esse turismo forma nichos de demanda diferentes, algumas pessoas buscam conforto, enquanto outras buscam a intensidade de atividades disponíveis no espaço rural. Portanto, para atender à demanda, é oferecida uma gama de atividades, distrações e entretenimentos que vão desde ordenhar vacas a passeios de charrete.

Enquanto os recursos naturais aparecem como elementos que marcam o turismo no espaço rural numa perspectiva generalizada, individualmente cada empreendimento turístico apresenta suas especificidades, diferenciando-se dos demais. As principais diferenças estão relacionadas com as estratégias que cada empreendedor encontrou para gerir a sua atividade. Dessa forma, em cada empreendimento estudado, a atividade turística é marcada por diferentes formas de administração pela família responsável.

A pesquisa constatou que o subaproveitamento do potencial cultural fica evidente em duas propriedades pesquisadas. O potencial do turismo no espaço rural pode crescer com a conjugação de lazer, história e cultura. Portanto, deve-se ressaltar a necessidade de alguns ajustes para que *a priori* se possa aproveitar melhor esses potenciais. Os resultados do trabalho de campo indicaram a existência de atividades bastante diversificadas, o que é

desejável, mas com poucos elementos relacionados à riqueza histórica da região. Observou-se também ineficácia em mediar diálogos e trocas dos turistas com a natureza, reduzindo as experiências ao entretenimento ligado ao consumo alienado. Nesse sentido, deveria haver maior valorização e educação nas viagens de lazer no espaço rural, principalmente quanto ao contato dos turistas em áreas de preservação permanente dentro das propriedades agrícolas.

A falta de roteiros locais diferenciados, quando elaborados de maneira criativa e operados de acordo com as necessidades do turista, contribuem de maneira significativa no aumento da permanência dos visitantes. A falta de sinalização nas estradas e fazendas e informação disponível ao turista, constituem-se um problema, que pode dificultar a divulgação e o acesso aos atrativos. Além disso, nem todos os atrativos são percebidos pelos moradores, acostumados com as cenas do cotidiano, fazendo-se necessário uma (re)invenção de atrativos. Nesse sentido, alguns empreendedores do turismo no espaço rural não se preocupam com a “fabricação” de atrativos. Dada a riqueza cultural/natural dos ambientes rurais, os atrativos podem sair (de dentro) da vida cotidiana. Por outro lado, a necessidade de inserir novas atividades em certos ambientes rurais revela, de certo modo, uma carência cultural ou que não dispõe de potencial suficiente para desenvolver um programa de turismo viável.

Observou-se que, em geral, as pessoas estão mais concentradas em propriedades que desenvolvem o turismo no espaço rural de forma eclética e pouco comprometida com o modo de vida local ou, até mesmo com a natureza.

Em meio a essas “novas” atividades não agrícolas que “invadem” o espaço rural, o lazer e o turismo ocupam destaque crescente. Conforme Tulik (2003, p. 25), “O turismo, com todas as suas manifestações, inclusive algumas de caráter nitidamente urbano, adentrou no espaço rural, resultando em modalidades e atividades nem sempre relacionada ao conteúdo rural”.

Apenas um proprietário tem pós-graduação em turismo, o que leva a deduzir que este provavelmente não é um fator que influencie no início da atividade nas propriedades. A idéia de iniciar o turismo na propriedade foi do próprio proprietário, revelando a visão empreendedora.

Os empreendimentos recebem hóspedes para passar o dia e o pernoite, estando incluída alimentação completa. Todos os proprietários produzem leite somente para consumo interno. Os tipos de recreação preferidos pelos hóspedes, nas propriedades investigadas, foram andar a cavalo, passear de charrete, trilhas e a pesca de lazer. As lidas campeiras foram pouco referidas, talvez pelo fato de a grande maioria que busca o turismo no espaço rural visar ao

descanso.

A pesquisa demonstrou que a maioria dos turistas teve suas expectativas correspondidas, manifestando vontade de retornar às mesmas localidades ou não hesitaram em conhecer outras instalações com objetivos semelhantes. Conseguir a satisfação do cliente constitui-se num dos postos cruciais para a preservação do sucesso da atividade.

Dentre os motivos dos proprietários para ingressar no turismo no espaço rural, o que mais se destacou foi o de origem econômica, sendo o desejo de aumentar os rendimentos e aproveitar a estrutura existente na propriedade, agregar valores um dos aspectos mais referidos na literatura (SILVA, 1999; BENI, 1998; TULIK, 1997).

Em relação aos investimentos, aos planos de expansão para o futuro, os proprietários pretendem investir a longo prazo em novos equipamentos.

A região, apesar de ter atrativos naturais e culturais significativos, possui algumas deficiências, na sua infra-estrutura, no espaço rural que se torna um grande entrave para o desenvolvimento turístico satisfatório na região. Os exemplos mais significativos foram a falta de apoio das prefeituras locais em investir no desenvolvimento da atividade turística no espaço rural, a constante troca de secretários ou gerentes de turismo no município, bem como as vias de acesso aos equipamentos turísticos, que constantemente se encontram em condições desfavoráveis para o tráfego e não possuem sinalização eficiente.

É importante ressaltar que o turismo tem que ser desenvolvido como um todo, como uma proposta municipal e regional, englobando de preferência todos os atrativos da região que forem levantados no diagnóstico das potencialidades. Não deve ser trabalhado apenas o turismo no espaço rural, este podendo sim ser um dos principais atrativos, mas se inserido em um projeto municipal ou regional, pois o desenvolvimento com base local deve procurar ressaltar as particularidades de cada local.

Portanto, a falta de entrosamento entre os proprietários e poder público torna-se um entrave para o desenvolvimento da atividade turística com sucesso.

Assim sendo, o desenvolvimento do Turismo no Espaço Rural na Área de Influência de Maringá - Paraná irá requerer a execução de pesquisas em várias áreas do turismo, desde estudo da demanda, definição de áreas potencialmente vocacionadas à atividade e estudos de impacto socioeconômico e ambientais mais aprofundados.

Por se tratar de um segmento de grande complexidade, irá requerer um entendimento por parte da iniciativa privada, tendo como primeiro passo, a busca de um sistema de gerenciamento, evitando-se assim a falta de profissionalismo por parte dos empresários e, por consequência, se fará extremamente necessários estudos sistemáticos para a concepção de

novos equipamentos turísticos, sua evolução e colocação no mercado e por fim a reestruturação dos equipamentos antigos.

A formação e capacitação de pessoas e o incentivo ao desenvolvimento profissional desta modalidade de turismo, são decorrência da necessidade de profissionalização de mão-de-obra. Assim, torna-se indispensável o estabelecimento de um processo educacional, voltado em particular para os atores sociais envolvidos direta e indiretamente com o Turismo no Espaço Rural da Região pesquisada, de modo que as informações geradas devam ser suficientes para que todos adquiram conhecimento e reflitam, sobre seu comportamento e sobre o planejamento da atividade turística.

A análise do atual panorama do Turismo no Espaço Rural na Região de estudo demonstrou que a atividade encontra-se em um estágio inicial de desenvolvimento.

Além da região analisada, espera-se beneficiar todos os interessados no Turismo no Espaço Rural, como instituições públicas e privadas fomentadoras da atividade, acadêmicos, docentes e pesquisadores da área através da contribuição metodológica e conceitual resultantes desta análise.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **Do setor ao território: funções e medidas da ruralidade no desenvolvimento contemporâneo**. Primeiro relatório de Pesquisa. IPEA (Projeto BRA/97/013), 1999.

_____. **Funções e medidas da ruralidade no desenvolvimento Contemporâneo**. Rio de Janeiro: IPEA, 2000. (Texto para discussão 702).

AGUA AZUL. Disponível em: <<http://www.aguaazul.com.br>>. Acesso em: 9 fev. 2004.

ALMEIDA, J. A. A.; BLOS, W. O marketing do turismo rural e o desenvolvimento sustentável. *In*: ALMEIDA, J. A. A.; FROEHLICH, M.; RIEDL, M. (Orgs.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2000.

ALMEIDA, J. A. **Pesquisa em extensão rural**: um manual de metodologia. Brasília: MEC/ABEAS, 1989.

ALMEIDA, J.; RIEDL, M. (Orgs.). **Turismo Rural**: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru: EDUSC, 2000.

BENI, M. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 1998.

BOULLON, R. C. **Ecoturismo**: sistemas naturales y urbanos. Argentina: Librerías Turísticas, 1993.

BRASIL. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**. Ministério do Turismo, 2003. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/saf/arquivos/diretrizes.pdf>>. Acesso em: 8 fev. 2004.

BRAVO, R. Conciliação entre atividade turística e produção. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 2., 2000, Piracicaba, SP. **Anais...** Piracicaba, SP: Fundação Escola Agrícola Luís de Queiroz – FEALQ, 2000. p. 9-20.

BRICALLI, L. C. L. Turismo rural familiar e turismo rural empresarial: uma contribuição ao estudo das tipologias. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 4., 2003, Piracicaba, SP. **Anais...** Piracicaba, SP: Fundação Escola Agrícola Luís de Queiroz – FEALQ, 2003. p.115- 118.

CALVENTE, M. del C. M. H. **Turismo rural no norte Velho do Paraná**. Relatório de qualificação, Programa de Doutorado em Geografia Humana, Departamento de Geografia, FFLCH/USP, São Paulo, 1999. Inédito.

CAMPANHOLA, Clayton. As novas funções do meio rural brasileiro. **Informativo da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária Meio Ambiente & Agricultura**, Jaguariúna, ano 7, n. 27, p. 2, jul./ago./set. 1999.

CAMPANHOLA, C.; SILVA, J. G. **O novo rural brasileiro: novas atividades rurais**. Brasília, DF, 2004. v. 6.

CAVACO, C. Turismo rural e desenvolvimento local. *In*: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 94-121.

COELHO, D. M.; JUNQUEIRA, A. M. R. Perfil do consumidor das propriedades de turismo rural do Distrito Federal. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 2., 2000, Piracicaba. **Anais...** Piracicaba: Fealq, 2000. p. 267-270.

COMISSIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Medidas Comunitárias para el fomento del turismo rural. Bruxelas, Out. 1990.

DEL GROSSI, M. E.; GRAZIANO DA SILVA, J. A pluriatividade na agropecuária brasileira em 1995. **Estudos Sociedade e Agricultura**, n. 11, p. 26-52, 1998.

DEL GROSSI, M. E. Transformações no meio rural paranaense. *In*: CONGRESSO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 34., 1996, Aracaju. **Anais...** Aracaju: SOBER, 1996. v. 1, p. 51-70.

DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 3. ed. São Paulo: Futura, 1998.

ECOPARANÁ/COMEC/EMATER. **Projeto Região Metropolitana de Curitiba: Versão preliminar**. Curitiba, 1999.

ECOPARANÁ. **Turismo e esporte: ações prioritárias**. Curitiba: Governo do Estado do Paraná, 1998.

EMBRATUR. Instituto Brasileiro de Turismo. **Documento do fórum nacional de turismo rural**. Brasília, DF, 1998.

_____. Instituto Brasileiro de Turismo. **Manual operacional do turismo rural**. Brasília, DF: Embratur, 1994.

_____. Instituto Brasileiro de Turismo. **Política Nacional de Turismo: diretrizes e programas**. Brasília, DF: MICT, 1995.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOVERNO DO PARANÁ. Disponível em: <<http://www.pr.gov.br>>. Acesso em: 13 jul. 2004.

GROULLEAU, H. A emoção primeiro que tudo. *In: Cadernos LEADER. Comercializar um turismo rural de qualidade*. Bruxelas, 1994.

GUERLLES, Walter. **Proposta de criação da Bacia Hidrográfica do Rio Pirapó**. Maringá: Câmara dos vereadores de Maringá, 2002. p. 8-10.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 9 ago. 2004.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/pdf/mapas/base_fisica/parana_politico_rodoviario.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2004.

IPT. Instituto de Pesquisas Tecnológicas. Disponível em: <<http://ipt.br>>. Acesso em: 18 set. 2002.

ITCF. Instituto de Terras, Cartografia e Florestas. **Plano de manejo do Parque Estadual de Vila Rica do Espírito Santo, Fênix-PR**. Curitiba: Instituto de Terras Cartografia e Florestas, 1987. p. 86.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. Bases para a elaboração de um trabalho científico no turismo. *In: LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. (Orgs.). Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000. p. 298-311.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

NASCIMENTO, E. B. **Programa de turismo rural**. Apoio técnico ao desenvolvimento sustentável. Curitiba: Emater, 1998. (Texto).

OLIVEIRA, L. H. **Turismo rural como estratégia para o desenvolvimento do interior do Brasil**. São Paulo: Escola de Administração de Empresas - FGV, 1997.

OLIVEIRA, C. G. de S. **Viabilidade e sustentabilidade do turismo rural**. Brasília: SESCOOP, 2002. Disponível em: <<http://www.turismocooperativo.coop.br>>. Acesso em: 10 fev. 2004.

OMT. Organização Mundial do Turismo. Disponível em: <<http://www.world-tourism.org>>. Acesso em: 5 maio 2004.

_____. Organización Mundial del Turismo. **Desarrollo turístico sostenible: Guía para administraciones locales**. 2. ed. Madrid, 1990.

PIRES, P. S. A paisagem como recurso turístico. *In:* RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo Rural**. São Paulo: Contexto, 2001a. p. 117-132.

PIRES, P. S. **Dimensões do Ecoturismo**. São Paulo: SENAC, 2002.

PIRES, M. J. O turismo rural e a preservação de valores sócio-culturais. *In:* CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 3., 2001, Piracicaba. **Anais...** Piracicaba: FEALQ, 2001b.

PORTUGUEZ, A. P. **Agroturismo e desenvolvimento regional**. São Paulo: Hucitec, 1999.

_____. Turismo e desenvolvimento socioespacial: reflexões sobre experiência do agroturismo no Estado do Espírito Santo. *In:* LIMA, L. C. (Org.). **Da cidade ao campo: a diversidade do saber-fazer turístico**. Fortaleza: UECE, 1998.

_____. Turismo rural. *In:* TRIGO, L. G. G. (Ed.). *et al.* **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005. cap. 39, p. 577-586.

PREFEITURA MUNICIPAL DE LONDRINA. **Plano de desenvolvimento turístico de Londrina**. Londrina, 1997.

RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e ambiente: reflexões e propostas**. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. Turismo eco-rural: interfaces entre o ecoturismo e o turismo rural. *In:* **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Papirus, 2000a.

_____. Turismo rural no Brasil: ensaio de uma tipologia. *In:* ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru: EDUSC, 2000b.

_____. (Org.). **Turismo Rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001. p. 100-116.

RUSCHMANN, D. van de M. O turismo rural e o desenvolvimento sustentável. *In:* ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2000. p. 63-73.

_____. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas: Papirus, 2001.

SALTO BANDEIRANTES. Disponível em: <<http://www.saltobandeirante.com.br>>. Acesso em: 16 mar. 2004.

SCHNEIDER, S.; FIALHO, M. A. V. Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. *In:* ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. 1. ed. Bauru: Edusc, 2000. p. 15-50.

SELVA, V. S. F. Experiências de turismo rural no agreste meridional de Pernambuco. *In*: LIMA, L. C. (org.). **Da cidade ao campo: a diversidade do saber-fazer turístico**. Fortaleza: UECE, 1998.

SILVA, A. G. da.; BRACERAS, L. L. R.; ANDRADE, L. M. Turismo rural e pluriatividade no Rio Grande do Norte. *In*: CAMPANHOLA, C.; SILVA, J. G. **O novo rural brasileiro: novas atividades rurais**. Brasília, DF, 2004. v. 6.

SILVA, E. T. da. **Compromissos e competências do pescador esportivo**. Americana: Arte Escrita, 2000a.

SILVA, J. G. da. **A nova dinâmica da agricultura brasileira**. Campinas: UNICAMP/IE, 1996.

SILVA, J. G. da; CAMPANHOLA, C. **O novo rural brasileiro: políticas públicas**. Jaguariúna: EMBRAPA Meio Ambiente, 2000. v. 4.

SILVA, J. G. da; DEL GROSSI, M. E. **A evolução do emprego rural não-agrícola no meio rural brasileiro**. Curitiba: Seminário Internacional Campo-Cidade, 1998.

_____. Evolução da renda nas famílias agrícolas e rurais: Brasil, 1992/97. Chile: **Seminário Internacional sobre Desarrollo del Empleo Rural no Agrícola**. BID, CEPAL, FAO, RIMISP, 1999.

SILVA, J. G. da. O desenvolvimento local sustentável: um novo desafio para os países retardatários. *In*: CONGRESSO DO IRSA, 10.; CONGRESSO DA SOBER, 38., Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro, 2000b.

_____. **O novo rural brasileiro**. Campinas: UNICAMP, IE, 1999a. (Coleção Pesquisas, 1).

_____. O novo rural brasileiro. **Nova Economia – Revista do Departamento de Ciências Econômicas da UFMG**, Belo Horizonte, v. 7, n. 1, p. 43-81, maio 1997a.

_____. **Pesquisas: o novo rural brasileiro**. Campinas: UNICAMP, 1999b.

_____. **Uma agenda de pesquisa ainda para esse final de século**. Caxambu: ANPOCS, 1997b.

SILVA, J. G. da; VILARINHO, C.; DALE, P. J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. *In*: ALMEIDA, J. A. A.; FROEHLICH, M.; RIEDL, M. (Orgs.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papyrus, 2000.

_____. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. *In*: ALMEIDA, J. A. A.; FROEHLICH, M.; RIEDL, M. (Orgs.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Santa Maria: Centro Gráfico, 1998, p. 11-47.

SOUZA, M. de. Caracterização e evolução das ocupações das pessoas e das famílias agrícolas e rurais no contexto paranaense: uma análise a partir dos dados das PNADs. *In:* SILVA, J. G.; CAMPANHOLA, C. **O novo rural brasileiro: um análise Estadual Sul, Sudeste e Centro-Oeste**. Jaguariúna: Unicamp, 2000. v. 3.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental**. São Paulo: Aleph, 2000.

TEIXEIRA, V. L. **Pluriatividade e agricultura familiar na Região Serrana do Estado do Rio de Janeiro**. 1998. 183 f. Dissertação (Curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro/CPDA, Rio de Janeiro, 1998.

TORESAN, L. *et al.* **Levantamento dos empreendimentos de turismo no espaço rural de Santa Catarina: localização, categorização e descrição geral**. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2003. 58p.

TRIGO, L. G. G. **Turismo e qualidade: tendências contemporâneas**. 4. ed. Campinas: Papyrus, 1999.

TULIK, O. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. *In:* RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1998. p. 136-143.

_____. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. *In:* RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. **Turismo rural**. São Paulo: Aleph, 2003.

URRY, J. O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel, 1999.

VAZ, G. N. **Marketing turístico**. Receptivo e emissor: um roteiro estratégico para projetos públicos e privados. São Paulo: Pioneira, 1999.

WEISSBACH, P. R. M. **Possibilidades de aproveitamento turístico da área rural de Cruz Alta-RS**. 2001. Tese (mestrado) – UNESP, Rio Claro, 2001.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZUANAZZI, M. Turismo rural e políticas públicas. *In:* CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 4., 2003, Piracicaba. **Anais...** Piracicaba-SP, 2003. p. 17.

ZIMMERMANN, A. e CASTRO, I. C. de **Turismo Rural um modelo brasileiro**. Florianópolis: Ed. Do Autor, 1996.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Formulário de Entrevista com a Demanda

Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI
Curso de Mestrado em Turismo e Hotelaria

Formulário de Entrevista com a Demanda

1. Sexo

- Feminino
 Masculino

2. Estado civil

- Solteiro(a)
 Casado(a)
 Viúvo(a)
 Desquitado(a)
 Outros

3. Faixa etária

- de 15 a 24 anos
 de 25 a 40 anos
 de 41 a 54 anos
 de 55 a 64 anos
 Acima de 65 anos

4. Grau de escolaridade

- Ensino fundamental
 Ensino Médio
 3º grau
 Pós-Graduação

5. Ocupação e/ou Profissão atual: _____

6. Nível de renda

- de 2 a 4 salários mínimos
 de 4,5 a 6 salários mínimos
 de 6,5 a 8 salários mínimos
 Acima de 8 salários mínimos

7. Você viaja:

- Sozinho(a)
 Em família
 Em grupo

8. Costuma fazer turismo no meio rural?

Não

Sim. Quantas vezes por ano? _____

9. Qual a cidade de sua procedência? _____

10. Qual o meio de propaganda o(a) influenciou a vir a esta propriedade?

Televisão

Rádio

Sugestão de amigos/ parentes

Jornal

Sugestão de agentes de viagens

Internet

Folheto

Outros. Cite: _____

11. Qual o motivo o(a) trouxe aqui?

Turismo

Descanso

Lazer

Qualidade de vida

Belas paisagens

Saúde

Localização

Conhecer novos lugares

Comidas típicas

Outros. Cite: _____

12. O que lhe agradou em relação ao destino?

Alimentação

Hospedagem

Atividades oferecidas

Paisagem natural

Aspectos culturais do local

Qual foi o destaque? _____

13. Considerando os aspectos de acesso, atividades desenvolvidas, atendimento, alojamento, alimentação, infra-estrutura, e ambiental, você poderia destacar algum ponto negativo verificado durante a sua estada neste local?

14. Em relação às suas expectativas, qual foi o nível de satisfação alcançado?

- Muito abaixo da expectativa
- Abaixo da expectativa
- Compatível com a expectativa
- Acima da expectativa

Comentário:

APÊNDICE B - Formulário de Entrevista com o Proprietário do Empreendimento Turístico
no Espaço Rural

Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI
Curso de Mestrado em Turismo e Hotelaria

Formulário de Entrevista com o
Proprietário do Empreendimento Turístico
no Espaço Rural

1. Grau de escolaridade

- Ensino fundamental
 Ensino Médio
 3º grau
 Pós-Graduação

2. Ocupação e/ou Profissão atual: _____

3. Você e sua família residem permanentemente na propriedade?

- Sim
 Não
 Determinados períodos

4. Além da oferta turística e recreativa, existem outras atividades produtivas na propriedade?

- Não
 Sim. Quais? _____

5. Há quanto tempo funciona o empreendimento?

- Até 1 ano
 De 1 a 2 anos
 De 3 a 4 anos
 De 5 a 8 anos
 Mais de 8 anos

5.1 Poderia falar dos planos para expansão do seu negócio?

6. É uma empresa familiar?

- Sim
 Não

Quantos funcionários?

- Familiares _____
 Não familiares _____
 Nativos _____
 Não nativos _____

7. Qual o grau de participação do turismo na renda da propriedade?

- Até 20%
- De 21 a 40%
- De 41 a 60%
- De 61 a 100%

8. Qual o tipo de cliente _____

E qual o período de maior procura ou uso:

- durante semana
- finais de semana
- férias escolares
- feriado prolongado

9. Para você, o que é o Turismo Rural?

10. Além disso conhece outras formas de Turismo em Áreas Rurais?

11. Tem algo a dizer sobre as políticas e ações na área de Turismo rural no Brasil?

APÊNDICE C – Depoimento do Senhor Johann Gabriel Berg Von Linde Proprietário da
Fazenda Água Azul

Depoimento do Senhor Johann Gabriel Berg Von Linde Proprietário da Fazenda Água Azul

O Sr. Johann conta que em 1956 veio para o Brasil atraído pela exuberância da paisagem tropical e fascinado pela cultura do café que nesta época cobria grande porção do território brasileiro. Sua perspectiva deu certa tanto que conseguiu adquirir uma fazenda onde a maior proporção agrícola era de café. Para vir para o Brasil, utilizou-se de um programa do governo da Suécia que exportava porcos de carne magra. Essa transação no Brasil era realizada pela agrônoma sueca que fixou residência em São Paulo, era responsável pela distribuição dessa raça de porcos em vários estados brasileiros. O Sr. Johann assinou um contrato para transportar, acompanhar e alimentar os porcos até o destino final. Neste contrato a permanência no Brasil com todas as despesas pagas era de 6 meses, tendo que retornar para a Suécia. Como não queria retornar ao seu país de origem arrumou emprego na Companhia Americana de Engenharia de Consultoria que desenvolvia atividades na usina de Santa Amália. Essa companhia contratou para trabalhar com a miscigenação do gado Redpool (gado vermelho) com o giro por meio de inseminação artificial. Essa miscigenação do gado se deu na cidade de Pitangueira. Este fato levou o Sr. Johann batizar esse cruzamento com o nome de raça pitangueira. Essa raça foi bem aceita no mercado tanto que nas exposições agropecuárias a fazenda 3 Barras de propriedade da família Matarazzo expunha seu gado dessa raça. Essas são algumas das atividades desenvolvidas pelo Sr. Johann quando ainda considerado um imigrante temporário no Brasil e que aumentou ainda mais o seu desejo de permanecer nesse país.

Nesse meio tempo seu pai falece na Suécia e deixa para ele uma herança de grande monta mas preferiu vender seus bens na Suécia para investir numa propriedade Brasileira. Após receber a herança continuou trabalhando com a raça pitangueira em uma exposição em Londrina onde tinha um amigo o Sr. José Mário Paro, começaram a conhecer a região, haja vista, que tinha demonstrado interesse em comprar uma propriedade que tivesse uma parte de mata nativa e outra com a cultura do café. Mas o local onde iam ver as terras situava-se nas proximidades de Fênix e Quinta do Sol. Mas como estava anoitecendo, não deu tempo de chegar em Quinta do Sol. O José Mario pediu então, para seu amigo Gabriel procurar uma fazenda para John. O senhor Gabriel ligou e disse “que havia achado a fazenda para John” o qual veio vê-la em junho de 1967. Adquiriu então as terras do Sr. Luiz Dias Ferreira, mudando-se para a fazenda em janeiro de 1968 com sua esposa Elicena. Após a compra dessa área em 1967 o senhor Johan suspendeu a derrubada da mata, que nessa época era devastada para dar lugar ao cultivo da hortelã. O atual proprietário achava absurdo a maneira de cultivar especialmente a hortelã, que a cada quatro anos precisava de um solo jovem para se obter uma boa produtividade. Após esse período de uso a terra era deixada em abandono a espera de recuperação dentro de um processo natural. Segundo Johan se continuasse nesse processo iria devastar toda a mata, além de algum tempo depois não ter mais espaço nem para a produção desse produto.

Inicia-se um processo de desenvolvimento na fazenda Água Azul com a recuperação das áreas abandonadas com a implantação do cultivo da pastagem nas áreas de topografia mais íngreme e a cultura da lavoura branca especialmente o trigo nas áreas de topografia suavemente ondulada e o reflorestamento as margens dos córregos e nascentes.

Trabalhavam na fazenda Água Azul cerca de 40 famílias que cultivavam as lavouras de café e hortelã na modalidade de meeiros. Cada família tinha aproximadamente de 5 a 6 pessoas que atuavam no campo

de trabalho. Um fato que merece destaque neste contexto é que todas as famílias que ali moravam pertenciam a religião protestante (Congregação Cristã). O administrador da fazenda era o cooperador da Igreja. Os únicos habitantes da fazenda que não pertenciam a essa religião eram os membros da família do proprietário. Essas famílias trabalhavam na agricultura especialmente a do café, principal cultura da fazenda. Dona Elicena a proprietária, destacou algumas famílias que alavancavam o desenvolvimento da propriedade, dentre eles o Sr. José Giacometti, Sebastião Borélio, Alcides de França, José Nicolau, José Silvino Bezerra, essas pessoas, juntamente com os proprietários, fazem parte da história da fazenda Água Azul, em especial até a queda da cultura cafeeira. As famílias que trabalhavam como meeiros tanto na cultura de café quanto na de hortelã, sentiram o primeiro impacto no ano de 1975 com a grande geada. Com essas geadas os prejuízos foram de grande monta na lavoura cafeeira que a partir de então toma novos rumos.

A decadência do produto em especial na fazenda, repercutiu seriamente na vida do trabalhador rural, em especial os meeiros e porcenteiros das lavouras de café, que tiveram que procurar outros meios de sobrevivência no campo, já que o café demora de 3 a 4 anos para se recuperar. Essa modalidade continua a ser utilizada até os dias atuais em algumas regiões brasileiras em especial no Norte do Brasil. Na nossa região essa modalidade foi muito utilizada até o período da erradicação cafeeira. O porcenteiro ganhava do dono da fazenda de café ou outro tipo de cultura, uma porcentagem já combinada. A porcentagem não tinha um valor fixo, variava dependendo o tipo de produto e, de uma para outra propriedade.

No caso da Fazenda Água Azul, os prejuízos deixados pela geada limitaram as condições financeiras dos meeiros de tal forma, que inviabilizou totalmente a sua produção especialmente com a cultura do café, com isto, o Sr. Johan ofereceu emprego para essas famílias nas lavouras brancas, e quem não aceitou a oferta de emprego deixou a fazenda para procurar emprego nos centros urbanos, acelerando o processo do êxodo rural, mas não erradicou a cultura.

No ano de 1976, a fazenda Água Azul dá início a um novo ciclo agrícola com a modernização da agricultura, desenvolve a cultura de soja, trigo e milho. Porém apenas nas áreas anteriormente ocupadas com a hortelã. Apesar da erradicação cafeeira feita em grandes áreas do estado, a fazenda Água Azul recuperou seus cafezais, e manteve seu cultivo com sua atividade normal, até o ano de 1987.

Com a falta de investimento nesse setor não foi mais possível investir nessa cultura, mesmo porque a cultura do tipo exportação privilegiada pelo governo não se tratava mais da cafeicultura. Objetivamente, diante da crise que se instalou no mercado mundial do café, além de outros fatores, o governo brasileiro ao reformular sua política agrícola privilegiou as culturas de exportação e as de substituição de importações. Com o estímulo a culturas de oleaginosas, em especial a da soja.

Conforme foi possível verificar a decadência do café na Fazenda Água azul só ocorre em 1987, com essa decadência, forçou o êxodo rural na fazenda, por exemplo, das 46 famílias que trabalhavam na fazenda restaram apenas 11 famílias, deixando assim um grande número de casas ficarem ociosas. A forma que encontrou para resolver o problema com a desocupação dessas casas foi derrubar a maior parte delas.

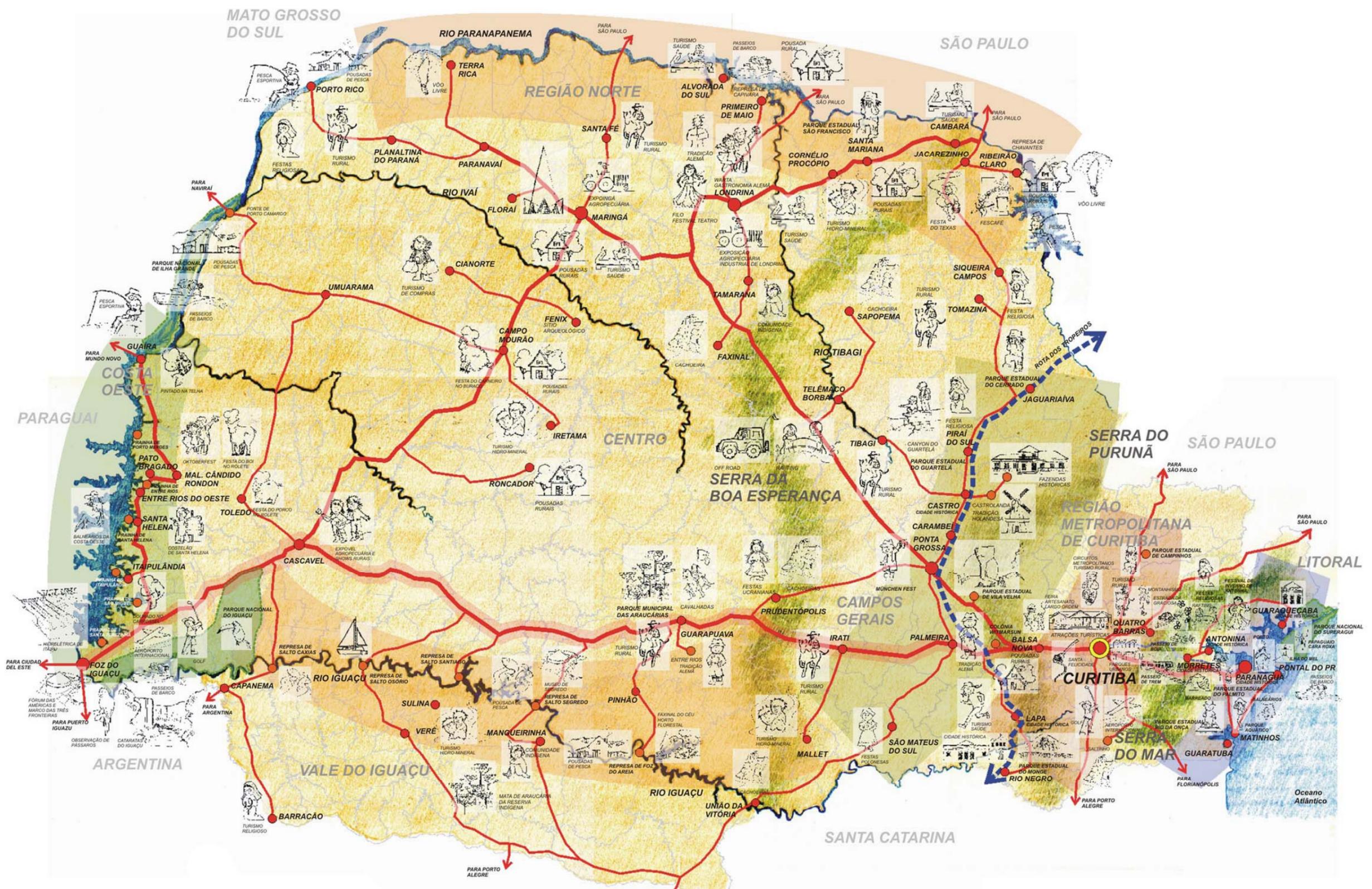
Neste momento as atividades concentram-se no maior desenvolvimento da lavoura branca e num momento posterior, inicia-se a atividade da pecuária com a produção leiteira que contava com um plantel composto por vacas da raça girolanda e pardo-suíço. A atividade leiteira desenvolveu-se plenamente até janeiro de 1999. A produção leiteira foi bastante significativa, produzindo em média 320 litros de leite/dia, no início da atividade o leite era tirado apenas uma vez por dia, como o plantel era composto de raça leiteira, tinha

capacidade de produzir mais, o que possibilitou a implantação de uma nova forma de manejo resultando em duas tiradas ao dia, atingindo no máximo de produção com uma média de 840 litros de leite/dia, durante o ano de 1993.

Em 1994, em consequência da queda na produção agrícola a maioria dos funcionários foram dispensados, das 11 famílias, permaneceram apenas duas. Com a grande quantidade de casas desativadas, surgiu a idéia de implantar a atividade turística na fazenda Água Azul. Essa atividade foi idealizada por dona Elicena, que teve como base principal a modalidade do ecoturismo, haja vista que a fazenda é coberta por grande extensão de mata nativa.

ANEXOS

ANEXO A – Zoneamento Turístico no Paraná conforme estudo elaborado pelo Governo do Estado



Fonte: EcoParaná/Gazeta do Povo

ANEXO B – Diretrizes Para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil



Ministério do Turismo
Secretaria de Políticas de Turismo

**DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO
DO
TURISMO RURAL NO BRASIL**

Luiz Inácio Lula da Silva

Ministro do Turismo

Walfrido dos Mares Guia

Secretário Executivo

Márcio Favilla Lucca de Paula

Secretária de Programas de Desenvolvimento

Maria Luisa Campos Machado Leal

Secretário de Políticas de Turismo

Milton Zuanazzi

Presidente da Embratur

Eduardo Sanovicz

Diretora de Relações Institucionais

Tânia Brizolla

Gerente de Projetos de Segmentação

Mara Flora Lottici Krahl

Apresentação

Em razão do caráter dinâmico da atividade turística, somado à necessidade de promoção do desenvolvimento, surgem novos segmentos turísticos, dentre os quais vem despontando, de forma promissora e com incontestável potencial em nosso país, o Turismo Rural. É relevante o número de propriedades rurais que estão incorporando atividades turísticas em suas rotinas. Percebe-se que se fazem necessárias a estruturação e a caracterização do turismo desenvolvido nessas propriedades para que essa tendência não ocorra desordenadamente. Só assim o Turismo Rural poderá consolidar-se como uma opção de lazer para o turista e uma importante e viável oportunidade de renda para o empreendedor rural.

Ao contribuir para o desenvolvimento do meio rural e proporcionar novas opções de lazer, o segmento de Turismo Rural insere-se no contexto do Plano Nacional do Turismo 2003 – 2007 proposto por este Ministério, na medida que contribui para:

- diversificar a oferta turística;
- aumentar os postos de trabalho e da renda no meio rural;
- valorizar a pluralidade e as diferenças regionais;
- consolidar produtos turísticos de qualidade; e
- interiorizar a atividade turística.

Demonstrando o entendimento deste Governo, de que o Turismo Rural é realmente importante para o País, o Ministério do Turismo apresenta as “Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil”, fruto do trabalho multidisciplinar de técnicos, agentes e atores da atividade turística no meio rural. Este documento tem como base a valorização da ruralidade, a conservação do meio ambiente, os anseios socioeconômicos dos envolvidos e a articulação interinstitucional e intersetorial, definindo algumas ações norteadoras para o envolvimento do poder público, iniciativa privada, organizações não governamentais e comunidades. Espera-se, assim, que o Turismo Rural realmente possa consolidar-se como vetor de desenvolvimento sustentável.

Walfrido dos Mares Guia
Ministro

1. INTRODUÇÃO

O Turismo Rural, segmento relativamente novo e em fase de expansão no Brasil, pode ser explicado, principalmente, por duas razões: a necessidade que o produtor rural tem

de diversificar sua fonte de renda e de agregar valor aos seus produtos; e a vontade dos moradores urbanos de reencontrar suas raízes, de conviver com a natureza, com os modos de vida, tradições, costumes e com as formas de produção das populações do interior.

Dessa forma, o Turismo Rural propicia o contato direto do consumidor com o produtor que consegue vender, além dos serviços de hospedagem, alimentação e entretenimento, produtos *in natura* (frutas, ovos, verduras) ou beneficiados (compotas, queijos, artesanato). Assim, obtém-se melhor preço e qualidade dos produtos para o turista e maior renda para o produtor.

Entretanto, as iniciativas públicas e privadas têm se mostrado insuficientes no sentido de promover e fomentar o desenvolvimento dessa atividade. A ausência de consenso sobre a conceituação de Turismo Rural, a falta de critérios, regulamentações, incentivos e outras informações que orientem os produtores rurais, os investidores e o próprio Governo são as causas de um segmento impulsionado quase que por completo pela oportunidade de mercado, o que pode comprometer a imagem do produto.

Diante disso, e tendo como referência as recomendações da Carta de Santa Maria¹ (anexo I), “*que as instituições governamentais estabeleçam, em parceria com a iniciativa privada, políticas e diretrizes voltadas para o segmento do turismo rural*”, foram promovidos vários encontros, debates e estudos² acerca do tema Turismo Rural que envolveram os setores organizados, os organismos e entidades públicas e privadas:

- a) *I Oficina de Planejamento do Turismo Rural. Brasília/DF - 15 a 17 de julho de 1998;*
- b) *II Oficina de Planejamento do Turismo Rural. Brasília/DF - 17 e 18 de novembro de 1998, denominada “fase marco conceitual”;*
- c) *Audiência Pública na Câmara dos Deputados para validação do conceito e da proposta das diretrizes. Brasília/DF - 14 de março de 2000;*
- d) *Oficina Nacional de Turismo Rural. Brasília/DF - 2 a 4 de abril de 2001;*
- e) *Oficinas Regionais de Turismo Rural*
Região Sudeste: São Paulo/SP - 22 a 24 de setembro de 2001
Região Sul: Curitiba/PR - 22 e 23 de outubro de 2001
Região Nordeste: Fortaleza/CE - 22 e 23 de novembro de 2001
Região Centro Oeste e Região Norte: Brasília/DF - 21 a 23 de março de 2002;
- f) *Estudos e proposições do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo – SESCOOP: Brasília/DF – 2001 a 2003.*

Com base nos resultados dessas iniciativas foi elaborado este documento, que propõe diretrizes e estratégias norteadoras para a convergência de políticas e de ações no processo de conhecimento e ordenamento do Turismo Rural no País. Visase a organização desse tipo de turismo como atividade capaz de agregar valor a produtos e serviços no meio rural, de contribuir para a conservação do meio ambiente para a valorização da ruralidade brasileira.

2. PANORAMA DO TURISMO RURAL NO BRASIL

O turismo é uma atividade que sofre mudanças e inovações constantes, em função de novas exigências da demanda e da contínua e acirrada competitividade dos mercados. Em virtude desta realidade, as empresas que têm seus ramos de atividade relacionados ao setor vêm seguindo a tendência de especialização no que diz respeito à oferta de seus produtos, de forma a torná-los cada vez mais segmentados, com a finalidade de atender as necessidades de uma demanda específica. Isso influi diretamente no aparecimento de novos tipos de turismo, a exemplo do Turismo Rural, como uma atividade capaz de melhorar

¹ I Congresso Internacional de Turismo Rural. Santa Maria - RS. Maio de 1998.

² No anexo II constam as listas das instituições e dos técnicos que contribuíram no processo de elaboração destas Diretrizes.

os rendimentos de proprietários rurais e valorizar os modos de vida tradicionais, a ruralidade e o contato harmonioso com o ambiente natural.

Embora a visitação a propriedades rurais seja uma prática antiga e comum no Brasil, apenas há pouco mais de vinte anos passou a ser considerada uma atividade econômica e caracterizada como Turismo Rural. Esse deslocamento para áreas rurais começou a ser encarada com profissionalismo na década de 80, quando algumas propriedades em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul, devido às dificuldades do setor agropecuário, resolveram diversificar suas atividades e passaram a receber turistas.

Desde então, esse segmento vem crescendo rapidamente pelo País com características diferenciadas. Na maioria dos casos, ocorre de forma empírica, e confundindo-se em múltiplas concepções, manifestações e definições, sendo denominado, também, de agroturismo, ecoturismo, turismo de interior, turismo no espaço rural, alternativo, endógeno, verde, campestre, agroecoturismo, ecoagroturismo. Essa profusão de entendimentos deve-se, em grande parte, à ausência de ações capazes de ordenar, incentivar e oficializar o Turismo Rural como um segmento turístico, fazendo com que a vasta diversidade cultural e geográfica do País, ao invés de caracterizar e identificar cada lugar, tenda à descaracterização.

Por outro lado, são louváveis as muitas iniciativas em prol da atividade, sejam elas promovidas por órgãos públicos ou privados, associações, instituições de ensino, ou por pessoas físicas, que contribuíram significativamente para a geração de conhecimentos das múltiplas possibilidades do Turismo Rural. Pode-se exemplificar o crescente número de publicações técnicas e eventos específicos de qualidade sobre o assunto, os vários empreendimentos de sucesso e as constantes inserções do tema na mídia.

A prática do Turismo Rural, no Brasil e em outros países, vem proporcionando alguns benefícios, como:

- Diversificação da economia regional, pelo estabelecimento de micro e pequenos negócios;
- Melhoria das condições de vida das famílias rurais;
- Interiorização do turismo;
- Difusão de conhecimentos e técnicas das ciências agrárias;
- Diversificação da oferta turística;
- Diminuição do êxodo rural;
- Promoção de intercâmbio cultural;
- Conservação dos recursos naturais;
- Reencontro dos cidadãos com suas origens rurais e com a natureza;
- Geração de novas oportunidades de trabalho;
- Melhoramento da infra-estrutura de transporte, comunicação, saneamento;
- Criação de receitas alternativas que valorizam as atividades rurais;
- Melhoria dos equipamentos e dos bens imóveis;
- Integração do campo com a cidade;
- Agregação de valor ao produto primário por meio da verticalização da produção;
- Promoção da imagem e revigoração do interior;

- Integração das propriedades rurais e comunidade;
- Valorização das práticas rurais, tanto sociais quanto de trabalho;
- Resgate da auto-estima do campesino.

A partir do final de 1990, esses aspectos positivos do Turismo Rural no Brasil foram amplamente difundidos, fazendo com que um significativo número de empreendedores investisse nesse segmento, muitas vezes de forma pouco profissional ou sem o embasamento técnico necessário. Conseqüentemente, aspectos negativos de sua implantação também começaram a se manifestar, relacionados, de modo geral, à sobrecarga da estrutura rural pelo número elevado de visitantes e de veículos, problemas legais, degradação ambiental, e descaracterização do meio e da própria atividade.

Com base no sucesso e nos problemas dessa atividade vivenciados nos últimos anos, na experiência dos empreendedores, na evolução técnica, na organização social e na articulação política, essa tipologia turística busca sua consolidação. Este momento de amadurecimento evidencia-se na própria apresentação do conceito oficial de Turismo Rural, contido neste documento, revelando-se um importante marco na história e caracterização da atividade no Brasil. Cada estratégia aqui definida deve originar ações e projetos específicos no que se refere às políticas públicas, às atividades das associações e às iniciativas do setor privado para o segmento de Turismo Rural.

3. CONCEITUAÇÃO

O espaço não urbano, definido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE como rural, abriga diversos empreendimentos turísticos que podem caracterizar vários tipos e segmentos de turismo. Além disso, pequenos aglomerados (sedes municipais, sedes distritais, vilas, povoados) considerados urbanos pelo IBGE têm a economia vinculada direta ou indiretamente à atividade agropecuária, inclusive as do setor secundário e terciário, entre elas a turística.

Verifica-se que o centro de interesse do consumidor que se desloca para áreas rurais para fins turísticos está no conjunto que se constitui da atividade produtiva, da natureza e do modo de vida que diferem da paisagem e do ritmo urbanos. Assim, entende-se Turismo no Espaço Rural como um recorte geográfico, onde o Turismo Rural está inserido. Isto é, as muitas práticas turísticas que ocorrem no espaço rural não são, necessariamente, Turismo Rural, e sim atividades de lazer, esportivas, ou ócio de cidadãos que ocorrem alheias ao meio em que estão inseridas. Isto é, considera-se Turismo no Espaço Rural ou em áreas rurais *“todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na oferta: turismo rural, agroturismo, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura, turismo de negócios, turismo de saúde, turismo cultural, turismo esportivo, atividades estas que se complementam ou não”*. (GRAZIANO DA SILVA et al., 1998:14).

A conceituação de Turismo Rural fundamenta-se em aspectos que se referem ao turismo, ao território, à base econômica, aos recursos naturais e culturais e à sociedade. Com base nesses aspectos, e nas contribuições dos parceiros de todo o País, define-se Turismo Rural como: **“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”**.

Para melhor entendimento desse conceito são esclarecidos os termos a seguir:

- **Atividades turísticas no meio rural**

As atividades turísticas no meio rural constituem-se da oferta de serviços, equipamentos e produtos de:

- hospedagem
- alimentação
- recepção à visitação em propriedades rurais
- recreação, entretenimento e atividades pedagógicas vinculadas ao contexto rural
- outras atividades complementares às acima listadas, desde que praticadas no meio rural, que existam em função do turismo ou que se constituam no motivo da visitação

- **Meio rural**

A concepção de meio rural aqui adotada baseia-se na noção de território, com ênfase no critério da destinação e na valorização da ruralidade. Assim, considera-se território *um espaço físico, geograficamente definido, geralmente contínuo, compreendendo cidades e campos, caracterizado por critérios multidimensionais, como ambiente, economia, sociedade, cultura, política e instituições, e uma população com grupos sociais relativamente distintos, que se relacionam interna e externamente por meio de processos específicos, onde se pode distinguir um ou mais elementos que indicam identidade e coesão social, cultural e territorial*.

Nos territórios rurais, tais elementos manifestam-se, predominantemente, pela destinação da terra, notadamente focada nas práticas agrícolas, e na noção de ruralidade, ou seja, no valor que a sociedade contemporânea concebe ao rural, e que *contempla as características mais gerais do meio rural: a produção territorializada de qualidade, a paisagem, a biodiversidade, a cultura e certo modo de vida, identificadas pela atividade agrícola, a lógica familiar, a cultura comunitária, a identificação com os ciclos da natureza*.

- **Comprometido com a produção agropecuária**

É a existência da ruralidade, de um vínculo com as coisas da terra. Desta forma, mesmo que as práticas eminentemente agrícolas não estejam presentes em escala comercial, o comprometimento com a produção agropecuária pode ser representado pelas práticas sociais e de trabalho, pelo ambiente, pelos costumes e tradições, pelos aspectos arquitetônicos, pelo artesanato, pelo modo de vida considerados típicos de cada população rural.

- **Agregando valor a produtos e serviços**

A prestação de serviços relacionados à hospitalidade em ambiente rural faz com que as características rurais passem a ser entendidas de outra forma que não apenas focadas na produção primária de alimentos. Assim, práticas comuns à vida campesina, como manejo de criações, manifestações culturais e a própria paisagem passam a ser consideradas importantes componentes do produto turístico rural e, conseqüentemente, valorizadas e valoradas por isso.

A agregação de valor também faz-se presente pela possibilidade de verticalização da produção em pequena escala, ou seja, beneficiamento de produtos *in natura*, transformando-os para que possam ser oferecidos ao turista, sob a forma de conservas, produtos lácteos, refeições e outros.

- **Resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural**

O Turismo Rural, além do comprometimento com as atividades agropecuárias, caracteriza-se pela valorização do patrimônio cultural e natural como elementos da oferta turística no meio rural. Assim, os empreendedores, na definição de seus produtos de Turismo Rural, devem contemplar com a maior autenticidade possível os fatores culturais, por meio do resgate das manifestações e práticas regionais (como o folclore, os trabalhos manuais, os “causos”, a gastronomia), e primar pela conservação do ambiente natural.

É necessário, também, esclarecer sobre o que se entende como Turismo Rural e Agroturismo³.

Para GRAZIANO DA SILVA et al. (1998), Agroturismo compreende as *“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 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.”* Grifo nosso (GRAZIANO DA SILVA et al., 1998:14)

Outra abordagem esclarecedora é feita por TULIK (1993), definindo Agroturismo como uma *“derivação do Turismo Rural, mas caracteriza-se por uma interação mais efetiva entre o turista com a natureza e as atividades agrícolas”*. (TULIK, 1993:14)

Para fins destas diretrizes, aceitam-se os termos Turismo Rural e Agroturismo. Quanto aos empreendimentos turísticos estabelecidos no espaço rural que não apresentam identidade com o meio rural e, portanto, não se enquadram na definição de Turismo Rural aqui adotada, tem-se ciência que também são capazes de gerar novos postos de trabalho e muitos outros benefícios e, de modo geral, podem contribuir para o desenvolvimento de outras atividades econômicas na região, entre elas o verdadeiro Turismo Rural.

Assim, todos os estabelecimentos turísticos localizados no espaço rural são importantes, devendo fazer parte da classificação dos prestadores de serviços turísticos e das associações de Turismo Rural, e constar nos guias turísticos com suas características explicitadas para o discernimento do consumidor. O objetivo é trabalhar a atividade turística de modo integrado e participativo, sempre considerando os arranjos produtivos locais de cada território, a fim de fortalecer os laços comunais e vicinais, reforçar a coesão social, a cooperação produtiva e a valorização dos elementos naturais e culturais, respeitadas as singularidades, com vistas aos benefícios para as comunidades.

³ Algumas regiões, como o Estado do Espírito Santo, adotam o termo *Agroturismo* para todas as atividades de Turismo Rural.

4. OBJETIVO

Para um Turismo Rural ordenado e fortalecido no Brasil são necessárias ações regulamentadoras e articuladas, desenvolvidas por agentes governamentais em parcerias com o setor privado e comunidade, além de infra-estrutura adequada e de capacitação profissional.

Fundamentando-se nas proposições e necessidades identificadas durante o processo de pesquisa e diagnóstico participativo que precedeu a elaboração deste documento, estas Diretrizes têm como objetivo contribuir para:

- Ordenar o segmento Turismo Rural;
- Promover e estimular a eficiente informação/ comunicação no setor;
- Promover a articulação de ações institucionais e intersetoriais;
- Promover e viabilizar incentivos para o desenvolvimento da atividade;
- Incentivar e apoiar formas eficientes de promoção e comercialização;
- Promover e estimular a capacitação de recursos humanos;
- Estimular o envolvimento de comunidades locais; e
- Promover, incentivar e estimular a criação e a adequação de infra-estrutura para o setor.

5. DIRETRIZES E ESTRATÉGIAS

5.1 Apresentação

Para atingir o objetivo aqui proposto foram definidas 7 diretrizes, detalhadas em estratégias específicas. A ordem de apresentação não deve ser entendida como uma seqüência a ser seguida, já que a prioridade de cada uma varia regionalmente, de acordo com o estágio de desenvolvimento da atividade turística, os arranjos institucionais e intersetoriais e a disponibilidade de recursos. Embora divididas para melhor apresentação dos conteúdos, tais diretrizes devem ser trabalhadas em um contexto macro, conjunto, onde a inter-relação das ações e dos agentes é condição fundamental para o sucesso de sua implantação.

Nesse sentido, a Diretriz 3 que trata de articulação deve ser especialmente considerada como um fator preliminar. A necessidade de articulação se evidencia pela constatação de que as principais ações bem sucedidas no desenvolvimento do turismo no mundo estão respaldadas por importantes alianças. No caso brasileiro, tal integração vem ganhando expressividade com a criação dos Conselhos Municipais, Fóruns Estaduais, Fórum de Secretários e Dirigentes Estaduais e Conselho Nacional de Turismo.

Ao considerar a singularidade e a diversidade das características turísticas e rurais do Brasil, e a proposição deste Ministério em estimular o turismo de maneira integrada e regionalizada, orienta-se a organização do segmento com vistas aos arranjos produtivos e à noção de território a partir do município, passando pelo âmbito estadual. Esse processo envolve a sociedade civil organizada, o poder público e a iniciativa privada, com ênfase na participação das associações, das cooperativas, dos conselhos de turismo, das instituições de ensino, pesquisa e extensão, do Sistema "S". A partir desse arranjo institucional devem ser identificados os principais setores, segmentos e atores direta e indiretamente envolvidos com a atividade turística no meio rural nos territórios, para a consolidação de grupos representativos que encontrem nestas diretrizes o direcionamento para ações. Assim, a construção dos arranjos sugeridos pressupõe uma compreensão da atividade de Turismo Rural como uma forma de promoção do desenvolvimento sustentável, tendo como principal estratégia a constituição de redes de parceiros em diferentes níveis e núcleos de atuação, que garantam a fluência permanente de informações e o planejamento integrado.

DIRETRIZ 1 – Ordenamento

- Identificação da legislação pertinente
- Desenvolvimento de estudos comparados das legislações vigentes
- Promoção de discussões intersetoriais e institucionais para normatização da atividade
- Estabelecimento de normas, regras e procedimentos específicos para a atividade
- Levantamento, classificação e cadastramento dos serviços
- Identificação da demanda

DIRETRIZ 2 – Informação e comunicação

- Fomento à produção e disseminação de conhecimento
- Criação e disponibilização de rede de informação
- Fortalecimento e consolidação do Turismo Rural no Brasil

DIRETRIZ 3 – Articulação

- Valorização e fortalecimento de fórum com representatividade nacional
- Estímulo à criação e fortalecimento de instituições e órgãos representativos do Turismo Rural
- Estabelecimento de convênios, acordos e parcerias interinstitucionais e intersetoriais

DIRETRIZ 4 – Incentivo

- Identificação de fontes de cooperação e captação
- Negociação de crédito diferenciado
- Simplificação de mecanismos de concessão de crédito
- Definição de critérios de alocação de recursos para financiamento de infra-estrutura
- Fomento e apoio a iniciativas de pequenos e microempreendedores
- Elaboração e efetivação de estratégias e ações eficientes para a promoção e comercialização de produtos e serviços
- Criação de mecanismos que priorizem a qualidade de produtos e serviços

DIRETRIZ 5 – Capacitação

- Identificação das diferentes necessidades de capacitação
- Avaliação de programas, metodologias e possíveis parcerias
- Elaboração conjunta de políticas, programas, planos e projetos específicos de profissionalização
- Promoção de cursos de qualificação e de aperfeiçoamento profissional
- Apoio e promoção de eventos locais, regionais, nacionais e internacionais

DIRETRIZ 6 – Envolvimento das comunidades

- Identificação dos territórios com vocação para o Turismo Rural
- Promoção de encontros e de intercâmbios
- Planejamento do desenvolvimento territorial de forma integrada e participativa

DIRETRIZ 7 – Infra-estrutura

- Mapeamento regional para identificar as necessidades de infra-estrutura
- Identificação das responsabilidades e competências dos envolvidos
- Implantação de infra-estrutura

Para identificação dos principais envolvidos na implantação das estratégias propostas são utilizados ícones, conforme legenda a seguir:

- () - Organizações governamentais
- () - Iniciativa privada
- () - Organizações não governamentais
- () - Comunidade

DIRETRIZ 1 - ORDENAMENTO

Adequar e estabelecer normas, critérios e procedimentos técnicos e legais que orientem e estimulem a atividade.

ESTRATÉGIAS

Identificação da legislação pertinente: (🌐)(📄)(🌿)

O Turismo Rural está sujeito a legislações que contemplam os aspectos ambientais, trabalhistas, comerciais, previdenciários, sanitários, turísticos, tributários, fundiários e agrícolas, no âmbito federal, estadual e municipal. Registram-se, portanto, questões de interpretação e de abrangência que desestimulam e até inviabilizam a atividade. É necessário o levantamento e a análise dessas legislações e dos entraves para desencadear ações de adequação e de normatização, considerando as instâncias legais pertinentes.

Desenvolvimento de estudos comparados das legislações vigentes: (🌐)(📄)(🌿)

Estudos e comparações devem ser efetuados por profissionais que dominem a legislação de cada setor e âmbito para embasar a elaboração de normas simplificadas que favoreçam a tomada de decisões.

Promoção de discussões institucionais e intersetoriais para normatização da atividade

:(🌐)(📄)(🌿)

Os setores, atividades, associações e instituições envolvidos direta e indiretamente com o Turismo Rural devem promover e participar de debates para que todos possam contribuir de forma objetiva na organização do setor, racionalizando ações e recursos e, assim, minimizando problemas.

Estabelecimento de normas, regras e procedimentos específicos para a atividade: (🌐)(📄)(🌿)

A singularidade da prestação de serviços no Turismo Rural deve ser considerada para a adequação da legislação vigente e criação de normas para equipamentos, produtos e serviços, a fim de valorizar as características da oferta, proporcionar segurança à demanda, eliminar conflitos legais, assegurar a qualidade e a competitividade.

Classificação e cadastramento dos serviços: (🌐)(📄)(🌿)

Os governos estaduais devem responsabilizar-se pela classificação dos seus prestadores de serviços de Turismo Rural. A elaboração de um cadastro nacional desses prestadores de serviços, com base nos dados e informações levantados pelos Estados é indispensável para o ordenamento da atividade, e deve ser efetivado em articulação com associações e órgãos oficiais de turismo e áreas afins, de âmbito nacional, estadual e municipal.

Identificação da demanda: (🌐)(📄)(🌿)

A análise das características e das variáveis da demanda devem ser consideradas na oferta de produtos e serviços turísticos, que devem atender às expectativas do consumidor, além tornar mais eficiente as ações de promoção, divulgação, e comercialização.

DIRETRIZ 2 - INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Produzir, disponibilizar e disseminar informações para orientar o planejamento, gestão e promoção da atividade.

ESTRATÉGIAS

Fomento à produção e disseminação de conhecimento: (🌐)(📚)(🌱)

A qualidade do Turismo Rural depende do desenvolvimento de pesquisas e da interação de diversas áreas do conhecimento, com vistas à aplicação de novas tecnologias e envolvendo a área acadêmica na realidade do mundo rural. As pesquisas, estudos e técnicas que de alguma maneira possam beneficiar a atividade turística rural precisam ser incentivadas e divulgadas, a fim de nortear produtores, empresários, pesquisadores, alunos e instituições públicas e privadas.

Criação e disponibilização de rede de informação (🌐)(📚)(🌱)

O conhecimento produzido e a informação devem ser disponibilizados e divulgados de forma eficiente e por meios adequados, considerando a capacidade de entendimento dos diversos interessados.

Fortalecimento e consolidação do Turismo Rural no Brasil (🌐)(📚)(🌱)(👥)

Promover discussões sobre Turismo Rural, divulgar casos de sucesso e também os possíveis problemas, deflagrando campanhas informativas e de divulgação, e despertar o interesse das comunidades são ações indispensáveis para a consolidação e o sucesso da atividade.

DIRETRIZ 3 - ARTICULAÇÃO

Estimular e promover a cooperação entre os envolvidos no processo de desenvolvimento e fortalecimento da atividade.

ESTRATÉGIAS

Valorização e fortalecimento de fórum com representatividade nacional (🌐)(📚)(🌱)

Os assuntos de maior relevância inerentes ao Turismo Rural devem ser tratados em fórum, comissão, associação ou similar, que represente o segmento de cada Estado da Federação como fonte referencial para discussão, encaminhamento de propostas e de negociações junto aos poderes competentes.

Estímulo à criação e fortalecimento de instituições e órgãos representativos

O desenvolvimento (🌐)(📚)(🌱)(👥) depende do poder de união dos envolvidos em organizações, as quais devem trabalhar pelos interesses comuns, prestando assistência e orientação, fiscalizando e também criando, acompanhando e disseminando novas tecnologias e informações. Tais organizações devem estruturar-se a partir de bases locais e, por intermédio de instituições estaduais e regionais, chegarem à representação nacional.

Estabelecimento de convênios, acordos e parcerias (🌐)(📚)(🌱)(👥)

As parcerias, a troca de experiências e a união de esforços e recursos das instituições em todos os âmbitos e setores com interesses afins devem ser viabilizados e priorizados para maior agilidade de ações e de recursos.

DIRETRIZ 4 – INCENTIVO

Viabilizar e disponibilizar recursos visando a implantação, adequação e melhoria de infraestrutura, produtos e serviços.

ESTRATÉGIAS

Identificação de fontes de cooperação e captação: 🌐🌐🌐

A cooperação técnica e financeira de fontes nacionais e internacionais constituem estratégia fundamental para o fomento do Turismo Rural, devendo ser incentivadas e seus resultados divulgados.

Negociação de crédito diferenciado 🌐🌐

A diminuição das taxas de juros, a adequação dos valores oferecidos e a extensão do prazo de financiamento para empreendimentos de Turismo Rural, negociados junto aos agentes financeiros, tornam-se ações básicas para a capitalização do empreendedor e o desenvolvimento da atividade. As próprias características desse tipo de turismo devem ser melhor entendidas pelos agentes financeiros e órgãos financiadores para a criação e operacionalização de linhas específicas.

Simplificação de mecanismos de concessão de crédito: 🌐🌐🌐

As exigências, procedimentos, condições e garantias para a concessão de crédito para o Turismo Rural precisam ser readequadas e simplificadas para o desenvolvimento, a qualidade e a longevidade dos empreendimentos e dos produtos.

Definição de critérios de alocação de recursos para financiamento de infra-estrutura

🌐🌐🌐

Faz-se necessário que sejam destinados recursos para o setor público e privado para a criação e adequação de infra-estrutura básica e de apoio ao Turismo Rural, condição essencial para viabilizar o desenvolvimento do segmento.

Fomento e apoio a iniciativas de pequenos e microempreendedores 🌐🌐🌐

As iniciativas dos micro e pequenos empreendedores rurais que visem a estruturação e consolidação do turismo em seus negócios, desde que tecnicamente viáveis, devem ser valorizadas e prioritariamente incentivadas, especialmente pelos governos e agentes financeiros.

Elaboração e efetivação de estratégias e ações eficientes para a promoção e comercialização de produtos e serviços 🌐🌐🌐🌐

A promoção e a comercialização de roteiros, produtos e serviços turísticos rurais devem ser planejadas e desenvolvidas de forma integrada e regionalizada, considerando suas especificidades e limitações quanto ao número de turistas a serem recebidos, a fim de valorizar o atendimento personalizado e tipicamente familiar.

Criação de mecanismos que priorizem a qualidade de produtos e serviços

🌐🌐🌐

Normas, certificações e instruções de inspeção específicas para a comercialização dos produtos, serviços e roteiros de Turismo Rural que visem a qualidade e credibilidade do segmento devem ser criadas e incentivadas.

DIRETRIZ 5 – CAPACITAÇÃO

Preparar os agentes e atores envolvidos na atividade para atuarem voltados para a qualidade.

ESTRATÉGIAS

Identificação das diferentes necessidades de capacitação (🌐)(👥)(🏠)(👩)

Verificar as diferentes necessidades de qualificação nos empreendimentos, nas comunidades, e as respectivas competências e habilidades profissionais que cada função requer é o primeiro passo para a prestação de serviços de qualidade, considerando as características específicas de cada arranjo produtivo.

Avaliação de programas, metodologias e possíveis parcerias : (🌐)(👥)(🏠)

Verificadas as diversas necessidades de capacitação, devem ser avaliadas as ações em andamento, e buscados os parceiros aptos a uni-las, adequá-las e implantá-las em conjunto, evitando sobreposições.

Elaboração conjunta de políticas, programas, planos e projetos específicos de profissionalização (🌐)(👥)(🏠)(👩)

As ações de capacitação específicas para o segmento devem ser consideradas como prioritárias pelo governo federal, estadual e municipal, e desenvolvidas em parceria com os organismos públicos e privados, com a participação das comunidades interessadas.

Promoção de cursos de qualificação e de aperfeiçoamento profissional



A capacitação profissional e o constante aperfeiçoamento para acompanhamento de novas tendências, técnicas e tecnologias são imprescindíveis para a sustentação e a competitividade dos empreendimentos na dinâmica do mercado turístico. Atenção especial deve ser dada à mulher, ao jovem, ao idoso, ao assentado, ao agricultor familiar, aos portadores de necessidades especiais e outros que forem identificados como potenciais beneficiados e envolvidos na atividade.

Apoio e promoção de eventos locais, regionais, nacionais e internacionais



A definição de conceitos, novos segmentos e rumos, e também a necessidade de ordenamento, de normatização e o próprio desenvolvimento do Turismo Rural deve ser discutido em fóruns, congressos, oficinas, cursos e outros que se fizerem necessários para viabilizar e consolidar essa atividade no País, buscando-se sempre o aprimoramento técnico e novas parcerias. Porém, cabe aos órgãos oficiais, respeitadas as hierarquias, a oficialização de tais definições.

DIRETRIZ 6 - ENVOLVIMENTO DAS COMUNIDADES

Motivar e envolver a comunidade de forma participativa, sensibilizando-a sobre os benefícios do Turismo Rural ordenado e integrado e valorizando os talentos locais.

ESTRATÉGIAS

Identificação dos territórios com vocação para o Turismo Rural

O diagnóstico dos locais e territórios nos quais a comunidade e a região tenham vocação e interesse em desenvolver comunidades.

Promoção de encontros e de intercâmbios

A realização de ações visando o engajamento da comunidade e a troca de experiências deve ser incentivada e apoiada, e contar com a participação da sociedade organizada, de técnicos e empreendedores, de instituições públicas e privadas, e debatidas as possíveis conseqüências positivas e negativas da implantação do Turismo Rural.

Planejamento do desenvolvimento territorial

O planejamento do Turismo Rural deve ser desenvolvido, sempre, com base local, valorizando as características e necessidades das comunidades autóctones e do território, de forma integrada e participativa, e contar com o suporte de profissionais que possuam conhecimento técnico e experiência sobre o assunto, visando diminuir as possibilidades de insucesso.

DIRETRIZ 7 - INFRA-ESTRUTURA

Adequar e implantar infra-estrutura básica e turística no meio rural, de forma integrada ao ambiente e às especificidades sociais e culturais locais.

ESTRATÉGIAS

Mapeamento regional

A observação do conjunto de localidades com vocação para o Turismo Rural, suas características e necessidades, e a análise conjunta quanto à implantação e aprimoramento da infra-estrutura no contexto regional devem ser consideradas ações prioritárias no planejamento da atividade.

Identificação das responsabilidades e competências dos envolvidos

Na implantação e adequação de infra-estrutura turística e de apoio ao Turismo Rural deve ser definido o que compete ao setor público e em que âmbito e área, e quais as atribuições do setor privado, enfatizando-se qual é a responsabilidade de cada um nesse processo, para que as ações desenvolvam-se de forma conjunta, evitando que sejam proteladas ou implantadas em duplicidade.

Implantação de infra-estrutura

Identificadas as necessidades de infra-estrutura, faz-se necessário que entidades públicas e privadas, associações e comunidade, articuladas, apresentem e negociem suas propostas e projetos junto aos órgãos e instâncias competentes, considerando a necessidade de valorização das características do território.

6. Bibliografia

ALMEIDA, Joaquim A.; FROEHLICH, José M.; RIEDL, Mário. **Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável** (org): I Congresso Internacional de Santa Maria. Santa Maria: Centro de Ciências Agrárias, 1999.

ABRAMOVAY, Ricardo. In: **O Brasil Rural precisa de uma Estratégia de Desenvolvimento**. Núcleo de Estudos Agrários e de Desenvolvimento Rural. Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2001.

BIANCHINI, Valter. Estratégias para o desenvolvimento rural. In: **O Brasil Rural precisa de uma Estratégia de Desenvolvimento**. Núcleo de Estudos Agrários e de Desenvolvimento Rural. Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2001.

BRAVO, Renato e ROSSI, Fabrício. **Como Tornar seu Sítio Lucrativo**, Vídeo Curso, Editado pelo Centro de Produções Técnicas – CPT, Agosto de 2001.

CARNEIRO, Maria José. **Camponeses, agricultores e pluriatividade**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 1998.

CAVACO, Carminda. Turismo Rural e desenvolvimento Local. In: **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. Org. RODRIGUES, Adyr. São Paulo: Hucitec, 1996.

EMBRATUR e MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. **Oficina de Planejamento em Turismo Rural: Fase Marco Conceitual**. Brasília: Relatório de Oficina: novembro de 1998.

EMBRATUR e MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. **Oficina de Planejamento. Subsídios ao Plano Nacional de Turismo Rural**. Brasília. Relatório de Oficina: julho de 1998.

EMBRATUR **Oficina Nacional de Turismo Rural**. Relatório de Oficina Brasília: abril de 2001

EMBRATUR. **Diretrizes para uma política nacional de ecoturismo**. Brasília: 1994.

EMBRATUR. **Turismo Rural: Manual Operacional**. Brasília: 1994

EMBRATUR. **Consolidação do Marco Conceitual e do Arranjo Institucional da Política Nacional de Turismo Rural**. Brasília: Relatório de Oficina: março de 2002.

EMBRATUR. **Subsídios para uma política Nacional de Turismo Rural**. Brasília: Relatório das oficinas Regionais de Planejamento: s/d

GRAZIANO DA SILVA, José. Quem precisa de uma estratégia de desenvolvimento? In: **O Brasil Rural precisa de uma Estratégia de Desenvolvimento**. Núcleo de Estudos Agrários e de Desenvolvimento Rural. Ministério do Desenvolvimento Agrário: 2001.

GRAZIANO DA SILVA, José et al. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: **Turismo Rural e desenvolvimento sustentável**. Org. ALMEIDA, J.A . et al.Santa Maria: Centro Gráfico:1998.

LEADER. Cadernos. European Comission, 1998. www.rural-europe.aeidl.be

LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas**. Dissertação de Mestrado, Brasília, GEA/IH. UnB: 2002.

LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **O Turismo Rural e a Ressignificação da Paisagem**. Dissertação de Mestrado. Brasília, Universidade Católica de Brasília: 2002.

OLIVEIRA, Cássio G. S.. **Turismo Rural: Procedimentos para a implantação e o desenvolvimento dessa atividade em propriedades rurais**. Dissertação de Mestrado. São Paulo, ECA/ USP: 2001.

OLIVEIRA, Cássio G. S.; MOURA, J.C.; SGAI, M. (ed.) **Turismo: novo caminho no espaço rural brasileiro**. Anais do 3º Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Piracicaba: FEALQ, 2001.

OPPERMAN, Marvin. **Rural Tourism in Southern Germany**. Annals of Tourism Research, 23 (1): 1996.

RAMOS, Livia Torquato da S.. Conceituação do Turismo Rural sob a ótica do Direito Agrário. In: **Turismo novo caminho no espaço rural brasileiro**. Anais do 2.º Congresso Brasileiro de Turismo Rural. São Paulo: FEALQ, 2000.

RUSCHMANN, Dóris. O Turismo Rural e o Desenvolvimento Sustentável. In: **Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável**. Universidade Federal de Santa Maria, 1998.

SARACENO, Elena. **O conceito de ruralidade: problemas de definição em escala européia**. Programa de Seminários INEA sobre Áreas Rurais. Roma, 30 de outubro de 1996.

SOUSA, Antonio A.. **El ocio turístico em las sociedades industriales avanzadas**. Barcelona: Bosch, 1994.

SESCOOP. **Arranjo Institucional, Carta de Princípios e Visitas Técnicas do Programa Turismo Rural Cooperativo**. Relatório Técnico. Brasília: 2003.

SESCOOP. **Programa Turismo Rural Cooperativo**. Digitado. Brasília: 2002

SESCOOP. **Viabilidade e Sustentabilidade do Turismo Rural**. Digitado. Brasília:2002

VEIGA, José Eli da. **O Brasil Rural precisa de uma Estratégia de Desenvolvimento**. Núcleo de Estudos Agrários e de Desenvolvimento Rural. Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2001.

ANEXO I - CARTA DE SANTA MARIA

Os participantes do Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável em Santa Maria, RS, promovido pela Universidade Federal de Santa Maria, de 27 a 29 de maio de 1998,

RECONHECEM:

A importância socioeconômica do Turismo no Espaço Rural;

Esforço dos poderes públicos, da iniciativa privada, das instituições de ensino e das organizações não governamentais em fomentar o desenvolvimento sustentável local, regional e nacional, por meio das atividades turísticas no espaço rural;

Nível de excelência dos profissionais na área de turismo como agentes do desenvolvimento sustentável e;

A falta de estímulo aos estudos, pesquisas e registros quantitativos e qualitativos sobre os impactos socioeconômicos do turismo no espaço rural;

CONSIDERAM:

A necessidade do fortalecimento e integração entre os agentes institucionais, governamentais e privados;

A existência de legislação que contemple as especificidades da atividade de turismo no espaço rural;

A não confiabilidade nos registros existentes e a modesta quantidade de pesquisas acarretam uma morosidade no desenvolvimento socioeconômico no espaço rural;

PROPÕEM:

Que as instituições governamentais estabeleçam em parceria com a iniciativa privada, políticas e diretrizes voltadas para o segmento do turismo no espaço rural;

A criação de associações locais e regionais integradas a uma instituição de representatividade de âmbito nacional;

A revisão da legislação existente que interfere direta ou indiretamente no segmento e na sua conseqüente normatização;

O estímulo à capacitação de profissionais por meio de entidades públicas e privadas;

O estímulo à pesquisa de turismo no espaço rural de maneira que os registros sigam uma terminologia unificada e venham facilitar a interpretação e análises de dados.

ANEXO II - PARTICIPANTES DOS ENCONTROS, DEBATES E ESTUDOS QUE SUBSIDIARAM A ELABORAÇÃO DESTE DOCUMENTO

INSTITUIÇÕES

- **ABATURR** – Associação Baiana de Turismo Rural - BA
- **ABRATURR** – Associação Brasileira de Turismo Rural
- **ABTR** – Associação Brasileira de Turismo Rural - SP
- **ACETER** – Associação Cearense do Turismo no Espaço Rural e Natural - CE
- **AMETUR** – Associação Mineira de Empresas de Turismo Rural - MG
- **Banco do Brasil**
- **BELOTUR** - Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte - MG
- **BNB** – Banco do Nordeste
- **CEPAGRO** - Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo - SC
- **EMATER DF** - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Distrito Federal
- **EMATER MG** - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Minas Gerais
- **EMATER RS** - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Rio Grande do Sul
- **EMATER PR** - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Paraná
- **EMBRAPA** – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
- **EMBRATUR** – Instituto Brasileiro de Turismo
- **EPAGRI** – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina S.A.
- **FACTOR** – Faculdade de Turismo da Bahia - BA
- **FEALQ** – Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz - SP
- **FNSA** - Fórum Nacional de Secretários da Agricultura
- **IICA** - Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura
- **IPEA** – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
- **MDA** – Ministério do Desenvolvimento Agrário
- **MAPA** - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
- **OCB** – Organização das Cooperativas Brasileiras
- **PARATUR** – Companhia Paraense de Turismo - PA
- **PNUD** – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
- **PRESERVALE** – Instituto de Preservação e Desenvolvimento do Vale do Paraíba - RJ
- **PUC - RS** - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
- **SANTUR** - Santa Catarina Turismo S/A - SC
- **SEBRAE** - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- **SEBRAE - ES**
- **SEBRAE - MS**
- **SEBRAE - SC**
- **SEBRAE - SP**
- **SEBRAE - MG**
- **SEBRAE - DF**
- **SEBRAE - PA**
- **Secretaria da Ciência, Tecnologia, Desenvolvimento Econômico e Turismo do Estado de São Paulo** - SP
- **Secretaria de Turismo do Estado do Ceará** - CE
- **Secretaria de Turismo do Distrito Federal** - DF
- **Secretaria de Estado de Turismo** - MG
- **Secretaria de Estado da Indústria, Comércio e Turismo de Tocantins** - TO
- **Secretaria de Estado do Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul**
- **SENAC** – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
- **SENAR** – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
- **SENAR - DF** - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - Distrito Federal
- **SESCOOP** – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo
- **SINDRURAL** - Sindicato Rural do Distrito Federal - DF
- **TURISRIO** – Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro - RJ
- **TURMINAS** - Empresa Mineira de Turismo - MG
- **UFSM** – Universidade Federal de Santa Maria - RS
- **UFV** – Universidade Federal de Viçosa - MG
- **UnB** – Universidade de Brasília – DF
- **UNICEUB** - Centro Universitário de Brasília - DF
- **UNICAMP** – Universidade de Campinas - SP
- **UNIVALI** – Universidade do Vale do Itajaí - SC
- **UCS** - Universidade de Caxias do Sul - RS
- **USP** – Universidade de São Paulo - SP

COLABORADORES

Adair Mazzotti
 Adenésio B. Júnior
 Adonis Zimmermann
 Adriana Cunha
 Alan Francisco de Carvalho
 Aldenice Bernardes Garcia
 Alessandra Riani Olmi
 Alessandra Ribeiro Simões
 Alexandre Diógenes
 Alfeu Silva Mendes
 Aluizio Carlos Vilella
 Ana Cristina Melo
 Ana Helena Carneiro
 Ana Maria Siems Forte
 André Neto Maia de Santana
 Andréa Britto
 Andréa S. Carneiro de Paula
 Anna Maria M. Machado
 Anya Ribeiro
 Arlindo de Lima Júnior
 Arnaldo Leite
 Camile Cunha
 Cândida Arruda Botelho
 Carlos Pinto
 Carlos Roberto Solera
 Carmélia A. Amaral Souza
 Cássio Falkembach
 Cássio G. de Souza Oliveira
 Castorina Zimmer
 Celso Roberto Crocomo
 César Reinhardt
 Cladecir Alberto Schenkel
 Clayton Campanhola
 Cléa Venina Guimarães
 Cleonice Pedrosa
 Dalize Beatriz Duboc
 Daniele Volcov
 Débora M. da C. Cavalcante
 Décio Coutinho
 Décio Teruo Miyajima
 Denise Bocorny Messias
 Denise Gutterres
 Diogo Guerra
 Domingos de Lélis Filho
 Dóris Ruschmann
 Doroti Collares
 Ednei Bueno do Nascimento
 Eduardo Simon
 Eliana Couto
 Eliane Marta Frarc
 Eliete Jordão
 Emiliano Lima
 Eula Cristina Souza Ferreira
 Evelyn Clarisse S. Pascoli
 Fernanda Rocha
 Fernando Rocha
 Francisco Alves Ribeiro
 Francisco Quintella
 Fred Martins
 Gabrielle Andrade
 Geraldo Bentes
 Geraldo Browne Ribeiro
 Geraldo Donizete
 Gilberto Borges da Silveira
 Gilmar Baldissera
 Guilhermina Brites
 Hamilton Peluso
 Herbert Araújo
 Humberto Maia
 Igor Fernandes R. Dantas
 Ilka L. Cardoso
 Ilma Ordine Lopes
 Isabelle de Cerjat Beltrão
 Ivone Lima
 Izabel Cristina Cardoso
 Jasete Pereira
 Jerônimo Coelho
 João Lima
 Joaquim Anécio Almeida
 José de Carvalho Júnior
 José Maynard Tenório
 José Tomé Antunes
 José Valdemar Pin
 Juan D. Rolón
 Juliana Kern
 Karina Romano
 Kurt Itamar
 Lamara Amiranda
 Leandro Carnielli
 Lena Brasil
 Leonardo Boesche
 Letícia Bratoszeck Nitsche
 Lizabeti de Fátima Paupério
 Lourdinha Binatti
 Lucas Agra
 Lúcia Rosa de Souza
 Luciana de Oliveira
 Luciane Neri
 Luis Alberto Moreira Ferreira
 Luís Carlos Mendes
 Luís Hildebrando
 Luiz Antônio G. dos Reis
 Luiz Carlos Colturato
 Luiz Carlos de Barros Novita
 Luiz Felipe de Oliveira
 Luiz Fernando Reis
 Luiz Strey
 Mara Flora Lottici Krahl
 Marcelo de Brito
 Marcelo Luz
 Márcia Vecchi
 Marcos Vinícius Ansani
 Maria da Graça M. Attuch
 Maria das Mercês T. Parente
 Maria Helena Muller
 Maria José Quintas
 Maria Marité B. Barbosa
 Maria Providência L. Costa
 Marilda Gadotti
 Mariléa R. Menezes
 Mariza Vieira Soares
 Marlene Huebes Novaes
 Matheus Dauzacker Neto
 Meraldo Rocha
 Milson Baltazar de Souza
 Mônica Stela de A. Castro
 Neiva Aparecida Duarte
 Nely Wyse
 Nino Fraga
 Norma Martini Möesch
 Odon Pereira de Oliveira
 Olga Tulik
 Osmar Schultz
 Patrícia Ferraz
 Paulo Remígio
 Paulo Sérgio Mettig Rocha
 Plínio César Rabelo Câmara
 Raquel O. Loureiro
 Renato Bravo
 Ricardo Pinto Porto
 Ricardo Ramos de Cerqueira
 Rita Amato
 Rita Francisca Bezerra
 Roberto M. F. Mourão
 Roberto Meneses
 Roberto Oliveira
 Roberto Rezende
 Roberto Zamboni
 Robertson Barbosa da Silva
 Robinson Paulitsch
 Rodrigo Vieira
 Rogério Roque
 Ronei Volpi
 Ronildo Araújo Machado
 Rosângela A. F. Benvindo
 Roselane Soares Monteiro
 Roseli Perrupato
 Sandra B. Curi
 Sueli de Castro Fonseca
 Suzana M. Mattos de Paiva
 Tami Szuchman
 Tânia Penha
 Tatiana Espíndola
 Teobaldo J. Cavalcante Leal
 Terezinha Cechet Hartmann
 Terezinha Moraes
 Thaise Costa Guzzatti
 Thiago Moura de Miranda
 Thyrso Sacramento Maltez
 Vanessa H. de Oliveira
 Vera Lúcia Domingues
 Veridiana Pimenta Junqueira
 Virgílio Costa de Amorim
 Waleska Martins Damasceno
 Werter Valentim de Moraes
 Yúri Costa

COORDENAÇÃO GERAL

**Mara Flora Lottici Krahl
André Neto Maia de Santana**

ASSESSORIA ESPECIALIZADA

Cássio Garkalns de Souza Oliveira

AGRADECIMENTOS ESPECIAIS

**Renato Bravo
Denise Messias
Ana Maria Siems Forte**

CONSULTORIA TÉCNICA

Ruschmann Consultores de Turismo S/C Ltda.

ANEXO C – Folder de promoção turística Fazenda Fonte Luminosa



- * Passeio a cavalo
- * Restaurante
- * Reservas p/ Eventos
- * Cachoeira
- * Parque infantil
- * Pesca esportiva
- * Caiaque
- * Trilha na mata
- * Camping
- * Chalés
- * Piscina



VISTA AÉREA

Reservas
Fone: (44) 9974-2939
9974-1053
Est. Mirassol, Km 4
(Torneo saída / Maringá)
Paranaíba - Paraná

Venha viver momentos inesquecíveis...






CHALÉS



PISCINA



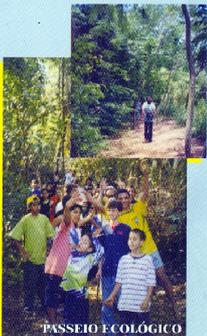
PESCA ESPORTIVA



PASSEIO A CAVALO



CAMPING



PASSEIO ECOLÓGICO



RECREAÇÃO



PARQUE INFANTIL



CAIAQUE



RESTAURANTE



EVENTOS



PARANAÍBA-PR

T
U
R
I
S
M
O
R
U
R
A
L

Fonte: Acervo pessoal.

ANEXO D – Folder de promoção turística Fazenda Salto Bandeirantes

SALTO BANDEIRANTES

Localizado no município de Santa Fé, o Salto Bandeirantes - Estação de Lazer e Hotel Fazenda vem proporcionando a seus hóspedes e visitantes momentos de descanso e descontração, um lugar de beleza ímpar que acolhe em seu espaço as lindas quedas do Rio Bandeirantes do Norte.



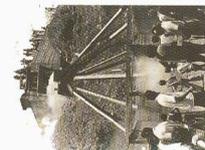
SALTO BANDEIRANTES

HOTEL FAZENDA | ESTAÇÃO DE LAZER

Central de Reservas
(44) 3026-8955/ 224-9955

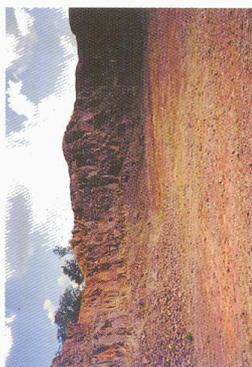
www.saltobandeirantes.com.br

O INÍCIO



Ao adquirir a Fazenda Salto Bandeirantes no ano de 1986 os proprietários adquiriram também uma área de 3 hectares onde funcionava uma pedreira. Naquela época a extração do material comercializável era feito através de explosões com dinamites e um britador que espalhavam por toda a área o pó de pedra. Este pó durante os anos foi matando toda a vegetação e o local transformou-se em uma grande parede de pedra sem vida.

Ainda assim, durante os finais de semana, pessoas vindas de toda a região freqüentavam o local atraídas pela beleza da cachoeira do Rio Bandeirantes do Norte.



Com a desativação da pedreira, o número de pessoas que vinham para tomar banho nas águas do rio e acampar foi gradativamente aumentando e as agressões ao meio ambiente continuaram, os visitantes deixavam latas e todo tipo de lixo às margens do rio, era uma época em que pouco se falava em educação ambiental.

Em 1996 veio então a idéia de transformar a área devastada em uma estação de lazer, assim as pessoas que já freqüentavam o local, passariam a ter um pouco mais de conforto. Com o passar dos anos a infraestrutura foi sendo melhorada e hoje o Salto Bandeirantes encontra-se em plena expansão, oferecendo a seus visitantes diversas opções de lazer.

Impresso Especial
360016631-1/2004 - DP/PR
Immas Berlese Ltda - Me
CORREIOS



ESTACÃO DE LAZER

Um ambiente acolhedor totalmente voltado ao seu descanso e lazer.



Rodeado de verde e inúmeras belezas naturais o Salto Bandeirantes Estação de Lazer vem a cada dia, explorando o turismo de forma equilibrada com a natureza.







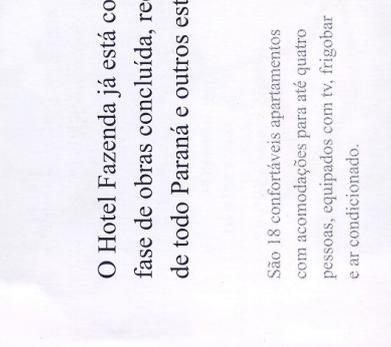




Salto Bandeirantes. Agora com Hotel Fazenda.

O Hotel Fazenda já está com sua primeira fase de obras concluída, recebendo hóspedes de todo Paraná e outros estados.

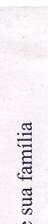
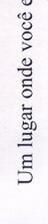
São 18 confortáveis apartamentos com acomodações para até quatro pessoas, equipados com tv, frigobar e ar condicionado.



Buscando oferecer maior conforto a seus visitantes e hóspedes, o Salto Bandeirantes tem ampliado sua infraestrutura a cada ano.

Restaurante com vista panorâmica e cardápio variado que atende aos mais exigentes paladares, sala para reuniões, sala de jogos, piscina térmica, hidromassagem e sauna, além de passeios à cavalo e charrete.

Na segunda fase será ampliado o Hotel Fazenda, com a construção de novas acomodações, parque aquático e salão de convenções.








Um lugar onde você e sua família encontrarão toda uma infraestrutura preparada para recebê-los com conforto.









Nos finais de semana o Salto Bandeirantes é visitado por um grande número de pessoas que vêm para acampar ou simplesmente passar o dia. Para esses visitantes, são oferecidos quiosques, lan- chonete, parque infantil, quadras de vôlei de areia, futebol suíço, pesqueiro, banheiros com água quente e espaço iluminado para camping.

Para os que procuram maior emoção em seu passeio, o boia-cross proporciona 45 minutos de descida pelas corredeiras do rio, oportunidade de estar junto à natureza com segurança.

A piscina principal de água corrente tratada tem 3 mil metros quadrados, lindos jardins e palco para shows.

A piscina com bar molhado oferece visão privilegiada da natureza.






ANEXO E – Folder de promoção turística Fazenda Água Azul.

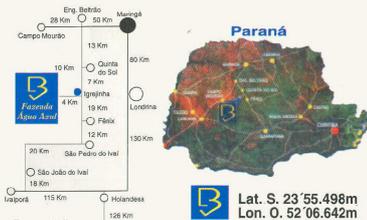
ATIVIDADES

- Trilhas ecológicas e de aventura
- Passeios à cavalo e charrete
- Museu do Café
- Piscina para adultos e crianças
- Pescaria
- Tiroleza
- Casa na árvore
- Pista de Bocha
- Vôlei de areia
- Futebol suíço
- Colônia de Férias o ano todo
- Acampamento e Acantonamentos
- Atendimento às escolas com programação e orientação pedagógica
- Deliciosos quitutes rurais



HOSPEDAGEM

- Diárias completas, incluindo pernoite, café da manhã, almoço e jantar.
- Atendemos individualmente ou em grupo, tanto para passar o dia (com ou sem refeições), como para pernoite.
- Convenções e reuniões, com capacidades de 70 pessoas para o pernoite.



RESERVAS E INFORMAÇÕES

Fones: (44) 478-0012 / 567-1029 - Cel.: (44) 9961-4752
 Home Page: www.aguaazul.com.br
 Estr. "Caminho do Peabiru" Km 4,5



Você e sua família são nossos convidados para que juntos possamos comemorar o Jubileu de Preservação Ambiental, deste que sem modéstia, é um dos últimos santuários ecológicos do Paraná.

Fazenda Água Azul
 50 anos de amor à natureza!

Fazenda Água Azul

ECOTURISMO

UM VERDADEIRO REENCONTRO COM A NATUREZA

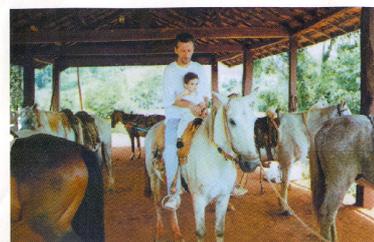


Fênix - PR

Fone: (44) 478-0012



O dia começa cedo com o alvorecer e a ordenha.



Os passeios à Cavalo e Charrete, são para todas as idades.



A hospedagem nas casas rústica de madeira, proporcionam um reencontro com a época de ouro do café.



Na antiga escola da fazenda, que hoje é o refeitório, saboreia-se a melhor culinária rural. Neste espaço também acontecem oficinas de culinária rural.



Depois de todas estas atividades só um refrescante banho nas piscinas ou no Rio Arurau.



Usando muita criatividade, a antiga tulha de café acolhe hoje o museu, com objetos da região, que além de cafeeira, abrigou índios Guarany's.



São 281 hectares de mata nativa, com diversas trilhas ecológicas e de aventura, onde a presença de quedas d'água, pequenas nascentes e árvores centenárias é algo real!!!



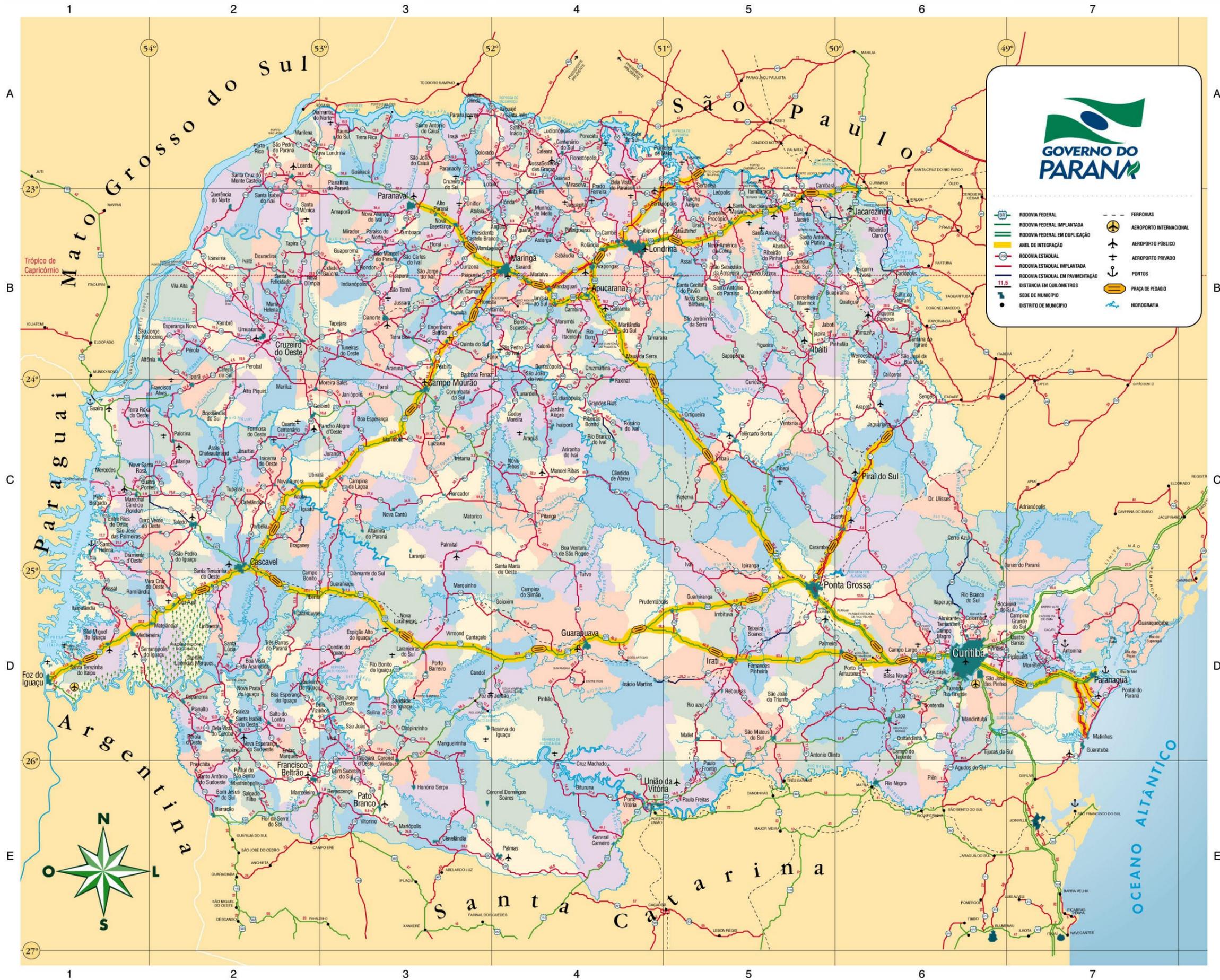
Recanto Infantil



Finalizando o dia, um encontro ao redor da fogueira, relembrando os causos e a época mágica da viola.



ANEXO F – Mapa Rodoviário do Estado do Paraná



Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)