

Implicações do turismo no espaço rural e em estabelecimentos da agricultura familiar

Luciano Zanetti Pessôa Candiotoⁱ

Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Brasil)

Resumo: Sabendo da expansão do turismo no espaço rural mundial e brasileiro, e do atual incentivo do setor público e privado à abertura de estabelecimentos da agricultura familiar ao turismo, entendidos também como unidades de produção e vida familiares (UPVF's), o presente texto, procura apresentar e discutir as implicações socioespaciais do turismo rural, e enfatizar suas consequências nas pequenas propriedades rurais. Para tanto, nos apoiamos em referenciais bibliográficos brasileiros e estrangeiros que tratam das implicações/transformações decorrentes dessa atividade, e procuramos apresentar nossa posição em relação ao turismo rural, fenômeno que tende a crescer no espaço rural, e conseqüentemente, a transformar sua dinâmica socioespacial.

Palavras-chave: Turismo; Espaço rural; Implicações socioespaciais; Agricultura familiar; Unidade de produção e vida familiar (UPVF).

Title: Implications of rural tourism businesses and family farms

Abstract: Considering the expansion of rural tourism in the world and in Brazil and the incentive of public and private sectors to family farms open their properties to tourism, we wrote this article to presents and discuss the implications of rural tourism and to emphasize their consequences in family farms. So, we worked with brazilian and foreigners literature that analyses the spatial implications and changes of this activity and try to present our impressions about rural tourism, which may grow in rural spaces and modify its social and spatial dynamics.

Keywords: tourism; rural space; social and spatial implications; family farm; family unity of production and life (UPVF).

Keywords: Tourism; Rural space; Socio-spatial implications; Family farming; Farm and family life (UPVF)

ⁱ Professor Adjunto do curso de Geografia da UNIOESTE, campus de Francisco Beltrão. Membro do GETERR (Grupo de Estudos Territoriais). Doutor em Geografia pela UFSC. E-mail: lucianocandioto@yahoo.com.br

Introdução

O incentivo público ao turismo rural e as novas possibilidades de acumulação desta atividade através da transformação dos produtos, paisagens, manifestações culturais, modo de vida rural e elementos naturais em mercadoria, levou à implantação dos mais variados empreendimentos públicos e privados de turismo no espaço rural, assim como de roteiros, circuitos e até resorts de turismo rural.

Esse crescimento das destinações de turismo rural foi impulsionado pela inserção de objetos técnicos no espaço rural, sobretudo pela maior infra-estrutura (vias de circulação, energia elétrica, comunicações, etc.) e equipamentos (hotéis, restaurantes, postos de informações turísticas, etc.), fundamentais para o desenvolvimento do turismo. Por conseguinte, os novos empreendimentos de turismo no espaço rural vêm contribuindo para a transformação e densificação técnica do espaço rural e, conseqüentemente, para a complexificação de objetos, atores e ações no rural. Assim como todas as atividades econômicas, a oferta do turismo rural trouxe consigo conseqüências socioespaciais, chamadas também de impactos do turismo rural.

Considerando a tendência de crescimento da territorialização do turismo no espaço rural e a manifestação de impactos já existentes do turismo rural nos lugares, procuramos nesse texto, apresentar e discutir algumas implicações do turismo rural com destaque para as famílias rurais agricultoras e suas unidades de produção e vida familiares (UPVF's). Partindo dos impactos identificados na literatura e em estudos empíricos, procuramos discorrer sobre a existência de um choque entre a racionalidade do agricultor e sua lógica de sobrevivência com a racionalidade econômica global presente nos atores envolvidos com o trade turístico (empresários, operadores, guias, consultores, planejadores, etc).

Implicações socioespaciais do turismo rural

Quando nos referimos às implicações socioespaciais do turismo rural procuramos considerar como a inserção de objetos e ações (Santos, 1996) ligados ao lazer e ao turismo exerce influência sobre as transformações espaciais manifestadas nos lugares em que a atividade de lazer e/ou turismo se insere. Estas transformações espaciais são decorrentes de uma dinâmica social, na qual coexistem aspectos políticos, econômicos, históricos e culturais, bem como, de uma dinâmica natural, ou seja, da relação de interdependência entre os elementos físicos (solos, águas, rochas, flora, fauna, eventos climá-

ticos, etc), e destes com a sociedade. Os elementos da natureza são utilizados como recursos naturais que dão suporte à vida humana, porém, muito mais que recursos, são os responsáveis pelo surgimento do homem e por sua permanência como espécie viva.

Nesse sentido, procuramos apreender as implicações socioespaciais do turismo rural através de uma análise integrada entre os elementos naturais e sociais, ou seja, considerando a apropriação e o uso dos recursos naturais pela sociedade, as relações de poder existentes, e as conseqüências destas ações. Ao se inserir no espaço geográfico, os objetos e as ações ligados ao turismo rural podem trazer alguns benefícios mas também podem desencadear conflitos com a população residente nas proximidades das áreas afetadas.

Um grave problema apontado por Cavaco diz respeito à implantação de destinações turísticas sem uma preocupação com questões de infra-estrutura e de equipamentos básicos, que devem existir antes e independentemente da atividade turística. A autora (2001) coloca que para promover o lazer e o turismo, problemas básicos devem ser resolvidos, como a eletrificação, o abastecimento de água, o saneamento básico, a coleta de lixo doméstico, os serviços pessoais cotidianos e de saúde e, outros serviços de proximidade e acessibilidade.

Considerando essa afirmativa para o caso do Brasil, podemos afirmar que a maioria das destinações de turismo rural é implementada sem o atendimento a essas necessidades básicas. A maior parte dos investimentos públicos e privados são direcionados aos equipamentos e atrativos turísticos, enquanto a infra-estrutura e os equipamentos básicos (amplamente utilizado pelos habitantes locais) raramente é prioridade.

Baidal (2000), afirma que a existência de impactos produzidos pelo turismo nos espaços rurais nos remete a um adequado planejamento e gestão da atividade, que permita prevenir e reconduzir os efeitos negativos que o desenvolvimento turístico pode provocar.

Sabemos da necessidade de planejamento e gestão do turismo no meio rural com o objetivo de reduzir seus impactos, porém, além das limitações do planejamento e da gestão executados somente por técnicos, existem dificuldades para construir planos participativos, e principalmente, para aplicar esses planos em uma gestão democrática e participativa. O planejamento e a gestão do turismo costumam ser centralizados, setoriais e direcionados às intencionalidades dos atores com mais poder. Além disso, nos remetemos a Ouriques (2005), quando este afirma que a própria lógica de acumulação e crescimento econômico sem limites conduz a impactos socioespaciais indesejáveis, que por sua vez, são inerentes a qualquer atividade da economia capitalista. Portanto,

mesmo com um planejamento e uma gestão do turismo no espaço rural, a própria natureza da atividade turística – pautada na lógica de acumulação capitalista - desencadeia implicações socioespaciais não desejadas pela maior parte da população local, de modo que os agentes privados costumam se apropriar dos territórios turísticos. Assim, mesmo havendo condições institucionais para participação popular nas tomadas de decisões, determinadas intencionalidades irão sobressair-se sobre outras no jogo determinado pelas relações de poder.

Santana (2002), afirma que o uso da participação como ferramenta impulsora do desenvolvimento, tem partido em várias ocasiões de uma idéia falsa e etnocêntrica do âmbito rural, isto é, conceber o campo e sua gente como homogêneos, com pouca iniciativa e, com pouca articulação social necessária para organizar-se, considerando a participação como um princípio de aplicabilidade transcultural.

A participação dos residentes deve ir além da mera consulta, de modo que estes devem ser informados sobre os possíveis custos e benefícios, e integrados no projeto e na tomada de decisões, considerando os costumes locais e a divisão sexual do trabalho. (Santana, 2002: 35)

No entanto, os custos (impactos) do turismo rural aos residentes, como a degradação ambiental e as transformações sociais e culturais, são ignorados no planejamento e não são divulgados para a sociedade. Assim, interessa divulgar o que é positivo e esconder os problemas, fato fundamental para a criação do imaginário do turismo rural como atividade sustentável.

Desta forma, ignorar os impactos socioespaciais do turismo rural implica deixar a população rural local à margem do processo de desenvolvimento econômico gerado pelo turismo, restando a essa, os problemas sociais e ambientais decorrentes de atividades turísticas no espaço rural. Segundo a lógica economicista vigente, os habitantes do lugar precisam se adaptar aos ditames do negócio, tornando-se empreendedores. Contudo, a maior parte da população autóctone acaba trabalhando como empregados, enquanto predominam empreendedores exógenos e sem nenhuma identidade com o lugar, que acabam ficando com a maior parte dos lucros gerados pelo turismo.

Calatrava é outro pesquisador a questionar os benefícios do turismo rural para as populações envolvidas. “Há dúvidas se os objetivos básicos do turismo rural para as comunidades implicadas conseguirão ser atendidos, como rendas complementares, infra-estrutura terciária, além de um certo equilíbrio entre os sistemas ecológico, socioeconômico e cultural.” (Calatrava apud Froehlich e Rodrigues, 2000: 93)

Santana (2002: 27), também ressalta que

(...) infelizmente nem tudo o que é ofertado sob o rótulo de turismo rural baseia-se nas premissas de responsabilidade e consciência do espaço em que se desenvolve a atividade, gerando uma série de efeitos não desejados nas áreas e populações receptoras.

No Brasil, Froelich e Rodrigues (2000) perguntam se, para além da geração de emprego e renda, o turismo rural conseguirá distribuir essa renda e reduzir as desigualdades socioeconômicas. Para os autores, a afirmação de que o turismo rural dinamiza áreas rurais deprimidas é baseada em expectativas e proposições e não em estudos empíricos aprofundados. Portanto, é preciso considerar que o turismo rural pode agravar os problemas dos agricultores familiares. Concordamos totalmente com essa ressalva de Froelich e Rodrigues, pois percebemos uma exacerbação da idéia de que o turismo rural na agricultura familiar é uma atividade promissora para as famílias rurais, pois além de beneficiá-las economicamente, seria uma forma de turismo sustentável que estaria contribuindo para o desenvolvimento sustentável.

Vieira, Almeida e Souza (2006), questionam os próprios impactos positivos do turismo rural na geração de emprego e renda, e também afirmam que falta monitoramento das experiências para comprovar os efeitos econômicos propagados como positivos. Ao pesquisar o turismo rural no Sul do estado do Rio Grande do Sul, e na Serra da Mantiqueira no estado de Minas Gerais (Brasil), Souza apud Vieira, Almeida e Souza (2006), conclui que o número de empregos gerados é baixo; a maioria dos empregos são temporários e exigem baixa qualificação; e que os resultados das pesquisas contrariam a ênfase na retórica das vantagens econômicas do turismo rural.

Pesquisando os impactos do turismo rural na Zona da Mata do estado de Pernambuco (Brasil), onde as grandes fazendas de cana-de-açúcar são os principais atrativos, Santo (2005), não verifica melhorias na qualidade de vida da população local e no próprio desenvolvimento econômico. Segundo ela, o modelo de turismo rural na zona da mata exclui a participação da população local e contribui para perpetuar o latifúndio.

(...) apesar de apregoada como opção de emprego e renda, a atividade nessa região vem reproduzindo mais uma forma de exclusão dos trabalhadores rurais, não contribuindo para a manutenção do homem do campo, nem para a melhoria da sua qualidade de vida. (Santo, 2005: 191)

Ao analisar um caso específico na Espanha, Calatrava apud Baidal (2000) aponta os seguintes impactos do turismo rural:

- a atividade agrária diminuiu notavelmente, ou até desapareceu;
- o setor de serviços teve um hiper-desenvolvimento, empregando 70% da população ativa;
- perda da cultura agrária e da identidade cultural dos habitantes;
- aumento de bens oferecidos aos visitantes, que não são produzidos na região.

Calatrava parece se referir ao segundo impacto como algo positivo, pois reduziu o desemprego entre a população local. No entanto, os outros impactos apontados se mostram indesejáveis e negativos para a população local, principalmente no que tange a questão cultural e identitária local. A redução e até o desaparecimento das atividades agrárias é um dos impactos negativos que justifica a defesa do turismo rural como atividade complementar, pois, ao obter maiores lucros com um esforço menor, é comum ver agricultores abandonando suas práticas agropecuárias. Entendemos que, com o desenvolvimento do turismo, ocorre um predomínio de urbanidades sobre as ruralidades, assim como a influência externa no lugar, levando ao terceiro e quarto impacto apontado por Calatrava.

O antropólogo Santana (2002), aponta para as seguintes conseqüências do turismo rural:

- variações populacionais com a inserção dos turistas no lugar (sazonalidade);
- aparição de espaços interferidos, correspondente à inserção de turistas em espaços da população local e à apropriação desses espaços;
- modificação na estrutura econômica e social das populações, com a inserção de novos atores e atividades laborais para apoio ao turismo e, com o aumento da participação de mulheres;
- maior necessidade de infra-estrutura e equipamentos no entorno para atender os turistas e mudanças na paisagem;
- estereotipação do artesanato, da paisagem, do modo de vida e de outras manifestações culturais, levando à criação de símbolos e imagens constituintes de uma autenticidade ilusória.

Assim como as demais modalidades turísticas, o turismo rural também pode se expandir descontroladamente e desencadear impactos negativos. Labat e Perez apud Silva, Vilarino e Dale (2000), indicam os seguintes impactos da massificação do turismo rural:

- não permite o desenvolvimento de grandes áreas rurais;
 - impactos ambientais decorrentes da proliferação desordenada de construções;
 - abandono das atividades agropecuárias;
 - terceirização da atividade econômica e grande de-

pendência da atividade turística, sem que se desenvolvam atividades alternativas para a população local;

- desenvolvimento de um turismo realizado por agentes exógenos (externos), com poucos benefícios para a população local;

- presença de enclaves similares aos do turismo sol e praia, deixando a margem o meio rural e suas necessidades.

Calatrava, Santana, e Labat e Perez, procuram elencar os impactos do turismo rural com base em experiências empíricas européias. Como o turismo rural na Europa é bem mais antigo que no Brasil, suas conseqüências são mais evidentes, de modo que é fundamental conhecer os problemas e erros existentes no contexto europeu para aprender o que não deve ser feito e como fazer melhor. Todavia, não podemos nos esquecer que a realidade brasileira é bem diferente da européia.

Segundo Ribeiro apud Tulik (2003), os famosos benefícios econômicos do turismo rural podem desencadear pressões políticas visando sua expansão. O sucesso econômico pode atrair investidores, limitando as oportunidades e os benefícios para a população local e subvertendo a concepção do desenvolvimento no meio rural. Havendo concorrência do turismo com as atividades agrícolas, pode haver abandono das atividades primárias, tradicionais das famílias rurais.

Santana (2002: 31) assevera que,

Modificações no valor de uso dos recursos podem desestabilizar socialmente a população, favorecendo poucos (maioria de investidores/empreendedores externos ao local) e prejudicando a população local, fato comum em qualquer desenvolvimento turístico. (...) A desarticulação do tecido social, juntamente com outras variáveis, como o envelhecimento da população, a perda de perspectivas individuais ou familiares, e a baixa qualificação profissional, condicionam e determinam o futuro de uma população.

Roberts apud Santana (2002) diz que o turismo rural supõe a mercantilização de um espaço já conhecido, com o objetivo de possibilitar o desenvolvimento de hobbies para a população urbana. Santana (2002) entende que o cliente potencial do turismo rural é um neoromântico desencantado com a sociedade urbana, mas que não renuncia seu cotidiano urbano. Para Dudley apud Santana (2002), a raiz de grande parte dos impactos negativos do turismo rural provém do fato de que o campo recebe iniciativas elaboradas por entidades governamentais e grupos de interesse que operam a partir das cidades.

Na visão de Baidal (2000), o espaço turístico é, antes de tudo, uma imagem, criada pelos turistas e oferecida pelos organizadores de viagens. Adicionaríamos a essa

constatação que não são apenas os turistas que criam as imagens do turismo mas principalmente o trade turístico através do marketing e da propaganda veiculados nas mais variadas mídias. Baidal cita Miossec, que já em 1976 apontava para o fato das populações autóctones perceberem com inquietude e até com surpresa as imagens criadas/oferecidas pelo turismo. A imagem turística dos espaços rurais se fundamenta nas características tradicionalmente associadas ao mundo rural e facilmente identificáveis nas mensagens promocionais desse tipo de turismo.

Para Santos (1996), as imagens fazem parte da psicosfera, enquanto os objetos correspondem à tecnosfera. Ambas, psicosfera e tecnosfera são coexistentes e influenciam a dinâmica espacial. Acreditamos que no turismo, a psicosfera, através da criação de imagens, é extremamente importante na afirmação de uma destinação turística. Muitas vezes, o turismo encontra-se mais consolidado na psicosfera, no imaginário individual e coletivo, do que na tecnosfera. No Brasil, esse fenômeno é muito comum, de modo que diversos atrativos e roteiros turísticos apresentam uma imagem que não condiz com a realidade.

Santana (2002) tece várias críticas à idealização do rural como espaço de tranqüilidade e à ideologia do turismo rural como vetor de desenvolvimento local. Para o autor, o estilo de vida rural consolidou-se como um atrativo, em virtude de estereótipos e perspectivas diferentes das do meio urbano. O autor aponta que o turismo é condicionado pelas modas e estilos de vida preconizados em cada etapa histórica pela qual a sociedade ocidental passa, de modo que as imagens do rural bucólico partem da premissa de separação, cada vez mais radical e falsa, entre cidade e campo, refletindo o predomínio de um sistema urbano que atribui virtudes ao entorno rural.

Sabendo das dificuldades em delimitar o que é autêntico, Verbole (2002) aponta que a busca pela autenticidade pode conduzir a museologização das áreas rurais. Muitas vezes, as comunidades hospedeiras e os agentes do turismo procuram moldar as ilusões e expectativas dos turistas acerca da vida rural e “fantasiam” suas atividades para satisfazer os turistas. MacCannel apud Verbole (2002) denominou esse fenômeno de autenticidade encenada.

Na acepção de Santana (2002), os produtos vendidos como autênticos não o são e, boa parte dos consumidores percebe que há uma reprodução dos produtos. Todavia, esta autenticidade e sua imagem representam para o turista uma experiência que compensa as rotinas do cotidiano, de modo que este paga por ela como por qualquer outro bem ou serviço vinculado a sua viagem. A experiência centrada no autêntico e exótico, de contato

com o nativo desenha uma nova visão do sistema turístico. O entorno e suas imagens são vendidos da mesma forma que no turismo de massa, de maneira uniforme, e

(...) induzem a pensar que, como produto destinado ao turista, o patrimônio cultural e ambiental é tão regulável e reconstruível como qualquer outro bem ou serviço. Se for assim, o âmbito rural conformará a médio prazo um destino-espetáculo global, diferenciando as áreas em função de sua atratividade e da habilidade-capacitação de seus atores. (Santana, 2002: 44) Verbole (2002), Baidal (2000), Tulik (2003) e Santana (2002) são alguns autores que atentam para a transformação da cultura em mercadoria no turismo rural. Santana é um dos mais enfáticos, e além das citações acima ainda afirma que

O turismo rural e outras formas de turismo alternativo promovem o consumo do cotidiano social, cultural e ambiental dentro do rol de produtos recreacionais. Esse cotidiano é comercializado, e para tanto, adornado, empacotado e vendido segundo um valor atribuído pelo mercado e seus agentes promotores. (Santana, 2002: 44) Portanto, o autor aponta para a valorização do esteticamente belo e, que a conservação, reabilitação ou desaparecimento dos atrativos dependerá de sua relevância no contexto recreacional.

(...) a contemplação da paisagem rural como museu vivo, do entorno físico intocável e dos espaços sociais como públicos, onde predominam os usos recreacionais sobre a produção tradicional e sustentada, fecha as portas para um desenvolvimento equilibrado das populações, mas, além disso, condena o recurso no qual este tipo de turismo está centrado. (Santana, 2002: 44) No final de seu artigo, Santana (2002: 46) conclui:

A melhoria da qualidade de vida, a educação, a formação profissional, a recuperação e conservação devem ser metas do planejamento do turismo rural, e não manifestações de um discurso político-fictício. (...) Senão, estaremos criando conscientemente, belas utopias e falsas ilusões de futuro. Analisando o turismo rural em Portugal, Cristóvão (2002) e Graça (2001) também questionam a exacerbção do turismo rural e apresentam críticas pertinentes sobre as implicações socioespaciais dessa modalidade turística.

O meio rural depende cada vez mais de fatores externos (macroeconômicos) e, com o turismo, esta dependência tende a aumentar, pois ampliam-se as relações capitalistas, inclusive do pequeno agricultor. Assim como Santana (2002), Cristóvão (2002) vê o turismo rural condicionado pelo interesse dos cidadãos pelo espaço rural,

(...) é clara a tendência para o mundo rural se transformar em objeto de consumo para citadinos, o que, embora criando oportunidades de desenvolvimento, coloca a economia rural numa posição de cada vez mais dependência de fatores e atores exógenos. Além do mais, mostra que a nova identidade rural é, na essência, moldada pelas procuras urbanas. (Cristovao, 2002: 107).

Cristóvão (2002) se remete a Lourenço, que apresenta uma visão crítica sobre o turismo rural, e usa termos como ambientalização do rural e da agricultura, divórcio rural-agricultura, autonomização do espaço rural face à agricultura, e dependência do rural face às dinâmicas urbanas.

As atividades a que se apela para este mundo rural tendem a torná-lo mais uma cena complementar à vida urbana, sendo valorizado pelas suas qualidades estéticas e pelos seus recursos físicos, e constituindo-se em lugar procurado para especializar as formas de lazer emergentes na cultura urbana. (Lourenço apud Cristóvão, 2002: 86)

Nesse sentido, Lourenço apud Cristóvão (2002) destaca a possibilidade de crescente dependência do rural face às dinâmicas urbanas e de dominância de um conceito de rural que nada tem a ver com a atividade agropecuária, produtor de uma reinvenção e artificialização do rural no imaginário urbano.

No contexto brasileiro, alguns autores tecem críticas aos impactos do turismo rural na paisagem e na cultura local de seus habitantes. Weissbach (2005: 298) aponta que “o exagerado espírito comercial faz com que, às vezes, a cultura não passe de um simulacro para o turista ver.”

Freitas (2002) destaca a influência de valores urbanos na paisagem rural a partir do turismo, haja vista que a procura pelo turismo rural cria, não só um cenário artificial, como também exige novas construções para atender os anseios dos turistas, geralmente provenientes das cidades, de modo que o conforto e as facilidades da vida urbana são transferidos para o rural. Para a autora, a partir do consumo do espaço rural via turismo, há uma normatização de atitudes e práticas. Weissbach (2005) também afirma que propriedades rurais abertas ao turismo incorporam hábitos e tecnologias urbanas e, Filho et al. (2006), falam do caráter urbanizador de algumas propostas de turismo rural.

Acreditamos que os agricultores familiares não devem buscar o padrão de conforto exigido pelos urbanos, mas sim, afirmar seu modo de vida e buscar o seu conforto para compartilhá-lo com os visitantes. O turismo rural na agricultura familiar deve ter como foco o agricultor familiar e não o turista, ou seja, a melhoria da

qualidade de vida das famílias rurais e não os gostos, muitas vezes fúteis, dos turistas.

Weissbach (2005: 299), reforça nossa afirmação, ao colocar que

Para evitar o confronto com o visitante que se julga superior, as comunidades visitadas podem ser educadas no sentido de respeitar os valores estranhos aos seus e, ao mesmo tempo, enfatizar o valor de sua cultura, de modo a afirmar-se nem como inferior, nem tampouco como superior àquele que chega. O autor ainda conclui,

Fazer a população local crer que é a sua cultura que provoca a visitação e que seu modo de viver simples e rústico atrai as pessoas é fundamental para garantir uma manutenção cultural aliada a práticas econômicas que garantam a melhoria da vida no meio rural. (Weissbach, 2005: 300)

Além disso, entendemos que adaptar o meio rural aos padrões do trade turístico ou às expectativas da população urbana é mascarar esse meio rural para comercializá-lo e, não mostrar o que realmente faz parte da vida das famílias rurais. Caso as ações em torno do turismo rural continuem seguindo a lógica vigente, o alerta de Weissbach (2005) de que existirá uma cultura para exibir para o turista e outra para o viver cotidiano, se concretizará.

As implicações do turismo rural no Brasil não deixam de ser similares a algumas conseqüências já verificadas na Europa. Graça (2001, p. 42) coloca que o turismo no espaço rural português “é uma atividade elitizada, caracterizada pela quase total ausência de complementaridade com a agricultura e pouco enraizada localmente”. Fundamentada em pesquisas de Moreira, Graça aponta que a maioria dos promotores são profissionais liberais e do meio científico (40%), empresários (18%), trabalhadores qualificados (12%) e agricultores (5%). Portanto, “o turismo rural é uma atividade cuja difusão começou pelo topo da pirâmide socioprofissional e que está longe ainda de se estender para os estratos mais próximos da base desta” (p. 42).

Concluindo, Graça (2001: 43) coloca,

(...) a aposta num segmento de elevada qualidade e preço, configura o turismo no espaço rural como um processo de desenvolvimento turístico adequando às estratégias de diversificação dos “produtos” turísticos, mas pouco condizente com processos de desenvolvimento local assentados na complementaridade agrícola e promovido pelos protagonistas da transição do mundo agrícola para o mundo rural.

Prosser apud Santana (2002), afirma que para não saturar o destino, busca-se atrair as elites, não permitindo o uso turístico a classes menos favorecidas. Assim,

o aumento dos preços é uma das opções mais utilizadas para barrar o aumento do fluxo de turistas, caracterizando uma clara segregação socioeconômica.

Tanto Graça quanto Prosser destacam a elitização do turismo rural na Europa, fato que reafirma a idéia de transformação da natureza e da cultura em mercadorias, bem como o uso restrito dessas áreas pelas pessoas que podem pagar por ela. Assim, o turismo rural também vem se configurando como uma modalidade segregadora, demonstrando que, na prática, as formas “alternativas” de turismo, ao serem gerenciadas dentro da mesma lógica do turismo convencional, desencadeiam impactos similares a outras modalidades turísticas tradicionais, como o turismo sol e praia.

Não obstante, a gestão dos empreendimentos de turismo rural geralmente é feita pelo proprietário. Como os proprietários não são atores homogêneos, é preciso levar em consideração a origem e as intencionalidades de cada proprietário com seu empreendimento. A partir de uma pesquisa realizada no estado de São Paulo (Brasil), Oliveira apud Tulik (2003) apontou três grupos de proprietários e propriedades rurais vinculados ao turismo rural:

- autêntico: produtor rural reside na propriedade e tem o turismo rural como atividade principal ou complementar;
- sazonal: proprietário, geralmente turista e de elevado nível sócio-cultural, que transformou sua residência secundária num empreendimento de turismo rural;
- investidor: proprietário sem vínculo com o meio rural, que adquiriu a propriedade para transformá-la numa oportunidade de negócio.

Dos três grupos citados, entendemos que apenas o primeiro, chamado de autêntico, já possui suas origens no campo e depende da agricultura para sobreviver. Por conseguinte, neste grupo estariam incluídos os agricultores familiares, que são tidos como os grandes beneficiários em potencial do turismo rural e, principalmente, do agroturismo¹.

Implicações do turismo rural na agricultura familiar

Entendendo que o turismo rural na agricultura familiar apresenta especificidades como a dependência das atividades agropecuárias, podemos afirmar que as pequenas unidades de produção familiares se constituem nas propriedades com maior aptidão ao agroturismo, pois têm como principal atividade a agricultura e/ou pecuária; carregam consigo o modo de vida rural tradicional; possuem gestão e trabalho familiar e; são

empreendimentos que possibilitam um contato direto com o homem do campo e seu cotidiano.

Todavia, os impactos do turismo rural ou do agroturismo em unidades familiares parecem ser mais intensos do que em médias ou grandes propriedades rurais altamente tecnificadas, pois o agricultor familiar se apresenta como uma categoria social diferenciada, sobretudo por ter a maior parte da renda proveniente da agricultura, viver em pequenos estabelecimentos rurais, ter trabalho e gestão familiares e, uma relativa autonomia no que tange a gestão da propriedade.

Tratando especificamente das implicações do agroturismo na agricultura familiar, que não fogem muito das próprias implicações do turismo rural, nos remetemos ao estudo dos ingleses Evans e Ilvery apud Silva, Vilarino e Dale (2000), ao mostrarem que a geração de renda com o agroturismo é limitada em função da curta duração das visitas e, que a diversificação interna das propriedades incorporando atividades não-agrícolas é insuficiente para enfrentar os problemas de queda das rendas agrícolas.

Passando para autores que trabalham com o agroturismo no Brasil, Silva e Almeida (2002: 169) colocam que

(...) a exemplo das demais adoções de renda pluriativa, o turismo implica em adaptações na vida de todos os membros da família. A decisão de implementá-lo depende da disponibilidade dos indivíduos alterarem os hábitos produtivos e de convivência.

No entanto, ao se promover o turismo rural na agricultura familiar, a família deve ser alertada não apenas para os benefícios que a atividade pode gerar (como geralmente ocorre), mas também pelos problemas e para as mudanças que podem ocorrer com a inserção no turismo, fato pouco trabalhado com as famílias rurais brasileiras, pois os promotores/planejadores do turismo objetivam viabilizar a atividade, estando mais comprometidos com o retorno econômico do que com as condições de vida dos agricultores.

No que tange os impactos positivos do turismo rural na agricultura familiar, Silva apud Vieira, Almeida e Souza (2006) destaca os seguintes:

- preservação do patrimônio cultural;
- permanência da esposa no lar e outras funções para ela desenvolver;
- perspectiva de trabalho para os filhos;
- valorização da auto-estima;
- contato com outras pessoas;
- redução do êxodo rural.

Ao pesquisar uma experiência de turismo em pequenas propriedades rurais do município de Taquari, estado do Rio Grande do Sul (Brasil), Jasper e Rocha (2006)

mostram os seguintes benefícios do turismo rural na opinião dos agricultores familiares envolvidos:

- aumento do valor da propriedade e da empresa;
- divulgação dos produtos;
- novos consumidores;
- aumento da procura pelos produtos;
- novos contatos.

Analisando seis propriedades rurais envolvidas com o Projeto denominado “Caminhos das Pedras” no Rio Grande do Sul, Silva e Almeida (2002) constatam que para os agricultores, os principais benefícios foram o aumento de renda da família; o trabalho para os filhos; a permanência da população no distrito; valorização pessoal decorrente da perda de inibição frente os visitantes e; auto-conhecimento por meio de novas relações sociais. No que tange as mudanças positivas ocorridas na comunidade, estão: a volta da vitalidade da mesma; o resgate da auto-estima dos moradores; a criação de mercado para a produção local; a preservação do patrimônio e da cultura e; o fortalecimento das relações interpessoais.

Como principal mudança negativa, os agricultores apontaram o aumento do trabalho, que está vinculado a outras mudanças, como a redução no tempo de lazer; comprometimento das refeições em família; e prejuízos da privacidade. Outros aspectos interessantes da pesquisa de Silva e Almeida (2002) foram os seguintes: dentre as seis famílias dedicadas ao turismo, apenas duas conseguem manter a agricultura. Para tanto, recrutam elementos de outros núcleos familiares (filhos casados, irmãos, empregados). Duas arrendam a área agrícola para terceiros e se dedicam somente ao turismo. As demais não se envolvem com a agricultura.

Esses resultados demonstram a dificuldade em manter as atividades agropecuárias combinadas com a organização da propriedade para receber os visitantes e indicam que apesar de alguns benefícios para os agricultores e a comunidade, há uma tendência de secundarização da agricultura.

Na visão de Filho et al. (2006: 147)

Com a implantação do turismo na agricultura familiar preocupa a migração, mesmo que lenta, da atividade agropecuária típica da família para uma situação de dilapidação onde a propriedade rural perde sua identidade com a produção primária e fica voltada para a prestação de serviços no meio rural, alterando sua identidade.

Ao constatar que o turismo rural é uma atividade que vêm beneficiando os mais dotados dos meios necessários a seu aproveitamento econômico, Silva (2004), afirma que a participação dos agricultores familiares brasileiros em atividades de turismo rural é irrisória. Cavalheiro, Dullius e Froehlich (2006) pesquisaram

oito empreendimentos de hospedagem no espaço rural e constataram que apesar de todos terem menos de 10 hectares, apenas um era de propriedade e administrado por um agricultor familiar.

Ao pesquisar a experiência do “Circuito Italiano de Turismo Rural” do município de Colombo, estado do Paraná (Brasil), Candiotto (2007) constatou que entre os 31 estabelecimentos envolvidos com o Circuito, apenas oito eram administrados por agricultores familiares. O autor também enfatiza que a maior parte dos lucros e benefícios provenientes do turismo está concentrada naqueles atores com uma visão empresarial enquanto os agricultores familiares ficam com uma pequena parcela desses benefícios. Outro aspecto analisado por Candiotto, diz respeito à baixa participação dos agricultores familiares nos fóruns coletivos como o Conselho Municipal de Turismo e, à pouca influência que estes têm nas decisões tomadas pelo Conselho e pela Associação dos empreendedores do Circuito.

Marafon (2006) coloca que o espaço rural se transforma em decorrência da valorização de seus aspectos naturais e a manutenção da produção agrícola familiar se torna importante para a disseminação da imagem do espaço rural e natural vendido ao turista. Apesar da valorização da imagem do rural e da agricultura familiar, o autor tece críticas a essa concepção e a partir de pesquisa realizada na região serrana do estado do Rio de Janeiro (Brasil), demonstra que os agricultores familiares vêm sendo explorados no processo de implantação do turismo rural.

Campanhola e Silva (2000) elencam os seguintes problemas que podem advir com o agroturismo:

1. degradação ambiental (lixo, esgoto, barulho, depreciação de patrimônios naturais, flora e fauna);
2. degeneração da cultura local por interação da comunidade local com turistas de diferentes origens, aumento do trânsito de pessoas e mobilidade populacional;
3. aumento da demanda por serviços públicos, competindo com o atendimento da comunidade local;
4. inclusão e exclusão de áreas e regiões, podendo levar ao êxodo rural nas áreas excluídas;
5. aumento da criminalidade, uso de drogas e depreciações do patrimônio público por influência dos fluxos de populações urbanas no meio rural;
6. abandono das atividades agropecuárias;
7. aumento do custo de vida das comunidades residentes devido ao aumento no custo das mercadorias e serviços e, do preço da terra, resultante da especulação imobiliária.

Os impactos apontados pelos autores demonstram a complexidade do turismo e de suas implicações, pois

envolvem questões ambientais, econômicas e socioculturais que tendem a afetar as áreas receptoras, ou seja, as comunidades e famílias rurais. No caso dos pequenos agricultores, os mesmos autores percebem que as dificuldades para seu engajamento no agroturismo parecem ser maiores e relacionam os principais obstáculos:

- deficiência de capacitação para desenvolver atividades não-agrícolas;
- difícil predisposição para agregar um negócio não agrícola dentro da propriedade, devido à tradição agrícola;
- baixa capacidade econômica para assumir riscos;
- dificuldade de acesso a programas do governo devido à falta de garantias para o setor financeiro;
- pouca tradição de associativismo e cooperativismo, que para os pequenos é fundamental para o sucesso do empreendimento, sobretudo no marketing e comercialização;
- dificuldade de acesso à informação mercadológica dos produtos turísticos;
- baixo intercâmbio com agências operadoras. (Campanhola e Silva, 2000: 164)

Apesar de concordarmos com os problemas evidenciados, as dificuldades dos pequenos agricultores apontadas por Campanhola e Silva (2000) demonstram a concepção de turismo rural dos autores como mais uma modalidade de turismo convencional, haja vista a ênfase nos aspectos econômicos e administrativos do turismo rural em pequenas propriedades. A integração dos agricultores ao trade é apontada como inevitável, necessária e positiva para o desenvolvimento do turismo rural. Contudo, apesar da longa trajetória dos autores em estudos agrários, estes parecem ignorar certas especificidades dos agricultores familiares, acreditando na viabilidade de transformação destes em empresários do turismo e primando pela maior inserção destes na lógica mercadológica, aspectos criticados por Graça (2001), Santana (2002), Cristovão (2002), entre outros.

Em nossa opinião, a própria lógica do mercado, pautada na maximização constante de lucros, competitividade, profissionalização e individualismo, não combina com as características econômicas e socioculturais dos agricultores familiares. É mais uma lógica capitalista que penetra no campo, utiliza o discurso de sustentabilidade e de melhorias para os agricultores familiares, mas que provavelmente beneficiará os promotores da atividade.

Segundo Tulik (2003) quando o turismo começa a gerar renda superior a agricultura, o proprietário, sobretudo pequeno, deixa as atividades rotineiras para se dedicar a venda de produtos que, embora tipicamente rurais, não são produzidos por ele.

Acontecendo isso, o turismo rural, de alternativa complementar de renda, torna-se a atividade principal e, ao invés de contribuir para a diversificação das atividades agropecuárias e manutenção das famílias no campo, reduz as atividades àquelas que de alguma forma são interessantes para o turista e transforma os agricultores em empresários do setor turístico. Além disso, altera-se a configuração das paisagens e dos lugares bem como os “serviços tradicionais” rurais, que podem deixar de ser atrativos ou modificar-se a ponto de descaracterizar as práticas locais.

Portanto, a idéia do turismo como atividade complementar, sobretudo para agricultores familiares, pode se tornar inviável a partir do momento em que o turismo passa a ser visto como um único negócio, no qual são investidos recursos que necessariamente tem que retornar através do aumento da demanda turística.

Vale destacar ainda, mais um empecilho para os empreendedores rurais que dispõem de poucas condições financeiras, que é o que está relacionado em muitos casos à falta de mão-de-obra que o agricultor dispõe. Para o turismo como atividade complementar, o agricultor terá que utilizar um tempo considerável além do tempo de trabalho na agricultura. Existem possibilidades de faltar tempo para que o agricultor exerça as demais atividades rotineiras desempenhadas por ele na agricultura, o que pode afetar o desenvolvimento de outras atividades.

Partindo da análise de experiências empíricas de turismo rural na agricultura familiar, CandiOTTO (2006) e Bricalli (2005) também constatam que os agricultores familiares que passam a receber turistas, não têm mais tempo livre para seu próprio lazer e de sua família, haja vista que a visitação ocorre majoritariamente nos finais de semana e feriados, enquanto os dias de semana são ocupados com as atividades agrícolas e com a preparação da propriedade para recepção dos turistas. Assim, aqueles agricultores que são responsáveis por uma oferta de lazer e turismo, acabam, em função disso, sendo privados de tempo livre para poder praticar o lazer e o turismo.

Fundamentada na conceituação de turismo rural apresentada por Groulleau, Novaes (2004) afirma que o turismo rural apresenta as seguintes funções: utilizar mão-de-obra, recursos e gestão local, além de ser uma atividade estratégica para a proteção ambiental do espaço rural; garantir a manutenção da família rural no campo e, conseqüentemente, a conservação das atividades agrícolas tradicionais e; estimular a preservação do patrimônio cultural, respeitando sua diversidade. Para Bovo (2005), o turismo rural tem o objetivo de melhorar a qualidade de vida das pessoas da localidade.

Considerando as funções acima, podemos afirmar que o turismo rural tem como principal objetivo melhorar as condições de vida das populações rurais, seja através do aumento dos empregos e da renda, da proteção ambiental, da manutenção das atividades agropecuárias existentes e da valorização cultural local. No entanto, a implantação do turismo rural geralmente é feita a partir de uma lógica de desenvolvimento turístico que é determinada por atores vinculados ao trade turístico, de modo que diversos valores mercadológicos (competição, crescimento constante, capacitação e gestão empresariais) passam a ser disseminados para os agricultores como inevitáveis para o “sucesso” do empreendimento.

Nesse sentido, questionamos se os interesses do trade estão vinculados aos interesses dos agricultores com a abertura de suas propriedades ao turismo. Apesar de diversos autores justificarem que o turismo rural é uma alternativa de melhoria e de fixação do homem do campo no espaço rural, entendemos que para o trade, o turismo rural não passa de mais um nicho de mercado a ser explorado. Assim, o boom do turismo rural no mundo interessa muito mais às empresas do trade, que passam a atuar na perspectiva de segmentação do turismo, do que aos agricultores, que na retórica são tidos como os maiores beneficiários da implantação do turismo rural mas no processo de implantação do turismo são aqueles que mais sofrem com os impactos negativos da atividade turística.

Graça (2001) apresenta uma reflexão similar, entendendo que na perspectiva do turismo e de seus agentes há uma reinvenção do rural, onde o consumo turístico da genuinidade e da autenticidade é promovido e mediatizado por promotores externos muito próximos do perfil dos visitantes. Nesse sentido, o espaço rural torna-se palco para atuação de atores exógenos enquanto a população rural tradicional é relegada aos ditames do trade turístico, tendo pouca participação no processo de tomada de decisões sobre seu próprio futuro.

Acreditamos que o trade turístico vê no espaço rural um novo receptáculo dos equipamentos e atividades do turismo. Assim, as diversas peculiaridades e particularidades do rural – quando não se constituem em atrativos turísticos – vêm sendo ignoradas na gestão do turismo no meio rural, sobretudo quando o pequeno agricultor familiar é envolvido no processo. A lógica do mercado turístico penetra no meio rural com um único objetivo que é o lucro, modificando paisagens, territórios e a territorialidade dos agricultores familiares.

Desta forma, por um lado temos a busca de expansão dos mercados turísticos para o trade, onde o rural é visto como um nicho de mercado a ser explorado. Mesmo ten-

do suas peculiaridades, o turismo rural é pensado dentro da lógica do trade turístico. Assim, para desenvolver o turismo rural, além dos atrativos naturais e culturais já existentes, é preciso dotar esse rural de infra-estrutura, equipamentos turísticos, capacitação profissional, visão empreendedora, entre outros fatores de cunho mercadológico que tendem a transformar e complexificar o espaço rural, sobretudo no que tange os interesses pelo rural e as novas relações de poder que são estabelecidas com a entrada do trade e outros atores.

Por outro lado, emerge o discurso do turismo rural como alternativa para os agricultores e moradores das áreas rurais, de modo que com a implantação do turismo, seriam gerados empregos e renda para a população rural, contribuindo para a permanência dessa população no campo, valorização da auto-estima dos agricultores, diversificação das atividades na propriedade, conservação ambiental, etc. Nessa vertente incluem-se diversas políticas públicas de apoio ao turismo rural em áreas economicamente deprimidas, como os programas LEADER (Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural) da União Européia.

No entanto, não podemos negar que tanto o discurso do rural como novo território para o trade turístico, quanto o discurso do turismo rural como alternativa de emprego e renda para os agricultores encontram-se imbricados, de modo que agricultores passam a incorporar a ideologia do turismo rural como alternativa, ao mesmo tempo em que o trade turístico passa a valorizar o modo de vida rural, historicamente tido como atrasado e marginal.

Mesmo sabendo das diferentes intencionalidades no que tange o incentivo ao turismo rural, alguns elementos da retórica passam a ser adotados pelos diversos atores sociais envolvidos. Um deles diz respeito ao turismo como atividade complementar à agricultura, pois dissemina-se a idéia de que o agricultor deve manter sua produção e incorporar o atendimento ao turista como mais uma atividade. Aqui, percebemos que crescem as exigências frente os agricultores, que além de produtores de alimentos tem que se transformar em empresários com capacidade administrativa em um novo e diferente negócio. Considerando o contexto sociocultural dos agricultores brasileiros, sobretudo dos agricultores familiares, percebemos que essa dupla exigência de permanecer agricultor e se tornar um empreendedor não condiz com a realidade dos agricultores familiares brasileiros, marcada pela baixa escolaridade, dificuldades de sobrevivência, falta de infra-estrutura (energia, comunicações, habitações adequadas, saneamento, etc.), bem como com as características culturais destes agricultores, que sempre retiraram sua sobrevivência a

partir do trabalho na terra.

Discordamos da idéia de que o turismo rural deve ser gerenciado pelo trade turístico, e entendemos que é preciso pensar o turismo rural a partir da realidade dos agricultores, ou seja, direcionado à melhoria de qualidade de vida para as famílias rurais. O turismo tem que se adaptar ao meio rural e não o meio rural ser adaptado para o turismo.

Considerações Finais

A partir do exposto, entendemos que há uma incompatibilidade entre os objetivos eminentemente econômicos do trade turístico e a retórica dos benefícios ambientais, socioculturais e econômicos do turismo rural para os agricultores, e que essa incompatibilidade conduz a diversas implicações socioespaciais decorrentes do desenvolvimento do turismo rural. Mesmo sendo uma nova fonte de emprego e renda para as famílias rurais, o turismo rural usa o ambiente e a cultura rural como atrativos e, a partir da entrada de agências, operadoras, consultores, empresários externos, entre outros atores sociais, modifica a estrutura do rural e sua dinâmica socioespacial, ao ponto de tornar o espaço rural um mero receptor dos objetos e das ações do trade turístico.

Portanto, mesmo valorizando e conservando o meio físico-biótico e paisagístico, ou seja, incorporando a variável ambiental, o turismo rural e o próprio agroturismo ainda não podem ser considerados sustentáveis, pois, de forma geral continuam controlados e promovidos por sujeitos que concentram o lucro da atividade, em detrimento das comunidades autóctones, que ao invés de se beneficiarem são as mais afetadas com os impactos provenientes do turismo.

Apesar de uma maior preocupação com a conservação ambiental, valorização cultural, melhoria da infra-estrutura local e com algum retorno econômico para as comunidades autóctones receptoras, o turismo não costuma alterar a concentração de renda nem promove benefícios sociais estruturais, isto é, direcionados para a coletividade.

Acreditamos ser importante buscar alternativas de turismo que tenham como objetivo as comunidades receptoras e a conservação ambiental, porém a lógica do sistema capitalista, regida por um mercado globalizado, concentrador e cada vez mais poderoso frente os lugares dificulta e até impossibilita a operacionalização de experiências que realmente busquem minimizar as desigualdades sociais, conservar os ecossistemas e possibilitar a autonomia das populações locais.

Como o lucro é o objetivo primordial, os benefícios ambientais e principalmente socioculturais ficam restri-

tos ao discurso promocional. Apenas as áreas que possuem atrativos naturais ou culturais são conservadas e quase não há retorno do lucro para a construção de obras de infra-estrutura coletivas, conservação de áreas de entorno (recursos hídricos, ecossistemas, biodiversidade), geração de empregos e outras melhorias sociais. Portanto, ao comparar o discurso com as experiências de implantação do turismo com base local, percebemos que há uma contradição entre o discurso do turismo como atividade sustentável e os objetivos dos promotores da atividade, eminentemente econômicos e corporativistas.

Desta forma, é impertinente afirmar que existe ou que está sendo construído no Brasil um turismo sustentável ou mesmo práticas sustentáveis de turismo em lugares específicos, sobretudo em destinações de turismo rural. Para afirmar que determinada experiência de turismo é sustentável, é preciso realizar uma análise consistente e detalhada desta, considerando a dinâmica espacial, os aspectos e impactos de ordem ecológica, sociocultural, econômica e política, bem como as premissas teóricas das idéias de desenvolvimento sustentável e, conseqüentemente, de turismo sustentável.

Apesar de estarmos distantes de um turismo com base local que possa ser sustentável, entendemos que é fundamental a continuidade dos esforços teóricos e das análises empíricas que possam subsidiar a efetivação de uma gestão turística no meio rural, mais justa com os interesses coletivos. Para tanto, o planejamento do turismo de base local se faz necessário, tanto em áreas com alguma organização, que já recebem visitantes, como naquelas onde já existe oferta em potencial, atrativos naturais e uma visitação desordenada.

No entanto, voltamos a apontar que o maior problema não está na falta de planejamento e de gestão, mas principalmente nas intencionalidades particulares que predominam sobre intencionalidades coletivas, ou seja, nas relações de poder entre os atores sociais envolvidos, sobretudo aqueles que, mesmo indiretamente, representam os interesses das corporações transnacionais e do capital financeiro globalizado. Estas relações são elementos constituintes dos territórios turísticos e apreendê-las é fundamental para desvendar quem são os reais beneficiários dos projetos de desenvolvimento turístico e quais são os interesses e intencionalidades predominantes.

Bibliografia

- Baidal, Josep A. I.
2000 "Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades". *Estudios turísticos*, 23 (enero-junio): 59-88.

- Bovo, Carlos.
2005 "Associativismo – o melhor caminho para o fortalecimento do turismo no espaço rural". En Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 5. Anais: propriedades, comunidades e roteiros no turismo rural. Piracicaba, SP: FEALQ: 149-154.
- Botelho, Eloise S.; Rezende, Ricardo de O.; Pinto, Vicente P. S.
2005 "O olhar sobre as potencialidades do turismo rural em Juiz de Fora". En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 5. Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM: 210-220.
- Bricalli, Luiz Carlos
2005 "Estudo das tipologias do Turismo Rural – Alfredo Chaves (ES)". Santa Maria: Ed. Facos.
- Campanhola, C. e Silva, J.G.
2000 "O turismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro". En Almeida, J. A. e Riedl, M. (Orgs.), Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento (pp. 145-179). Bauru, SP: EDUSC.
- Candiotto, L. Z. P.
2007 "Turismo rural na Agricultura Familiar: uma abordagem geográfica do Circuito Italiano de Turismo Rural, município de Colombo – PR". (Tese de Doutorado). Florianópolis, SC.
- Candiotto, L. Z. P.
2006 "Perfil dos Empreendimentos do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo – PR e Identificação dos Agricultores Familiares" En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 5. Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM: 158-166.
- Cavaco, Carminda.
2001 "Turismo rural e desenvolvimento local". En Rodrigues, Adyr B. (Org.), Turismo e Geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais (pp. 94-112). São Paulo: Hucitec.
- Cavalheiro, Letícia; Dullius, Paulo R.; Froehlich, José M.
2006 "Turismo e multifuncionalidade do rural: perfil da estrutura de hospedagem rural na região central do RS". En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 5. Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM: 390-399.
- Cristóvão, Artur.
2002 "Mundo rural: entre as representações (dos urbanos) e os benefícios reais (para os rurais)". En Riedl, Mario; Almeida, Joaquim A.; Viana, Andyara L. B. (Orgs.), Turismo rural: tendências e sustentabilidade. Santa Cruz do Sul: EDUNISC: 81-116.
- Filho, Heitor M. B. et al.
2006 "Ações regionalizadas de turismo rural inseridas na lógica da agricultura familiar". En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 5. Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM: 142-147.
- Freitas, Inês A. de.
2002 "Novas formas de turismo no Rio de Janeiro: o exemplo da rodovia Teresópolis-Nova Friburgo". En Marafon, G. J. e Ribeiro, M. F. (Orgs.). Estudos de Geografia Fluminense. Rio de Janeiro: livraria e editora infobook Ltda: 87-95.
- Froelich, José Marcos e Rodrigues, Ivonete da Silva.
2000 "Atividade turística e espaço agrário: considerações exploratórias sobre o município de Restinga Seca – RS". En Almeida, J. A.; Froelich, J. M.; Riedl, M. (Orgs.). Turismo rural e desenvolvimento sustentável. Campinas, SP: Papirus: 85-110.
- Graça, Joaquim.
2001 "Turismo e mundo rural: que sustentabilidade?". En Rodrigues, A. B (Org.), Turismo Rural: práticas e perspectivas. São Paulo: Contexto: 35-46.
- Jasper, Juliana R. e Rocha, Jefferson M.
2006 "O turismo no espaço rural: potencialidades e desafios para a pequena propriedade rural no vale do Taquari/RS". En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 5. Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM: 84-92.
- Marafon, Gláucio J.
2006 "Agricultura familiar, pluriatividade e turismo rural: reflexões a partir do território fluminense". Campo-território, Uberlândia, v. 1, n. 1, fev: 17-60.
- Novaes, Carla A.
2004 "Turismo rural e agroturismo diferenciado de turismo em espaço rural: uma proposta". En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 4. Anais..... Joinville, SC: IELUSC (CD Rom).
- Ouriques, Helton.
2005 "A produção do turismo: fetichismo e dependência". Campinas, SP: Ed. Alínea.
- Vieira, Elias; Almeida, Joaquim A.; Souza, Marcelino de.
2006 "O turismo rural como um vetor de desenvolvimento regional e local". En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável,

5. Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM: 122-131.
- Santana, Agustín.
2002 “Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social”. En Riedl, Mario; Almeida, Joaquim A.; Viana, Andyara L. B. Turismo rural: tendências e sustentabilidade (pp. 13-50). Santa Cruz do Sul: EDUNISC.
- Santo, Fabiana B. E.
2005 “A questão agrária e o turismo rural na Zona da Mata Norte de Pernambuco”. En Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 5. Anais: propriedades, comunidades e roteiros no turismo rural. Piracicaba, SP: FEALQ: 187-192.
- Santos, Milton.
1996 “A natureza do espaço”. São Paulo, SP: Ed. Hucitec.
- Silva, Charley.
2004 “As possibilidades e impossibilidades da sustentabilidade do sistema turístico”. En Encontro Nacional de Turismo com Base Local, 7. Anais.... Curitiba, PR: UFPR/UNICENP (CD Rom).
- Silva, José G.; Vilarinho, C.; Dale, P. J.
2000 “Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil”. En Almeida, J. A.; Froelich, J. M.; Riedl, M. (Orgs.). Turismo rural e desenvolvimento sustentável (pp. 15-62). Campinas, SP: Papirus.
- Silva, M. F. e Almeida, Joaquim. A.
2002 “Turismo rural: família, patrimônio e trabalho”. En Riedl, Mario; Almeida, Joaquim A.; Viana, Andyara L. B. Turismo rural: tendências e sustentabilidade (pp. 165-203). Santa Cruz do Sul: EDUNISC.
- Tulik, Olga.
2003 “Turismo rural”. São Paulo: Aleph.
- Verbole, Alenka.
2002 “A busca pelo imaginário rural”. En Riedl, Mario; Almeida, Joaquim A.; Viana, Andyara L. B. Turismo rural: tendências e sustentabilidade (pp. 117-140). Santa Cruz do Sul: EDUNISC.
- Weissbach, Paulo R. M.
2005 “A questão da cultura local no turismo rural e os impactos causados pela atividade”. En Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 5. Anais: propriedades, comunidades e roteiros no turismo rural. Piracicaba, SP: FEALQ: 295-300.

Notas

- 1 O agroturismo é uma submodalidade turística do turismo rural, realizada no espaço rural, complementar às atividades agropecuárias e, envolve a participação direta e/ou indireta do turista em atividades comuns dos agricultores, como plantio, colheita, ordenha, entre outras.

Recibido: 02/10/09
Reenviado: 16/02/11
Aceptado: 22/02/11
Sometido a evaluación por pares anónimos