

DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NOS ANOS 1990 E INÍCIO DO SÉCULO XXI

DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN THE YEARS 1990 AND BEGINNING OF THE 21ST CENTURY

André Luiz Baeta Neves¹

RESUMO:

Este artigo tem por objetivo abordar o desenvolvimento do turismo rural nos anos de 90 e início do século XXI. Para tanto, fez-se uma pesquisa bibliográfica onde se procurou identificar as dimensões socioeconômicas e culturais do turismo rural, de modo a se considerar a valorização do espaço rural e os novos limites propostos para ele, como o incentivo à economia local, a valorização das manifestações culturais e, como consequência, a busca de uma nova identidade para esse espaço.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo Rural; Desenvolvimento; Mudanças.

ABSTRACT:

This article aims to address the development of rural tourism in the years 90 and beginning of the 21st century. In order to do so, a bibliographic research was carried out to identify the socioeconomic and cultural dimensions of rural tourism, in order to consider the valorization of the rural area and the new limits proposed for it, such as encouraging the local economy, valuing Cultural manifestations and, as a consequence, the search for a new identity for this space.

KEYWORDS: Rural Tourism; Development; Changes.

01 – INTRODUÇÃO

Hodiernamente, a maioria das pessoas sofre o estresse gerado pela atual conjuntura econômica, a vida agitada nos centros urbanos, a correria do dia a dia, a intensa competitividade no mercado de trabalho e toda uma série de situações que fazem com que muitas procurem o descanso longe dessa rotina e correria diárias. Com isso, cresceu, por muitos, a busca pelo Turismo Rural, nome dado às atividades de deslocamento de pessoas que vivem na área urbana e que se deslocam para o espaço rural com a finalidade de praticar o turismo.

É nesse contexto que se percebe a necessidade de apontar algumas considerações acerca das mudanças sofridas pelo Turismo Rural nos anos 90 e início do século XXI.

¹ Mestre em Turismo e Meio Ambiente pelo Centro Universitário UNA, graduado em Teologia pela Pontifícia Studiorum Universitas Salesiana, em Filosofia pelo Instituto Santo Tomás de Aquino e em Direito pela Fundação Municipal de Ensino Superior de Conselheiro Lafaiete. Professor da Faculdade Santa Rita de Conselheiro Lafaiete. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/2743351557984889>.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

02 – TURISMO RURAL: DIMENSÕES SOCIOECONÔMICAS E CULTURAIS

Proprietários de fazendas históricas abrem as suas portas para receber turistas que buscam por contato com o meio rural, valorizando e preservando a maneira de se viver neste espaço. Segundo Almeida e Riedl (2000):

o turismo rural reserva aos interessados oportunidade de integração com o meio rural produtivo, sendo uma nova forma de usufruir as férias ou aproveitar o tempo livre. É importante lembrar que o ponto de destaque deste segmento é a convivência com a vida dos animais e da terra, fazendo com que o visitante participe, muitas vezes, das atividades da rotina do homem do campo. (ALMEIDA; RIEDL, 2000, p. 264)

Os cenários dos empreendimentos hoteleiros para desenvolvimento do turismo rural podem ser fazendas desativadas, ex-colônias de imigração que estão presentes em vários estados brasileiros e que recontam a história deste país. Segundo Beni (2001):

o Turismo Rural tem características próprias bem definidas em termos de permanência e utilização de equipamentos, tanto podem apresentar instalações de hospedagem de antigas colônias de trabalhadores e imigrantes dos distintos períodos agrários no Brasil, bem como em sedes de fazendas de casa do engenho do ciclo do café [...] quanto também em propriedades modernas, complexos turísticos particularmente voltados a turistas que buscam lazer recreações em atividades agropastoris. (BENI, 2001, p. 428)

O homem urbano encontrará nos hotéis-fazenda localizados junto às propriedades rurais o contato com modos de vida simples, com a natureza, a interação com outros povos, a valorização da cultura local.

Um produto ou roteiro de viagens elaborado para venda no mercado consumidor de viagens para um lugar que ofereça o destino Rural deverá contemplar e reunir atrativos. Segundo Almeida e Riedl (2000, p. 264), os atrativos do produto rural podem ser agrupados em:

- Paisagem (considerar seus ambientes naturais, flora e fauna silvestres típicas);
- Atividades Agropecuárias da propriedade, buscando interação e/ou observação;
- Cultura Local (a história, hábitos, costumes, dizeres e saberes);
- Atividades Recreativas (relacionadas com a vida no campo);

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

- Gastronomia (considerar que a matéria-prima é cultivada e colhida no empreendimento hoteleiro);
- Patrimônio Cultural (destacar peças, utensílios antigos da propriedade, resgatando história da família ou biblioteca com livros da região).

O Turismo Rural pode fomentar viagens de turistas em espaços rurais para passar dias de lazer com o objetivo de buscar as paisagens, cenas do dia a dia no campo e o modo de viver do homem neste ambiente. Essas viagens, às vezes, são realizadas por agências de turismo; na maioria das vezes, no entanto, é realizada de forma independente.

Para o homem do campo é uma forma de empreender para aumentar a sua renda mensal e se fixar em seu habitat, evitando o êxodo para cidades maiores e, ao mesmo tempo, uma forma de garantir sua sobrevivência, seja em pequenas, médias ou grandes propriedades. Para o planejamento do Turismo Rural tomou-se uma opção viável como solução de revezamento com áreas turísticas em processo de saturação.

Entretanto, a ausência de envolvimento entre a Comunidade e a Iniciativa Privada dificulta o planejamento de ações sociais que possam trazer benefícios diretos das visitas dos turistas à população local; podendo ocorrer disfunção social nas famílias, patologias no processo de socialização e desintegração da comunidade. Os hoteleiros podem contribuir trabalhando em cooperação, elaborando planos estratégicos para preparar a comunidade para receber o turista e se relacionarem de forma que todos ganhem com o desenvolvimento da atividade turística. De acordo com o pensamento de Zimmermann (2004), é importante ressaltar que:

Se a tendência é animadora, e despertam inúmeras possibilidades, há também a preocupação quanto à forma que este desenvolvimento se processará. Pois de modo geral, nas áreas rurais que encontramos os ambientes mais frágeis. Assim sendo, o planejamento turístico é um instrumento para conduzir o desenvolvimento deste setor, de maneira a minimizar os seus efeitos prejudiciais e maximizar os benefícios para a economia e a sociedade local. (ZIMMERMANN, 2004, p. 2)

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Estes destinos, apesar de excelentes, bem estruturados e com bons serviços, podem encontrar dificuldades quanto à rentabilidade caso a cidade a que pertençam tiver problemas com segurança, serviços de transportes inadequados, taxistas e restaurantes precários, serviços de apoio a promoção de eventos ineficientes e se as atrações turísticas da cidade forem descuidadas e sem acessibilidade ou até mesmo o artesanato regional for de baixa qualidade. De acordo com Almeida e Riedl (2000), o meio rural precisa estar preparado para o fluxo de turistas, cujos benefícios para o produtor e a comunidade receptora são inúmeros, desde que saibam explorar esta atividade de forma sustentável.

O Turismo rural precisa ser planejado de forma a preparar a comunidade local para receber bem o turista. Os trabalhadores locais devem ser capacitados e qualificados para terem prioridade diante da escolha de admissão de prestadores de serviços turísticos para que estes se sintam integrados e beneficiados por esta atividade.

É relevante que se trabalhe a percepção dos moradores quanto ao entendimento de que os turistas planejaram e economizaram dinheiro para estarem viajando, para que não se sintam revoltados diante das diferenças econômicas entre seu povo e o turista. Para tanto, é importante a realização de trabalhos de conscientização e de sensibilização das pessoas que vivem no destino turístico quanto à importância de se valorizar a própria cultura e respeitar a cultura do outro, a fim de conservar a identidade da comunidade e conservar suas raízes diante do contato com culturas diferentes.

03 – A VALORIZAÇÃO DO ESPAÇO RURAL PELO TURISMO

3.1 – A Realidade do Rural X Turismo

Alguns estudos recentes chamam a atenção para uma série de transformações no espaço rural em função do estreitamento das relações entre cidade e campo. Percebem-se dois eixos principais que sustentariam essas mudanças: o primeiro diz respeito à adoção de práticas não agrícolas no espaço rural, como uma alternativa à agricultura dominante, ao êxodo rural e ao

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

desemprego urbano. O segundo trata de um movimento decorrente da difusão do pensamento ambientalista (movimentos de reivindicação ecológica), aliado à degradação das condições de vida (poluição atmosférica, visual e sonora, violência, estresse) nas grandes cidades, suscitando um retorno e uma revalorização da natureza e das tradições locais por parte das populações urbanas.

Os dois aspectos mencionados estariam produzindo maior integração econômica e social entre os universos rural e urbano e, conseqüentemente, engendrando uma redefinição da antiga relação campo x cidade. As interpretações dualistas sustentadas nas oposições atrasado/moderno, passado/futuro, tradição/modernidade, rural/urbano, não se enquadram mais no contexto contemporâneo. Mais do que comparar o campo e a cidade – como realidades dadas – é preciso examinar e compreender o intercâmbio frequente de informações, valores e culturas entre universos culturais distintos, em localidades específicas. Dentro deste contexto, Carneiro (1998) argumenta que:

a ruralidade não é mais possível de ser defendida com base na oposição à urbanidade. O rural e o urbano corresponderiam, portanto, a representações sociais sujeitas a reelaborações e ressemantizações diversas de acordo com o universo simbólico a que estão referidas. (CARNEIRO, 1998, p. 73)

Existe uma variedade de interpretações acerca da relação entre o rural e o urbano e seus respectivos significados. Os critérios para delimitar zona urbana e/ou rural diferem muito, o que torna mais difícil realizar estudos para dissipar dúvidas acerca dos conceitos rural e urbano. Segundo Tulik (2003) aqui se observam três grandes grupos:

- oposição entre o rural e o urbano: consideram-se as atividades e funções urbanas (indústria e serviços) e as rurais (agropecuária);
- tamanho e características demográficas: observam-se o povoamento e a população abrangendo o volume total, a População Economicamente Ativa (PEA), a distribuição espacial, a densidade demográfica e as atividades dos residentes.
- delimitação do perímetro urbano: é um critério político-administrativo. (TULIK, 2003, p. 45)

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Analisando esses aspectos, observa-se que as zonas urbanas e rurais são delimitadas pelas atividades e funções que as caracterizam. A cidade concentra determinadas funções como residências, centro político-administrativo, centro financeiro, indústrias, serviços, etc. A área rural é caracterizada por atividades de produção primária, como agricultura e pecuária. Mesmo nessa concepção, os limites entre urbano e rural não são absolutos nem rígidos. Coexistem espaços intermediários, onde o rural e o urbano se misturam. Nesse limite encontram-se áreas em processo de transição do rural para o urbano, que são as franjas urbanas. Progressivamente, nas áreas de grande expansão, o urbano invade o rural e novos espaços intermediários se definem. Assim, características rurais permanecem incrustadas no espaço urbano. O mesmo ocorre quando atividades e funções tipicamente urbanas chegam ao espaço rural, demonstrando a dinâmica contemporânea.

Observando dois aspectos importantes para delimitação dos impactos do turismo sobre a comunidade, devemos considerar que o aspecto objetivo caracteriza de forma econômica, onde é possível acontecer o turismo em qualquer área seja ela produtiva ou não, assim como no aspecto subjetivo tem-se os valores culturais pautados, podendo-se ter uma sociedade verdadeiramente tradicional, assim como uma comunidade envolvida e desenvolvida com valores morais e culturais da sociedade moderna capitalista.

Uma associação entre os dois objetivos leva a observar que, com o envolvimento da unidade produtiva bem estruturada com os valores da sociedade moderna, tem-se a pequena comunidade com seus valores tradicionais já não mais em seu formato “nato”, mas sim uma comunidade readaptada às necessidades e buscas de modernidade.

É notório que a preservação de valores tradicionais é menor nas fazendas de grandes plantações. Então, considerando o desenvolvimento sustentável do turismo como uma concepção da sociedade moderna do ponto de vista da preservação de valores, o impacto negativo seria menor quando implementado junto às unidades produtivas maiores.

Em outro aspecto, o campo está vinculado a uma forma natural de vida associada à inocência, paz e virtude simples, mas também, por vezes, ao lugar de

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

atraso, ignorância e limitação. No que se refere à cidade, a ela se associou a ideia de centro de realizações – comunicação, sucesso profissional, luz, tendendo, por um lado, ao progresso, à modernização, ao desenvolvimento; mas por outro, ao isolamento, barulho e ambição. Pode-se dizer que estes últimos aspectos têm impulsionado um retorno ao campo, encarado como um ambiente capaz de proporcionar uma qualidade de vida desejável.

A atual valorização do campo como reserva natural e cultural está associada à crítica do processo de urbanização e da ideia de progresso. Assim, as novas representações das relações cidade/campo, produzidas pela sociedade urbano-industrial, provocam uma inversão na hierarquia de valores. O campo passa a ser valorizado em função dos seguintes aspectos: ar puro, relações de sociabilidade mais estreitas, segurança, tranquilidade, contato mais próximo com a natureza, preservação da cultura e utilização de práticas sustentáveis de agricultura. A cidade passa a ser sinônimo de crise – um meio sem paisagem natural – ao contrário do rural, diretamente relacionado à paisagem natural, que deve ser preservada para usufruto da população urbana.

Observa-se, pois, uma reconstrução urbana do campo, onde as representações sobre o rural e o urbano deixam de ser elaboradas a partir de categorias opostas (atrasado/moderno) apoiadas, sobretudo, no âmbito econômico, para se firmarem em valores de cunho ambiental e cultural. Essas mudanças de valores e representações sobre o campo e a cidade as caracterizam como realidades históricas em transformação, tanto em si próprias quanto em suas inter-relações.

Novas funções do rural respondem às necessidades da população urbana. O espaço rural foi alterado para um espaço de lazer complementar à vida urbana. Nessa perspectiva, a vida no campo é transformada no ideal de vida desejável, diante da pressão cotidiana e do isolamento individual ou familiar dos grandes centros. Para os urbanos, o campo é um espaço de lazer, e não de produção. Em alguns casos, as pessoas vindas de fora mantêm uma agricultura de entretenimento, ou seja, a produção também ligada à satisfação, ao prazer de poder se alimentar de produtos sem agrotóxicos e de estabelecer uma relação harmônica com a terra. A rentabilidade econômica, neste caso, ocupa uma posição secundária

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

e a produção é mais um passatempo, uma diversão, e não um trabalho essencialmente submisso às leis de mercado.

A nostalgia pelo rústico, entendido aqui como modelo de vida, estaria estimulando novos investimentos no campo, por parte da população urbana. As novas representações e funções atribuídas ao espaço rural fazem com que a ruralidade esteja cada vez menos associada à produção agrícola, mas a um modo de vida específico no qual a natureza representa o principal papel, devendo assim ser preservada e respeitada.

Observa-se a oposição campo/cidade, a difusão de estereótipos pautados no olhar urbano sobre o rural. A análise das representações sobre os dois universos deve atentar para suas particularidades (rural como sinônimo de natureza, por exemplo), fato que pode acarretar uma interpretação simplista das relações sociais que aproximam o campo e a cidade.

Esse processo tem se caracterizado por um leque de símbolos e práticas culturais contemporâneas, representadas por comida natural e alimentos integrais como resgate do saudável; parto natural e remédios caseiros, em detrimento da medicina tradicional; emprego de lã, renda e algodão, ao invés de fibras artificiais; antiguidades, no lugar de reproduções; casas e armazéns restaurados preservando o passado, em uma nostálgica atração exercício pela tradição e pelo campo.

De acordo com Urry (1996), a nostálgica atração exercida pela tradição e pelo campo reflete, em parte, a atual desilusão com elementos do “moderno”. O autor cita o exemplo da Grã-Bretanha que, a partir do final do século XIX, começou a assistir um movimento de retorno e valorização do campo. O interesse em visitar o espaço rural estava nos equipamentos e maquinários usados na agricultura e no padrão de vida camponês. No final da década de 1990, foram registrados oitocentos museus com exposições sobre o “universo rural”. Esses locais funcionam como “fazendas de faz-de-conta”, com rodas de água, ferreiros, utensílios e objetos antigos expostos como peças de museus. Urry (1996, p. 90) refere-se a esse processo de museificação como a aquisição de uma “cultura museológica pós-moderna”, na qual “quase tudo” pode tomar-se objeto de curiosidade para os visitantes.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

A conservação de antigas máquinas, objetos e utensílios domésticos deixam transparecer um desejo urbano de conservar a tradição responsável pelo "charme" do campo. Esses objetos, que até pouco tempo eram desprezados, transformaram-se em objetos maravilhosos e dignos de serem conservados. Há um processo de valorização dos bens materiais e simbólicos, pois os objetos são destituídos de seu valor utilitário e deslocados, como objetos decorativos, para pousadas, restaurantes ou acervo de museus.

Contraopondo a tal panorama, é interessante observar que, se por um lado, existe valorização de certos bens típicos do meio rural, por outro existe um processo espontâneo de modernização por parte da população local, que pode ser percebido, por exemplo, através da adoção de novos padrões de construção, abandono do uso do fogão à lenha, do carro de boi, etc.

O caráter típico (paisagem típica, comida típica, roupa típica, linguajar típico) do meio rural conduz a um estereótipo (a figura do "Jeca Tatu, do "Roceirão", do "Caipira") que é divulgado pelos meios de comunicação e utilizado como uma estratégia, tendo em vista a regeneração econômica e social.

Chama a atenção o fato de o homem moderno estar perdendo suas ligações com o ambiente de trabalho, a vizinhança, a família, que outrora ele considerou edificante e, ao mesmo tempo, estar adquirindo um interesse pela vida do campo, na qual ele pode comer a comida daquela região, preparada no fogão à lenha, conversar com o peão ou com o dono da fazenda aprender um pouco sobre sua rotina e tomar o "leite ao pé da vaca".

Dentro desse contexto, o meio rural está sendo associado cada vez mais a um espaço de lazer, residência, investimento, distração e reprodução social. Seguindo a referida perspectiva, surgem novas modalidades de turismo (ecoturismo e turismo rural, por exemplo) que fomentam o crescimento do setor de serviços no campo, engendrando novas relações sociais e de trabalho no espaço rural.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

3.2 – Mudanças Ocorridas no Turismo Rural

A partir da segunda metade do século XX, o fenômeno turístico expande-se significativamente, em especial em função dos seguintes aspectos: progresso econômico alcançado por alguns países, incrementando e ampliando os recursos financeiros de diversas classes sociais; promulgação de leis trabalhistas a favor da redução da jornada de trabalho e do incremento dos benefícios de férias; progresso técnico-informacional (Internet, TV à cabo) despertando novos interesses em conhecer outras culturas e paisagens; avanço no setor de transportes, possibilitando uma maior mobilidade dos indivíduos; facilidades de crédito, em função da organização de pacotes de viagem, oferecidos pelas operadoras turísticas; difusão e promoção do lazer como um bem necessário para o ser humano. Os fatores citados contribuíram para o que veio a ser chamado de “turismo de massa”, fenômeno caracterizado basicamente pelo deslocamento de um grande número de pessoas, para os mesmos lugares, na mesma época.

Em contraposição ao turismo de massa surge uma série de segmentos alternativos de turismo em espaços não urbanos, como ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural, pautados em características como “fruição da natureza, recuperação do equilíbrio pessoal, procura por um lugar não massificado, diferenciado, bucólico, tranquilo e sem ruídos” (RODRIGUES, 1998, p. 115). O ecoturismo requer, principalmente em função da vulnerabilidade dos “destinos naturais”, uma visita realizada em pequenos grupos, com baixo impacto sobre o meio ambiente.

O marketing do ecoturismo vende um produto que oferece, além de uma natureza exuberante, a autenticidade das culturas locais. As operadoras turísticas comercializam “estereótipos” sustentados na simplicidade e rusticidade das gerações antigas, consideradas “autênticas”, valorizando-as e promovendo-as, tomando como principal argumento “a crítica a artificialidade do mundo urbano” (RODRIGUES, 1998, p. 39). “O tradicional e o autêntico modo de vida do passado deve ser resgatado para contrabalançar o artificialismo da vida urbana, baseado no individualismo e, portanto, no isolamento” (RODRIGUES, 1998, p. 90).

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Tulik (2003), em uma oficina sobre Turismo Rural, realizada pela Embratur em 1998, identificou que o turismo rural não era ordenado e pouco desenvolvido. Assim, foi necessária a elaboração de um novo conceito para o termo:

Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas, desenvolvido no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo patrimônio cultural e natural da comunidade. (TULIK, 2003, p. 70)

Aqui se percebe que as diretrizes propostas, baseadas na necessidade de melhoria da renda das famílias rurais e na agregação de valor aos produtos locais, leva à geração de empregos e à melhoria de renda buscando o desenvolvimento local.

Tulik (2003) afirma que em 2002, foram realizadas outras oficinas visando elaborar as Diretrizes Nacionais para o Turismo Rural, mantendo-se o conceito de 1998, somente reformulado em 2002. O conceito geral estabelecido foi: “Um segmento do turismo que proporciona conhecer, vivenciar e usufruir as práticas sociais, econômicas e culturais do meio rural de cada região de forma sustentável” (TULIK, 2003, p. 74).

O mesmo autor observa que é um conceito genérico e abrangente, que tem como principal mérito restringir o turismo rural propriamente dito às práticas próprias do meio rural, excluindo outras modalidades que também ocorrem no espaço rural.

Interessante citar a analogia feita por Tulik (2003, p. 80), que diz que há concordância entre vários teóricos sobre o fato de que o Turismo em Espaço Rural entendido como qualquer manifestação do turismo nessa área, enquanto Turismo Rural deve estar relacionado, especificamente, ao meio e à produção rural.

O turismo rural se diferencia do ecoturismo, basicamente, em função de estar associado a estruturas eminentemente rurais, ou seja, se sustenta nas especificidades da vida rural, no estilo de vida camponês, na economia e na cultura local. Uma das características principais do turismo rural consiste em fomentar o atendimento familiar, isto é, a recepção dos hóspedes vinculada à unidade familiar. Este seria o grande diferencial dos sistemas tradicionais de hospedagem, no qual os

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

turistas ficam confinados em quartos de hotéis e pousadas, distantes da rotina dos agricultores locais.

O turista quer conhecer a gastronomia regional, com seus pratos à base de carne de porco, feitos em fogão a lenha; fartas em sobremesas caseiras feitas com frutas fresquinhas colhidas no próprio pomar; músicas típicas, trazidas pelas sanfonas e violas ao pé de uma fogueira; casos que são contados de pai para filho e narrados para os turistas nas noites caipiras, estimulando a fantasia do público; tradicionais festas e rituais rurais como a festa junina, congado e, por fim, atividades como a ordenha e a lida com o gado, fazer queijos, biscoitos, pães, colheita manual do café e da laranja, horta cheia de verduras frescas e sadias.

O jeito simples do homem do campo não passa despercebido pelo interesse do turista, pois o caipira, como muitos dizem, possui uma cultura rica em folclore, simplicidade, modo de tratamento das pessoas e felicidade muito diferente do modo de vida urbano.

Segundo Zimmermann (1998),

a atividade do turismo rural deve estar em harmonia com as necessidades da comunidade local, do turismo e do meio ambiente. Assim estará garantida a sustentabilidade da atividade pelo equilíbrio entre os elementos culturais, ecológicos e econômicos. Ele observa ainda, que para que se possa oferecer um produto que atenda ao consumidor, é necessário que o produto obedeça a princípios como atendimento familiar e preservação das raízes, harmonia e sustentabilidade ambientais, autenticidade e manutenção da identidade, qualidade do produto e envolvimento da comunidade local. (ZIMMERMANN, 1998, p. 115)

O turismo rural tem sido defendido e incentivado pelos órgãos privados e públicos, inclusive pelo Governo Federal, através do PRONAF (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar), como uma oportunidade para aumentar e diversificar a receita da produção rural, além de contribuir para a manutenção do homem no campo. Em 1999, foi assinado no Ministério de Política Fundiária e Agricultura Familiar, o Convênio de Cooperação Técnica e Integração de Ações entre o PRONAF e o PNMT (Programa Nacional de Municipalização do Turismo)¹.

¹ O PNMT era *um* dos programas da Política Nacional de Turismo, da gestão 1998 a 2002, de responsabilidade do Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, através do Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR. Faz parte de um processo de desenvolvimento turístico que prioriza a conscientização de população para as ações que serão desenvolvidas no município, visando crescimento do setor turístico.

Entre os objetivos do convênio está a ampliação de atividades não-agrícolas, agregando renda à propriedade rural, por meio da comercialização de produtos e serviços relacionados com o turismo e o artesanato.

O PRONAF possui uma linha de crédito que se destina ao apoio financeiro aos agricultores familiares, para a realização de investimentos – inclusive em infraestrutura – que visem ao beneficiamento, processamento a comercialização da produção agropecuária ou de produtos artesanais, dentre outros, além da exploração do turismo. Pode-se incluir ainda, nessas funções: a implantação de pequenas e médias agroindústrias, isoladas ou em forma de rede e a implantação de unidades centrais de apoio gerencial, nos casos de projetos de agroindústrias em rede, para a prestação de serviços de controle de qualidade do processamento, de marketing, de aquisição, distribuição e comercialização da produção.

De acordo com o PRONAF (BRASIL, 2004), serviços são as atividades ou renda não agropecuárias, relacionados com o turismo rural, com a produção artesanal, agronegócio familiar e com a prestação de serviços no meio rural, que sejam compatíveis com a natureza da exploração rural e com o melhor emprego da mão-de-obra familiar.

Dentro das ações desenvolvidas pela Emater-MG, foi estabelecido o programa de Apoio Técnico no Agro turismo, em Minas Gerais, que tem como objetivo geral:

Contribuir para o desenvolvimento sustentável do agro turismo, como opção de diversificação das atividades agrícolas e ou não-agrícolas, que incentiva os produtores em sua permanência no meio rural, apoiando e fortalecendo a agricultura familiar. (GUIMARÃES, 1999, p. 184)

Apesar de as iniciativas governamentais e privadas incentivarem o turismo rural como uma alternativa para o desenvolvimento local, a política de turismo em áreas rurais é, segundo Rodrigues (1998, p. 120), inconsistente. Em 1994, a EMBRATUR lançou o Manual Operacional do Turismo Rural. Contudo, o documento não representa uma política específica para o turismo rural no país. O autor argumenta que uma das causas da inconsistência nas políticas de turismo no meio rural consiste na própria definição de seu conceito. Não há um acordo entre as definições de modalidades de turismo em espaços não-urbanos. A confusão se

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

justificaria também pela falta de clareza na definição de áreas urbanas e rurais no Brasil.

O ecoturismo, por sua vez, estabelece alguns componentes normativos bem demarcados que estão presentes na maioria de suas conceituações, dentre os quais destacam-se: a conservação do meio ambiente; a melhoria das condições de vida das populações locais; o envolvimento da população local no processo de desenvolvimento da atividade turística; a utilização sustentável dos recursos naturais e culturais; a harmonia no embate entre os turistas e o ambiente natural e rural, incluindo a população residente; o compromisso com a geração de benefícios para as comunidades locais e para a economia regional (RODRIGUES, 1998 p.150). Uma das tendências dessa normatização do turismo consiste na criação de uma associação de moradores que, tendo em vista o rápido crescimento da atividade turística, são incentivados por órgãos públicos e privados a se organizarem e a participarem efetivamente no planejamento das ações para o desenvolvimento do turismo na localidade.

A questão da participação e da autonomia assume um papel central no discurso a respeito do desenvolvimento sócio espacial impulsionado pelo turismo. Essa participação pressupõe que as comunidades locais tenham autonomia para gerir os seus projetos, ou seja, que a população assuma o controle de seu crescimento e desenvolvimento.

Um dos objetivos do PNMT era dotar os municípios de condições técnicas para promover o desenvolvimento da atividade turística, descentralizando as ações de planejamento e capacitando-os a elaborarem seu próprio plano de desenvolvimento turístico. Além disso, a política do turismo está orientada para a parceria entre o governo e a iniciativa privada, com ênfase na descentralização de competências e responsabilidades, no fortalecimento institucional e na capacitação dos órgãos e empresas de turismo.

Dentro desta perspectiva, cabe ressaltar, no entanto, que o conceito de participação local muitas vezes é confundido com modelos que apenas informam a população sobre as ações políticas. Aqui chama a atenção o fato de que o conceito deve deixar claro a distinção entre a participação ampla em todos os estágios do processo de planejamento, implementação e controle das ações de desenvolvimento

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

e a simples manipulação de recursos humanos para a implementação de projetos, programas ou planos turísticos, concebidos de fora e impostos a população de forma mais ou menos autoritária.

Percebe-se que a população local, dentro desse contexto, não é estimulada a utilizar seu conhecimento e, com isso, não sabe como agir e qual o seu verdadeiro papel no planejamento das ações locais. Em alguns casos, o nível de instrução é colocado como requisito fundamental para o engajamento efetivo no processo de implementação e gestão. Tal perspectiva inibe a atuação de alguns dos nativos desestimulando-os a participarem das reuniões e associações locais. Sabe-se que o planejamento participativo requer um período de proposição maior, na medida em que depende de um diálogo frequente com a população local. A partir desta discussão e troca de informações constante entre os moradores locais e os técnicos do projeto seria viabilizada a efetiva participação de todos os atores sociais, com suas respectivas necessidades, responsabilidades e interesses.

Um plano de atuação deverá integrar um conjunto de ações, diretrizes e ideias discutidas em conjunto com a comunidade, para que os planejadores de turismo possam identificar, dentro das especificidades da região, o que deve ser feito, o que pode ser feito e como pode ser feito. Para tanto, é necessária a construção de uma cultura cívica, por meio da qual os nativos se sintam corresponsáveis por aquilo que está sendo estabelecido para o local onde vivem a partir da apropriação tanto dos problemas quanto das potencialidades locais.

04 – NOVOS LIMITES PROPOSTOS NO ESPAÇO RURAL PELO TURISMO

4.1 – O Incentivo à Economia Local

De um modo geral, o benefício mais evidente e defendido pelos nativos é a geração de alternativas de emprego, extra agrícolas, para os membros da unidade familiar. A atividade turística propicia uma gama de novos serviços que podem ser ocupados tanto pelas mulheres, quanto pelos jovens, que se encontram ociosos e desanimados frente às poucas perspectivas geradas pela atividade agrícola local.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

As alternativas de trabalho estimuladas pela exploração turística engendram uma nova dinâmica de reprodução social no cotidiano dos moradores. O turismo é um fenômeno urbano que pode transformar radicalmente o centro de interesse da sociedade rural, até então vinculada ao trabalho agrário que, por sua vez, direciona a organização da sociedade camponesa – da propriedade ao parentesco – determina as relações sociais e as instituições, condiciona a prática religiosa e hierarquiza os valores no espaço rural. A atividade turística, ao introduzir novos serviços, sobretudo aqueles ligados à hospedagem e alimentação, transforma significativamente o princípio dessa organização.

A dispersão rural da sociedade urbana provoca uma especialização não agrária do trabalho, alterando o antigo sistema de relações com o espaço, com a família e com a comunidade em geral. No que se refere à organização familiar, mesmo que a própria família se mantenha como base da mão-de-obra utilizada, o domicílio e o lugar de atividade são dissociados, as funções tradicionais e a própria arquitetura da casa, muitas vezes, são alteradas em função da substituição das atividades agrícolas pelas atividades ligadas à hospedagem e recepção dos turistas.

A remuneração individualizada rompe com a noção de apropriação coletiva dos rendimentos, contribuindo com a dissolução da unidade familiar. Os nativos, que desejam e aguardam uma possibilidade de melhorar suas condições de vida, com o desenvolvimento da atividade turística entram, de certa forma, num movimento de promoção individual. O trabalho assalariado permite uma acumulação individual que se toma o símbolo da autonomia, principalmente para os jovens, em relação à autoridade familiar (CARNEIRO, 1998).

O turismo pode atrair inúmeros visitantes, fato que poderia ser positivo, na medida em que requer diversos serviços que poderiam ser desenvolvidos pela população local. Por outro lado, essa nova perspectiva econômica causa certa apreensão, uma vez que o processo pode estar relacionado à riqueza, à inovação, ao asfaltamento da estrada, à chegada do telefone, mas também à sujeira, à falta de tranquilidade, aos preços altos, à especulação imobiliária, ao conflito de diferentes valores, a problemas sociais ligados ao uso de drogas, à exploração sexual e à perda de tranquilidade da vida no campo. Um outro aspecto fundamental dentro da relação turismo/comunidade receptora é o processo de assimilação e compreensão

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

estabelecido pela frequente troca de valores, costumes e culturas entre os de dentro – nativos – e os de fora, sejam eles turistas ou novos moradores.

No entanto, a chegada dos turistas pode fazer com que esse processo tome proporções maiores, gerando uma série de adaptações vantajosas, positivas, como também muitos conflitos e disputas. A atividade turística parece romper com o isolamento cultural no qual a comunidade se encontra durante muitos anos. Assim, o turismo influencia a vida de toda uma comunidade que, até então, era em geral muito pacata, sem novidades e, com a chegada dos turistas, os moradores podem abrir seus horizontes e ter acesso a novos conhecimentos e culturas.

Há um conjunto de atividades não-agrícolas, como a prestação de serviços (pessoais, de lazer ou auxiliares das atividades econômicas), o comércio e a indústria, que respondem cada vez mais pela nova dinâmica populacional do meio rural brasileiro. Em função disso, ele não pode mais ser tomado apenas como o conjunto das atividades agropecuárias e agroindustriais. Ganhou, por assim dizer, novas funções e outros tipos de ocupação. Segundo o Projeto Urbano, do Instituto de Economia da Unicamp de São Paulo, que vem trabalhando em pesquisas sobre a nova estrutura do meio rural, algumas conclusões são de que o meio rural hoje se enquadra nas seguintes categorias:

- Propiciar lazer nos feriados e fins de semana (especialmente às famílias de renda média/baixa que têm transporte próprio), através dos pesque-pague, hotéis-fazenda, chácaras de fins-de-semana, etc.
- Dar moradia a um segmento crescente da classe média alta (condomínios rurais fechados nas zonas suburbanas) e das classes de rendas mais baixas que não voltam diariamente para seus empregos urbanos.
- Desenvolver atividades de preservação e conservação da natureza.
- Abrigar um conjunto de profissões tipicamente urbanas que estão proliferando no meio rural em função da urbanização do trabalho rural assegurada pela igualdade trabalhista obtida na Constituição de 1985 (motoristas de ônibus para transporte de trabalhadores rurais, mecânicos, contadores, secretárias, digitadores, trabalhadores domésticos).

Assim, não se pode dizer que o meio rural é hoje formado por apicultores e se dedica atividades agrárias.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

4.2 – A Valorização das Manifestações Culturais

Um aspecto importante a ser considerado dentro da perspectiva de troca de conhecimentos, valores e culturas decorrentes do encontro entre nativos e turistas, é a manutenção e a valorização dos costumes e das festas tradicionais realizadas pela comunidade local.

As comunidades não oferecem quase nenhuma opção de entretenimento; então é necessário inventar outras maneiras de se divertir, seja mais informalmente, através das festas, forrós, reunindo-se em torno de uma fogueira para contar “causos”, etc, seja mais formalmente, por meio das cerimônias religiosas. A atividade turística propicia o desenvolvimento de novas formas de diversão e lazer, as quais dispersam a atenção dos moradores para outras atividades, que não necessariamente estejam associadas à igreja².

Os eventos organizados e incentivados pela Igreja continuam exercendo um papel fundamental na rede de relações comunitárias. Comparecer aos cultos, às conferências, às procissões, ainda representa uma das principais atividades de lazer. As festas religiosas, crenças, lendas e histórias populares funcionam como uma forma de fortalecer a identidade coletiva e legitimar as instituições locais. Essa legitimação, por sua vez, é fundamental para a transmissão de valores para outras gerações e, conseqüentemente, para a afirmação da instituição (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 41).

A partir do momento em que a comunidade entra no processo de “produção comercial de sua cultura”, ou seja, incentiva, promove e comercializa espetáculos e atrações para o “olhar do turista”, ela estaria contribuindo para o enfraquecimento e/ou descaracterização da história e de certas características e particularidades do local (URRY, 1996, p. 91).

Ainda para o autor, a tradição é uma história “falsificada” ou “artefatual” na medida em que predomina o campo da “visualização”, ou seja, a apresentação ao visitante de um conjunto de artefatos (“reais” ou “manufaturados”) que encobrem as especificidades e variedades locais. Assim, os turistas não vivenciam a realidade

² A Instituição Religiosa, em pequenas cidades, sempre teve uma forte influência no cotidiano dos moradores. Um padre representa um verdadeiro líder religioso e político para a comunidade, sendo respeitado e admirado pôr todos.

(distinção entre realidade e representação), mas atrações inventadas e produzidas para exposições (URRY, 1996, p. 93-4).

Dentro desse contexto, pode-se dizer que o autêntico da atividade turística é um autêntico relativizado. Uma exposição pode conter certos elementos históricos e culturais originais, característicos de um determinado local, como também elementos elaborados a partir de imagens de televisão, de revistas e do próprio contato com a figura do turista, que carrega consigo todos os estilos, novidades e símbolos das grandes cidades.

4.3 – A Busca de Uma Nova Identidade

O contato com os turistas produz um duplo processo que influenciará na construção de uma identidade local. Por um lado, o indivíduo pode se reconhecer ou se identificar com determinados aspectos de uma cultura e incorporar certos elementos externos, sem que isto signifique necessariamente uma descaracterização profunda da cultura local. Neste sentido, Carneiro (1998) argumenta que:

A heterogeneidade social, ainda que produza uma situação de tensão, não provoca obrigatoriamente a descaracterização da cultura local. Quando aceita pela comunidade, a diversidade assegura a identidade do grupo que experimenta uma consciência de si na relação com os de fora. (CARNEIRO, 1998, p. 58)

Por outro lado, os indivíduos podem se reconhecer como diferentes e distinguir quais são as suas especificidades, que estão sempre presentes, independente do contato e das trocas com os turistas. De acordo com o autor, o sentido de localidade será tão mais forte quanto mais consolidada for a identidade do grupo, ou ainda, quanto maior for o sentimento de pertencimento a uma dada localidade.

A atividade turística proporciona, quase que em tempo integral, essa valorização do que é do outro. A população, ao entrar em contato com valores e costumes diferentes dos seus tem a oportunidade de reconhecer, compreender e valorizar a sua própria cultura. A identidade e a cultura local também podem ser valorizadas, em detrimento das atitudes e comportamentos dos turistas. A partir do

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

momento em que os moradores se sentem desrespeitados e ameaçados pelos turistas, suas posições tendem a se direcionar para um fortalecimento do sentido de localidade e também de apego às tradições locais.

Escreve Ruschumann (2003) que:

a falta de cultura turística dos visitantes faz com eles se comportem de forma alienada em relação ao meio que visitam – acreditam que não têm nenhuma responsabilidade na preservação da natureza e da originalidade das destinações. Entendem que seu tempo livre é sagrado, que têm direito ao uso daquilo pelo qual pagaram e que, além disso, permanecem pouco tempo – insuficiente, no seu entender, para agredir o meio natural. (RUSCHUMANN, 2003, p. 23)

A ação turística, pode, por um lado, incentivar e promover antigos costumes e culturas, funcionando como uma alternativa local tanto para o fortalecimento das identidades locais como para adquirir lucros e investimentos. Nas festas, celebrações religiosas e manifestações culturais, os moradores têm a oportunidade de se encontrar e estabelecer uma troca de compromissos e tarefas que preenchem a vida da comunidade. O sentimento de responsabilidade e dedicação à comunidade pode estabelecer sólidos vínculos entre as pessoas que ali cresceram e, conseqüentemente, fortalecer a identidade grupal. A comunidade, ao se reunir para organizar realização das festas, estaria fortalecendo sua unidade e integração, assinalando uma maneira de reagrupar os moradores em torno de um acontecimento próprio do local.

Questões relativas ao resgate das tradições locais e à manutenção da cultura e da identidade local também podem ser observadas no discurso de planejadores de turismo. A cultura local é encarada como uma matéria-prima fundamental para o mercado turístico. O incentivo à construção de uma identidade turística – formada através da pesquisa, exploração, identificação e compreensão da história, de lendas e crenças locais – funciona como um dos fatores mais importantes referentes à competitividade do turismo.

Apesar da construção de uma identidade turística voltada principalmente para o mercado, os conflitos e as mudanças ocasionadas pela exploração do turismo suscitam uma série de situações que podem contribuir para o fortalecimento da própria identidade local. Assim, festas e manifestações culturais podem

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

representar um momento importante na afirmação da identidade, da solidariedade e dos laços de sociabilidade entre os nativos.

05 – CONCLUSÃO

A proposta desse artigo foi abordar o desenvolvimento do turismo rural nos anos 90 e início do século XXI.

Identificou-se que a valorização do espaço rural como um ambiente turístico requer mudanças tanto do espaço propriamente dito quanto dos moradores locais. Nesse sentido, percebe-se que antigas fazendas, por exemplo, abrem suas portas para aqueles que vêm da cidade em busca de tranquilidade, paz, aconchego, um local para fugir da correria da cidade, da rotina estressante, é o conceito de “fugere urbem”, propalado pelos árcades. E os turistas precisam encontrar esse espaço preparado para isso, que os moradores estejam conscientes dessa busca. Assim haverá reciprocidade: o turista busca o espaço rural para o turismo e o espaço rural estará preparado para isso.

Assim, não basta somente abrir as portas do espaço rural, necessário que se façam mudanças para receber esse turista. Uma análise das dimensões socioeconômicas e culturais do turismo rural evidenciam que a valorização desse espaço promove mudanças positivas quando bem estruturado, incentivando a economia local e promovendo a valorização das manifestações culturais.

06 – REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Joaquim Amécio; RIEDL, Mário. *Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento*. Bauru, SP: EDUSC, 2000.

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC, 2001.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

BRASIL. Banco Central do Brasil. Crédito Rural. *Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura (Pronaf)*. Disponível em: www.mda.gov.br/sitemda/secretaria/saf-creditorural/sobre-o-programa. Acesso em 12 dez. 2004.

CARNEIRO, Maria José Teixeira. Ruralidade: novas identidades em construção. In: *Revista Estudos – Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, CPBA, n. 11, 1998, p.53-75.

GUIMARÃES, Cléa Venina Ruas Mendes. A empresa de assistência técnica e extensão rural – EMATEB (MG), no contexto do turismo rural mineiro. In: Turismo no espaço rural brasileiro. OLIVEIRA, Cássio et al. *Anais do Congresso Brasileiro de Turismo Rural*, FEALQ, 1999, p. 182-185.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri (Org.). *Turismo rural*. São Paulo: Contexto, 2001.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. *Turismo e planejamento sustentável*. Campinas, SP: Papyrus, 2003.

TULIK, Olga. *Turismo rural*. São Paulo: Aleph, 2003.

URRY, John. *O olhar do turista*. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel, 1996.

ZIMMERMANN, Adonis. Planejamento e organização do turismo rural no Brasil. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio; FROEHLICH, José Marcos K.; RIELD, Mário. *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*, Santa Maria: UFSM, 1998, p. 97-110.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XV Jan-jun 2017	Trabalho 04 Páginas 66-87
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	