

Planejamento do Turismo em Espaços Rurais

Cristiane Alcântara de Jesus Santos¹

Antonio Carlos Campos²

Resumo

A atividade turística tem sido estudada nos últimos anos como redefinidora de novos processos econômicos e sociais em diferentes escalas. Embora muitas pesquisas se refiram ao turismo rural, em sua maioria, concentram seus olhares nas variáveis de potencialidades geográficas existentes, fazendo com que não haja relação entre a complexidade da atividade turística e a essência que envolve a paisagem. Este fato dissocia a análise da paisagem como receptáculo de toda uma carga de novos usos, complementaridades ou mesmo novas territorialidades. Por outro lado, nos estudos sobre os espaços rurais, é pouco freqüente encontrar análises detalhadas da atividade turística como uma perspectiva setorial, passível de desenvolvimento de acordo com as pautas socio-culturais. Neste sentido, este artigo tem como objetivo discutir o planejamento do turismo enquanto um conjunto de atividades que poderão ser desenvolvidas no espaço rural, ressaltando a importância da diversidade laboral, cultural e paisagística e sua interrelação com a sustentabilidade desses lugares.

Palavras-chave: Planejamento. Turismo. Desenvolvimento.

Introdução

Nas últimas décadas, o espaço rural brasileiro tem sido palco de grandes transformações sociais, econômicas e culturais, já que os efeitos da globalização (abertura de mercados, competitividade baseada em escala, alta produtividade, etc.) geraram impactos nas pequenas e médias propriedades agropecuárias, fazendo com que estas passassem a estabelecer novas alternativas de produção e manutenção das atividades como estratégia de compatibilizar estes efeitos.

¹ Doutoranda em Geografia – Universitat de Barcelona. Professora do Curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe.

² Doutorando em Geografia – Universitat de Barcelona. Professor do Curso de Geografia da Universidade Federal de Sergipe.

Isso não significa que o espaço rural esteja passando por um processo único de transformação em toda a sua extensão, uma vez que a globalização se expressa de forma diferente em universos sociais, culturais e econômicos heterogêneos (SANTOS, 2002). Assim, a emergência de novas atividades agrícolas e não-agrícolas, paralelas e/ou integradas às agrícolas tem gerado inúmeros fluxos de capitais e pessoas, nos remetendo a uma re-leitura da divisão social e territorial do trabalho, além de tendenciar uma nova estruturação do espaço rural.

Entre as atividades centrais desse processo de transformação do espaço rural encontramos alguns tipos de segmentos turísticos, como exemplos podemos citar: o turismo ecológico, ecoturismo, turismo de aventura ou esportivo, agroturismo e o turismo rural que têm sido utilizados como estratégias de desenvolvimento que permitem revitalizar áreas que se encontram deprimidas economicamente, potencializando o seu uso pelos habitantes das cidades.

Em alguns casos, a exemplo do que ocorre na Espanha, a atividade turística em espaços rurais a partir do funcionamento do plano de gestão Leader³ da Comunidade Européia, tem ajudado a diversificar a economia de algumas regiões, uma vez que gera oportunidades de atrair e inovar outros setores vinculados à produção do espaço rural. Desta forma, já são numerosas as experiências positivas não somente em termos de crescimento econômico da atividade turística em si mesma, mas em todos os setores vinculados, como o comércio, o artesanato, a ampliação dos produtos agro-alimentícios em geral. Vale ressaltar que associado a esse incremento em vários setores de atividades há uma incidência de melhorias nas infra-estruturas locais, além da criação de novas estruturas, equipamentos e serviços que beneficiam o conjunto da população e seus visitantes.

Nos últimos anos, a atividade turística no Brasil tem sido estudada como redefinidora de novos processos econômicos e sociais em diferentes escalas. Embora numerosas pesquisas se refiram ao turismo rural, em sua maioria, concentram seus olhares nas variáveis de potencialidades geográficas existentes, fazendo com que não haja relação entre a complexidade da atividade turística e a essência que envolve a paisagem. Fato

³Programa Leader da Comunidade Européia que tem como objetivo promover ações de desenvolvimento de interesse especial para a Comunidade Européia. Criado em 1988 e executado a partir de 1991 nas regiões mais atrasadas dos países membros.

que dissocia a análise da paisagem como receptáculo de toda uma carga de novos usos, complementaridades ou mesmo de novas territorialidades que se impõem.

Por outro lado, nos estudos sobre os espaços rurais, é pouco freqüente encontrar análises detalhadas da atividade turística como uma perspectiva setorial, passível de desenvolvimento de acordo com as pautas sócio-culturais destes mesmos lugares. De fato, o modelo de desenvolvimento turístico brasileiro está pautado, em grande medida, nas áreas litorâneas e no turismo de massa, baseado em um único produto de “sol e praia”, pouco planejado e que apresenta forte sazonalidade. Com isso, uma importante soma de recursos destinados a esta atividade começa perder peso frente aos graves impactos ambientais que estão gerando, como: saturação do espaço físico, exploração dos mananciais, perdas de ecossistemas de grande valor, deterioração paisagística, entre outros.

Esta situação faz com que haja discussões acerca do esgotamento deste modelo, uma vez que também se constata claros signos de transformação no atual consumidor turístico. Este turista está mais conscientizado dos valores ambientais e passa a buscar novas opções atrativas naturais e paisagísticas, lugares com identidades próprias nos quais a cultura e as tradições se conservem atuando como elementos diferenciadores.

O novo consumidor do turismo apresenta uma maior diversidade quanto aos seus gostos e preferências, orientando seus períodos de férias não unicamente ao descanso ou a conhecer novos lugares, mas sim, a praticar novas atividades e interagir com o ambiente visitado. Esta interação pode ocorrer nas mais variadas formas possíveis, desde a prática de esportes radicais, o cuidado com o corpo e a saúde, o contato com a natureza, o conhecimento de culturas diferentes, ou mesmo, a prática de atividades laborais diferente de seu cotidiano.

Estas atividades marcam o despontar das atividades de turismo em espaços rurais, na qual esta pode se converter em importante forma de desenvolver zonas, municípios ou mesmo regiões contribuindo para a criação de empregos, a geração de renda e a melhoria da qualidade de vida nestes espaços. Porém, vale ressaltar que muitas vezes, não significa melhorar o estado de bem estar de seus habitantes.

Neste sentido, entendemos que a adequada compreensão do turismo em toda sua extensão nos obriga a analisar previamente as características dos espaços e organizações sociais que o acolhe, posto que é a partir das especificidades sócio - culturais e espaciais

que se desprendem as possibilidades potenciais e os atributos capazes de desenvolver a atividade de forma mais justa e compatível com as expectativas de desenvolvimento sócio-espacial.

Assim, realizar uma discussão conceitual acerca de turismo em áreas rurais não nos permite adotar modelos predeterminados. Entretanto, aproveitando os diversos discursos existentes, podemos ter uma idéia do quanto temos que aprofundar nesta questão para propor algumas indicações metodológicas que sejam passíveis de ser postas em prática.

Turismo em espaços rurais ou turismo rural? Uma questão a resolver

Muitos autores têm trabalhado essa definição de diferentes maneiras e, sobretudo, baseando-se nas escalas territoriais do espaço que está sendo analisado. É certo que estas abordagens se constroem de forma desigual e fragmentada, de acordo com dois pontos de vista distintos: de um lado, o panorama agrário, que lida a atividade como uma possibilidade de contribuir para dinamizar a venda dos produtos e as condições de vida, trabalho e produção nas áreas rurais; de outro lado, a visão turística, que aparece como expressão singular através das novas formas de usos desses espaços. Ademais, há uma confusão conceitual quando se trata dos diversos segmentos do turismo em áreas rurais.

Em 1993, no estudo sobre ecoturismo, Troncoso já trabalha com o conceito de turismo em áreas rurais, quando o define como “o conjunto de atividades resultantes da visita a comunidades camponesas; aproveitando e desfrutando do ambiente e de seus valores naturais, culturais e sócio-produtivos” (1993, p. 171). A partir desta definição, o autor ressalta dois pontos importantes: o primeiro se refere ao meio rural e aos camponeses, mostrando que é de fundamental importância que haja uma interação entre a comunidade local e a atividade que será desenvolvida. O segundo ponto está relacionado à forma que os atrativos podem e devem ser desenvolvidos, ou seja, que não deve apenas visar os benefícios econômicos e sim ressaltar os valores naturais, culturais e sociais.

Por outro lado, oficialmente, o Instituto Brasileiro de Turismo trabalha o conceito de turismo rural como um conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural,

comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade ((EMBRATUR, 1996). Utilizando o termo empregado pelo EMBRATUR, o turismo rural pode ser desenvolvido a partir da oferta de serviços, equipamentos e produtos, como por exemplo, hospedagem, alimentação, recepção à visitação em propriedades rurais, atividades pedagógicas vinculadas ao contexto rural, entre outros.

De fato, o EMBRATUR entende que o turismo rural se constitui em uma forte ferramenta para preservar os valores e a identidade intrínseca aos espaços rurais, que em termos operacionais, a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE, 1998) define como atividades que se realizam em destinos que têm como características: população com menos de 10.000 habitantes e de 150 habitantes por Km², entorno naturais, atividades de lazer personalizadas e negócios comerciais pertencentes a proprietários locais.

Estas definições são corroboradas nos estudos de Graziano da Silva et al (1998), que define o turismo rural como aquele que desenvolve atividades que se identificam com a vida rural, ou seja, atividades que valorizam o ambiente rural, a economia e a cultura local. Vale ressaltar que estes autores diferenciam o turismo rural do turismo em áreas rurais, uma vez que a conceituação de turismo em áreas rurais é muito ampla e engloba vários tipos de segmentos turísticos: turismo rural, ecológico, turismo de aventura, cultural, turismo de negócios, turismo jovem, social, turismo de saúde e turismo esportivo.

Entretanto, Schmitt (1999) discute o turismo em áreas rurais dentro do contexto de conservação e revalorização do patrimônio turístico rural. O autor destaca que esta modalidade de turismo deve ser desenvolvida a partir da ação empreendedora da população local, seguindo pautas éticas e preservando o patrimônio cultural e ambiental. Essa conceituação introduz um aspecto inovador, uma vez que é de extrema importância a elaboração de um código de ética e conduta a ser respeitado pelas comunidades locais e turistas, com a finalidade de atingir uma efetiva preservação do patrimônio material e imaterial.

Em seu artigo intitulado “El alojamiento turístico rural en la legislación española” Blanco Herranz afirma que o conceito de turismo rural é muito mais amplo do que o de agroturismo, uma vez que o turismo rural é “a expressão singular das novas formas de

turismo, caracterizada por se desenvolver fora dos núcleos urbanos e se produz de forma reduzida, [...] além de utilizar de maneira diversa os recursos naturais, culturais, patrimoniais, de alojamento e serviços, próprios do meio rural, e contribuir ao desenvolvimento local e a diversificação e competitividade turística” (1999, p. 152).

Na verdade, o turismo em áreas rurais está relacionado a uma série de atividades, apresentando assim múltiplas faces, não relacionado somente ao serviço de alojamento em unidades de pequena escala ou familiares, mas envolve a produção artesanal da região, a gastronomia tradicional, o folclore, além de oferecer a paisagem (com seu conjunto de atividades laborais). Desta forma, possibilita, de forma simultânea, o consumo e a produção do espaço, desde uma perspectiva de promoção da sustentabilidade local, do espaço natural e do modo de vida rural.

Assim, a autenticidade e a revalorização da cultura rural associada à preservação do meio ambiente se tornam fundamental para o desenvolvimento da atividade turística em áreas rurais. Partindo desse princípio, optamos por utilizar o termo turismo em áreas rurais conduzido pelos habitantes locais como proposta metodológica que visa o planejamento e gestão da atividade turística, mantendo a integridade natural e permitindo a coexistência de culturas diferentes entre turistas e os atores locais.

Gestão turística do patrimônio cultural dos espaços rurais

As atuais estratégias de desenvolvimento do turismo em áreas rurais mostram claramente a dependência existente entre a atividade turística e o grau de conservação de espaço no qual a atividade turística se desenvolve. Assim, torna-se de fundamental importância introduzir critérios de sustentabilidade nos instrumentos de ordenação e planejamento territorial e nos modelos de gestão dos destinos turísticos.

Numa abordagem geográfica sobre a gestão de atividades turísticas nos espaços rurais, o mais freqüente é que nossa observação se dirija para as características do ambiente e os processos de trabalho desenvolvidos pela sociedade. Assimilar as condições de conservação dos territórios e ecossistemas considerados simbólicos, representantes históricos do patrimônio dessa sociedade torna estes espaços singulares, carregados de memória e beleza estética cada vez mais valorizada tanto do ponto de vista da atividade turística, como da necessidade de estudos e planejamentos.

Dessa maneira, as sinergias responsáveis pela turistificação, ou mesmo, pela manutenção destes espaços partem de uma série de premissas que os transformam em recursos capitalizados tanto pelos turistas como pela população local. Assim, a necessidade de financiar a conservação espacial e histórica desses espaços rurais se constitui no marco inicial de qualquer proposta de gestão.

Essa premissa responde, de maneira geral, as necessidades operativas das empresas turísticas que trabalham nestes espaços e exploram comercialmente seus recursos. Fato que constitui o tecido econômico endógeno e garante as oportunidades de sobrevivência da atividade. Outro fator preponderante no processo de gestão do patrimônio cultural diz respeito à participação da comunidade local, uma vez que é o manejo do patrimônio material e imaterial secular por parte da população local que se transforma em recurso, inteligência econômica e capital histórico.

A chave para gerar um processo evolutivo na gestão dos espaços rurais baseados na capitalização do patrimônio cultural fundamenta-se na concepção educativa presente no próprio processo, em que o conjunto de informações sobre o ambiente e o modo de vida seja concebido como recursos educacionais capazes de criar comportamentos que aproximam o homem ao meio. Desta forma responderá as necessidades de um turismo passivo, ativo e criativo nos espaços rurais.

A partir de um planejamento pensado nessas bases, pode-se estabelecer medidas para reduzir os impactos negativos sócio-culturais do turismo e promover uma integração positiva entre turistas e comunidades locais, respeitando mutuamente as tradições, culturas e valores e, acima de tudo, não cultivando culturas híbridas. Partindo para o ponto de vista organizacional, a gestão e o planejamento do turismo em áreas rurais contribuem para a eficiência das organizações turísticas, uma vez que pode identificar as oportunidades de parceria entre os setores públicos e privados, cooperação entre as operadoras, além de potencializar uma abordagem coordenada de desenvolvimento turístico.

Proposta metodológica de elaboração um plano de desenvolvimento do turismo em áreas rurais

Ressaltando a importância da manutenção da diversidade cultural e não simplesmente analisar os benefícios econômicos gerados a partir de uma “fetichização” da cultura e da paisagem local, o planejamento pode ser utilizado como um instrumento para maximizar os benefícios econômicos do turismo, mas também deve visar a melhor utilização de outros aspectos, como por exemplo, os sócio-culturais, organizacionais, ambientais e comerciais.

Os princípios ambientais do planejamento turístico, em sua maioria, estão relacionados com a preservação da natureza e da integridade das destinações e instalações turísticas. Assim, o planejamento pode ajudar a minimizar os impactos negativos gerados em ambientes turísticos, com a finalidade de que uma área possa manter seus atrativos turísticos dentro dos princípios das boas práticas.

A proposta metodológica que se segue neste trabalho, longe de ser uma fórmula acabada, é fruto tanto de uma revisão bibliográfica vastíssima existente na Espanha, como faz parte de uma experiência de planejamento pensada para desenvolver as atividades turísticas nos espaços rurais do estado de Sergipe. Desta forma propomos as seguintes fases:

I. Fase preparatória: Esta fase corresponde à avaliação do interesse, em termos de custos e benefícios para as comunidades locais e o meio ambiente, de se implantar a atividade turística no território. Além disso, nessa fase devem-se determinar os objetivos desejados, procurando a maximização dos benefícios e a minimização dos impactos negativos que o desenvolvimento da atividade pode comportar. A partir deste ponto se estabelece a metodologia de trabalho, levando-se em consideração que esta deve procurar a participação do conjunto dos agentes envolvidos e que o desenho e redação do projeto prescindirão de uma equipe multidisciplinar para levar a cabo o planejamento.

II. Análise e Diagnóstico: Esta fase deve ser abordada a partir de duas perspectivas: de um lado, deve-se realizar uma análise interna que contemple os aspectos que definem a natureza dos recursos, o entorno sócio-econômico, marco legal e políticas públicas que nos permitam conhecer a capacidade intrínseca do espaço rural como destino turístico. De outro lado, se faz necessário uma análise externa, na qual se possa estudar o entorno global em que vai se desenvolver a atividade: situação do mercado e principais tendências de futuro, observando a perspectiva da oferta e demanda.

Esta análise externa define de maneira direta a influência da demanda final, limitando ou estimulando os valores internos dos próprios recursos.

A análise e o diagnóstico interno serão compostos de: a) análise territorial (meio físico, patrimônio cultural, equipamentos e infra-estruturas gerais, análise sócio-econômica e análise do marco institucional); b) oferta turística (definição da tipologia da oferta, inventário e caracterização dos equipamentos e infra-estruturas existentes, análise específica das infra-estruturas rurais existentes, análise dos serviços públicos de transporte e determinação das modalidades e atividades possíveis de executadas); c) Análise da demanda atual (estudos de demanda, perfil do visitante, estudo da capacidade de carga da atividade, motivação, preferências dos visitantes, hábitos de consumo, atividades que desempenham hierarquicamente nos espaços rurais, grau de satisfação dos visitantes e análise dos instrumentos de comunicação e comercialização empregados).

A análise e diagnóstico externo pretende conhecer e analisar a situação global do mercado, a análise dos competidores e a análise da demanda potencial.

III. Formulação do Plano: a partir da determinação do modelo de atividades a serem desenvolvidas no espaço rural e definição de estratégias e objetivos, pode-se: a) definir as atividades ou tipos de turismo; b) definição de diretrizes e estratégias que devem orientar o desenvolvimento turístico na área rural; c) definição dos objetivos operativos concretos que se propõe no espaço rural; e, d) determinar o âmbito de aplicação do planejamento que se entenderá não só em termos de espaço físico, mas sim, através da integração social, econômica, política e cultural.

Dentro desta fase, torna-se necessário desenhar os programas e estabelecer um plano de ação que estejam de acordo com os objetivos e estratégias pensadas inicialmente. A exemplo de: programas de defesa do meio ambiente rural; programas de uso recreativo e turístico; programas de criação de oferta complementar (desenvolvimento de cooperativas de artesanato com as comunidades locais); recuperação do patrimônio e implementação de projetos de restauração do ambiente rústico; melhoria dos equipamentos e infra-estruturas turísticos desses espaços (implantação de meios de hospedagens); programas de formação de pessoal envolvido; programas de pesquisas sobre os efeitos do turismo no espaço rural; programas de criação de produtos identitários que correspondam às singularidades locais; programas de informação e

comunicação e programas de educação ambiental e cultural que promovam a integração do turista com a comunidade local.

IV. Implantação do Plano e Acompanhamento: Uma vez elaborados os programas, procederá a determinação de um órgão gestor capaz de coordenar os diversos agentes que participam do processo e que possa tomar decisões e realizar uma avaliação das medidas propostas nos programas. Além disso, é necessário que este plano seja amplamente difundido entre comunidade local e turista e que comporte medidas de avaliação comum às comunidades locais e seja passível de revisões permanentes.

Algumas reflexões conclusivas

Levando em consideração uma análise atual sobre a atividade turística nos espaços rurais brasileiros, sua organização espacial denota a necessidade de adoção de políticas descentralizadas de gestão, capazes de minimizar os impactos sociais e ambientais.

De fato, os gestores públicos, as lideranças e comunidades locais conjuntamente devem elaborar planejamentos adequados às realidades específicas, fundamentadas, sobretudo, nos critérios de promoção de desenvolvimento sócio-espacial das próprias comunidades, uma vez que o turismo se coloca muitas vezes como um vetor de transformação contraditório e emblemático, acentuando a produção de lugares de consumo e o consumo de lugares, não de experiências de vida.

Neste sentido, o plano local se apresenta como palco de ação de estratégias de desenvolvimento territorial. Ainda que seja caracterizado por uma ampla competitividade e abertura dos mercados, são possíveis as iniciativas identitárias locais, a partir da inserção do patrimônio cultural local como objetos de mercados singulares. Estes objetos, carregados de uma massa de valores históricos apresentam-se como forças de resistência local capaz de inserir-se na economia - mundo, proporcionando à dinâmica do planejamento, novos pressupostos de caráter pontual, descentralizado e diversificados.

Desta forma, para a elaboração de uma ou de várias estratégias de desenvolvimento do turismo em áreas rurais, a participação ativa da população em seu processo de desenvolvimento se constitui em uma questão central, já que sem ela, o lugar passa a ser simplesmente um depósito de estratégias externas desterritorializadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLANCO HERRANZ, Francisco Javier. **Barcelona agroturisme total:** [guia]. Barcelona: Diputació de Barcelona, Institut d'Edicions, 1999.

EMBRATUR. Instituto Brasileiro de Turismo. Programa Nacional de Turismo Rural do Brasil. Brasília, 1996.

GRAZIANO DA SILVA, J.; VILARINHO C.; DALE, P. J. Turismo em Áreas Rurais: Suas Possibilidades e Limitações no Brasil. In: Almeida J.A; Riedi M.; Froehlich J. M. (orgs). **Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável.** Santa Maria (RS): Centro Gráfico, 1998. P. 11-47.

OCDE. **Multifunctionality:** a framework for policy analysis. Discussion Paper (AGR/CA (98) 9), 1998.

SANTOS, Cristiane Alcântara de Jesus. **Desruralização versus Urbanização:** O caso de Laranjeiras – Sergipe. São Cristóvão: Núcleo de Pós Graduação em Geografia, 2002. (Dissertação de Mestrado).

SCHMITT, B. H. **Experiential marketing.** New York: The Free Press, 1999.

TRONCOSO, M. Ecoturismo. In: **Estudios y Perspectiva del Turismo.** CIET, nº. 2, 1993. P. 164-171.