

ANÁLISE DO TURISMO RURAL EM PRESIDENTE PRUDENTE

Claudionor dos Santos CORREIA *
Fernanda OLIVEIRA **
Marcelo Ernandes COELHO***

RESUMO: Propõe-se neste artigo promover uma reflexão cognitiva no leitor sobre a temática “Turismo Rural” e levá-lo a uma compreensão do crescimento e desenvolvimento dessa nova modalidade no cenário socioeconômico brasileiro. Confia-se a estas linhas um compromisso, do escritor ao leitor, a fim de se esclarecer sobre o que é “Turismo Rural”, suas estruturas e modalidades, além do eixo relacional entre tal atividade e as contribuições geradas à região empreendedora, sejam sob os meandros da Sustentabilidade, da Economia, da Cultura etc. Contudo, mesmo enumerando-se positivas contribuições dessa atividade na ordem social, a constatação da falta de planejamentos, de recursos, de volição à prática desse novo modo de turismo é notória, quadro nocial cuja fomentação dá-se tanto por “*empreendedores aventureiros*” quanto por representantes do próprio Estado.

Palavras-chave: Turismo rural. Lazer. Globalização e turismo. Sustentabilidade. Regionalização do turismo.

1 INTRODUÇÃO

Buscou-se no desenvolvimento deste artigo responder quais motivações influenciam os consumidores que optam pelo lazer em um contexto rural. De acordo com Kotler e Keller (2006), o comportamento de compra do consumidor é influenciado por fatores sociais, pessoais, psicológicos e culturais, sendo estes os que exercem maior e mais profunda influência.

Objetivou-se o conhecimento dos impactos desses fatores externos no processo de escolha e quais as necessidades que esse público almeja suprir.

*Discente do 2º ano do curso de Administração das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. E-mail: mecfrio@mecfrio.com.br.

** Discente do 2º ano do curso de Administração das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. E-mail: fernandaoliveira.745@gmail.com.

***Discente do 2º ano de do curso de Direito das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. E-mail: Marcelo.ernandes@hotmail.com

Quando se faz menção à satisfação das necessidades, estas estão voltadas para o objetivo do lazer, cujo conceito remete à procura do homem em desfrutar a vida, quando ele tenta se libertar das obrigações que a vida social impõe (CAMARGO, 1999, p.12). É possível dizer que o lazer ganhou mais espaço quando foi instituída a jornada de trabalho semanal de 40 horas, possibilitando maior tempo livre para o cidadão. No entanto, segundo Camargo (1999), esse maior tempo livre nem sempre significa lazer para a maioria das pessoas, já que elas gastam boa parte dele no trânsito, nas filas ou em atividades domésticas.

Paralelamente a esse diagnóstico, pretendeu-se fazer um estudo a respeito do Turismo Rural, suas origens, fatores de crescimento, impactos positivos e negativos, assim como seu papel para a sustentabilidade ambiental de uma região e a importância do incentivo público para o setor. Devido ao grande crescimento desse ramo do turismo no Brasil, têm-se constatado muitos avanços para o desenvolvimento local e regional da cidade que abriga pousadas, hotéis-fazenda, etc., que atraem pessoas desejosas em fugir de uma realidade conturbada e estressante dos centros urbanos para um ambiente bucólico e aprazível dos ambientes rurais.

Por fim, a pesquisa analisou o potencial dessa atividade na região de Presidente Prudente, procurando saber o perfil do indivíduo que consome esse tipo de lazer e quais as razões para essa escolha.

2 DESENVOLVIMENTO

O turismo rural é definido como “o conjunto das atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”. (EMBRATUR, 2000). Desse conceito, ressalta-se uma particular e ascendente importância deste setor na integração da riqueza total de alguns países (PIB, Produto Interno Bruto). No Brasil, mesmo com a constatação de um imenso espaço rural, observa-se uma mediana utilização do potencial das

terras para a prática de tal atividade rentável, com a qual, segundo análise do próprio conceito, agrega valor a produtos e serviços da produção agropecuária.

Esse setor do turismo cresce cerca de 30% ao ano e o Brasil ocupa a 4ª posição nesse segmento, atrás apenas de Espanha, Portugal e Argentina, de acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT), 2010. O Turismo, de uma forma geral, tem crescido mesmo com a crise econômica atual, representando 3,7% do Produto Interno Bruto (PIB) e gerando 2,8 milhões de empregos (IBGE, 2010). Atividade tão promissora para o crescimento do Brasil, o Turismo rural merece um olhar mais atento, para que se possa entender quais as variáveis que influenciam a sua ascensão, os entraves que ainda limitam seu desenvolvimento e quem são as pessoas adeptas dessa oferta.

2.1 Propriedades do lazer

Na sociedade hodierna, na qual o trabalho consome boa parte do tempo de uma pessoa e o ritmo diário exigido pela maior parte das empresas traz um nível muito grande de estresse e cansaço; o lazer ganha um contexto ideal como válvula de escape para a fadiga e a monotonia. O lazer é algo muito relativo, varia de pessoa para pessoa e sofre influências culturais, sociais, políticas e econômicas. Há uma infinidade de atividades que podem ser definidas como lazer, de acordo com Luiz O. Lima Camargo (1999, p. 9):

Um bate-bola entre amigos numa rua ou numa praia é uma atividade de lazer. Uma caminhada a pé ou de carro, sem rumo, também é. Da mesma forma, lazer é assistir a uma palestra de um escritor ou sobre um tema que se aprecia. Ou cuidar em casa, de plantas, animais ou pequenos consertos. Ou assistir à novela, ao noticiário de tevê. Ler jornais. Frequentar um grupo informal ou formal, sob pretextos sérios ou banais. Ir ao cinema, ao teatro ou a um estádio de futebol. Viajar, em férias ou nos fins de semana.

O lazer permite que o indivíduo aproveite o tempo livre para fazer atividades que lhe proporcionem satisfação e prazer. Uma questão muito corriqueira refere-se à ideia de se fazer do ambiente de trabalho um local propício à criatividade, no qual o funcionário pode ter períodos de tempo livre, apenas para pensar e deixar

a mente criar ideias inovadoras para a empresa. Essa ideologia vai ao encontro do conceito de ócio criativo, criado pelo sociólogo italiano Domenico De Masi, que defende a ideia de usar o tempo livre para dedicar-se a atividades criativas, onde o trabalho braçal e repetitivo dá lugar ao pensamento. De Masi (1938, p. 146), em trecho de seu livro “O Ócio Criativo”, explica sua ideia:

[...] Constatamos que, tanto no tempo em que se trabalha quanto no tempo vago, nós, seres humanos, fazemos hoje sempre menos coisas com as mãos e sempre mais coisas com o cérebro, ao contrário do que acontecia até agora, por milhões de anos. [...] entre as atividades que realizamos com o cérebro, as mais apreciadas e mais valorizadas no mercado de trabalho são as atividades criativas. [...] Quando trabalho, estudo e jogo coincidem, estamos diante daquela síntese exaltante que eu chamo de “ócio criativo”.

Constata-se que o lazer está presente em situações simples e cotidianas, inclusive no ambiente de trabalho, abrindo-se um leque muito amplo de opções ao nosso redor.

Infere-se uma crescente carga de preocupação e de estresse em uma contemporaneidade social engendrada pelas vias da globalização, fruto de cobrança voraz por soluções instantâneas. No entanto, é perceptível a escassez de tempo para atender essas demandas. Isso passa a impressão de que sempre ficou alguma coisa para resolver, incompleta, sem fim, passando a sensação de que é preciso aumentar o tempo, forçando-se o sacrifício dos períodos de descanso, segundo Russell (2002, p23) “... acho que se trabalha demais no mundo de hoje, que a crença nas virtudes do trabalho produz males sem conta e que nos modernos países industriais é preciso lutar por algo totalmente diferente do que sempre apregoou.”. O tempo livre tem na sua premissa se livrar do tempo formal, ou ter um tempo sem a necessidade de prestar conta do que faz, fez ou irá fazer e é nesse tempo que o indivíduo se deparará, nas diversas formas de lazer, com a oportunidade de se libertar do frenesi da contemporaneidade. Para Camargo (1992, p. 12 e 14), o lazer é sempre liberatório de obrigações: busca compensar ou substituir algum esforço que a vida social impõe. É crescente a noção de que o lazer vem sendo considerado de suma importância para a melhoria da qualidade de vida do indivíduo, pois todo homem tem direito a repouso e lazer, inclusive à limitação razoável de trabalho e as férias remuneradas periódicas (ONU, 1948).

Apesar de todo o discurso atual em torno da importância do lazer e do tempo livre na vida das pessoas, a sociedade como um todo dedica pouca importância ao assunto, tanto que não é comum ver pessoas reivindicando seu direito ao lazer. Esse menosprezo geralmente está ligado ao fato de que o trabalho exerce um papel muito maior e mais importante, ocupando mais espaço na vida dos indivíduos. Honoré (2005, p.249) assinala uma verificação da força que a atividade do trabalho exerce na vida do homem:

...a revolução do lazer continua no mundo da fantasia. O trabalho ainda dá as cartas em nossa vida, e quando efetivamente temos tempo livre, muito raramente o utilizamos para zanzar por aí num devaneio platônico de quietude e receptividade. Pelo contrário, como bons discípulos de Frederick Taylor, logo nos apressamos a preencher cada momento livre com alguma atividade. Um espaço em branco na agenda mais facilmente causará pânico que prazer.

Na explanação de Honoré, tal menosprezo - supracitado - das pessoas não é inerente ao indivíduo, mas sim, imposto por influências subjetivas externas de que todo o tempo é tempo de trabalho, pois tal exercício laboral dignifica o homem, auxilia-o no pagamento de suas eternas dívidas, insere-o em uma classe sempre reclamante da supressão de tempo – para os demais afazeres, os quais são trabalho – e de espaço – para se reivindicar por folgas/férias, que serão ocupadas com mais trabalho.

Tais argumentos não são de todo errôneos, pois o labor auxilia o homem em sua subsistência. Não obstante, as influências externas são intensificadas por quadros negativos de baixos salários e de jornadas de trabalho estressantes, os quais contribuem para que o trabalhador, em seus raros momentos livres, não consiga criar cenários de justo lazer e de descanso – preocupações com as finanças; falta de dinheiro para realizações pessoais/familiares; incompatibilidade de horários entre trabalho e a oferta de um lazer...

2.1.1 Tipos de Lazer

Luiz O. Lima Camargo (1999, p. 16-28) traz uma classificação do sociólogo francês Joffre Dumazedier, e faz o acréscimo de mais um tipo de lazer: o turístico. Segundo o autor, o lazer se divide em:

a) Atividades físicas de lazer: são praticadas com o intuito de exercitar o corpo ou melhorar sua estética. São incluídas as caminhadas, corridas, ginástica, esportes, praticados em lugares formais ou informais, em espaços definidos ou improvisados, tais como quadras esportivas ou as ruas de um bairro, respectivamente.

b) Atividades manuais de lazer: envolvem o prazer de manipular, criar e transformar objetos ou materiais. Entre os exemplos estão o tricotar, bordar, consertar ou desmontar objetos, criação de plantas ou criação de animais domésticos.

c) Atividades artísticas de lazer: são definidas como aquelas em que o indivíduo usa seu imaginário, cria fantasias e busca o “faz-de-conta”. O teatro, cinema, artes plásticas, literatura, etc., inclusive as festas se encaixam nesse tipo de lazer.

d) Atividades intelectuais de lazer: Se diferenciam das atividades artísticas pelo propósito em si, que visam o conhecimento sobre determinado assunto, despidos de emoções ou fantasias, apesar de que a busca dessas informações possa despertar certa emoção, seja na leitura de uma notícia no jornal ou alguma pesquisa científica.

e) Atividades associativas de lazer: São as atividades que procuram a interatividade social, a participação comunitária e os relacionamentos interpessoais. São destinadas a aproximar as pessoas, aumentando o contato pessoal entre elas.

f) Atividades turísticas de lazer: Constitui o interesse do indivíduo em aproveitar seu tempo livre, suas férias e fins de semana, para conhecer outros lugares, com paisagens e pessoas diferentes. De todas as atividades, é aquela que provoca mais ansiedade nas pessoas, por se tratar de uma mudança de atmosfera e envolver diversas expectativas.

2.2 Propriedades do Turismo

O Turismo é uma das atividades de lazer mais nobres disponíveis às pessoas. Não se trata de algo novo, sendo uma prática que remonta ao Império Romano. Eles visitavam templos, santuários, faziam festividades e, segundo Acerenza (2002) apud Robinson (1976) já possuíam itinerários e guias, os quais especificavam as rotas, os nomes dos caminhos, as distâncias e o tempo requerido para viajar entre os diversos pontos do Império. É inquestionável o fato de que o Turismo ajudou os povos a conhecerem novas terras, culturas e possibilitou o desenvolvimento do comércio, já que os comerciantes precisavam se deslocar para outros territórios para vender ou trocar suas mercadorias por outras. Constata-se a importância que teve o Turismo para a disseminação do conhecimento e da cultura entre os diferentes povos, tanto daqueles que visitam um país e voltam para os seus com novas idéias e visões como daqueles que recebem pessoas de outras localidades e compartilham também de novas experiências e formas de pensamento. Acerenza (2002, p. 66-67) cita um trecho de Burkart e Medlik (1975) de um diálogo datado do século XVIII:

Um dos argumentos mais interessantes foi uma conversa entre LordShaftersbury e o filósofo Locke, publicada em 1764. Os dois adversários discutiam a utilidade das viagens ao estrangeiro, consideradas como uma parte da moderna criação e educação para “conhecer o mundo”. LordShaftersbury expressa: “Digo que o que resulta da observação dos homens e das coisas, de um conhecimento dos usos e costumes das nações para a percepção de sua política, governo, religião, em uma só palavra, pelo estudo, contemplação de seus homens, tal como eles se apresentam no grande cenário mundial, em variadas formas e sob diferentes aparências, esta é a ciência mestra que um cavalheiro deveria compreender, e da qual nossos colégios e escolas nunca ouviram falar”. Segundo LordShaftersbury, os jovens deveriam adquirir, no continente, uma

apreciação crescente das artes e da sociedade civilizada e retornar para enriquecer seu próprio país. E indicava: “por sua vez, nós poderíamos receber visitantes como o fazem atualmente nossos vizinhos, e nosso país enriquecer-se, entre outros ganhos, com uma nova classe de comércio”.

O Turismo possui uma infinidade de definições, porém é essencial dizer que a ideia de que o Turismo não se enquadra naquelas atividades relacionadas a negócios e lucros não é mais aplicada. Segundo Ignarra (2003), essas atividades relacionadas com finanças são responsáveis por grande movimentação turística - nos hotéis, na ocupação de meios de transporte, estrutura de entretenimento e espaços de eventos, etc. Dessa forma, surgiu o conceito de turismo de negócios ou turismo de eventos. Segundo a OMT (1994) “O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”. É indubitável a contribuição do turismo para a renda de um país, visto que os gastos dos turistas criam um efeito multiplicador na economia, gerando efeitos diretos e indiretos, segundo Barretto (1995):

Os beneficiários diretos do efeito multiplicador são os locais de alojamento, alimentação, souvenirs, profissionais do turismo; os indiretos são, por exemplo, correios, bancos, clínicas, profissionais liberais. Quanto aos produtos de primeira necessidade que os habitantes de um local consomem regularmente, quando há turistas, há um consumo turístico secundário dos mesmos.

À medida que o mundo se torna mais globalizado, as distâncias entre os países diminuem, as noções de fronteiras são mitigadas, devido aos avanços nos meios de transportes e telecomunicações, a indústria do turismo se fortalece ainda mais, contando com um grande número de pessoas dispostas a sair de seus locais de origem e entrar em contato com culturas diferentes. Existe, pois, uma correlação direta entre turismo, internacionalização e progresso econômico, democrático e social de um país, conforme segue trecho de Naisbitt (99, p. 150):

À medida que as fronteiras se abrirem, que as populações amadurecerem e se tornarem mais prósperas e que os governos, os educadores e a iniciativa privada continuarem a promover o turismo como um direito humano básico, as pessoas viajarão como nunca dantes. A indústria do turismo está respondendo com planos de viagens para atender a qualquer orçamento e situação. Condições especiais para idosos, para famílias com

crianças, para solteiros e solteiros com crianças, para inválidos, para mulheres acima dos quarenta – qualquer que seja a característica diferenciadora, existe um pacote, um programa ou uma excursão para atender à necessidade.

Constata-se a importância que existe no comprometimento, tanto da esfera pública como privada, em promover o turismo como motor de desenvolvimento, sinal claro de que o país está crescendo em termos democráticos, facilitando o fluxo de entrada e saída de pessoas; socialmente, com o intercâmbio cultural entre diversos países e economicamente, possibilitando que empresas diversifiquem seus produtos, segmentando-os para vários públicos. Para ratificar esse conceito, basta atentar para países que somente agora começaram a abrir suas economias ao mercado, como China e Rússia, os dois destinos emissores que registraram o maior crescimento de gastos no exterior, respectivamente 42% e 31%, segundo consta no Plano Nacional do Turismo (2013-2016).

Essa visão também é compartilhada por Dias (2003, p. 160), onde o autor destaca a influência da globalização na minimização do Estado, ou seja, ao nível maior de autonomia que hoje possuem as cidades e o seu nível crescente de descentralização, que conduzem a tomadas de decisões mais conscientes a respeito das oportunidades locais quanto à atividade turística, inserindo-as em um contexto que vai além do seu entorno geográfico:

[...] A globalização alterou profundamente o papel reservado às cidades de modo geral. O enfraquecimento dos Estados-nações está modificando a função das cidades no mundo, que tendem a assumir um papel cada vez mais relevante, destacando-se e competindo entre si, em vários aspectos: econômico, social, político, cultural, etc. Desse modo, o planejamento de qualquer atividade local deve ter como referência o global, levando-se em consideração outros municípios, em outros países e regiões.

Visto que o turismo é uma das opções de lazer (BARRETTO, 1995), quais as motivações envolvidas no processo de escolha do consumidor? Segundo o mesmo autor, as pessoas precisam ter satisfeito todas as suas necessidades básicas para depois usufruírem dessa necessidade secundária, já que não se trata de um artigo de demanda inelástica, e sim um produto cujo acesso está concentrado em pessoas cujo orçamento permite o gasto com esse serviço. Essa visão remete à pirâmide das necessidades de Maslow, explicitada por Barretto:



Fonte: <http://armazemdomarketing.wordpress.com/2013/03/24/a-piramide-de-maslow/>

[...] De acordo com a escala de Maslow, temos que, na base da pirâmide, existem as necessidades físicas (fisiológicas e de segurança), em segundo lugar, as sociais (afetivas e de estima) e por último a necessidade de auto-realização. O turismo pode ser considerado uma necessidade social, quando a pessoa entende que deve viajar para obter determinado status e assim ser estimada pelo grupo. De outra forma, se a pessoa busca no turismo a auto-realização como uma atividade que lhe satisfaça e que lhe traga prazer ou auto-desenvolvimento por intermédio do conhecimento de novas culturas, o turismo virá por último na escala de necessidades do homem.

Apontar as motivações que levam as pessoas a viajar é questão emblemática, considerando a infinidade de motivos existentes, porém é possível traçar alguns aspectos comuns relacionados ao turismo de lazer, conforme a sequência abaixo descrita por Acerenza (2002, p. 203-204):

- a) Necessidade de relaxamento e recuperação corporal: Origina-se do estresse e esforço do dia a dia. Os destinos mais comuns são os banhos de mar, as termas, etc., e o objetivo também pode ser uma busca de tratamento médico.
- b) Desejo de praticar algum esporte: Orientadas ao exercício físico e a esportes como tênis, pesca, esqui, etc.
- c) Expectativas de prazer e diversão
- d) Interesse em conhecer lugares diferentes: As pessoas são atraídas pelos valores culturais e históricos, como a arte, música, folclore, etc.
- e) Relações interpessoais: Motivadas por visitas a familiares, amigos ou conhecer pessoas novas.
- f) Prestígio e status pessoal: Desejos de superação pessoal, educação ou destacar-se em seu meio.

2.3. Turismo Rural: Características Principais

Segundo o Idestur (Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural), o Turismo Rural tem suas origens na Europa, nos anos de 1950, como forma de desenvolvimento econômico para a região, onde os fazendeiros disponibilizavam suas propriedades para que famílias passassem as férias no campo. Logo depois, propagou-se para os Estados Unidos e existe no Brasil há 30 anos. Esse ramo do turismo é mais concentrado nas regiões Sul e Sudeste do país, devido principalmente à concentração europeia nessas regiões. Segundo o mesmo Instituto, O Turismo Rural possui as seguintes características principais:

Aquele turismo com cheiro de terra que utiliza como elemento vital os recursos culturais do território rural, que leva a viagens ao universo ambiental, artístico, histórico e vivencial, como a roda de viola ou as cavalhadas e que também permite a integração com o cotidiano da roça, e a vida do campo. E com princípios fundamentais que regem o segmento, sendo a valorização territorial, a preservação das raízes rurais, a autenticidade do produto, a harmonia e sustentabilidade ambiental e a identidade e o envolvimento da comunidade local.

O Turismo Rural se enquadra no tipo de Turismo Alternativo, modalidade nova que surgiu como um conjunto de atividades incluindo o turismo de aventura, turismo ecológico ou ecoturismo, diferentes do turismo de massas, aquele praticado por um grande número de pessoas que se concentram em um mesmo ponto turístico, geralmente aqueles lugares conhecidos e que sempre reúnem aglomerações, (ACERENZA, 2002, p. 55).

Ainda de acordo com o autor, essas pessoas buscam lugares afastados, contato com a natureza, novas experiências e culturas diferentes. Trata-se de um público que exige, acima de tudo, qualidade nos serviços, já que possuem grande poder aquisitivo. É relevante notar que hoje vivemos uma cultura chamada “retrô”, ou seja, que busca retornar no tempo e resgatar práticas e costumes que eram populares no passado e que hoje representam um símbolo de recusa e negação dos valores modernos e uma quebra do “status quo”. Barretto (1995) confirma esse cenário:

[...] A tendência atual é exatamente o outro extremo do espectro: o retorno ao hotel familiar, à pousada, em lugares isolados, utilizando antigos fortes de séculos anteriores ou mosteiros. Nas áreas rurais da Europa e dos Estados Unidos, as fazendas são utilizadas como hospedarias para poucas pessoas, que convivem com os proprietários e participam do dia-a-dia da vida no campo.

Percebe-se na reflexão do escritor Barreto, uma crescente dinâmica social em preservar tradições, cujo propósito está na fuga das agitações urbanas e de sua realidade violenta e incômoda, deslocando-se a uma realidade bucólica e simples – quadros de impunidade, violência, desemprego, fome..., desencadeiam posturas de quem possui um mínimo de poder de compra, as quais evidenciam uma necessidade temporal de subtração do quadro cotidiano problemático, para um ambiente atípico idealizador, onde traga gozo momentâneo de viver.

O Turismo Rural tem como uma de suas características mais marcantes a valorização e preservação da cultura local de determinado lugar, contribuindo para o fortalecimento de hábitos e costumes comuns de uma região. Conforme diz Zimmermann, (1996, s.p):

No Turismo Rural há um forte incentivo à preservação e valorização dos hábitos, costumes e peculiaridades locais, o que acaba provocando, no contato com o turista urbano, mais avançado econômica e socialmente, um intercâmbio saudável e harmonioso, onde ambas as partes beneficiam-se: quem recebe, o proprietário rural, preenche a lacuna provocada pela sua distância dos grandes centros, "onde as coisas acontecem" e quem visita, o turista urbano, satisfaz sua curiosidade e necessidade de vivenciar o simples, o contato direto e diferenciado, familiar e pessoal, convivendo com um dia a dia totalmente distinto da sua rotina comum.

O Turismo Rural, no Brasil, teve início na cidade de Lages, Santa Catarina, no início dos anos 1980 (Zimmermann, 1996). Esse mesmo autor, aliás, foi o responsável por implantar, pela primeira vez no Brasil, o produto turístico "Turismo Rural". Adonis Zimmermann foi Secretário Municipal de Lages e Presidente da SERRATUR S/A - Empreendimentos Turísticos no período de 1983 a 1991. Ele fez parte do projeto que visava encontrar uma forma de aproveitar o grande fluxo rodoviário que possuía a cidade, onde as pessoas, em sua maioria vindas de Curitiba, utilizavam a cidade como ponto de parada a fim de comer, descansar e, eventualmente, dormir. Essas pessoas tinham como destinos as serras gaúchas, Gramado e Canela, onde Lages servia como um entreposto. A experiência de como o Turismo Rural foi escolhido como opção para o desenvolvimento da cidade está

relatada no livro “Turismo Rural, um modelo brasileiro” (Zimmermann, 1996, s.p). Em trecho do livro, o autor cita alguns dos fatores que possibilitaram enxergar o potencial da cidade:

[...]Para a surpresa do grupo, que achávamos não ter grande potencial turístico, descobrimos que cerca de 85% das razões que os entrevistados citavam como forças que os motivavam a visitar aquela região, estavam presentes em nossa cidade. Entre outras, foram citadas a hospitalidade, o clima frio, a gastronomia diversificada, a paisagem, a diversificação cultural, a segurança, o ar puro, etc. Mas como transformar estes insumos em produto turístico?

[...] Certo final de semana, convidado para um almoço numa propriedade rural tive um “estalo”: aqui está nosso produto turístico, pois via naquele instante, todos os itens da pesquisa associados naquele ambiente. [...] Contatamos uma empresa que operava seus pacotes turísticos na região e propusemos oferecer sem custos, um almoço na fazenda, para então pesquisarmos suas impressões. São Pedro foi nosso parceiro e nos brindou com um dia de outono com um fantástico céu azul, e sob um frondoso carvalho, embalados pelos acordes da sanfona e do violão, os turistas desfrutaram de um excepcional almoço. Não deu outra, nas pesquisas realizadas, 96% dos participantes indicaram esta como a melhor programação do pacote. A partir daí, tínhamos descoberto nosso "ovo de colombo" o produto turístico, TURISMO RURAL. Após quase 10 anos da implantação da primeira propriedade de turismo rural no município de Lages, hoje denominada de "Capital Nacional do Turismo Rural" - modelo recomendado pela EMBRATUR, estamos convencidos da viabilidade e da metodologia de nossa proposta. (ZIMMERMANN, 1996, s.p)

De acordo com um dos principais envolvidos na concepção do turismo rural no Brasil, a cidade de Lages possuía todos os atributos que ensejavam o produto turístico relacionado à experiência no campo, no contexto rural, onde o turista, principal agente do seu lazer, podia desfrutar de um dia no campo, enquanto estava de passagem pela cidade. Lages se tornou um modelo para outros municípios igualmente detentores de credenciais para implantar o turismo rural como motor de desenvolvimento regional e econômico.

4 OPORTUNIDADES PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL

De acordo com o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), de 2004, o que se explora turisticamente não é mais o município, mas sim a região. Ou seja, o desenvolvimento do turismo deve estar voltado para o crescimento do

entorno em que ele está inserido, trazendo benefícios para um conjunto de cidades. Segundo Acerenza (2002) apud Smith (1980), uma região turística é um destino comercializável (turisticamente), com as zonas de suporte adjacentes, para suprir os serviços requeridos pelo visitante. Além de criar um efeito multiplicador na economia de determinado local, representado pela construção de equipamentos turísticos, como hotéis e serviços complementares, a renda gerada por esse setor fica retida na própria região para ser reinvestido, o que representa benefícios para todos os habitantes que ali residem.

O Turismo Rural constitui um tipo ideal para esse propósito de desenvolvimento regional, visto que impulsiona as atividades microempreendedoras e explora o potencial de propriedades rurais, agregando valor aos seus produtos. Segundo Zimmermann (1996, s.p), são objetivos do Turismo Rural: promover a interiorização do Turismo; viabilizar novas fontes de renda ao produtor rural; e resgatar e valorizar a cultura local e regional. Objetivos semelhantes a esses são encontrados no Plano Nacional do Turismo (PNT), 2007-2010, onde se verifica como um dos gargalos do Turismo no Brasil a concentração territorial dos empreendimentos turísticos e aponta-se a necessidade de desconcentrar a atividade, ou seja, interiorizar o Turismo no Brasil como forma de aumentar a competitividade no setor:

A despeito dos avanços obtidos pelo Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, a atividade turística ainda está bastante concentrada territorialmente, devendo-se expandir a descentralização e interiorização, definindo-se padrões de qualidade que possam se adequar às diversidades regionais do País, considerando as exigências da competitividade internacional. A consolidação e a organização de referências e normas que disponham sobre o funcionamento da atividade constituem requisitos fundamentais para a qualificação dos produtos.

Como foi dito anteriormente por Zimmermann (1996, s.p), entre as vantagens do Turismo Rural está o surgimento de uma nova fonte de renda para o agricultor, na medida em que ele consegue maior retorno financeiro com a vinda dos turistas do que com a venda de produtos rurais. Aliás, nessas propriedades, as atividades exercidas acabam se destinando exclusivamente para esse fim, em detrimento da comercialização dos produtos. Como corolário, temos a redução do êxodo rural, que, segundo o autor, diminui devido ao aumento de empregos no meio rural e ao crescimento da renda.

É imprescindível a diversificação da atividade rural para sustentar sua viabilidade e torná-la atrativa para o investimento. Pois a partir do momento em que o contexto rural é valorizado como oportunidade de negócios rentáveis, ações são voltadas para sua preservação, da mesma forma, pessoas começam a reconhecer a atratividade do local como opção de descanso e lazer, construindo-se uma ponte entre o urbano e o rural, elo tão esquecido nos últimos tempos. Lara (p. 281) atesta esse panorama:

O turismo, se visto como elemento de integração da população urbana ao meio rural, com vistas ao enriquecimento humano de ambas as partes – tendo como base a reconstrução, manutenção e valorização do patrimônio natural e cultural –, contribui no respeito aos valores biológicos, físicos e culturais do espaço, promovendo, assim, a cooperação entre municípios e aumentando os intercâmbios e contatos socioculturais em geral.

Portanto, diversificar a atividade rural, agregando valor aos produtos e tornando mais atrativo o meio rural, é um meio de promover o turismo na região.

4.1 Presidente Prudente no contexto do Turismo Rural

Analisar o potencial do Turismo rural em determinada cidade ou região deve levar em conta três insumos/fatores essenciais: A atividade produtiva, a gastronomia e a paisagem do local. (ZIMMERMANN, 1996, s.p.).

Presidente Prudente, cidade administrativa do Oeste Paulista, 4ª maior região do Estado de São Paulo, possui como principais atividades produtivas o plantio de cana-de-açúcar e a pecuária, tendo apresentado incrementos nos plantios de mandioca, amendoim, soja, eucalipto e seringueira, segundo estudo do governo estadual feito neste ano. De acordo com este estudo (Características sócio-econômicas das regiões do Estado de São Paulo – região administrativa de Presidente Prudente, 2013, p. 63):

A estrutura econômica da região tem como base as atividades do campo, cuja dinâmica imprime sua marca sobre a indústria que, assim, tem forte perfil agroindustrial. Nesta, tem relevância as divisões mais tradicionais e simples, como as de alimentos e bebidas – com destaque para o segmento sucroalcooleiro e os produtos derivados da carne bovina, confecção de vestuário e acessórios, combustíveis, couros e calçados, produtos de minerais não metálicos e móveis.

De acordo com o exposto acima, a base econômica da região está assentada sobre as atividades agropecuárias, que afetam outros setores da economia, como é o caso da indústria e serviços.

Esse aspecto também afeta a gastronomia da cidade, que, segundo a Secretaria da Cultura de Presidente Prudente, não possui um prato típico pelo fato de ter uma culinária heterogênea, onde predomina o churrasco como prato de maior procura, devido à abundância da carne bovina. De acordo com mapeamento turístico elaborado pela Secretaria do turismo da cidade, existem 54 pizzarias, 7 churrascarias e 170 restaurantes. Apesar de a cidade não ter um prato de destaque, ela possui uma infinidade de estabelecimentos para o turista, desde a comida caseira, mais tradicional, até de outras nacionalidades.

Apesar de a cidade não explorar de forma significativa o lazer em áreas rurais, a região de Presidente Prudente possui cidades que apostaram nesse segmento e estão investindo no turismo rural como uma atividade econômica rentável. Como o turismo deve ser visto regionalmente, de forma integrada, é essencial que a cidade aproveite o ambiente favorável, associando-se, fazendo parcerias, a fim de que esse potencial se torne realidade.

4.2 Sustentabilidade ambiental

É senso comum entre as pessoas pensar que a expansão de negócios em ambientes naturais possa trazer degradação e prejuízos ao patrimônio ambiental, representados pela construção dos equipamentos turísticos e visita das pessoas ao local. No entanto, essa visão é equivocada, considerando-se que a principal atração envolvida no negócio é a paisagem do lugar, com todas as suas particularidades e características originais, objeto de interesse do turista, que objetiva uma experiência interativa com o ambiente e não mais de mero expectador. Dessa forma, é crucial a preservação do meio ambiente para a viabilidade do turismo rural. Naisbitt (99, p. 146), afirma que “as pessoas não querem ver terras devastadas ou serras elétricas enferrujadas; elas vêm ver uma floresta viva.”.

Alinhar a proteção ambiental apenas com o interesse utilitarista do empreendedor do turismo rural, apesar de verdadeiro e apresentar ganhos a todos os envolvidos, limita a essência maior presente no negócio – a criação de uma consciência coletiva voltada à conservação dos recursos naturais, não apenas com o intuito de atrair turistas, mas também de mobilizar as pessoas, o governo, a iniciativa privada e entidades não governamentais a enxergarem alternativas para o crescimento econômico, que deve ser sustentável e comprometido com o futuro, e nesse propósito, o turismo rural, tão incipiente e já com grande potencial de crescimento, atende essa demanda crescente e merece visibilidade e investimentos.

4.2.2 Sustentabilidade e diretrizes jurídicas no Turismo Rural

É notória a asserção em alguns meios acadêmicos/informacionais de que o direito de propriedade, garantido constitucionalmente como direito fundamental (artigo 5º, XXII, C.F./88¹), seja inviolável, não passível de restrições. Contudo, a inserção de limites à norma supracitada – a qual, verifica-se como princípio – está evidente nas linhas do próprio texto constitucional, como o previsto no artigo 5º, XXIII² e artigo 170, VI³, C.F./88, por meio dos quais se pode inferir uma tentativa do legislador em preservar, o direito de propriedade a todos, desde que este esteja somado a um destino social eficaz – exercício da função social – e que o princípio da defesa do meio ambiente seja preservado.

Em cenários do Turismo Rural, observa-se uma tendência considerável em aliar o exercício da atividade à conservação dos espaços ambientais necessários para a empresa. Tem-se a prática de um racionalismo ambiental conceituado pela escritora Carmem Rejane Pacheco Porto apud Leff (2001, p.143) como:

¹ Art. 5º, XXII, CF/88 – “é garantido o direito de propriedade”.

² Artigo 5º, XXIII, CF/88 – “a propriedade atenderá a sua função social”.

³ Artigo 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

(...)

VI – defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação.

(...) o resultado de um conjunto de significações, normas, valores, interesses e ações socioculturais; é a expressão do conflito entre o uso da lei (do mercado) por uma classe, a busca do bem comum com a intervenção do Estado e a participação da sociedade civil num processo de reapropriação da natureza, orientando seus valores e potenciais para um desenvolvimento sustentável e democrático.

Exploração de centros culturais da região, exercício da agricultura familiar, da agroecologia – cultivos de hortifrutigranjeiros sem o emprego de pesticidas - são exemplares de como o homem pode conciliar o desenvolvimento do atrativo turístico para a região (incluindo o turismo para fins científicos) com projetos sustentáveis.

Consoante à mudança comportamental das pessoas, tanto físicas quanto jurídicas, em conservar espaços ambientais a fim de apresentá-los a turistas e futuras gerações, está a imposição de normas cogentes no diploma legal. A Lei nº 9605/98, cognominada de “Lei dos Crimes Ambientais”, foi criada com o objetivo de minimizar os efeitos de atividades exploratórias sobre o meio ambiente, pois se tem como direito pretendido a égide imediata da Vida do Homem – preservar sua descendência. Segundo consta no artigo 3º da referida Lei e em seu Capítulo V – “Dos crimes contra o meio ambiente” -, as pessoas jurídicas, assim como as físicas, “serão responsabilizadas administrativa, civil e penalmente, conforme o dispositivo”. As penas variam desde uma pena privativa de liberdade (esfera penal) em até uma simples multa.

Esta orientação mandamental em lei reflete uma tendência hodierna em se preservar o meio ambiente e, ao mesmo tempo, colher os frutos dessa preservação de modo a garantir um equilíbrio ambiental entre as espécies endógenas de seres, e a influência da presença do homem na região, preservando este em nome das futuras gerações.

4.3 A importância do incentivo público

O Turismo é de vital importância para a agenda de qualquer governo. Como sendo uma das atividades que mais geram empregos e renda, é instrumento de extrema importância para o desenvolvimento de uma região. De acordo com Fernandes e Coelho (2002, p. 71):

[...] Por suas funções, o Estado deve cumprir uma série de obrigações a favor de um desenvolvimento ordenado do turismo, a fim de colocá-lo ao abrigo das influências negativas da conjuntura. O Estado deve conceder ao turismo o lugar e a prioridade que merece no conjunto das atividades econômica e social e, para isto, não só há de promulgar leis, como há de elaborar também previsões a respeito das estruturas locais, regionais e nacionais do turismo, e há de facilitar seu financiamento.

Apenas no início deste ano foi criada a Secretaria de Turismo de Presidente Prudente, com o objetivo de fomentar a atividade turística e de lazer, que procurará trazer recursos para o município. É de extrema importância o engajamento a nível municipal para o crescimento do setor, no que se refere à melhoria da infraestrutura e divulgação à população, conforme diz Dias (2003, p. 166):

Os municípios, independentemente das medidas adotadas pelo setor privado, devem ter uma política própria de atendimento do fluxo turístico. Entre estas estão: colocar placas de sinalização em todos os locais públicos com informação relevante para o deslocamento, promover junto às escolas cursos e campanhas de esclarecimento do papel do turismo no desenvolvimento do município, manter uma estrutura pessoal qualificada e poliglota, para o atendimento dos turistas em centros de informação especialmente instalados, desenvolver campanhas de informação e muitas outras medidas.

Entre as ações citadas para fortalecer o turismo estão destacar a cidade no cenário nacional e atrair eventos relacionados à Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas em 2016, além de atrair a atenção para alguns pontos turísticos, como a Cidade da Criança, o Parque Aquático e o Teatro Matarazzo, que possui capacidade para sediar grandes eventos. Esse é um indicativo do potencial turístico que possuirá a cidade em um futuro próximo, do qual o Turismo Rural pode se beneficiar, visto que a região se caracteriza pela sua atividade agrícola, despertando o interesse do turista em usufruir desse produto. Porém, para tornar o lazer em um contexto rural atrativo, há muito que fazer para melhorar a oferta desse produto.

Em entrevista concedida a esta pesquisa pelo diretor de um hotel-fazenda da região, quando questionado a respeito das dificuldades encontradas pelo setor, ele apontou a falta de pavimentação das estradas como um dos entraves ao acesso à propriedade rural, juntamente com a escassez de mão-de-obra qualificada. Trata-se de gargalos que prejudicam a expansão do segmento, dificultando a chegada do indivíduo ao local e também inibindo pessoas que estariam dispostas a investir no setor, mas que, por falta de infra-estrutura adequada, temem ver seus

intentos frustrados. O outro problema é bem mais estrutural, pois diz respeito a algo historicamente deficitário em nosso país: a educação. No entanto, a curto prazo, é possível que um programa de treinamento, com vistas a capacitar pessoas para atuar no setor turístico, possa suprir essa lacuna na oferta do serviço.

4.4 Impactos negativos do Turismo Rural

Até agora se exaltaram apenas os pontos positivos da atividade, com isso, faz-se necessário avaliar seus aspectos negativos. Em primeiro lugar, é preciso acentuar que a implantação do turismo rural em uma propriedade traz, inevitavelmente, mudanças na sua constituição e rotina de atividades, devido à instalação dos equipamentos turísticos e à estrutura para recepção dos turistas. Segundo Portuguez (1999, p. 99), essas interferências no ambiente podem trazer graves alterações paisagísticas e funcionais, que podem descaracterizar o hábitat rural, tornando-o demasiado artificial. Sem as características rústicas originais que o turista procura, o produto perde a sua essência primordial.

Dessa forma, a preservação do meio ambiente, dos recursos naturais e das espécies animais é de vital importância, não somente por uma questão sustentável, mas também para a própria viabilidade do negócio.

5 CONCLUSÃO

Depreende-se até aqui, unindo-se a profusão de aspectos citados, a força representada pelo turismo rural como atividade empreendedora de caráter sustentável, que agrega valor aos produtos rurais, constitui uma alternativa de renda ao proprietário – contribuindo para sua permanência no campo -, promove o resgate dos valores culturais da comunidade e valoriza o patrimônio natural.

Ao lado de atividade tão promissora, emerge um novo perfil de turista: interessado em maior contato com a natureza, em novas experiências, culturas diferentes e lugares afastados. Esse indivíduo, pressionado pelo stress do trabalho e as cobranças diárias, procura pelo equilíbrio e harmonia presentes no modo mais

simples de viver do campo. Essa situação mostra que vivemos um paradoxo na sociedade: Quanto mais globalizado e tecnológico o mundo se torna, mais as pessoas procuram formas alternativas de aproveitarem seu tempo livre, não ao encontro dessa realidade – mas fugindo dela. Dessa forma, constata-se que a demanda por esse tipo de lazer é crescente e possui oportunidades ímpares de desenvolvimento econômico regional.

Presidente Prudente, mesmo que não tenha paisagens deslumbrantes, está inserida no contexto rural, em que a agropecuária representa a principal atividade econômica. Além disso, a região é rica em cultura local, como as festividades juninas, as comidas típicas do interior e eventos ligados ao universo agrário. Claro que um estudo mais aprofundado sobre a viabilidade desse negócio é necessário, mas não se pode descartar o potencial visível que a cidade detém.

Empreender não é tarefa simplória, ainda mais quando obstáculos impedem sua expansão. Faltam incentivos às pequenas propriedades e os estabelecimentos reclamam das sofríveis condições de infra-estrutura que dificultam a chegada do visitante ao local, além da falta de mão-de-obra adequada, sinais patentes do descaso público com o setor.

REFERÊNCIAS

ACERENZA, Miguel Ángel. **Administração do turismo**. Bauru: EDUSC, 2002-2003.

BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. SP: Papirus, 1995.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado, 1988.

CAMARGO, Luiz Octavio de Lima. **O que e lazer**. 3. ed. Sao Paulo: Brasiliense, 1999.

CARACTERÍSTICAS sócio-econômicas das regiões do Estado de São Paulo – Região administrativa de Presidente Prudente. **Site da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Regional**. Disponível em:

<http://www.planejamento.sp.gov.br/noti_anexo/files/uam/manuais/presidenteprudente.pdf>. Acesso em: 12 maio 2013.

DE MASI, Domenico. **O ócio criativo**: entrevista a Maria Serena Palieri. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo**: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

FERNANDES, Ivan Pereira; COELHO, Marcio Ferreira. **Economia do turismo**: teoria & prática. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

HISTÓRIA de Presidente Prudente. **Site do Museu e Arquivo Histórico Prefeito Antonio Sandoval Netto**. Disponível em:<<http://museu.presidenteprudente.sp.gov.br/historiapp.php>>. Acesso em: 22 maio 2013.

HONORÉ, Carl. **Devagar**. 2.ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. SP: Cengage Learning Editores, 2003.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002-2005.

NAISBITT, John. **Paradoxo global**: quanto maior a economia mundial, mais poderosos são os seus protagonistas menores; nações, empresas e indivíduos. Rio de Janeiro: Campus, 1991-1999.

PLANO nacional do turismo 2007-2010: Uma viagem de inclusão. **Site do Ministério do Turismo**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/do_wnloads_plano_nacional/PNT_2007_2010.pdf. Acesso em: 10 maio 2013.

PLANO nacional do turismo 2013-2016: O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil. **Site do Ministério do Turismo**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/conselhos/conselho_nacional/documentos_conselho/Apresentacao_PNT.pdf. Acesso em: 10 maio 2013.

PORTO, Carmem Rejane Pacheco. Indicadores de sustentabilidade: uma construção a partir da percepção do visitante nos caminhos rurais de Porto Alegre. Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: <[http://www.agb.org.br/XENPEG/artigos/GT/GT5/tc5%20\(999\).pdf](http://www.agb.org.br/XENPEG/artigos/GT/GT5/tc5%20(999).pdf)>. Acesso em: 31 mai 2013.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Agroturismo e desenvolvimento regional**. São Paulo: Hucitec, 1999.

RODRIGUES, A. B. **Turismo Rural: Práticas e perspectivas**. SP: Contexto, 2001.

RUSSELL, Bertrand. **O elogio do ócio**. 3. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2002.

SECRETARIA do Turismo. **Site da Prefeitura municipal de Presidente Prudente**. Disponível em:

<<http://www.presidenteprudente.sp.gov.br/site/unidade.xhtml;jsessionid=3C3F86105D0E90124987816F3D0DCD1B?cod=18>>. Acesso em: 30 maio 2013.

TURISMO rural brasileiro. **Site do IDESTUR (Instituto de desenvolvimento do turismo rural)**. Disponível em:

<http://www.turismorural.org.br/navegacao.asp?id_menu=2&id_conteudo_exibir=65>. Acesso em: 11 maio 2013.

TURISMO rural. **Site do Ministério do Turismo**. Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/estrutura_segmentos/rural.html. Acesso em: 05 maio 2013.

ZIBETTI, Darcy Walmor; BARROSO, Lucas Abreu. **Agroindústria: uma análise no contexto socioeconômico e jurídico brasileiro**. São Paulo: LEUD, 2009.

ZIMMERMANN, Adonis. **Turismo Rural: um modelo brasileiro**. Florianópolis: Ed. do Autor, 1996.