

TURISMO RURAL: Orientações Básicas

2ª Edição





Ministério do Turismo  
Secretaria Nacional de Políticas de Turismo  
Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico  
Coordenação-Geral de Segmentação

**TURISMO RURAL:**  
**Orientações Básicas**

2ª Edição

Brasília, 2010



**Presidente da República Federativa do Brasil**

Luiz Inácio Lula da Silva

**Ministro de Estado do Turismo**

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

**Secretário-Executivo**

Mário Augusto Lopes Moysés

**Secretário Nacional de Políticas do Turismo**

Carlos Silva

**Diretor do Departamento de Estruturação, Articulação  
e Ordenamento Turístico**

Ricardo Martini Moesch

**Coordenadora-Geral de Segmentação**

Sáskia Freire Lima de Castro

**Coordenadora-Geral de Regionalização**

Ana Clévia Guerreiro Lima

**Coordenadora-Geral de Informação Institucional**

Isabel Cristina da Silva Barnasque

**Coordenadora-Geral de Serviços Turísticos**

Rosiane Rockenbach

2010, Ministério do Turismo

Todos os direitos reservados. Este trabalho poderá ser reproduzido ou transmitido na íntegra, desde que citados o autor e a obra. São vedadas a venda e a tradução, sem autorização prévia por escrito do Ministério do Turismo.

Coordenação e Execução  
Ministério do Turismo

2ª Edição  
Distribuição gratuita

Ministério do Turismo  
Esplanada dos Ministérios, Bloco U, 2º andar  
70.065-900 – Brasília-DF  
<http://www.turismo.gov.br>

Dados internacionais de catalogação na publicação (CIP)

Brasil. Ministério do Turismo.  
Turismo rural: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – 2.ed – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.  
68p. ; 24 cm.

Coleção com onze volumes.  
Inclui anexo: Diretrizes para o desenvolvimento do Turismo Rural.

1. Programa de Regionalização do Turismo. 2. Meio rural. 3. Roteiro Turístico, Brasil. 4. Atividade turística. 5. Agricultor. 6. Turismo, desenvolvimento. 7. Rural, espaço. I. Título.

CDD – 338.47910981

# Ficha Técnica

Coordenação-Geral	Sáskia Freire Lima de Castro Wilken Souto
Coordenação Técnica	Marcela Souza
Revisão Técnica	Cristiano Borges
Apoio Técnico	Alessandra Lana Alessandro Castro Ana Beatriz Serpa Bárbara Rangel Fabiana Oliveira Luis Eduardo Delmont Priscilla Grintzos Rafaela Lehmann Salomar Mafaldo
Consultoria Contratada	Mercês Parente
Colaboração	Andreia Roque - Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural Carlos Solera - Proprietário Rural Bruna Neiva Gama - Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) Gabrielle Nunes de Andrade - Ministério do Turismo (MTur) Maria Inês Ávila - Sindicato de Turismo Rural e Ecológico do DF Mauricio Tedeschi - Sebrae Nacional Prof.ª M.ª Mara Flora Lottici Krahl Prof. Dr. Luiz Otávio Cabral Otto Walter Schmiedt - Consultor Câmara Temática de Segmentação Coordenadoria de Planejamento Turístico - SETUR/PR Ministério do Meio Ambiente (MMA)
Agradecimentos	Rosiane Rockenbach – Ministério do Turismo (MTur) Prof.ª M.ª Mara Flora Lottici Krahl
Contatos	segmentos@turismo.gov.br rural@turismo.gov.br

## **Agradecemos a todos que contribuíram na elaboração da 1ª edição (2008) deste documento:**

Tânia Brizolla, Jurema Monteiro, Ana Beatriz Serpa, Ana Paula Bezerra, Carolina Juliani de Campos, Carolina C. Neves de Lima, Francisco John Castro Pires, Gleidson Diniz, Guilherme Coutinho, Lara Chicuta Franco, Milton Paulo Sena Santiago, Talita Lima Pires, Camila Marques Viana da Silva, Carmélia Amaral, Enzo Arns, Rosana França, Simone Scorsato, Thaise Guzzatti.



# Apresentação

O comportamento do consumidor de turismo vem mudando e, com isso, surgem novas motivações de viagens e expectativas que precisam ser atendidas. Em um mundo globalizado, onde se diferenciar adquire importância a cada dia, os turistas exigem, cada vez mais, roteiros turísticos que se adaptem às suas necessidades, sua situação pessoal, seus desejos e preferências.

O Ministério do Turismo reconhece essas tendências de consumo como oportunidades de valorizar a diversidade e as particularidades do Brasil. Por isso, propõe a segmentação como uma estratégia para estruturação e comercialização de destinos e roteiros turísticos brasileiros. Assim, para que a segmentação do turismo seja efetiva, é necessário conhecer profundamente as características do destino: a oferta (atrativos, infraestrutura, serviços e produtos turísticos) e a demanda (as especificidades dos grupos de turistas que já o visitam ou que virão a visitá-lo). Ou seja, quem entende melhor os desejos da demanda e promove a qualificação ou aperfeiçoamento de seus destinos e roteiros com base nesse perfil, terá mais facilidade de inserção, posicionamento ou reposicionamento no mercado.

Vale lembrar que as políticas públicas de turismo, incluindo a segmentação do turismo, têm como função primordial a redução da pobreza e a inclusão social. Para tanto, é necessário o esforço coletivo para diversificar e interiorizar o turismo no Brasil, com o objetivo de promover o aumento do consumo dos produtos turísticos no mercado nacional e inseri-los no mercado internacional, contribuindo, efetivamente, para melhorar as condições de vida no País.

A aprendizagem é contínua e coletiva. Diante disso, o Ministério do Turismo divulga mais um fruto do esforço conjunto entre poder público, sociedade civil e iniciativa privada: as versões revisadas e atualizadas de nove *Cadernos de Orientações Básicas de Segmentos Turísticos*. Apresenta, também, dois novos cadernos: *Turismo de Saúde e Segmentação do Turismo e o Mercado*, que passam a fazer parte desta coletânea. O objetivo é difundir informações atualizadas para influir na percepção daqueles que atuam no processo de promoção, desenvolvimento e comercialização dos destinos e roteiros turísticos do Brasil.



# Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
<b>2. ENTENDENDO O SEGMENTO</b>	<b>13</b>
2.1 Aspectos históricos	13
2.2 Turismo rural brasileiro: contextualização	14
2.3 Definições	16
2.3.1 Outras terminologias	20
2.4 Caracterização do turismo rural	23
2.5 Estudos e pesquisas sobre o segmento	25
2.5.1 Perfil do turista do segmento	28
2.6 Marcos legais	29
2.7 Serviços oferecidos e atividades praticadas pelo visitante	33
<b>3. BASES PARA O DESENVOLVIMENTO DO SEGMENTO</b>	<b>37</b>
3.1 Identificação e análise de recursos	38
3.2 Estabelecimento de parcerias e formação de redes	40
3.3 Envolvimento da comunidade local	45
3.4 Agregação de atratividade	46
3.4.1 Diversificação das atividades	48
3.4.2 Práticas de gestão ambiental	51
3.5 Incentivos ao desenvolvimento do turismo rural	52
3.6 Acessibilidade	54
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>57</b>
<b>5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>59</b>
<b>6. BIBLIOGRAFIA</b>	<b>63</b>
<b>7. ANEXO</b>	<b>67</b>



# 1. Introdução

O meio rural passa por grandes transformações, principalmente nas relações de produção e trabalho, decorrentes do processo de intensificação da globalização e modernização da agricultura. Nesse processo, as atividades agropecuárias vêm enfrentando problemas, como a desagregação das formas tradicionais de articulação da produção e uma desvalorização gradativa em relação a outras atividades, levando à busca de novas fontes de renda que gerem a dinamização econômica dos territórios rurais.

Ao mesmo tempo, a sociedade vem descobrindo a importância ambiental e o valor estratégico de manutenção da paisagem rural, e passa a tratar rios, fauna e flora como elementos essenciais para o ser humano. Este contexto tem propiciado a revalorização do modo de vida e o surgimento de novas funções econômicas, sociais e ambientais para o espaço rural, permitindo ao agricultor novas maneiras de garantir sua permanência no campo.

Aos poucos, o agricultor vem deixando de ser somente um produtor de matéria-prima e descobre a possibilidade de desenvolvimento de atividades não-agrícolas, como é o caso do turismo. Sob essa perspectiva, se assiste ao crescimento da atividade turística no meio rural devido especialmente ao caráter transversal, dinâmico e global do turismo, capaz de impactar as várias dimensões que afetam os processos de desenvolvimento de setores, atividades e territórios.

Hoje, é relevante o número de propriedades rurais que incorporam atividades turísticas em suas rotinas.<sup>1</sup> Afinal, cada vez mais, os turistas estão em busca de lugares onde a paisagem apresente características – naturais e culturais – próprias e onde os residentes possuam um estilo de vida diferente daquele dos visitantes. O espaço rural - comumente associado pela população urbana à qualidade de vida – representa para o turista uma oportunidade de contato com paisagens, experiências e modos de vida distintos dos encontrados nos centros urbanos.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

<sup>2</sup> LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas**. Dissertação de Mestrado. Brasília: GEA/IH/UnB, 2003: 30.

Além da possibilidade de geração de uma renda adicional para as comunidades locais, o Turismo Rural pode contribuir para a revitalização econômica e social das regiões, a valorização dos patrimônios e produtos locais, a conservação do meio ambiente, a atração de investimentos públicos e privados em infraestrutura para os locais onde se desenvolve.

No entanto, para que esse segmento de turismo possa, de fato, constituir-se em um fator de desenvolvimento, são necessárias “ações de estruturação e caracterização, para que essa tendência não ocorra desordenadamente, de modo a consolidar o Turismo Rural como uma opção de lazer para o turista e uma importante e viável oportunidade de renda para o empreendedor rural”.<sup>3</sup>

Neste documento, estão agregadas algumas orientações básicas que poderão auxiliar neste sentido. Ele foi estruturado em dois capítulos principais: Entendendo o Segmento; e Bases para o Desenvolvimento do Turismo Rural.

No primeiro deles, será possível ao leitor compreender as características e a dinâmica do Turismo Rural, bem como o contexto em que o segmento se encontra inserido, a partir de seus aspectos históricos e marcos legais; suas definições, principais características e atividades praticadas; estudos e pesquisas.

O capítulo seguinte procurou apresentar as bases para o desenvolvimento do segmento. Para isso, apresenta informações sobre a identificação dos recursos de uma região; a necessidade de cooperação e envolvimento da comunidade; formas de agregação de atratividade ao produto turístico; incentivos existentes ao Turismo Rural.

O novo caderno Segmentação do Turismo e Mercado, que também compõe esta coletânea, complementa as informações aqui contidas, trazendo informações sobre a realidade do mercado turístico e sobre a promoção e a comercialização no segmento.

Em relação à edição anterior, publicada em 2008, este documento, além de ter passado por uma atualização, no que se refere à legislação e ao perfil do turista, por exemplo, procurou corrigir falhas apontadas por colaboradores de várias partes do Brasil e agregar informações importantes em relação a um segmento apaixonante e com grande potencial.

---

<sup>3</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

## 2. Entendendo o segmento

Para que se compreendam as características e a dinâmica do Turismo Rural, é preciso partir de uma contextualização de seu surgimento e desenvolvimento no mundo e conhecer o histórico e as peculiaridades que lhe são conferidas no Brasil.

### 2.1 Aspectos históricos

Há variadas hipóteses sobre o surgimento das primeiras experiências turísticas no meio rural. Contudo, pode-se afirmar que o Turismo Rural despontou como atividade econômica em meados do século XX, primeiramente na Europa e nos Estados Unidos. A década de 1980 é considerada o marco inicial da atividade no Brasil, Argentina e Uruguai, tendo as primeiras iniciativas de Turismo Rural surgido no Japão, na África e na Oceania nos anos 1990 e em países como Mongólia, Madagascar e Ucrânia apenas na década seguinte.<sup>4</sup>

Surgido como uma prática capaz de promover a sociabilidade, a integração entre o rural e o urbano e a transformação socioeconômica, contribuindo para aliviar a pobreza no campo, sem descaracterizar a paisagem e a identidade da população local, o Turismo Rural passa a ser enaltecido em estudos e pelos governos.<sup>5</sup>

Na União Européia, a criação de um programa de desenvolvimento rural em 1991,<sup>6</sup> fez com que muitos países implementassem políticas públicas de apoio ao Turismo Rural e à outras atividades não-agrícolas capazes de revitalizar os territórios rurais. Seguindo o exemplo europeu e acreditando no desenvolvimento do Turismo Rural também como forma de criar postos de trabalho e valorizar o patrimônio natural e histórico, hoje, esse segmento do turismo é trabalhado por países de todas as partes do mundo.

No Brasil, o início do Turismo Rural como atividade econômica está relacionado ao município de Lages, em Santa Catarina, onde teriam surgido em 1986 as primeiras propriedades rurais abertas à visitação. A partir de então a

<sup>4</sup> ROQUE, Andreia. **Turismo Rural: do real ao imaginário. Projeto de Doutorado.** Portugal: Universidade de Aveiro, 2009.

<sup>5</sup> LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas. Dissertação de Mestrado.** Brasília: GEA/IH/UnB, 2003: 2.

<sup>6</sup> **Programa LEADER:** Ligações entre as Ações de Desenvolvimento Rural é um programa cujos fundos são administrados pelos respectivos Ministérios da Agricultura dos países membros.

atividade começou a ser caracterizada como Turismo Rural<sup>7</sup> e encarada como oportunidade por seus realizadores, que buscavam alternativas às dificuldades que o setor agropecuário enfrentava.

A partir do final de 1990, os aspectos positivos do Turismo Rural foram amplamente difundidos no País, fazendo com que um expressivo número de empreendedores de todas as regiões investissem nesse segmento, muitas vezes de forma pouco profissional ou sem o embasamento técnico necessário. Conseqüentemente, questões negativas de sua implantação também começaram a se manifestar, relacionadas, de modo geral, à sobrecarga da estrutura rural por um número elevado de visitantes e veículos, problemas legais, degradação ambiental e descaracterização do meio e da própria atividade.<sup>8</sup>

## 2.2 Turismo rural brasileiro: contextualização

Criar segmentos é uma estratégia para “alavancar o mercado-alvo e melhorar a relação custo-benefício na promoção do turismo”. Tal estratégia regula “a capacidade de recepção do destino e evita o desperdício de recursos”. Pode-se dizer que segmentar consiste em dividir o mercado “em conjuntos de consumidores com características semelhantes”.<sup>9</sup> Um desses grupos de consumidores é formado por pessoas que viajam atraídas pelo que o Turismo Rural oferece.

Muitos moradores urbanos viajam com o intuito de reencontrar suas raízes, interagir com a comunidade local, participar de suas festas tradicionais, desfrutar da hospitalidade e do aconchego nas propriedades, conhecer o patrimônio histórico e natural no meio rural, conviver com os modos de vida, tradições, costumes e com as formas de produção das populações do interior, vivenciar novas experiências, buscar novos conhecimentos, saberes, descansar física e mentalmente, fugir da rotina da vida urbana e adquirir produtos típicos. Isso somado à necessidade que o produtor rural tem de diversificar sua fonte de renda e de agregar valor aos seus produtos, pode explicar o crescimento do segmento de Turismo Rural no Brasil.<sup>10</sup>

Alguns outros fatores ajudam a entender as razões pelas quais muitas

<sup>7</sup> Em 1998, a atividade foi foco das discussões do Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, que resultou na **Carta de Santa Maria** (disponível em <http://www.ufsm.br>), documento referencial da atividade no Brasil, que resultou em um trabalho multidisciplinar de técnicos, agentes e atores e deu origem ao marco conceitual e às Diretrizes Operacionais do Turismo Rural.

<sup>8</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003:10.

<sup>9</sup> TULIK, Olga. **Turismo no Espaço Rural: segmentação e tipologia**. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio; SOUZA, Marcelino (org.). Turismo Rural: patrimônio, cultura e legislação. Santa Maria, RS: Ed. FACOS-UFSM, 2006: 108 e 109.

<sup>10</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003:6.

localidades têm buscado este segmento, interessadas na dinamização social e econômica de seus territórios rurais e em benefícios como:<sup>11</sup>

- Diversificação da economia regional, pelo estabelecimento de micro e pequenos negócios;
- Geração de novas oportunidades de trabalho e renda;
- Incorporação da mulher ao trabalho remunerado;
- Agregação de valor ao produto primário;
- Diminuição do êxodo rural;
- Melhoria da infra-estrutura de transporte, comunicação e saneamento no meio rural;
- Melhoria dos equipamentos, dos bens imóveis e das condições de vida das famílias rurais;
- Interiorização do turismo;
- Conservação dos recursos naturais e do patrimônio cultural;
- Promoção de intercâmbio cultural e enriquecimento cultural;
- Integração das propriedades rurais e comunidade local;
- Valorização das práticas rurais, tanto sociais quanto de trabalho;
- Resgate da auto-estima do camponês.<sup>12</sup>

Além dos aspectos já mencionados, cabe destaque o surgimento de um novo e complementar mercado para os agricultores, já que o Turismo Rural propicia o contato direto do consumidor com o produtor rural que, além de vender serviços de hospedagem, alimentação e entretenimento, pode comercializar produtos *in natura* (frutas, ovos, verduras) ou beneficiados (compotas, queijos, artesanato) aos visitantes. Dessa maneira, o produtor incrementa a sua renda e o turista tem acesso a produtos de qualidade e acessíveis.

Contudo, desenvolver o Turismo Rural requer superar alguns obstáculos como precariedade de infraestrutura no meio rural, baixa qualificação profissional, falta de preparo de agências e operadoras para lidar com o segmento, falta de legislações e regulamentação específicas.<sup>13</sup> Além disso, como mencionado no item anterior, é preciso ter em mente que o segmento também pode trazer aspectos negativos, que precisam ser analisados e discutidos para serem evitados ou mesmo contornados.

O crescimento do Turismo Rural no Brasil tem ocorrido, na maior parte dos

<sup>11</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. *Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil*. Brasília: Ministério do Turismo, 2003:9 e MARTINEZ E MONZONIS 2000 apud TULIK, Olga. *Turismo Rural*. São Paulo: Aleph, 2003:51. Coleção ABC do Turismo. 2ª Edição.

<sup>12</sup> **Camponês**: relativo ou pertencente ao campo.

<sup>13</sup> CAMPANHOLA, Clayton; GRAZIANO da Silva, José. *O Agroturismo como Nova Fonte de Renda para o Pequeno Agricultor Brasileiro*. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org). *Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento*. São Paulo: Ed. Edusc, 2000: 163.

casos, de forma empírica, apresentando características diferentes ao longo do País e, até em razão disso, recebendo denominações distintas confundindo-se em múltiplas concepções, manifestações e definições. Isso se deve, em grande parte, pela dificuldade em se ordenar, incentivar e oficializar o Turismo Rural enquanto segmento turístico, fazendo com que a vasta diversidade cultural e geográfica do País, ao invés de identificar cada lugar, tenda à descaracterização e à geração de discrepâncias que, via de regra, desvalorizam a atividade turística.<sup>14</sup>

Em razão disso e da especificidade das atividades turísticas executadas no meio rural, torna-se imprescindível ter referenciais que sirvam de orientação a todos que trabalham com o segmento, o que se tentou fazer, a seguir, com a apresentação de algumas definições.

### 2.3 Definições

As mudanças que vêm ocorrendo no meio rural instauram uma problemática quanto à definição e delimitação do espaço rural e urbano. Não existe critério universal para a delimitação das fronteiras entre o rural e o urbano,<sup>15</sup> o que faz com que cada país adote o conceito que considera mais viável.

No Brasil, bem como em alguns outros países, o critério tem natureza mais administrativa que geográfica ou econômica. O que vale não é a intensidade ou certas qualidades dos assentamentos humanos, mas o fato de serem considerados administrativamente como urbanos ou não pelos poderes públicos municipais. Segundo a definição do IBGE (1997),

na situação urbana consideram-se as pessoas e os domicílios recenseados nas áreas urbanizadas ou não, correspondentes às cidades (sedes municipais), às vilas (sedes distritais) ou às áreas urbanas isoladas. A situação rural abrange a população e os domicílios recenseados em toda a área situada fora dos limites urbanos, inclusive os aglomerados rurais de extensão urbana, os povoados e os núcleos.

Não se pretende aprofundar essa discussão, mas destacar que, para os fins deste documento, a definição de rural tem como base características fundamenta-

<sup>14</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003:10.

<sup>15</sup> CAMARANO, A. A., ABRAMOVAY, R. **Êxodo rural, envelhecimento e masculinização no Brasil: panorama dos últimos 50 anos**. Rio de Janeiro: 1999.

das na paisagem e na ruralidade.<sup>16</sup>

Da mesma forma como não há definição mundialmente consolidada sobre o que é o meio rural, não há consenso quanto à definição de Turismo Rural ou dos elementos que o constituem. Cada país apresenta diferentes características de atividade turística realizada no meio rural, impregnadas pela identidade e peculiaridades de cada lugar.<sup>17</sup>

O espaço não urbano, definido pelo IBGE como rural, abriga diversos empreendimentos e experiências que podem caracterizar vários tipos e segmentos de turismo, não apenas o Turismo Rural. Isto é, as muitas práticas turísticas que ocorrem no espaço rural não são, necessariamente, Turismo Rural, e sim atividades de lazer, esportivas, ou ócio de cidadãos, que ocorrem alheias ao meio em que estão inseridas. Vários autores acreditam ser mais apropriado denominá-los como Turismo no Espaço Rural, ficando a expressão Turismo Rural reservada “para as atividades que mais se identificam com as especificidades da vida rural, seu habitat, sua economia e sua cultura”.

Assim, entende-se o Turismo no Espaço Rural como um recorte geográfico, no qual o Turismo Rural está inserido,<sup>18</sup> posição também adotada pelo Ministério do Turismo, que considera por Turismo no Espaço Rural ou em Áreas Rurais:

---

*“Todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na oferta: Turismo Rural, Turismo Ecológico ou Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Saúde, Turismo Cultural, Turismo Esportivo, atividades estas que se complementam ou não”.*<sup>19</sup>

---

A definição de Turismo Rural adotada pelo Ministério do Turismo é resultado de uma ampla discussão com diversos representantes do setor e fundamenta-se em aspectos que se referem ao turismo, ao território, à base econômica, aos recursos naturais e culturais e à sociedade. Com base nesses aspectos e nas contribuições dos parceiros e da área acadêmica em todo o país, define-se que:

<sup>16</sup> **Ruralidade:** valor que a sociedade contemporânea concebe ao rural e que contempla as características mais gerais do meio rural: a produção territorializada de qualidade, a paisagem, a biodiversidade, a cultura e certo modo de vida, identificados pela atividade agrícola, a lógica familiar, a cultura comunitária, a identificação com os ciclos da natureza.

<sup>17</sup> LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas. Dissertação de Mestrado.** Brasília: GEA/IH/UnB, 2003: 41 e 28.

<sup>18</sup> LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas. Dissertação de Mestrado.** Brasília: GEA/IH/UnB, 2003: 41.

<sup>19</sup> GRAZIANO DA SILVA, José et al. **Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil.** In: ALMEIDA, J.A. et al. (Org.). **Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável.** Santa Maria: Centro Gráfico, 1998:14.

---

---

*“Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”.*<sup>20</sup>

---

---

Essa definição revela uma lógica de valorização das particularidades do Turismo Rural e pode ser compreendida a partir do detalhamento das idéias nela sintetizadas:

#### **a) Atividades turísticas no meio rural**

As atividades turísticas no meio rural são constituídas pela oferta de serviços, equipamentos e produtos turísticos de:

- Hospedagem;
- Alimentação;
- Operação e agenciamento;
- Transporte de visitantes;
- Recepção à visitação em propriedades rurais;
- Recreação, entretenimento e atividades pedagógicas vinculadas ao contexto rural;
- Eventos;
- Outras atividades praticadas no meio rural e que existam em função do turismo ou se constituam no motivo da visitação.

#### **b) Meio rural**

A concepção de meio rural adotada baseia-se na noção de território, com ênfase no critério da destinação da terra e na valorização da ruralidade. Nos territórios rurais, os elementos que indicam identidade e coesão social, cultural e territorial manifestam-se, predominantemente, pela destinação da terra, notadamente focada nas práticas agrícolas e na noção de ruralidade, ou seja, no valor que a sociedade contemporânea concebe ao rural. Tal valor contempla as características mais gerais do meio rural: a produção territorializada de qualidade, a paisagem, a biodiversidade, o modo de vida, a lógica familiar, a cultura comunitária, a identificação com os ciclos da natureza.

#### **c) Comprometimento com a produção agropecuária**

É a existência da ruralidade, de um vínculo com as coisas da terra. Dessa forma, mesmo que as práticas eminentemente agrícolas não estejam presentes em escala comercial, o comprometimento com a produção agropecuária pode

---

<sup>20</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. *Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil*. Brasília: Ministério do Turismo, 2003:11.

ser representado pelas práticas sociais e de trabalho, pelo ambiente, pelos costumes e tradições, pelos aspectos arquitetônicos, pelo artesanato, pelo modo de vida, considerados típicos de cada população rural.

#### **d) Agregação de valor a produtos e serviços**

A prestação de serviços relacionados à hospitalidade em ambiente rural faz com que as características rurais passem a ser entendidas de outra forma, que não apenas focadas na produção primária de alimentos. Assim, práticas comuns à vida campestre, como o manejo de criações, o cultivo da terra, as manifestações culturais, a culinária e a própria paisagem - esteja ela caracterizada pelo Cerrado, pela Amazônia, pela Mata Atlântica - passam a ser consideradas importantes componentes do produto turístico rural e, conseqüentemente, valorizadas por isso.

A agregação de valor também se faz presente pela possibilidade de verticalização da produção, ou seja, beneficiamento de produtos *in natura*, transformando-os para que possam ser oferecidos ao turista, sob a forma de conservas, embutidos, produtos lácteos, refeições e outros. Outra possibilidade é a transformação artesanal de resíduos e insumos do campo em utilitários e objetos decorativos carregados de história e tradições.

#### **e) Resgate e promoção do patrimônio cultural e natural**

O Turismo Rural, além do comprometimento com as atividades agropecuárias, caracteriza-se pela valorização do patrimônio cultural e natural como elementos da oferta turística. Assim, os empreendedores, na definição de seus produtos de Turismo Rural, devem contemplar com a maior autenticidade possível os fatores culturais, por meio do resgate das manifestações e práticas regionais (como o folclore, os trabalhos manuais, os costumes, os ofícios, as festas, os “causos”, a culinária), e primar pela conservação do ambiente natural, da paisagem e cultura (o artesanato, a música, a arquitetura).

De forma resumida, as definições aqui adotadas explicitam que a expressão Turismo no Espaço Rural se refere a todos os movimentos turísticos ocorridos no espaço rural, ao passo que o termo Turismo Rural se restringe às características próprias do meio rural, à paisagem, ao estilo de vida e à cultura rural, excluindo-se formas não ligadas à prática e ao conteúdo rural.<sup>21</sup>

Vale ressaltar que o fato de um estabelecimento turístico localizado no espaço rural se enquadrar ou não na definição de Turismo Rural adotada não o determina como gerador de postos de trabalho e benefícios para certa região.

<sup>21</sup> TULIK, Olga. **Turismo Rural**. São Paulo: Aleph, 2003: 43. Coleção ABC do Turismo. 2ª Edição.

### 2.3.1 Outras terminologias

Além das duas definições já abordadas, outras terminologias são utilizadas pelo País afora para se referirem ao Turismo Rural ou ao Turismo no Espaço Rural: turismo na natureza, turismo de interior, de granja, de aldeia, alternativo, endógeno, verde, campestre, sertanejo, agroecoturismo, ecoagroturismo, agroecológico, dentre outras.

Essas modalidades são criadas por diferentes abordagens e classificações e definidas por múltiplos critérios, variando “ao sabor da criatividade e da imaginação de empresários e especialistas”.<sup>22</sup> Além das já descritas, outras duas merecem destaque por serem bastante representativas no segmento de Turismo Rural:

#### a) Agroturismo

---

---

*“Atividades internas à propriedade, que geram ocupações complementares às atividades agrícolas, as quais continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade, em menor ou maior intensidade, devem ser entendidas como parte de um processo de agregação de serviços aos produtos agrícolas e bens não-materiais existentes nas propriedades rurais (paisagem, ar puro, etc.), a partir do ‘tempo livre’ das famílias agrícolas, com eventuais contratações de mão-de-obra externa.”<sup>23</sup>*

---

---

O termo agroturismo é adotado em países como Portugal e Itália e em algumas regiões do Brasil, como no Espírito Santo e em Santa Catarina e pode ser entendido como o turismo praticado dentro das propriedades rurais, de modo que o turista entra em contato com a atmosfera da vida na propriedade, integrando-se, de alguma forma, aos hábitos locais.<sup>24</sup> A definição traz na sua essência a noção de que a atratividade das propriedades rurais está na oportunidade do turista acompanhar a produção de produtos agrários - doces, geléias, pães, café, queijo, vinhos, aguardentes - ou vivenciar o dia-a-dia da vida rural, por meio do plantio, colheita, manejo de animais, consumindo os saberes e fazeres do campo.

O agroturismo “desenvolve-se integrado a uma propriedade rural ativa, [...] como forma complementar de atividades e de renda; pressupõe o contato

<sup>22</sup> TULIK, Olga. **Turismo no Espaço Rural: segmentação e tipologia**. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio; SOUZA, Marcelino (org.). Turismo Rural: patrimônio, cultura e legislação. Santa Maria, RS: Ed. FACOS-UFSM, 2006: 111.

<sup>23</sup> CAMPANHOLA, Clayton; GRAZIANO da Silva, José. **O Agroturismo como Nova Fonte de Renda para o Pequeno Agricultor Brasileiro**. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org). Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento. São Paulo: Ed. Edusc, 2000:148 (sublinhado nosso).

<sup>24</sup> PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Agroturismo e Desenvolvimento Regional**. São Paulo: Hucitec, 2002: 77.

direto do turista com o meio rural, alojamento na propriedade e possibilidade de participar de atividades rotineiras”.<sup>25</sup> Caracteriza-se, portanto, por uma interação efetiva entre turista e atividades agrícolas.<sup>26</sup>

## **b) Turismo Rural na Agricultura Familiar (TRAF)**

---

---

*“É a atividade turística que ocorre no âmbito da unidade de produção dos agricultores familiares que mantêm as atividades econômicas típicas da agricultura familiar, dispostos a valorizar, respeitar e compartilhar seu modo de vida, o patrimônio cultural e natural, ofertando produtos e serviços de qualidade e proporcionando bem estar aos envolvidos.”<sup>27</sup>*

---

---

A presença predominante da agricultura familiar no meio rural brasileiro e o expressivo número de empreendimentos e atividades turísticas a ela vinculadas, aliadas à necessidade política de valorização da forma de organização da produção por agricultores familiares, fez surgir um forte movimento em torno do turismo empreendido por agricultores familiares.<sup>28</sup>

Neste caso, a produção se caracteriza pelo trabalho familiar na exploração agropecuária, sendo a família a detentora dos meios de produção. O trabalho está intimamente ligado à gestão da propriedade e é exercido em uma área relativamente pequena ou média. O que diferencia o Agroturismo do TRAF é que este último segue os requisitos da Lei 11.326, ou seja: a mão-de-obra é majoritariamente familiar; a gestão do estabelecimento cabe à própria família; a área da propriedade não supera 4 módulos fiscais;<sup>29</sup> a principal fonte de renda da família se origina de atividades econômicas vinculadas ao estabelecimento.

Essa abordagem vem sendo trabalhada pelo Ministério do Turismo em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Agrário, no sentido de apoiar a estruturação de roteiros turísticos que contemplem a agricultura familiar e a inserção de produtos da agricultura familiar - alimentos, bebidas, artesanato - no mercado turístico - meios de hospedagem, bares e restaurantes, lojas.

<sup>25</sup>TULIK, Olga. **Turismo Rural**. São Paulo: Aleph, 2003:39. Coleção ABC do Turismo. 2ª Edição.

<sup>26</sup>TULIK, Olga. **Recursos Naturais e Turismo: tendências contemporâneas**. In: Turismo e Análise, nº 2. São Paulo: ECA/USP, 1993:14.

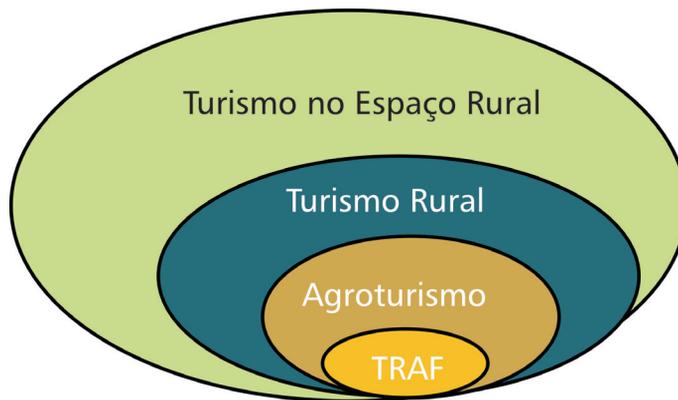
<sup>27</sup>GRAZIANO DA SILVA, José et al. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J.A. et al (Org.). Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável. Santa Maria: Centro Gráfico, 1998:14.

<sup>28</sup>**Agricultor Familiar**: definido pela Lei 11.326, de 24 de julho de 2006 como “aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos: I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais; II - utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; III - tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento; IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.”

<sup>29</sup>**Módulo Fiscal**: Unidade de medida expressa em hectares, fixada para cada município, considerando o tipo de exploração predominante no município; a renda obtida com a exploração predominante; outras explorações existentes no município que, embora não predominantes, sejam significativas em função da renda ou da área utilizada; o conceito de propriedade familiar.

Pode-se apresentar as definições aqui expostas pela figura seguinte, pela qual se pode perceber que as terminologias *Agroturismo* e *Turismo Rural na Agricultura Familiar* podem ser admitidas, em um nível estratégico, como componentes de uma mesma definição: o Turismo Rural. Este, por sua vez, é um componente do Turismo no Espaço Rural, que também engloba outros segmentos turísticos. Em suma, o TRAF pressupõe o Agroturismo, que pressupõe o Turismo Rural, que, por sua vez, pressupõe o Turismo no Espaço Rural.

Figura 1 - Representação do Turismo Rural<sup>30</sup>



Para exemplificar e resumir as definições expostas, cita-se como exemplo uma propriedade com instalações de lazer, ambientes para eventos ou uma estrutura de aventura, que receba turistas, mas que não possua relações mais profundas com o ambiente rural, a não ser o fato de estar localizada no meio rural. Tal propriedade poderia, sem qualquer prejuízo para suas atividades, estar localizada no espaço urbano. Sendo assim, suas atividades no meio rural podem ser classificadas como Turismo no Espaço Rural, mas não como Turismo Rural propriamente dito.

Contudo, se for considerado um hotel fazenda, que tenha no turismo sua principal atividade econômica, mas que também tenha na ruralidade – o modo de vida, a paisagem, o dia a dia rural - o seu principal fator de atração e que, até por isso, está comprometido com esta ruralidade, este caso seria considerado como Turismo Rural.

<sup>30</sup> Figura elaborada a partir de LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas**. Dissertação de Mestrado. Brasília: GEA/IH/UnB, 2003 e ROQUE, Andreia. **Turismo no Espaço Rural: um complexo fenômeno a ser reconhecido**. Dissertação de Mestrado. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

Agora, uma propriedade rural, com produção ativa, que plante morangos, por exemplo, que viva dessa produção e que receba turistas em decorrência dessa produção, estaria oferecendo a prática do Turismo Rural, mas também do Agroturismo. Por último, se esta mesma propriedade estivesse composta por agricultores familiares (conforme Lei 11.326), ofereceria também o Turismo Rural na Agricultura Familiar.

Todas as terminologias possíveis neste universo, apesar de não terem sido descritas e definidas neste documento, serão consideradas, para fins de políticas públicas, como componentes do turismo rural ou do turismo no espaço rural, quando for o caso.

## 2.4 Caracterização do Turismo Rural

A paisagem rural – também composta pelo ser humano, sua cultura, suas práticas sociais e de trabalho – é um dos principais fatores de atratividade do Turismo Rural.<sup>31</sup> As principais características dessa atividade referem-se a elementos, condições e aspectos que compõem a paisagem rural e configuram a ruralidade e seus principais atrativos. Conhecer essas características é fundamental para se entender a real diferença entre o chamado Turismo no Espaço Rural e o Turismo Rural. Elas podem ser abordadas sob a seguinte síntese.<sup>32</sup>

### a) Quanto à escala

- Pequena escala – uma das principais características do Turismo Rural se refere à pequena capacidade de atendimento simultâneo de turistas, de modo a permitir atendimento personalizado (sem espera, sem filas, sem barulho, sem aglomerações) e a causar menor impacto ao meio.

### b) Quanto à localização

- O empreendimento de Turismo Rural geralmente está situado em locais aprazíveis, em propriedades cujas paisagens tipicamente rurais materializem o imaginário do turista, em contraponto à paisagem urbana.

### c) Quanto às atividades agropecuárias

- Outra característica básica do segmento é a manutenção das atividades produtivas tradicionais da propriedade e/ou das práticas e costumes relacionados a essas atividades, não as abandonando em virtude do

<sup>31</sup> LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas. Dissertação de Mestrado.** Brasília: GEA/IH/UnB, 2003: 45.

<sup>32</sup> Adaptado de LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas. Dissertação de Mestrado.** Brasília: GEA/IH/UnB, 2003: 49 e 50.

sucesso conseguido com o turismo.

**d) Quanto à qualidade da paisagem**

- Conservação dos recursos naturais – manutenção das condições dos mananciais, do solo, preservação ou recuperação da flora e da fauna nativas, inclusive dos aspectos paisagísticos;
- Conservação das características arquitetônicas e utilização de materiais construtivos típicos da região – utilização de materiais, equipamentos e serviços turísticos em harmonia com o meio rural;
- Cuidados com as instalações e lidas agropecuárias – cuidados que permitem ao turista observar ou participar das rotinas das atividades tradicionais da propriedade, sem descaracterizar o processo produtivo em função de sua presença.

**e) Quanto aos aspectos culturais**

- Manutenção dos elementos e das estruturas tradicionais – manifestações folclóricas, culinária, produção artesanal, técnicas construtivas, celebrações, valores, modos de vida e ideais das comunidades rurais, além de elementos que referendem a história da região e das famílias.

**f) Quanto à diversificação dos serviços oferecidos**

- A diversidade de serviços oferecidos ao turista depende da especificidade do ambiente, da economia, da história, das tradições, da cultura popular, das características étnicas, da exploração agropecuária, em relação à propriedade e à região. O que é oferecido ao turista varia em função do que é produzido ou é mais característico na propriedade ou na região.

Assim, pode-se dizer que para ser Turismo Rural, deve-se oferecer ao turista a oportunidade de desfrutar das particularidades das propriedades rurais e das peculiaridades da região, especialmente aquelas relacionadas às atividades agropecuárias. O atendimento precisa ser personalizado, para transmitir a hospitalidade do campestre ao visitante.<sup>33</sup> O centro de interesse do turista que se desloca para áreas rurais está no conjunto constituído pela atividade produtiva, pela natureza e pelo modo de vida, que diferem da paisagem e do ritmo urbano.

Além disso, é importante lembrar que o Turismo Rural também ocorre fora das propriedades e, por isso, depende da qualidade da paisagem externa –

<sup>33</sup> LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas**. Dissertação de Mestrado. Brasília: GEA/IH/UnB, 2003: 50.

da região – como fator de agregação de atratividade e de identidade. “E é justamente essa uma das razões pela qual esse segmento turístico beneficia a comunidade na qual se insere, na forma de passeios a atrativos naturais e artificiais nas redondezas, na utilização de equipamentos e serviços. [...] É uma característica ‘distributiva’ do Turismo Rural”.<sup>34</sup>

Outra característica do segmento é o chamado “empoderamento” das comunidades, já que ele é um motivador para que a sociedade se organize para gerir a atividade turística de forma participativa. Isso cria um ambiente favorável à manutenção das características rurais da região, utilizando os recursos locais e os conhecimentos derivados do saber das populações, valorizando-os.<sup>35</sup>

## 2.5 Estudos e pesquisas sobre o segmento

A realização de estudos e pesquisas tem o papel de possibilitar o conhecimento da realidade, de maneira a se preparar para ela. No Brasil, com a ampliação do interesse pelo Turismo Rural, surgiram alguns estudos, feitos em sua maioria em âmbito acadêmico, para conhecer a realidade da atividade. Na maior parte dos casos, até mesmo por seus objetivos, trata-se de estudos específicos, voltados para a realidade de um lugar ou de uma região, abordando principalmente a região Sul do País.

Hoje, poucas propriedades rurais dispõem de registros, ainda que simples, sobre o Turismo Rural, não havendo dados acerca da quantidade de turistas que recebem, períodos de maior e menor visitação, tempo despendido com a atividade, perfil do turista recebido.

Até mesmo pelo alto grau de informalidade existente no segmento, de maneira geral, o poder público tampouco dispõe de dados precisos, atualizados e confiáveis sobre o Turismo Rural. Como se percebe pela citação abaixo não se trata de um problema exclusivo do Brasil:

Em virtude da inexistência de uma definição mundialmente consolidada, bem como de um consenso quanto à totalidade de seus elementos constituintes, há dificuldade em investigar e obter dados sobre Turismo Rural.<sup>36</sup>

<sup>34</sup> LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas**. Dissertação de Mestrado. Brasília: GEA/IH/UnB, 2003: 50.

<sup>35</sup> LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas**. Dissertação de Mestrado. Brasília: GEA/IH/UnB, 2003:50 e 51.

<sup>36</sup> LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas**. Dissertação de Mestrado. Brasília: GEA/IH/UnB, 2003: 45.

Neste sentido, conhecer a realidade muitas vezes torna-se uma tarefa árdua. Na tentativa de vencer este desafio, alguns estados do País realizaram estudos iniciais, relacionados, principalmente, ao levantamento da oferta existente e ao perfil do turista do segmento.

Em âmbito federal, a Associação Brasileira de Turismo Rural (Abraturr) realizou no ano 2000 um levantamento sobre empreendimentos turísticos no espaço rural. Já o Ministério do Turismo, apesar de ainda não ter conseguido viabilizar a realização de um estudo específico sobre o segmento, dispõe de dados gerais sobre o Turismo,<sup>37</sup> que podem servir de referência.

A pesquisa “Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil - 2007”<sup>38</sup> é uma das fontes utilizadas para se compreender as principais motivações de viagem do turista doméstico.<sup>39</sup> Conforme demonstra a tabela a seguir, os dados indicam que 2,2% dos entrevistados apontaram o Turismo Rural como motivação para sua principal viagem. Outro aspecto interessante apontado pela pesquisa é que o Turismo Rural é realizado por turistas de diferentes classes sociais, já que a motivação das viagens característica do segmento é proporcionalmente semelhante entre as três classes de renda selecionadas.

Tabela 1 – Principal motivação para realização de viagem doméstica, em %

Motivos	Classe de renda mensal familiar			
	de 0 a 4 SM	de 4 a 15 SM	acima de 15 SM	Total
Visita parentes/amigos (lazer)	59,0	52,3	41,9	54,4
Sol e praia	26,5	38,1	49,3	33,8
Compras pessoais (lazer)	9,8	10,5	11,9	10,3
Negócios ou trabalho	9,2	9,0	9,1	9,1
Turismo cultural	6,2	8,6	12,7	7,9
Diversão noturna	7,2	8,3	8,8	7,8
Saúde	9,4	5,4	3,4	7,0
Visita parentes/amigos (obrigação)	6,2	3,3	2,6	4,6
Religião	5,1	3,0	1,4	3,8
Ecoturismo	2,2	4,3	5,2	3,4

<sup>37</sup> Disponíveis em <http://www.turismo.gov.br/dadosefatos>

<sup>38</sup> BRASIL, Ministério do Turismo & FIPE. **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. Relatório Final.** Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em <http://www.turismo.gov.br>.

<sup>39</sup> O universo da pesquisa corresponde à parcela da população brasileira residente em domicílios particulares permanentes, situados em áreas urbanas do País.

Eventos esportivos/sociais/culturais	3,3	3,0	2,8	3,1
Estâncias climáticas/hidrominerais	1,1	3,1	3,6	2,2
<b>Turismo Rural</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>2,3</b>	<b>2,2</b>
Visita parentes/amigos (negócios)	2,4	1,7	1,8	2,0
Congressos, feiras ou seminários	1,6	2,3	2,6	2,0
Praticar esportes	1,4	1,7	2,3	1,6
Compras de negócios	1,2	1,6	2,3	1,5
Outros eventos profissionais	1,3	1,3	1,6	1,3
Cursos e educação em geral	1,1	1,4	1,3	1,3
Parques temáticos	0,7	1,5	2,2	1,2
Compras pessoais (obrigação)	1,0	1,3	0,9	1,1
Resorts/hotéis fazenda	0,4	0,8	1,8	0,7
Cruzeiros (se fez, mencione)	0,1	0,2	0,6	0,2
Outros	4,2	4,5	5,2	4,4
<b>Total</b>	<b>162,9</b>	<b>169,1</b>	<b>177,8</b>	<b>167,1</b>

Fonte: MTur/Fipe, 2007.

Outra pesquisa que reforça a importância do Turismo Rural é a “Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro”<sup>40</sup> - com metodologia diferente da anterior e outras opções para o entrevistado - que indica ser o “campo” o destino preferido de 13,5% dos turistas abordados, ficando atrás apenas da opção “praias” (64,9%). Ao considerar a soma ponderada, ou seja, aquela que engloba não apenas a primeira, mas as três primeiras opções respondidas pelo entrevistado, essa diferença cai, pois 19,2% dos entrevistados afirmaram desejar o campo.

Tabela 2 - Lugares preferidos dos turistas brasileiros atuais<sup>41</sup>

	Primeira citação	Soma ponderada
Praia	64.9%	45.1%
<b>Campo</b>	<b>13.5%</b>	<b>19.2%</b>
Cidades históricas	12.0%	18.4%
Montanhas	8.1%	15.5%
Outras respostas	1.5%	1.8%

Fonte: MTur/Vox Populi, 2009.

<sup>40</sup> **Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro.** Ministério do Turismo, Vox Populi, 2009. Disponível em <http://www.turismo.gov.br>

<sup>41</sup> Consumidores que compraram serviços de turismo em pacotes ou em partes nos dois anos anteriores à realização da pesquisa.

A pesquisa também dá outras informações que indicam tendências do turista brasileiro, que utiliza a consulta a parentes e amigos (41,5%) ou à internet (39,1%) como a principal fonte de informação sobre as viagens, costuma programá-las com antecedência (69,2%), viajar por conta própria, sem a utilização de agência de viagens (78,3%) e utilizar automóvel como o principal meio para deslocamento (41,8%).<sup>42</sup> Todas essas características podem ser observadas, com frequência, no Turismo Rural, apesar de a pesquisa não ter sido feita neste sentido e os dados não se referirem exclusivamente ao turista do segmento.

Por se entender a importância de se trazer, neste documento, uma idéia sobre o perfil do turista do segmento, optou-se por apresentá-lo a seguir, embora se ressalte que tais dados não possuam rigor estatístico. Tal perfil foi traçado a partir de estudos e pesquisas existentes somado à experiência de profissionais que atuam no Turismo Rural.

### 2.5.1 Perfil do turista do segmento

O consumidor de Turismo Rural tende a buscar a aproximação com ambientes naturais e com a ruralidade – a paisagem deve representar um indicador de que ele está fora do seu ambiente de rotina –, não se tratando simplesmente de uma viagem, mas sim uma experiência diferente e autêntica. Conhecer o perfil do consumidor é imprescindível para a oferta de produtos que atendam às suas expectativas, tornando mais eficientes as ações de estruturação, promoção, divulgação e comercialização.

De modo geral, os turistas desse segmento apresentam algumas características interrelacionadas, que podem ser destacadas a seguir:<sup>43</sup>

- São moradores de grandes centros urbanos;
- Possuem entre 20 e 55 anos;
- São casais com filhos e/ou amigos;
- Possuem ensino médio e/ou superior completos;
- Deslocam-se em automóveis particulares, em um raio de até 150 km do núcleo emissor/urbano;
- Fazem viagens de curta duração, em fins de semana e feriados;
- Organizam suas próprias viagens ao meio rural;
- Têm na internet e nos parentes e amigos sua principal fonte de informação para a preparação da viagem;
- São apreciadores da culinária típica regional;

<sup>42</sup> BRASIL, Ministério do Turismo & Vox Populi. **Pesquisa Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro**. Brasília: Ministério do Turismo, 2009. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/dadosefatos>

<sup>43</sup> Dados não estatísticos, baseados na análise de outros estudos e em observações de profissionais do segmento.

- Valorizam produtos autênticos e artesanais;
- Levam para casa produtos agroindustriais e/ou artesanais.

Vale ressaltar que as características aqui apresentadas representam o segmento em seu conjunto, não sendo necessariamente observadas em todos os casos. É crescente, por exemplo, a procura de jovens sem filhos pelo Turismo Rural e nada impede que um turista desfrute do meio rural por 10 dias. Logo, é necessário realizar pesquisas específicas para se entender qual o perfil do turista que visita as diferentes localidades do País (seja uma propriedade, um município ou uma região), tendo em mente que este perfil representará apenas a parcela maior dos visitantes.

## 2.6 Marcos legais

O fato é que, até hoje, o Turismo Rural não tem um tratamento legal específico, submetendo-se a a um regime híbrido, parte rural, parte urbano.<sup>44</sup>

Uma das maiores preocupações no que diz respeito ao Turismo Rural no Brasil é a inadequação da legislação, que não tem acompanhado as transformações ocorridas no meio rural. Ainda faltam instrumentos jurídicos que contemplem as novas atividades assumidas pelos camponeses, deixando-os desamparados ou, muitas vezes, sujeitos à informalidade. Os principais entraves legais, especialmente para os agricultores familiares, são relativos às legislações fiscal, tributária, trabalhista, sanitária e previdenciária. Porém, a atividade também está sujeita a legislações que contemplam aspectos ambientais, culturais, comerciais, turísticos, fundiários e agrícolas, no âmbito federal, estadual e municipal. Alguns projetos de lei em tramitação no Congresso Nacional tentam modificar esta realidade.

Não é função deste documento se aprofundar no estudo ou na solução desses entraves, mas faz parte de seus objetivos abordar os principais marcos legais que impactam o Turismo Rural, fazendo com que os envolvidos no segmento tenham conhecimento de sua existência.

Em âmbito federal, merecem destaque as seguintes normas,<sup>45</sup> divididas pelo tipo de legislação em que se enquadram:

<sup>44</sup> Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural (IDESTUR). **Estudos Preliminares dos Marcos Legais do Turismo Rural para a Comissão de Esporte e Turismo da Câmara dos Deputados**. Brasília: Idestur, 2009.

<sup>45</sup> É possível ter acesso à maior parte delas em <http://www.planalto.gov.br>

Quadro 1 - Legislação e dispositivos legais relacionados ao Segmento

Legislação	Principais instrumentos legais	Escopo
Legislação turística legislação específica do setor do turismo.	Lei do Turismo - nº 11.771, de 17 de Setembro de 2008 Decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010	Define as normas sobre a Política Nacional de Turismo, dispõe sobre o Plano Nacional de Turismo (PNT), institui o Sistema Nacional de Turismo, o Comitê Interministerial de Facilitação Turística, trata sobre o fomento de atividades turísticas com suporte financeiro do Fundo Geral de Turismo (FUNGETUR), das atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico.
Prestação de serviços turísticos <sup>46</sup> informa as obrigações das empresas ou pessoas que exerçam atividades econômicas relacionadas ao turismo.	Lei do Turismo - nº 11.771, de 17 de Setembro de 2008 - Capítulo V Decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010	Estabelece, entre outros, normas, mecanismos e critérios para o bom funcionamento do Sistema Nacional de Cadastro, Classificação e Fiscalização dos Prestadores de Serviços Turísticos (SINASTUR). Define as infrações e as penalidades administrativas para os meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras, organizadoras de eventos, parques temáticos e acampamentos turísticos.
	Código de Defesa do Consumidor - Lei nº 8.078/90	As relações de consumo na área de turismo são protegidas pela Constituição Brasileira e regidas pelo Código de Defesa do Consumidor, que, estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social. É um instrumento fundamental ao segmento por garantir direitos aos turistas.
	Código Civil – Lei nº 10.406/2002 – Artigos 186 e 927	Indica a responsabilidade do prestador de serviço ao causar danos a uma pessoa.
Legislação previdenciária importante ser observada na relação com os empregados do empreendimento rural.	Regulamento da Previdência Social - Decreto nº 3.048/99 - Artigo 9º	Aborda a obrigatoriedade de contribuição na Previdência Social para pessoas físicas.
	Lei nº 10.256/01 - Artigos 1º ao 3º	Dispõe sobre a contribuição de pessoa jurídica à Previdência Social.
	Organização da Seguridade Social - Lei nº 8.212/91 – Capítulo VI	Reza sobre a contribuição obrigatória do produtor rural à Previdência Social.

<sup>46</sup> Disponível em <http://www.turismo.gov.br>.

Legislação	Principais instrumentos legais	Escopo
<b>Legislação tributária<sup>47</sup> e fiscal<sup>48</sup></b>  informa sobre as obrigações decorrentes dos tributos e dos impostos.	Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte - Lei nº 9.841/99	Tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido para micro e pequenas empresas.
	Regime Tributário das Micro e Pequenas Empresas e Instituição do SIMPLES - Lei nº 9.317/96	Dispõe sobre o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte (SIMPLES) e o regime tributário de micro e pequenas empresas.
<b>Legislação trabalhista</b>  traz especificidades a serem seguidas na relação com os empregados do empreendimento rural.	Estatuto do Trabalhador Rural - Lei nº 5.889/73	Estatui normas reguladoras do trabalho rural.
	Lei nº 11.718/08	Cria o contrato de trabalhador rural por pequeno prazo, estabelece normas transitórias sobre a aposentadoria do trabalhador rural (admite que a exploração da atividade turística não anula a condição de segurado especial), prorroga o prazo de contratação de financiamentos rurais.
<b>Legislação sanitária</b>  exigências para se garantir a manutenção da saúde humana	Decreto nº 5.741, de 30 de março de 2006 – Capítulos III e X	Aborda o Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA), sistema que integra os serviços municipal, estadual e federal de inspeção, seus processos, cadastros e registros.
	RDC/ANVISA - nº 216/2004 – Capítulo 4	Resolução sobre as boas práticas para serviços de alimentação. Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação. Resolução da Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária
	RDC/ANVISA - nº 218/2005 - Capítulo 4	Resolução sobre procedimentos higiênico-sanitários para manipulação de alimentos e bebidas preparados com vegetais. Regulamento Técnico de Procedimentos Higiênico-Sanitários para Manipulação de Alimentos e Bebidas Preparados com Vegetais. Resolução da Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária

<sup>47</sup> Para exemplificar, são tributos federais o IR, CSLL, PIS/PASEP, COFINS e IPI, estadual o ICMS, e municipal o ISS.

<sup>48</sup> É preciso constituir empresa para o desenvolvimento de qualquer atividade de turismo. O empreendedor pode escolher entre as modalidades: sociedade limitada, firma individual, associação e cooperativa.

Legislação	Principais instrumentos legais	Escopo
<b>Legislação ambiental</b>  normas referentes à proteção do meio ambiente.	Lei dos Crimes Ambientais – Lei nº 9.605/98 – Capítulo V	Aborda os crimes contra o meio ambiente.
	Lei do Sistema Nacional de Unidades de Conservação – Lei nº 9.985/2000	Institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC) e estabelece critérios e normas para a criação, implantação e gestão de unidades de conservação.
	Medida Provisória ao Código Florestal – MP nº 2.166-67/2001 - Artigos 1º e 2º:	Dispõe sobre a quantidade mínima de área que deve ser mantida na propriedade para reserva florestal legal e sobre a exigência mínima de recomposição em áreas já desmatadas.
<b>Legislação sobre a proteção do patrimônio histórico-cultural</b>  informa o que contempla a proteção que o Estado oferece em relação patrimônio rural.	Decreto-lei nº 25/1937	Conceitua e organiza a proteção do patrimônio histórico e artístico nacional e dispõe sobre o tombamento.
<b>Legislação agrária</b>  dispositivos referentes às práticas agrárias	Política Agrícola – Lei nº 8.171/91 – Capítulos V e XIII e Artigo 99	Dispõe sobre assistência técnica e extensão rural, crédito rural e sobre a obrigatoriedade do proprietário rural em recompor a reserva florestal legal, quando necessário.
	Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais - Lei nº 11.326/06 – Artigo 3º	Apresenta os beneficiários e expõe sobre a Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais.
<b>Acessibilidade</b>  refere-se às formas de preparação para o atendimento de pessoas com deficiência.	Decreto-lei nº 5.296/2004	Regulamenta a lei 10.098/2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.
	ABNT NBR 9050 - 2004	Normatiza a acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos

Legislação	Principais instrumentos legais	Escopo
<b>Normas Técnicas para atividades turísticas</b> <sup>49</sup>  documentos que estabelecem regras, diretrizes ou características acerca de um produto ou serviço.	ABNT NBR 15507-1	Turismo Equestre – Parte1: Requisitos para Produto.
	ABNT NBR 15505-1	Turismo com Atividade de Caminhada – Parte 1: Requisitos para Produto.
	ABNT NBR 15505-2	Turismo com Atividades de Caminhada – Parte 2: Classificação de Percursos.
	ABNT NBR 15509-1	Cicloturismo – Parte 1: Requisitos para Produto.

Alguns estados perceberam as particularidades do Turismo Rural e contam com legislações específicas para o tema:

- Lei nº 3.609, de 19 de dezembro de 2008 - Institui a Política Estadual de Fomento ao Turismo Rural - Mato Grosso do Sul;
- Lei nº 15.143, de 31 de maio de 2006 - Define as atividades turísticas que especifica como atividades de “Turismo Rural na Agricultura Familiar” – Paraná;
- Lei nº 12.845, de 26 de novembro de 2007 - Institui a Política Estadual de Fomento ao Turismo Rural - Rio Grande do Sul;
- Lei nº 14.361, de 25 de janeiro de 2008 - Estabelece a política de apoio ao Turismo Rural na Agricultura Familiar - Santa Catarina.

É importante ressaltar que outras normas – até mesmo em âmbito estadual e municipal – também trazem impactos ao segmento, apesar de não terem sido abordadas aqui.

## 2.7 Serviços oferecidos e atividades praticadas pelo visitante

O meio rural oferece uma série de serviços e atividades aos seus visitantes. Neste item, apresentam-se alguns serviços e equipamentos turísticos, bem como atividades turísticas que podem ser desenvolvidas nas propriedades rurais ou na região:

a) **Serviços e equipamentos turísticos:**<sup>50</sup> serviços, edificações e instalações indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística e que existem em

<sup>49</sup> Disponíveis em <http://www.abnt.org.br/mtur>

<sup>50</sup> Cabe mencionar que a Lei do Turismo, de 2008, tornou obrigatório o cadastro de prestadores de serviços turísticos (meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras turísticas, organizadoras de eventos, parques temáticos e acampamentos turísticos) no Ministério do Turismo. As vantagens do cadastro, que é gratuito, podem ser pesquisadas em <http://www.cadastur.turismo.gov.br>.

função dela:

- **Hospedagem** – estabelecimentos que oferecem alojamento e serviços necessários ao conforto do hóspede. No Turismo Rural, as maiores frequências são fazenda-hotel/ hotel-fazenda, hospedagem domiciliar (quarto nas propriedades rurais, cama e café, alojamento) e pousada;
- **Alimentação** – pode ser oferecida por restaurantes tradicionais ou por propriedades rurais, que geralmente oferecem café colonial, almoço e jantar com pratos típicos, degustação de produtos caseiros;
- **Guiamento, condução e recepção** – atendimento e orientação ao turista individual ou em grupo, via centro de informações turísticas, agências e operadoras de turismo receptivo, guias ou condutores locais (muitas vezes os próprios agricultores, artesãos ou proprietários rurais);
- **Transporte no local** – serviços específicos para deslocamento no destino: ônibus de excursão, vans, traslados, bem como veículos rurais (passeio de trator, de charrete).

b) **Atividades que podem ser praticadas pelo visitante:** atividades cuja prática estão relacionadas ao meio rural, encontradas nas propriedades rurais brasileiras:<sup>51</sup>

- **Atividades agropecuárias**
  - Agricultura – cultivo de espécies vegetais úteis para a alimentação humana e animal ou como matéria-prima para indústria têxtil, farmacêutica etc. Plantação de cereais, frutas, hortaliças, leguminosas etc.;
  - Criação de animais – inclui todos os tipos de manejo de animais: bovinocultura, caprinocultura, ovinocultura, suinocultura, piscicultura etc.
- **Atividades de transformação** – referem-se à transformação de matéria-prima vegetal, animal ou mineral: produção agroindustrial (compotas, doces, bebidas, farinhas, panificação, laticínio, ervas, polpas) ou manual (facas, panos e bordados, mesas, instrumentos musicais);
- **Atividades ecoturísticas** – atividades de interação com a natureza,

<sup>51</sup> Antes de oferecer atividades, é necessário que o empreendedor saiba de sua responsabilidade civil, no caso de acidentes. Ao mesmo tempo, é importante que verifique a viabilidade de fazer seguro para as atividades de maior risco praticadas na propriedade.

que incentivem o comportamento social e ambientalmente responsável: trilhas, observação da fauna (pássaros, borboletas, jacarés, peixes) e da flora (espécies vegetais nativas, parques, etc.), caminhadas na natureza, trilhas, banhos de cachoeiras e rios, cicloturismo;<sup>52</sup>

- **Aventura** – atividades recreativas e não competitivas que envolvem riscos controlados e assumidos: arvorismo, bóia-cross, rapel, tirolesa, montanhismo, *mountain-bike*, *trekking*, turismo fora de estrada;<sup>53</sup>
- **Atividades interativas com gado** – abrangem atividades que envolvam a interação do homem com cavalo, jumento, burro, boi, carneiro etc para desempenho de alguma lida no campo ou para lazer, esporte e aventura: ordenha, cavalgadas, campeadas, torneios, comitivas, tropeadas ou outras denominações regionais, passeios de carroça, rodeio, hipismo;
- **Pesca** – compreende a prática da pesca amadora: pesque-pague, pesca em rios, lagos, represas;
- **Atividades esportivas** – compreendem os jogos e disputas competitivas, com a presença de normas definidas: corridas de moto, de bicicleta, de aventura, rali, canoagem, caça e tiro;
- **Atividades pedagógicas** – atividades de cunho educativo que auxiliam no processo ensino-aprendizagem, comumente promovidas por escolas e realizadas pelos respectivos grupos de estudantes. É o chamado Turismo Rural Pedagógico, um recurso motivador de aprendizagem, capaz de auxiliar na formação dos alunos - reforçando conceitos como o de cidadania, consciência ambiental e patrimonial – e de fornecer experiências de vida em grupo: aulas práticas interpretativas do ambiente, palestras informativas, vivências e experiências variadas nos ambientes visitados, incluindo participação em colheitas, ordenhas, trato de animais;
- **Atividades culturais**
  - Manifestações populares – acontecimentos ou formas de expressão relacionados à música, dança, teatro, artes plásticas,

<sup>52</sup> A realização de atividades ecoturísticas deve ser acompanhada de informações sobre como causar o mínimo de impacto à natureza. O Ministério do Meio Ambiente, por meio do Programa de Condução Consciente em Ambientes Naturais, pode auxiliar neste sentido, assim como o Projeto Pega Leve! Brasil, disponível em <http://www.pegaleve.org.br>

<sup>53</sup> Para mais informações, consulte os documentos do Programa Aventura Segura disponíveis em <http://www.abeta.com.br/aventura-segura> e as “Diretrizes para Visitação em Unidades de Conservação”, do Ministério do Meio Ambiente, referência para a prática de atividades em ambientes naturais, disponível em <http://www.mma.gov.br>

- literatura, folclore, saberes e fazeres locais, práticas religiosas ou manifestações de fé: rodas de viola, folia de reis, crenças, catira, rezas, novenas, “contação de casos”;
- Produção de artesanato – objetos produzidos manualmente ou com equipamentos rudimentares, em pequena escala, característicos da produção de artistas populares da região, utilizando matéria-prima regional;
  - Observação da arquitetura típica ou histórica – contempla as construções típicas do campo (açude, capela, curral, estufa), as técnicas e materiais construtivos peculiares ou da região (pau-a-pique, sapé, madeira, pedra e outros) e as construções históricas (engenho, alambique, casa de farinha, vinícola);
  - Visita a museus e casas de cultura – locais destinados à apresentação, guarda e conservação de objetos de caráter cultural ou científico: museu da cachaça, museu do folclore, vinícola desativada, moinho;
  - Gastronomia – práticas e conhecimentos relacionados com a arte e técnica de cozinhar. Relaciona-se com o aprendizado e a degustação de pratos de consumo tradicionais da região, utilizando ingredientes locais.
- **Atividades recreativas** – compreendem jogos e brincadeiras, com a função de diversão e entretenimento, além de equipamentos destinados a essa finalidade: jogos de tabuleiro, rodas cantadas, bingos, piscina natural, sauna a carvão.

### 3. Bases para o desenvolvimento do segmento

Existe uma tendência atual na busca do natural, do orgânico, do particular, fatores que contribuem para a valorização do Turismo Rural. Dessa forma, os elementos que o caracterizam devem ser estimulados visando se aprimorar as atividades, os produtos e serviços ofertados pelas propriedades rurais.

A paisagem, a natureza, a cultura, o modo de vida das comunidades tradicionais,<sup>54</sup> os processos produtivos, a proximidade e a hospitalidade são os principais fatores de atratividade do Turismo Rural. Neste sentido, é preciso identificar, na região e no âmbito das propriedades rurais, os atrativos capazes de materializar as expectativas e os desejos dos turistas.

É preciso, ainda, explorar algumas possibilidades oferecidas pelo Turismo Rural, as quais devem ser convertidas em vantagens práticas:<sup>55</sup>

a) Pode se desenvolver em áreas que não disponham, necessariamente, de paisagens com recursos turísticos extraordinários:<sup>56</sup>

- Esses recursos são importantes atrativos turísticos, mas a valorização da paisagem natural não se restringe apenas à sua existência. O fundamental é que, para o turista, a paisagem represente um indicador de que ele está fora do seu ambiente de rotina. Assim, a fauna, a flora, a topografia e o uso do solo trazem as marcas da cultura e das comunidades residentes, fazendo desses elementos atrativos pelo fato de constituírem uma paisagem tipicamente rural e que, portanto, se contrapõem ao cotidiano do turista.

b) Necessita de reduzidos volumes de investimentos em relação a outros segmentos:

- Não é preciso, necessariamente, criar estruturas na região e nas

<sup>54</sup> **Comunidades tradicionais:** definidas pelo Decreto nº 6.040/2007 como "grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição".

<sup>55</sup> LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas. Dissertação de Mestrado.** Brasília: GEA/IH/UnB, 2003: 43.

<sup>56</sup> **Recursos turísticos extraordinários:** entendidos como aqueles que se destacam no contexto em que se inserem ou em sua categoria, como: formações geológicas singulares, fauna e flora em extinção, sítios arqueológicos.

propriedades, e sim adaptar as que já existem de modo a garantir conforto e segurança aos turistas. Tais estruturas podem ser residenciais ou de serviço, mas devem manter suas características rústicas. Nesse caso, o turista não busca luxo, e sim autenticidade e certa rusticidade, mas com qualidade e conforto.

c) Propriedades rurais geralmente estão localizadas próximas aos núcleos emissores:

- A localização facilita o deslocamento dos visitantes, que podem visitar as propriedades rurais, ainda que disponham de apenas um dia ou de um final de semana. A curta distância torna o Turismo Rural uma atividade acessível a mais pessoas.

### 3.1 Identificação e análise de recursos

Para se verificar a viabilidade de determinada localidade para o Turismo Rural, e mesmo para a sua estruturação, o primeiro passo é conhecer o que existe na região. É preciso que sejam inventariados os recursos naturais, além dos materiais e imateriais, aqui denominados de recursos turísticos, capazes de despertar o interesse do turista e motivá-lo a se deslocar até a região.

Deve-se estar atento às especificidades que marcam o “local”, no contexto regional, e que o tornam singular, identificando o que o diferencia de possíveis concorrentes e como os recursos turísticos podem ser estruturados e transformados em atrativos, constituindo-se em produtos e roteiros.

A inventariação da oferta turística compreende o levantamento, a identificação e o registro dos atrativos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio à atividade como instrumento base de informações para fins de planejamento, gestão e promoção da atividade turística.<sup>57</sup>

Para isso, alguns aspectos precisam ser considerados na identificação desses recursos:

- Descobrir o que o local oferece é uma tarefa que exige o envolvimento dos seus moradores, que é quem realmente conhece o lugar e suas características, e que, portanto, podem contribuir muito com o levantamento;
- Explorar os aspectos marcantes que os ciclos econômicos deixaram na paisagem e que podem constituir um rico patrimônio;

<sup>57</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Manual de Pesquisa – Inventário da Oferta Turística: instrumento de pesquisa**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em <http://www.turismo.gov.br>.

- Levantar em consideração a proximidade do produto/atrativo em relação aos núcleos emissores;
- O conjunto de atrativos situado fora dos limites das propriedades rurais pode se agregar a elas e formar um roteiro turístico integrado e participativo, que leve em conta as características produtivas de todo o território. Integrando os diversos atrativos existentes, o roteiro pode contemplar outros segmentos e atrair diferentes tipos de turistas;
- O Turismo Rural deve contribuir para fortalecer os laços afetivos, a coesão social, a cooperação produtiva e a valorização dos elementos naturais e culturais. Dessa forma, é preciso verificar se há cooperação entre os atores sociais que atuam na região, como estão os níveis de organização, confiança e participação social.

Identificados os recursos turísticos, passa-se para a realização de uma análise daqueles que podem caracterizar a região como propícia ao desenvolvimento do Turismo Rural. Neste momento é importante lembrar que o motivo da viagem, a paisagem rural – composta pela natureza, a cultura, as atividades agropecuárias, os “fazer” artesanais – e a ruralidade, já estão nas propriedades rurais. Assim, o empreendedor deverá aproveitar o que já é produzido e trabalhado em suas terras ou em sua região, uma vez que o turista deseja vivenciar o modo de vida do campesino.

Por isso é essencial a manutenção contínua do que a propriedade produz/trabalha, bem como de suas características principais. Neste sentido, uma fazenda cujo principal fator econômico seja a produção do vinho e que passa a ter foco no turismo, não deve deixar de produzi-lo, pois este é, provavelmente, seu principal fator de atratividade e diferenciação no mercado. Vejamos um exemplo real:

---

*No Norte de Portugal, na região conhecida como “Vale do Douro”, o turismo nasceu como uma atividade agregada ao seu produto principal, o vinho, vocação confirmada ao longo de centenas de anos. O turismo é visto como alternativa para diversificar as atividades comerciais, ampliar a venda direta ao público, gerar imagem positiva e mídia espontânea ao vinho. São mantidos os processos produtivos, a estrutura rústica das edificações, o estilo de vida, ao que se incorpora, em alguns casos, a adequação de espaços físicos específicos para o atendimento do visitante.<sup>58</sup>*

---

É fundamental, portanto, integrar os elementos que compõem a paisagem

<sup>58</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Projeto Excelência em Turismo: Aprendendo com as melhores experiências – Relatório de visita técnica a Portugal**. Brasília: Ministério do Turismo, 2008. Disponível em <http://www.excelenciaemturismo.gov.br>

rural, pois é a maneira como se relacionam que constitui a ruralidade.<sup>59</sup> O trabalho de estruturação do Turismo Rural em uma região desde o seu momento inicial – identificação dos recursos existentes – não pode ocorrer apenas sob a ótica de uma propriedade rural isolada, mas deve considerar também o que se encontra ao seu redor.

### 3.2 Estabelecimento de parcerias e formação de redes

Estudo para priorização de ações nos segmentos, encomendado pelo MTur à Fundação Getúlio Vargas em 2008, apontou a articulação interinstitucional e intersetorial como o problema mais urgente a ser resolvido no segmento de Turismo Rural.

Tal constatação comprova uma realidade observada, na prática, por qualquer envolvido no segmento. A articulação, que já havia sido apontada como uma das “Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural”, remete à parceria, que, definida como “reunião de indivíduos para alcançar um objetivo comum”,<sup>60</sup> agrega a idéia de cooperação.

Parceria e cooperação são itens indispensáveis para o processo de desenvolvimento de um empreendimento, de uma comunidade ou de uma cadeia mais ampla e complexa. Além de ser uma estratégia, o desenvolvimento de parcerias é uma condição para a viabilidade do Turismo Rural.

A cooperação entre os diversos agentes, além de facilitar a organização, a divulgação e a comercialização do negócio, aumenta o leque de atrativos ofertados e potencializa a chance de envolvimento e de participação do poder público, especialmente na melhoria da infraestrutura básica, no fomento e na promoção.<sup>61</sup>

Em relação às facilidades que a cooperação proporciona para fins de promoção e comercialização dos produtos, o trabalho em conjunto facilita a organização e a divulgação do empreendimento e possibilita melhores condições para identificar as características da demanda, podendo se tornar um dos mais importantes diferenciais competitivos de determinada região.

O trabalho de forma cooperada também permite o aprimoramento do atendimento e a ampliação das possibilidades de manutenção dos recursos naturais e culturais, além de auxiliar na profissionalização da gestão dos

<sup>59</sup> LOTTICI KRAHL, Mara Flora. *O Turismo Rural e a Ressignificação da Paisagem. Dissertação de Mestrado*. Brasília: Universidade Católica de Brasília, 2002.

<sup>60</sup> HOUAISS e VILLAR, 2004: 2132.

<sup>61</sup> Disponível em <http://www.turismorural.org.br>

empreendimentos e na criação de novos produtos e serviços.

É importante ressaltar que, sendo a maior parte dos empreendimentos de Turismo Rural de pequeno porte, dificilmente o segmento será viável com a atuação isolada de empreendedores, sendo mais adequado o trabalho organizado sob as bases associativas e solidárias, utilizando-se como estratégia a roteirização.<sup>62</sup>

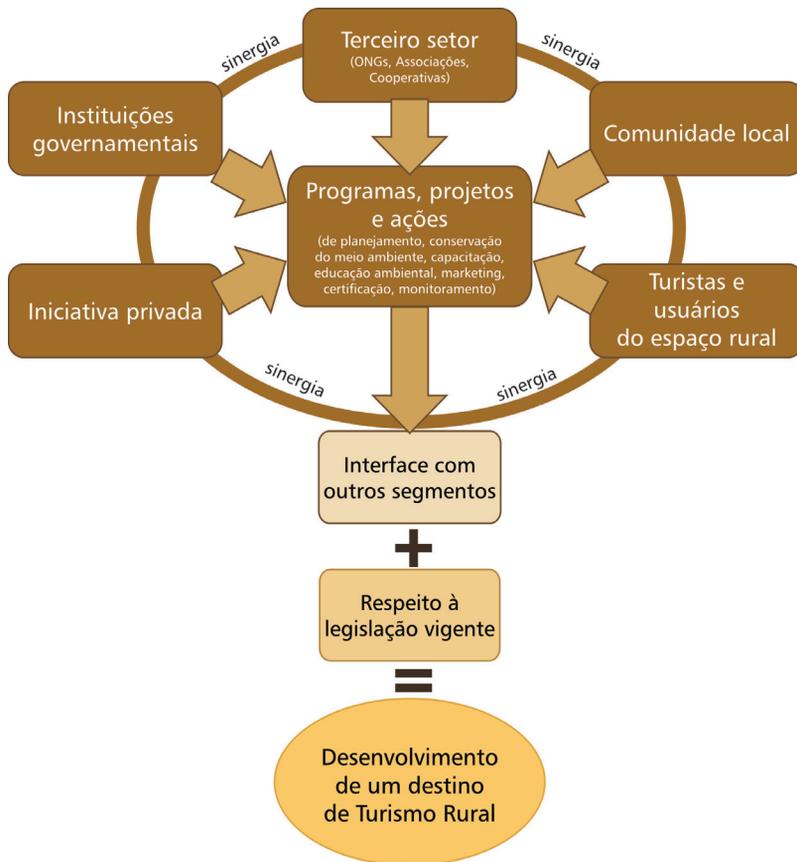
A roteirização turística é uma das estratégias usadas no Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, que busca estruturar, ordenar, qualificar, ampliar e diversificar a oferta turística. É um processo voltado para a construção de parcerias em níveis municipal, regional, estadual, nacional e internacional. A idéia é integrar e fortalecer o compromisso entre os atores envolvidos, de modo a aumentar os negócios nas regiões, promover a inclusão social, resgatar e preservar valores culturais e ambientais. O Ministério do Turismo disponibiliza metodologias de formação de redes de cooperação técnica para a roteirização turística, que tem por objetivo apoiar a produção de roteiros turísticos de forma articulada e integrada.<sup>63</sup>

Assim, antes de rotular um empreendimento como concorrente, é necessário perceber que, mesmo sendo um concorrente, ele pode ser um parceiro, na medida em que pode trabalhar em conjunto, seja na promoção do destino, na recepção dos visitantes ou na reivindicação por melhorias no acesso.

<sup>62</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7- Roterização Turística**. Brasília: 2007. Disponível em <http://www.turismo.gov.br>

<sup>63</sup> Para mais informações sobre metodologias de formação de redes de cooperação, consulte <http://www.turismo.gov.br>

Figura 2 – Interrelações entre os diversos atores e setores dos destinos de Turismo Rural.



Para se efetivar a formação de parceiras, recomenda-se:

- Identificar lideranças entre os envolvidos no segmento;
- Analisar e avaliar parcerias já estabelecidas;
- Estabelecer diretrizes para atração de parceiros;
- Estabelecer contatos com parceiros potenciais (Sistema S, instituições de ensino, entidades privadas e órgãos públicos);
- Buscar ou criar espaços para a discussão de assuntos de interesse comum.

Parcerias exigem confiança, responsabilidade, valores e estratégias que permitam ganhos sociais, políticos, econômicos e ambientais para todos os envolvidos. Para que uma parceria obtenha sucesso, é importante que o empreendedor se enxergue como componente de um grupo e que, portanto, coopere com os

demais componentes do grupo, muitas vezes abrindo mão de seus próprios interesses, em benefício dos interesses coletivos. As parcerias e a cooperação são necessárias em diversos momentos e também podem ocorrer de forma pontual e localizada. Dois exemplos brasileiros ajudam a ilustrar isso:<sup>64</sup>

---

*Empreendimentos do Vale do Café, no Rio de Janeiro, trabalham de forma associada e participativa. O Conselho Regional do Vale do Café – Conciclo atua como interlocutor e fórum para debate dos problemas, soluções e de novas perspectivas. Há parcerias entre empresários, bem como com o poder público, que apóiam a estruturação e o desenvolvimento de produtos, projetos, a promoção e comercialização da região e a disponibilização de infra-estrutura necessária para o desenvolvimento do turismo local. Mesmo não sendo uma região que se destaca atualmente pelo cultivo do café, utiliza bem o seu passado de destaque na produção cafeeira para trabalhar o marketing de uma forma integrada e articulada. Ao se promoverem, os municípios o fazem em conjunto privilegiando os produtos e serviços da própria região.*

-----

*Em Lages, Santa Catarina, um hotel fazenda fez parceria com uma empresa de turismo de aventura para fornecer atividades como tirolesa e arborismo e agregar valor ao seu produto.*

---

Existem no Brasil várias entidades que agregam proprietários rurais ou agricultores que trabalham com o segmento. Em âmbito nacional, cita-se a Associação Brasileira de Turismo Rural (ABRATURR), que possui cadeira no Conselho Nacional de Turismo.<sup>65</sup>

Há também entidades estaduais (e distritais), regionais e municipais, que variam de amplitude,<sup>66</sup> forma de constituição e de função.

<sup>64</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Projeto Vivências Brasil: aprendendo com as boas práticas - Relatório de visita técnica ao Vale do Café/RJ.** Brasília: Ministério do Turismo, 2006 e BRASIL, Ministério do Turismo. **Relatório de visita técnica a Santa Catarina: Acolhida na Colônia e Lages.** Brasília: Ministério do Turismo 2009. Disponíveis em <http://www.excelenciaemturismo.gov.br>

<sup>65</sup> **Conselho Nacional de Turismo:** órgão colegiado com a atribuição de assessorar o ministro de Estado do Turismo na formulação e a aplicação da Política Nacional de Turismo e dos planos, programas, projetos e atividades derivados. Esse Conselho é formado por representantes do governo federal e dos diversos segmentos do turismo – instituições privadas e do 3º setor.

<sup>66</sup> Algumas são específicas do agroturismo, outras trabalham englobam apenas empresários ou agricultores familiares.

---

*A Acolhida na Colônia, em Santa Catarina, é uma associação criada em 1998 para fortalecimento do agroturismo e da agricultura familiar e cujos membros trabalham em rede. A gestão é compartilhada entre agricultores, técnicos e entidades apoiadoras e um caderno de normas regula as relações entre os participantes da associação. Desde os preços praticados pelas pousadas e pontos de alimentação, até questões de ordem estratégica são decididas em conjunto. A comunidade se envolve e a região, hoje valorizada pela população local, é divulgada como um todo.*<sup>67</sup>

---

Além dessas, cabe mencionar a existência de grupos articulados que, apesar de não serem entidades, contribuem para o desenvolvimento do Turismo Rural.

O Rio Grande do Sul dispõe do *Grupo Gestor do Turismo Rural*, que engloba sete entidades que atuam no meio rural no Estado, objetivando trabalhar de forma integrada. Esta experiência de desenvolvimento de grupos gestores também foi fruto do trabalho do Ministério do Turismo, que aplicou uma metodologia em 10 diferentes destinos brasileiros, a qual pode servir de referência para outras localidades. Tal metodologia foi desenvolvida no âmbito do *Projeto Destinos Referência em Segmentos Turísticos*, que teve como premissa a participação efetiva dos representantes locais e de toda a cadeia produtiva relacionada com o segmento elencado, levando à formação de um Grupo Gestor que assumiu o papel de líder do processo e de animador da rede formada.<sup>68</sup>

Também cabe ressaltar o trabalho da *Rede de Turismo na Agricultura Familiar - Rede TRAF*, uma articulação nacional de técnicos, instituições e representações de agricultores que visam o desenvolvimento do Turismo Rural na Agricultura Familiar no País.

Como forma de aproximar os diversos componentes do Turismo Rural - desde agricultores familiares até proprietários de hotéis-fazenda, técnicos, estudiosos e operadores – e, conseqüentemente, contribuir para a articulação, o Ministério do Turismo, em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Agrário, lançou em outubro de 2009 a *Rede Nacional de Turismo Rural*. Ambiente livre para troca de informações e experiências e para o fortalecimento das relações entre os diversos participantes do segmento de Turismo Rural, a Rede pode ser acessada pelo endereço <http://comunidades.mda.gov.br>.

Apesar de todas essas entidades e esforços de articulação, o Brasil ainda não

<sup>67</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. *Projeto Vivências Brasil: aprendendo com as boas práticas - Relatório de visita técnica a Santa Catarina: Acolhida na Colônia e Lages*. Brasília: Ministério do Turismo, 2009. Disponível em <http://www.excelenciaemturismo.gov.br>

<sup>68</sup> Para saber mais, consulte o Projeto 10 Destinos Referência em Segmentos Turísticos, em <http://www.turismo.gov.br>

dispõe de uma entidade única, capaz de representar as várias modalidades e os interesses englobados no Turismo Rural. Trata-se de um grande desafio para os membros do segmento, que necessitam dessa representação.

O MTur disponibiliza, também, o *Caderno de Turismo Formação de Redes*, com o passo a passo para formalização de uma rede social, com foco no desenvolvimento do turismo.

Essas e outras metodologias e documentos orientadores sobre parcerias e formação de redes podem ser acessadas no sítio eletrônico (*site*) <http://www.turismo.gov.br>.

### 3.3 Envolvimento da comunidade local

Uma experiência verdadeira de Turismo Rural envolve, necessariamente, a comunidade como protagonista do desenvolvimento local. A própria definição aqui adotada para o segmento deixa transparecer a necessidade de envolvimento da comunidade nas atividades desenvolvidas. Como já abordado, o valor do Turismo Rural está justamente na relação da comunidade local com o meio rural, é esta relação que o turista busca.

Planejar exige conhecimento da realidade em que se está atuando, daquilo que o passado tem de relevante a ensinar, das carências e desejos do momento presente, além da projeção para se chegar a um futuro desejado. Implica, também, a expectativa dos impactos que as decisões tomadas causarão no futuro e pressupõe a análise das formas de executar e de avaliar o que foi planejado.<sup>69</sup>

O envolvimento da comunidade é uma das premissas para o desenvolvimento do Turismo Rural. Ao se trabalhar o segmento, é importante oferecer aos moradores a possibilidade de descobrir novas formas de olhar e apreciar o lugar onde vivem. Se a comunidade conhece e valoriza seu patrimônio, se orgulha do que é, e se torna um elo importante na interação com o visitante, contribuindo para sua interpretação, para conduzir seu olhar e sensações sobre o lugar, bem como para a sensibilização de envolvidos na comercialização do destino. A apropriação e a valorização da herança cultural são fatores-chave para a preservação e conservação do patrimônio rural.

Apesar de seu protagonismo, as comunidades nem sempre estão preparadas para a atividade turística, o que exige um exercício de envolvimento e

<sup>69</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. *Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Conteúdo Fundamental - Turismo e Sustentabilidade*. Brasília: Ministérios do Turismo, 2007: 87.

sensibilização. Em muitos casos, é necessário o trabalho de identificação e resgate de sua identidade, de suas tradições e formas de expressão para coletivamente ser construído o produto turístico, o que e como deve ser mostrado. Em suma, um trabalho contínuo de sensibilização poderá resultar na descoberta de informações sobre a história local, na elevação da autoestima da população, na geração de atitudes positivas entre comunidade e turista, na melhoria do processo de interpretação, no desenvolvimento do respeito mútuo e na compreensão do Turismo Rural como forma de melhoria do ambiente rural e de redução da migração para as grandes cidades.

---

*Na Acolhida na Colônia/SC, o voluntarismo de moradores e técnicos, além do apoio de instituições parceiras, proporcionou a restauração de prédios importantes para a comunidade local e o resgate da cultura local. Arquitetos e demais profissionais cederam seu tempo e experiência para buscar recursos para restaurar uma Igreja e a comunidade organizou mutirões para a reconstrução.<sup>70</sup>*

---

Este exemplo é uma prova de que o turismo organizado pode gerar muitos benefícios e demonstra que as vantagens advindas do desenvolvimento do Turismo Rural devem se reverter, em primeiro lugar, para as populações locais. Para garantir que isso ocorra, as comunidades devem estar inseridas nas discussões e decisões sobre os rumos da localidade. As parcerias entre governo, empresários, organizações não-governamentais, instituições de ensino e pesquisa e associações comunitárias assumem, assim, grande importância para a realização de etapas como planejamento, monitoramento, implantação de infraestrutura, qualificação profissional e promoção do Turismo Rural.

### **3.4 Agregação de atratividade**

O Turismo Rural é uma das atividades que mais sofrem com os efeitos da sazonalidade, ou seja, com a instabilidade da oferta e da demanda em certos períodos do ano, principalmente com a alta e baixa estação.<sup>71</sup> Por isso, para se estabelecer no mercado, o empreendedor precisa adaptar o seu produto e agregar valor a ele, oferecendo condições distintas para cada temporada, principalmente na época em que a taxa de ocupação (quantidade de visitantes) é mínima.

A agregação de atratividade ao produto turístico requer do gestor um bom conhecimento sobre o estabelecimento e a região de modo a identificar

<sup>70</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Projeto Vivências Brasil: aprendendo com as boas práticas - Relatório de visita técnica a Santa Catarina: Acolhida na Colônia e Lages**, 2009. Disponível em <http://www.excelenciaemturismo.gov.br>

<sup>71</sup> Por ocorrer em ambientes abertos, o Turismo Rural está sujeito às intempéries. Em razão disso, muitos turistas cancelam suas reservas ou deixam as propriedades rurais em dias de chuva ou frio, sendo necessário, assim, ao proprietário rural, criar alternativas para esses períodos.

vantagens competitivas. Partindo-se das características do segmento e da análise do perfil do consumidor, é possível indicar estratégias para aumentar o tempo de permanência dos turistas e, conseqüentemente, minimizar os efeitos da sazonalidade, obtendo melhores rendimentos.

O empreendedor deve ser flexível. A escolha das atividades será influenciada, não apenas pelo perfil da demanda, mas também pela capacidade de realização do empreendedor, no que se refere ao conhecimento da atividade que se pretende implementar e à disponibilidade dos recursos – físicos e financeiros – para a sua realização.

Alguns exemplos do que pode ser objetivamente feito para que os efeitos da sazonalidade sejam minimizados são:

- a) Desenvolvimento de atividades pedagógicas para grupos de estudantes durante a semana nos períodos letivos, colônia de férias etc.
- b) Realização de atividades de lazer e entretenimento para públicos específicos, como o da melhor idade, o infantil ou o de pessoas com deficiência.
- c) Promoção de eventos, leilões, competições esportivas e outras.
- d) Aluguel do espaço para realização de reuniões empresariais, confraternizações, eventos culturais etc.
- e) Estabelecimento de parcerias com operadoras, propiciando novos fluxos.

O preço é uma importante ferramenta de controle sobre a demanda e reflete para o consumidor, sobretudo, a qualidade dos serviços prestados. Neste momento, ofertar produtos/serviços diferenciados é fundamental, caso se tenha a intenção de cobrar um valor mais alto por eles. Deve-se, entretanto, saber que um aumento no preço só é possível se existir demanda por este produto/serviço diferenciado.

A diferenciação pode ser conseguida de várias maneiras, como, por exemplo, oferecendo aos turistas apenas alimentos orgânicos ou uma experiência única - realizar um piquenique embaixo de um parreiral, comer jabuticaba direto do pé. Serviços e produtos complementares também agregam valor e possibilitam o aumento da permanência do turista no destino e a ampliação de seus gastos. Os produtos associados ao turismo – alimentos, bebidas, decorativos, utilitários, artesanato - comercializados durante a visita do turista a um destino rural, ou mesmo se comercializados no meio urbano, também podem ser um

importante fator de agregação de valor e de promoção do Turismo Rural, na medida em que valoriza e desperta atenção para os destinos rurais.

É importante que essas estratégias conciliem a sazonalidade da atividade turística com a sazonalidade da produção agropecuária, quando existente. Uma alternativa é envolver o turista no cotidiano do processo produtivo, principalmente nas épocas de plantio, colheita e beneficiamento da produção.

A seguir, apresentamos algumas experiências encontradas nas diversas regiões do Brasil:<sup>72</sup>

---

---

*No Pará, uma loja de artesanato oferece ao visitante a oportunidade de vivenciar a cultura local por meio de “contação” de lendas e confecção de “biojóia”. Após conhecer as lendas e sentir aromas, os turistas adquirem diversos produtos que servem como lembranças dos momentos inesquecíveis que viveram.*

-----

*Em Veranópolis/RS, o turista pode vivenciar as atividades de uma propriedade rural produtora de vinhos, como colher e comer uva do pé acompanhado pelos proprietários, de acordo com as estações do ano.*

-----

*Em Bonito/MS, uma cachaçaria foi incluída no roteiro turístico da cidade porque apostou na diversificação e na agregação de atratividade ao seu produto. As garrafas são confeccionadas com palha de taboa e a mistura de sabores trouxe novos produtos além da cachaça tradicional. Os visitantes podem degustar as bebidas durante o processo de fabricação e também aproveitar e experimentar caldos típicos da região, como o pantaneiro.*

-----

*Em Petrópolis/RJ, um produtor de peixes agregou experiências gastronômicas à sua produção, ao oferecer um almoço a base de peixe, após se conhecer o processo de criação. Já uma pousada da região, oferece ao turista a oportunidade de plantar uma árvore.*

-----

*Na Costa do Descobrimento/BA, em um restaurante rural, o visitante tem a opção de acompanhar o preparo do seu prato tipicamente baiano ou preparar a sua própria bebida e, na saída, levar a receita. Também pode tomar um banho com ervas aromáticas e sais.*

---

---

### **3.4.1 Diversificação das atividades**

Para aumentar a amplitude do público-alvo, é preciso conhecer o que leva os consumidores a optarem pelo empreendimento ou localidade e, assim, combinar atrativos com públicos diferenciados. Neste caso, deve-se tomar

<sup>72</sup> Estas e outras experiências estão disponíveis para consulta em <http://www.tourdaexperiencia.com>

cuidado para não se perder de vista a identidade rural do produto, sua ruralidade, sob o risco de descaracterização. Afinal,

no mesmo ritmo em que vem aumentando o número de propriedades rurais que oferecem serviços turísticos, parte dessas vem perdendo sua identidade com o meio rural, e uma quantidade significativa já nasce sem as características genuínas que lhe deram origem, isto é sem a sua essência.<sup>73</sup>

Há uma parte da população que pode ser considerada como consumidores potenciais de Turismo Rural. Esse público será captado desde que sejam incluídas atividades mais atrativas nas propriedades rurais, tais como:

- Atividades de aventura.
- Brincadeiras tradicionais.
- Pesca.
- Realização de eventos.
- Cursos rápidos de culinária, jardinagem, história e outros.

Para auxiliar no entendimento, recorre-se novamente aos exemplos:

---

---

*As fazendas históricas do Vale do Café, no Rio de Janeiro, ao mesmo tempo em que buscam resgatar a história do Ciclo do Café, criam uma identidade familiar, possibilitando ao turista vivenciar a rotina das famílias locais. Assim aliam e mesclam o turismo cultural e o rural, criando novas possibilidades, como é o caso da recepção de turmas de estudantes.*

-----

*Já em Portugal, é possível ao visitante participar de uma oficina de pão ou de compotas, utilizando as frutas que ele colheu no pomar. As possibilidades de diversificação das atividades não se esgotam aqui. Tudo depende da criatividade do empreendedor.<sup>74</sup>*

---

---

Devido à proximidade do segmento com a produção agropecuária, é importante ressaltar, a seguir, alguns aspectos capazes de contribuir para a agregação de valor a esta produção.

<sup>73</sup> LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural: conceituação e características básicas. Dissertação de Mestrado.** Brasília: GEA/IH/UnB, 2003: 3.

<sup>74</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Projeto Vivências Brasil: aprendendo com as boas práticas - Relatórios de visita técnica ao Vale do Café/RJ.** Brasília: Ministério do Turismo, 2006 e BRASIL, Ministério do Turismo. **Projeto Excelência em Turismo: aprendendo com as melhores experiências - Relatório de visita técnica em Portugal.** Brasília: Ministério do Turismo, 2008. Disponíveis em <http://www.excelenciaemturismo.gov.br>

### 3.4.1.1 Agregação de valor à produção agropecuária ou ao extrativismo

A agregação de valor à produção acontece de diversas maneiras e exige atenção às novas tecnologias no que se refere ao cultivo, criação, beneficiamento de produtos, atendimento às questões ambientais.

Verifica-se no Brasil uma série de estratégias implementadas no sentido de buscar a viabilização econômica das propriedades rurais e que, ao mesmo tempo, podem aumentar a atratividade turística de determinados territórios, a saber:

- a) **Beneficiamento e processamento** mínimo de matérias-primas de origem animal ou vegetal, transformando-as em embutidos, conservas, produtos lácteos, compotas, bebidas, artigos de vestuário, decorativos, utilitários etc. Esses processos agregam valor e qualidade à produção agropecuária ou ao extrativismo, além de servir como aproveitamento do excedente.
- b) **Apresentação dos produtos:** utilização de embalagens especiais que valorizem a aparência dos produtos e o uso de materiais recicláveis e da região, destacando a identidade local.
- c) **Produção de alimentos ambientalmente correta:** a sociedade valoriza cada vez mais métodos sustentáveis de produção de alimentos para se ter uma alimentação saudável e ambientalmente correta. Destacam-se as práticas baseadas na agroecologia, agricultura orgânica, agricultura ecológica, agricultura biodinâmica e outras.
- d) **Diversificação da produção:** plantio e criação de variadas espécies – de plantas e animais – a fim de proporcionar ao turista novos sabores e experiências, devendo ser privilegiadas as plantas e os animais da região.
- e) **Certificação dos produtos:** selos orgânicos, de comércio justo e solidário,<sup>75</sup> de origem: a certificação é mais uma garantia para o turista de que está de fato consumindo um alimento de qualidade,

<sup>75</sup> **Comércio justo e solidário:** baseado em princípios como erradicação do trabalho infantil e do trabalho escravo, eliminação das discriminações de raça, gênero e religião, preservação da saúde das pessoas e do ambiente, eliminação dos níveis de intermediação comercial especulativa, garantia do pagamento de preços justos aos pequenos produtores, respeito aos direitos trabalhistas, respeito às identidades históricas e culturais locais e regionais, valorização das dimensões não geográficas do território, fortalecimento das capacidades de escolha e planejamento das pessoas, estímulo ao surgimento de formas associativas e cooperativadas, apoio ao desenvolvimento e oferta de ferramentas de conhecimento e de tomada de decisão, garantia dos fluxos multidirecionais de informações entre os atores envolvidos, entre outros (Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário no Brasil – FACES do Brasil).

que respeita o meio ambiente e possui reconhecidos atributos sociais, éticos, territoriais, tecnológicos ou culturais.

Tornar os produtos mais atrativos e competitivos requer, além da agregação de valor, um cuidado especial para que a inovação adotada garanta sua singularidade.

### 3.4.2 Práticas de gestão ambiental<sup>76</sup>

A adoção de práticas de gestão ambiental, além de proteger o meio ambiente e garantir a permanência da produção ao longo dos anos, contribui para a educação ambiental<sup>77</sup> de hóspedes, funcionários e proprietários vizinhos. Ela deve ser transversal à atividade turística, permeando o cotidiano das propriedades, e pode se tornar um fator de agregação de valor ao produto turístico.

Dentre essas práticas, é possível citar:

- a) **Coleta seletiva do lixo e sua compostagem<sup>78</sup>** – implantação de um sistema de coleta de resíduos sólidos em toda a área do empreendimento, separação, reciclagem de materiais e instalação de unidade de compostagem de restos orgânicos. Uma medida simples é a separação do lixo, reutilizando parte dele na propriedade e reduzindo a quantidade de lixo gerada.
- b) **Tratamento de efluentes e resíduos** – sistema de tratamento de esgotos, com caixas ou fossas sépticas, evitando o lançamento de esgotos sem tratamento nos cursos d'água, visando à proteção de rios e nascentes. É importante também não jogar óleo, sabão e produtos químicos nos rios.
- c) **Reflorestamento** – plantio de espécies florestais nativas para a recuperação de áreas degradadas e recomposição de matas ciliares.
- d) **Utilização de fontes alternativas de energia** – algumas opções

<sup>76</sup> **Práticas de gestão ambiental:** condução, direção, proteção da biodiversidade, controle do uso de recursos naturais, por meio de determinados instrumentos, que incluem regulamentos e normatização, investimentos públicos e financiamentos, requisitos interinstitucionais e jurídicos. Esse conceito tem evoluído para uma perspectiva de gestão compartilhada pelos diferentes agentes envolvidos e articulados em seus diferentes papéis, a partir da perspectiva de que a responsabilidade pela conservação ambiental é de toda a sociedade e não apenas do governo, e baseada na busca de uma postura proativa de todos os atores envolvidos (IBAMA).

<sup>77</sup> **Educação ambiental:** processos por meio dos quais os indivíduos e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade (Art. 1º da Lei n.º 9.795 de 27 de abril de 1999).

<sup>78</sup> **Compostagem:** processo de transformação de materiais naturais, como palhada, restos de plantas e alimentos e estrume animal, em fertilizantes orgânicos utilizáveis na agricultura.

de energia limpa de baixo impacto são: energia solar ou eólica, utilização de geradores com turbinas movidas pela força da água ou aquecimento de água utilizando aquecedores instalados no fogão à lenha. A energia elétrica pode ser gerada pelas quedas d'água ou pela força do vento.

- e) **Conservação e gestão do uso da água** – uma medida para minimizar o consumo de água é a captação e o armazenamento de águas da chuva para utilização em chuveiros, pias, vasos sanitários, irrigação de jardins etc, evitando o desperdício de água potável e a conservação das fontes d'águas.

Desta vez, o exemplo vem de Santa Catarina:

---

---

*Em uma propriedade da Acolhida na Colônia, a estrutura de um antigo engenho, além de ser aproveitada para atrair turistas, é utilizada para produzir energia limpa por meio de roda d'água e turbina, incrementando a atratividade da propriedade e reduzindo os custos com energia elétrica. Em outras, uma estrutura de forno de carvão foi aproveitada para uso como sauna e antigas estufas de fumo foram transformadas em pousada, dando originalidade aos ambientes e reaproveitando estruturas já existentes.<sup>79</sup>*

---

---

### **3.5 Incentivos ao desenvolvimento do Turismo Rural**

O processo de desenvolvimento nas sociedades modernas está vinculado à disponibilidade e acessibilidade ao crédito, para expansão das atividades de produção de cada setor econômico. Isso somado ao fato de que a atividade turística é executada, fundamentalmente, pela iniciativa privada, faz-se imprescindível dispor de crédito em quantidade e em condições adequadas aos micros, pequenos, médios e grandes negócios do turismo.<sup>80</sup>

Hoje, para financiar o setor, o empreendedor dispõe de linhas de crédito nos bancos oficiais, a exemplo do Banco do Brasil, Banco da Amazônia, Banco do Nordeste, BNDES, Caixa Econômica Federal. Contudo, as exigências e condições<sup>81</sup> raramente se adéquam à realidade do empreendedor de Turismo Rural.

Sem dúvida alguma, as exigências, procedimentos, condições e garantias para a concessão de crédito para o Turismo Rural precisam ser readequados

<sup>79</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Projeto Vivências Brasil: aprendendo com as boas práticas - Relatório de visita técnica a Santa Catarina: Acolhida na Colônia e Lages**. Brasília: Ministério do Turismo, 2009. Disponível em <http://www.excelenciaemturismo.gov.br>

<sup>80</sup> Brasil, 2007. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010: Uma Viagem de Inclusão**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007:70

<sup>81</sup> Mais informações sobre financiamento, consulte o caderno Segmentação do Turismo e Mercado, que compõe esta coletânea.

e simplificados para o desenvolvimento, a qualidade e a longevidade dos empreendimentos e dos produtos.<sup>82</sup>

De toda forma, já existem alternativas para o proprietário rural que deseja obter financiamento para desenvolver o turismo ou mesmo para ampliar ou melhorar as condições de suas propriedades, de modo a receber os visitantes com qualidade. Em muitas regiões, as cooperativas de crédito ou outras instituições financeiras sem fins lucrativos que operam com microcrédito, tendo como objetivo prestar serviços financeiros de modo mais simples para seus associados, já são uma realidade.

No caso do estado de São Paulo, o Fundo de Expansão do Agronegócio Paulista (FEAP) disponibiliza linha de crédito a pequenos produtores que tenham o Turismo Rural como objeto.

Já os agricultores familiares de todo o Brasil podem, ainda, obter crédito pelo Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), do Ministério do Desenvolvimento Agrário, que financia projetos individuais ou coletivos que gerem renda aos agricultores familiares. Com o crédito do Pronaf é possível, por exemplo, adaptar uma propriedade para recepção de turistas ou financiar o plantio de uma safra que vai ser visitada por eles. As linhas de crédito e taxas de juros cobradas estão relacionadas à faixa de renda do agricultor.<sup>83</sup>

Não é exagerado lembrar que, antes de buscar crédito e assumir uma dívida, o empreendedor deverá calcular o retorno que será possível obter com o financiamento desejado e o prazo necessário para saldar sua dívida.

O apoio ao morador do meio rural que deseja desenvolver o turismo em seu empreendimento ou região não está restrito à concessão de financiamentos. Entidades federais, estaduais e municipais, públicas ou não, em todo o País realizam ações e projetos, direta ou indiretamente, para desenvolvimento do segmento.

<sup>82</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo 2007 – 2010: Uma Viagem de Inclusão**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007:70.

<sup>83</sup> Para mais informações, consulte <http://www.mda.gov.br>

---

*Esporadicamente, instituições, como Ministério do Turismo, Ministério do Desenvolvimento Agrário e Sebrae, publicam em suas páginas na internet <sup>84</sup> editais para selecionar participantes para projetos de capacitação, assistência técnica, apoio à comercialização, estruturação de roteiros turísticos.*

---

Os que vivem no campo podem contar também com os serviços públicos de assistência técnica e extensão rural, formado por entidades estatais e não-estatais, que, além de prestarem assistência técnica, podem auxiliar na busca das formas mais vantajosas de financiamento em cada caso.<sup>85</sup>

Entidades do Sistema S, como o Sebrae e o Senar, bem como algumas instituições de ensino técnico e/ou superior possuem grande penetração no meio rural e também dão suporte ao desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil. Associações, cooperativas e outras instâncias regionais, conforme abordado anteriormente, também têm um papel importantíssimo. Por último, cabe menção o Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA),<sup>86</sup> organismo especializado em agricultura da Organização dos Estados Americanos (OEA).

### 3.6 Acessibilidade

Na estruturação de um produto turístico é primordial, também, dedicar atenção especial a sua acessibilidade.<sup>87</sup> O Turismo Acessível refere-se à possibilidade e condição da pessoa com deficiência alcançar e utilizar, com segurança e autonomia, edificações e equipamentos de interesse turístico.

Mesmo frente a todo desenvolvimento da atividade turística, o crescimento das viagens de turismo ainda não permitiu que todos os segmentos da população fossem beneficiados para desfrutar do turismo de lazer. Pessoas com deficiência de diferentes tipologias<sup>88</sup> e com mobilidade reduzida, tais como idosos, obesos, gestantes, encontram dificuldades para se adaptarem às instalações e equipamentos nas edificações turísticas e espaços de lazer, ao mesmo tempo que encontram prestadores de serviços sem qualificações específicas para um atendimento diferenciado.

<sup>84</sup> <http://www.turismo.gov.br>, <http://www.mda.gov.br> e <http://www.sebrae.com.br>, respectivamente.

<sup>85</sup> Para entender mais, consulte <http://www.asbraer.org.br> e procure o serviço de assistência técnica e extensão rural em seu município.

<sup>86</sup> Disponível em <http://www.iica.org.br>

<sup>87</sup> Acessibilidade é a condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, por pessoa com mobilidade reduzida. Decreto 5.296/2004.

<sup>88</sup> A tipologia utilizada para caracterizar a deficiência pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e usualmente aceita se divide em: deficiência física, intelectual, auditiva, visual e múltipla (BRASIL, Ministério do Turismo & AVAPE. **Turismo Acessível: introdução a uma viagem de inclusão**. Volume I. Brasília: Ministério do Turismo, 2009). Disponível em <http://www.turismo.gov.br>

Os governos federal, estadual e municipal devem fortalecer a legislação sobre a acessibilidade para garantir que todas as pessoas tenham o mesmo direito de acesso aos espaços públicos, equipamentos, atrativos e serviços turísticos. É preciso concentrar esforços dos gestores públicos e agentes locais para inserir nas políticas de turismo as necessidades de acessibilidade de todos os cidadãos. O setor turístico também deve empreender ações visando à inserção das pessoas com deficiência no mercado de trabalho pela prestação de serviços turísticos, em cumprimento à legislação.

A legislação brasileira sobre acessibilidade é bem ampla, garantindo a prioridade de atendimento e a adaptação de edificações, meios de transporte, serviços e comunicação as pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. O conjunto da legislação e normalização aplicada ao turismo prevê a obrigatoriedade da adaptação de calçadas, estacionamento, edificações de uso público, sanitários, bilheterias e comunicação nos equipamentos turísticos.

Assim, a cadeia produtiva do turismo deve estar adequada para as necessidades de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, para permitir que este público tenha pleno acesso a atividade. Uma ferramenta para a adaptação de equipamentos turísticos refere-se ao mapeamento e planejamento da acessibilidade nos destinos, que auxiliam a identificação dos ramos mais acessíveis e dos que necessitam de maiores esforços, o levantamento de necessidades de qualificação profissional e das fontes de financiamento para adequação dos equipamentos, além da identificação de possíveis parcerias. A qualificação profissional para atendimento dos turistas com deficiência também merece destaque, ao disponibilizar recursos e estratégias de forma a atender um público diferenciado, que exigirá atenção em aspectos específicos de suas instalações, equipamentos e procedimentos operacionais.

Neste sentido, o Ministério do Turismo adota como parte da sua política estrutural a inclusão das pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. A partir desse contexto, busca apoiar a promoção da acessibilidade dos espaços, equipamentos, serviços e informações turísticas. Assim, além do documento Turismo e Acessibilidade: Manual de Orientações (2006), lançou a coleção Turismo Acessível,<sup>89</sup> em quatro volumes, com informações gerais sobre as deficiências e os direitos das pessoas com deficiências, orientações gerais sobre acessibilidade, conteúdo sobre mapeamento e planejamento da acessibilidade nos destinos turísticos e sobre o bem atender no turismo acessível. Este material pode servir de apoio para os destinos que estão em fase de planejamento da acessibilidade e para os equipamentos turísticos que desejem aprimorar o atendimento para pessoas com deficiência.

<sup>89</sup> Para consultar as publicações, acesse <http://www.turismo.gov.br>



## 4. Considerações finais

Embora a visitação a propriedades rurais seja uma prática antiga e comum no Brasil, apenas há pouco mais de vinte anos passou a ser considerada uma atividade econômica e caracterizada como Turismo Rural. Devido às dificuldades econômicas do setor agropecuário, alguns proprietários rurais resolveram diversificar suas atividades e passaram a receber turistas.

Hoje é bastante relevante o número de propriedades rurais que incorporam atividades turísticas em suas rotinas, sendo necessárias ações para a estruturação e a caracterização desse tipo de turismo para que essa tendência não ocorra desordenadamente e para que o segmento seja uma opção de lazer para o turista e uma importante e viável oportunidade de renda para o empreendedor rural.

Este documento objetivou apresentar algumas orientações básicas aos interessados em desenvolver o Turismo Rural em suas propriedades, municípios, regiões, estados. Como o próprio nome deixa transparecer, não se pretendeu, aqui, esgotar as discussões sobre o segmento e nem abordar todas as possibilidades relativas ao seu desenvolvimento, sendo altamente recomendável a leitura de bibliografia adicional, como a exposta nos referenciais bibliográficos, para aprofundamento do tema.

O que se buscou neste documento foi abordar o assunto em poucas páginas, de maneira a proporcionar conhecimento àqueles que nunca se relacionaram com o tema ou breve orientação e fundamentação teórica aos que lidam com a atividade em seu dia a dia, permitindo-lhes estruturar melhor seus produtos e alcançar, assim, os objetivos de ampliação e diversificação da oferta de Turismo Rural.

O texto possibilita identificar alguns aspectos essenciais para a estruturação de um produto no segmento de Turismo Rural:

- Entender o contexto, as definições e características do Turismo Rural;
- Perceber as diversas terminologias presentes no segmento;
- Conhecer dados sobre o Turismo Rural e o perfil do turista rural;
- Pesquisar a legislação aplicável ao segmento, adequando-se de forma a

- garantir o respeito às normas estabelecidas;
- Conhecer os serviços oferecidos e as atividades praticadas pelo visitante;
  - Levantar os recursos turísticos existentes - disponibilidade de atrativos, equipamentos e serviços necessários ao desenvolvimento do produto;
  - Identificar os diferenciais competitivos da região e do empreendimento turístico;
  - Buscar a formação de redes e parcerias entre os envolvidos no segmento - produtores rurais, empreendedores de equipamentos e serviços turísticos, gestores;
  - Entender a importância da utilização de boas práticas de gestão ambiental e de envolvimento da comunidade local;
  - Desenvolver estratégias para diminuir os impactos da sazonalidade e agregar atratividade ao produto;
  - Descobrir as formas existentes de incentivo ao desenvolvimento do Turismo Rural;
  - Estruturar o produto turístico para sua inserção no mercado.

Por fim, ressalta-se que esta publicação deve ser complementada com a leitura do caderno **“Segmentação do Turismo e o Mercado”**, que também compõe esta coletânea, e das **“Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural”** – resumidas em anexo e disponíveis em <http://www.turismo.gov.br>.

## 5. Referências bibliográficas

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES ESTADUAIS DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL. **ASBRAER**. Disponível em <http://www.asbraer.org.br>. Acesso em outubro 2010.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. **Censo Populacional de 1996**: conceituação das características divulgadas na contagem da população de 1996. Rio de Janeiro: 1997.

BRASIL, **Ministério do Desenvolvimento Agrário**. Disponível em <http://www.mda.gov.br>. Acesso em setembro de 2010.

BRASIL, **Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária**. Disponível em <http://www.incra.gov.br>. Acesso em novembro de 2010.

BRASIL, Ministério do Meio Ambiente. **Diretrizes para Visitação em Unidades de Conservação**. Brasília: MMA, 2006.

BRASIL, Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. **IBAMA**. Disponível em <http://www.ibama.gov.br>. Acesso em setembro de 2010.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil**: relatório final. FIPE, MTur, abril de 2007. Relatório. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/dadosefatos>

\_\_\_\_\_. **Destinos Referência em Segmentos Turísticos**. Instituto Casa Brasil, MTur, 2010. Relatório.

\_\_\_\_\_. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

\_\_\_\_\_. **Manual de Pesquisa – Inventário da Oferta Turística**: instrumento de pesquisa. Brasília: MTur, 2006. Disponível em <http://www.turismo.gov.br>.

\_\_\_\_\_. **Plano Nacional do Turismo: 2007 – 2010: Uma Viagem de Inclusão**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

\_\_\_\_\_. Programa de Regionalização do Turismo: conteúdo fundamental. **Turismo e Sustentabilidade**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em <http://www.turismo.gov.br>

BRASIL, Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo. Roterização Turística.** Módulo Operacional 7. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em <http://www.turismo.gov.br>

\_\_\_\_\_. **Relatório Final Portugal Região Norte:** turismo cultural e rural. Excelência em Turismo: aprendendo com as melhores experiências internacionais. Braztoa, outubro de 2008. Relatório.

\_\_\_\_\_. **Relatório Final da Viagem Técnica a Santa Catarina:** Acolhida na Colônia e Lages. Vivências Brasil: aprendendo com o turismo nacional. BRAZTOA, abril de 2009. Relatório.

\_\_\_\_\_. **Relatório da Pesquisa Hábitos de Consumo do Turismo do Brasileiro.** Vox Populi, MTur, julho de 2009. Relatório.

BRASIL, Ministério do Turismo & Braztoa. Projeto Vivências Brasil: aprendendo com o turismo nacional. Relatório Final da Viagem Técnica ao Vale do Café: Turismo Rural. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Relatório.

BRASIL, **Presidência da República.** Disponível em <http://www.planalto.gov.br>. Acesso em outubro de 2010.

CAMARANO, A. A., ABRAMOVAY, R. **Êxodo rural, envelhecimento e masculinização no Brasil:** panorama dos últimos 50 anos. Rio de Janeiro: 1999.

CAMPANHOLA, Clayton; GRAZIANO da Silva, José. O Agroturismo como Nova Fonte de Renda para o Pequeno Agricultor Brasileiro. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org). **Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento.** São Paulo: Ed. Edusc, 2000.

FACES DO BRASIL. Disponível em <http://www.facesdobrasil.org.br>. Acesso em outubro de 2010.

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

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa.** Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2004.

IDESTUR – INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL. **Estudos Preliminares dos Marcos Legais do Turismo Rural para a Comissão de Esporte e Turismo da Câmara dos Deputados.** Brasília: Idestur, 2009.

IICA – INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERAÇÃO PARA A AGRICULTURA. Disponível em <http://www.iica.org.br>. Acesso em outubro de 2010.

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

2002.

LOTTICI KRAHL, Mara Flora. **Turismo Rural**: conceituação e características básicas. Dissertação de Mestrado. Brasília: GEA/IH/UnB, 2003.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Agroturismo e Desenvolvimento Regional**. São Paulo: Hucitec, 2002.

ROQUE, Andreia. **Turismo no Espaço Rural**: um complexo fenômeno a ser reconhecido. Dissertação de Mestrado. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

\_\_\_\_\_. **Turismo Rural**: do real ao imaginário. Projeto de Doutorado. Portugal: Universidade de Aveiro, 2009.

TULIK, Olga. Recursos Naturais e Turismo: tendências contemporâneas. In: **Turismo e Análise**, nº 2. São Paulo: ECA/USP, 1993.

\_\_\_\_\_. Turismo no Espaço Rural: segmentação e tipologia. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio; SOUZA, Marcelino (org.). **Turismo Rural**: patrimônio, cultura e legislação. Santa Maria, RS: Ed. FACOS-UFSM, 2006.

\_\_\_\_\_. **Turismo Rural**. São Paulo: Aleph, 2003. Coleção ABC do Turismo. 2ª Edição.



## 6. Bibliografia

ABRAMOVAY, Ricardo. **Funções e Medidas da Ruralidade no Desenvolvimento Contemporâneo**. Disponível em <http://www.ipea.gov.br>. Acesso em setembro de 2010.

ALMEIDA, Joaquim Anécio; RIEDL, Mário (Org.). **Anais do 3º Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável**. Santa Cruz do Sul: Ed. Edunisc, 2002.

ALMEIDA, Joaquim Anécio; RIEDL, Mário (Org.). **Turismo Rural: Ecologia, Lazer e desenvolvimento**. São Paulo: Ed. Edusc, 2000.

ALMEIDA, Joaquim Anécio; RIEDL, Mário; FROEHLICH, José Marcos. **Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável**. Departamento de Educação Agrícola e Extensão Rural. Centro de Ciências Rurais. Santa Maria: UFSM, 1998. 190p.

ALMEIDA, Joaquim Anécio; RIEDL, Mário; VIANA, Andyara Lima. **Turismo Rural: tendências e sustentabilidade**. Santa Cruz do Sul: Ed. Edunisc, 2002.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR. **Manual Operacional do Turismo Rural**. Brasília: EMBRATUR, 1994.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Agrário. Secretaria de Desenvolvimento Territorial. **Referências para uma Estratégia de Desenvolvimento Rural no Brasil**. Série Documentos Institucionais n.º 1. Brasília: MDA, março de 2005.

BRASIL, Ministério do Turismo. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Caminhos do Brasil Rural: agricultura familiar, turismo e produtos associados**. Brasília: Ministério do Turismo, junho de 2008.

\_\_\_\_\_. **Priorização de Ações para Desenvolvimento de Segmentação: consolidado de resultados**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, fevereiro de 2008. Relatório.

\_\_\_\_\_. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Conteúdo Fundamental. Formação de Redes**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em <http://www.turismo.gov.br>

\_\_\_\_\_. **Formação de Redes e Ação Municipal para Regionalização do Turismo**. Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do Turismo. Livro 1. Florianópolis: Sead/UFSC, 2008.

\_\_\_\_\_. **Programa de Regionalização do Turismo. Promoção e**

**Apoio à Comercialização. Módulo Operacional 8.** Brasília: Mtur, 2007. Disponível em <http://www.turismo.gov.br>

BRASIL, Ministério do Turismo. **Tour da Experiência.** Disponível em <http://www.tourdaexperiencia.com>. Acesso em outubro de 2010.

CALS, J.; CAPELÀ, J.; VAQUÉ, E. *El Turismo en el Desarrollo Rural en España.* Madrid: Min. de Agricultura, 1995.

CAMPANHOLA, Clayton; GRAZIANO da Silva, José. Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor. In: **Anais do 2º Congresso Brasileiro de Turismo Rural: turismo no espaço rural brasileiro.** Piracicaba: Fealq, 2000.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO. **Comentário à Lei Geral do Turismo (Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008) e Proposições Legais para o Incremento do Turismo no País.** Brasília: CNC/CCBC, 2008.

GAZETA MERCANTIL. **Produtores ampliam negócios com Turismo Rural.** Caderno por Conta Própria. São Paulo: 10 de julho de 1996.

GIANGIORDANO, A.C. *Nuevas Fronteras del Turismo Rural en Europa: el proyecto LEADER della Comunidad Europea.* In: **Turismo em Análise.** v. 8 n.º 2. São Paulo: CRP/ECA/USP., 1997. pp.21-23.

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL E COMUNITÁRIO. **Programa Modelo de Capacitação de Empreendedores em Turismo Rural: módulo 1–Turismo Rural.** Brasília: SESCOOP, 2003.

\_\_\_\_\_. **Programa Modelo de Capacitação de Empreendedores em Turismo Rural: módulo 2 – atrativos e produtos do Turismo Rural.** Brasília: SESCOOP, 2003.

\_\_\_\_\_. **Empreendedores em Turismo Rural: módulo 5 – marketing.** Brasília: SESCOOP, 2003.

OLIVEIRA, Cássio G.S. et al. (ed). **Anais do 2º Congresso Brasileiro de Turismo Rural: turismo no espaço rural brasileiro.** Piracicaba: Fealq, 2000. 276 p.

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

PELLEGRINI, Américo. **Dicionário Enciclopédico de Ecologia & Turismo.** São Paulo: Manole, 2000.

PIRES, Paulo dos Santos. A paisagem rural como recurso turístico. In: RODRIGUES, A. B. (org.) **Turismo Rural.** 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2003. Coleção

Turismo Contexto.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira; et al. **Turismo no Espaço Rural: enfoques e perspectivas**. São Paulo: Ed. Roca, 2006.

RIBEIRO, Sandro Virgilio Prado. **Para Entender o Turismo Rural**. Olinda: Ed. do Autor, 2004.

VARASCHIN, M. F. C. et al. **Estudo dos Entraves nas Legislações que Afetam o Agroturismo e Proposta de Adequação ao Desenvolvimento da Atividade**. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2004. 199 p.

ZIMMERMANN, Adonis. **Turismo Rural: um modelo brasileiro**. Florianópolis: o autor, 1996.



## 7. Anexo

### 7.1 Diretrizes para o desenvolvimento do Turismo Rural<sup>90</sup>

Em 2003 o Ministério do Turismo apresentou diretrizes para o desenvolvimento do Turismo Rural, fruto do trabalho de técnicos, agentes e atores envolvidos com a atividade turística e o desenvolvimento territorial. Essas 7 diretrizes continuam válidas para o segmento e encontram-se descritas abaixo como forma de orientar o desenvolvimento do Turismo Rural.

A ordem de apresentação não deve ser entendida como uma seqüência a ser seguida, já que a prioridade varia de acordo com a região turística, com o seu estágio de desenvolvimento, os arranjos institucionais e intersetoriais e a disponibilidade de recursos.

#### **DIRETRIZ 1 - Ordenamento**

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

#### **DIRETRIZ 2 - Informação e comunicação**

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

#### **DIRETRIZ 3 - Articulação**

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

<sup>90</sup> BRASIL, Ministério do Turismo. *Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural*. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

#### **DIRETRIZ 4 - Incentivo**

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

#### **DIRETRIZ 5 - Capacitação**

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

#### **DIRETRIZ 6 - Envolvimento das comunidades**

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

#### **DIRETRIZ 7- Infraestrutura**

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





Ministério do  
**Turismo**

G O V E R N O F E D E R A L  
**BRASIL**  
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

