XIII CITURDES

Congresso Internacional Sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável

ANAIS DO XIII CITURDES

7 a 9 de maio de 2025.

Santa Maria, RS.

ANAIS DO XIII CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Desafios e propostas para o turismo rural em tempos de incertezas

ORGANIZADORES

Ivo Elesbão
Caroline Ciliane Ceretta
Marcelino de Souza
Mônica Elisa Dias Pons

Promoção:

INSTITUTO FEDERAL Farroupilha

UFRGS UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Universidade Federal de Santa Maria 1960

Patrocínio:

CAPES

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C749 Congresso Internacional Sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável (13. : 2025 : Santa Maria, RS)
Desafios e propostas para o turismo rural em tempos de incertezas : anais... / organizadores Ivo Elesbão, Caroline Ciliane Ceretta, Marcelino de Souza, Mônica Elisa Dias Pons. – Santa Maria : [s.n.], 2025.
348 p.

Organização da Universidade Federal de Santa Maria
ISBN: 978-65-01-80406-4

1. Turismo Rural. I. Elesbão, Ivo. II. Ceretta, Caroline Ciliane. III. Souza, Marcelino de. IV. Pons, Mônica Elisa Dias, V. Título.

CDU 338.48

Bibliotecária responsável Priscila de Queiroz Macedo, CRB 10/2560

Organizadores dos Anais

Ivo Elesbão
Caroline Ciliane Ceretta
Marcelino de Souza
Mônica Elisa Dias Pons

Comissão Científica

Alan Dutra de Melo (UNIPAMPA)
Alessandra Buriol Farinha (UNIPAMPA)
Alexandre Panosso Netto (USP)
Carla Barbieri (Universidade Estadual da Carolina do Norte, EUA)
Caroline Ciliane Ceretta (UFSM)
Clarice Bastarz (UFPR)
Claudia Toselli (Universidad Nacional de Quilmes, Argentina)
Dalva Maria Righi Dotto (UFSM)
Elisabeth Kastenholz (Universidade de Aveiro, Portugal)
Gilvan Odival Veiga Dockhorn (UFSM)
Isabela de Fátima Fogaça (UFRRJ)
Ivo Elesbão (UFSM)
Jaciel Gustavo Kunz (UFPR)
Manuel Ramón González Herrera (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México)
Mayara Roberta Martins (FURG)
Marcelino de Souza (UFRGS)
Marcelo Ribeiro (UFSM)
Marielen Aline Costa da Silva (UFNT)
Maurício Ragagnin Pimentel (UFPel)
Michele Lindner (UFRGS)
Mônica Elisa Dias Pons (UFSM)
Natalia de Sousa Aldrigue (UFPB)
Naiara Martins (FURG)
Patrícia Marasca Fucks (UFFS)
Priscyla Christine Hammerl (IFFar)
Raquel Lunardi (IFFar)
Rosa Maria Vieira Medeiros (UFRGS)
Rossana Campodónico (Universidad de la República - Uruguay)
Suelen de Leal Rodrigues (IFFar)
Thiago Reis Xavier (UFSM)
Tissiane Schmidt Dolci (IFRS)

APRESENTAÇÃO

É com satisfação que apresentamos o Anais do XIII Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável (CITURDES) realizado no período de 7 a 9 de maio de 2025, em formato presencial sob a coordenação conjunta da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e do Instituto Federal Farroupilha (IFFar). Esta edição reafirma a relevância do CITURDES como espaço consolidado de intercâmbio científico e de diálogo entre pesquisadores, profissionais, estudantes e representantes de comunidades envolvidas com o turismo rural.

O evento contou com a organização direta do Curso de Gestão de Turismo e do Programa de Pós-Graduação Profissional em Patrimônio Cultural (PPGPPC) da UFSM, do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios da UFRGS, bem como do importante apoio institucional do Departamento de Turismo e do Centro de Ciências Sociais e Humanas (CCSH/UFSM).

Vale destacar que na realização do evento foi fundamental o apoio financeiro da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), por meio do Programa de Apoio a Eventos no País (PAEP).

Criado em 1998, o CITURDES tem caráter bianual e trajetória marcada pela itinerância e internacionalização. Ao longo de suas edições, o evento foi realizado em diversas instituições educacionais e científicas localizadas no Brasil e no exterior – como Santa Maria (RS), Santa Cruz do Sul (RS), Joinville (SC), Porto Alegre (RS) e São Paulo (SP) – e internacionais, como Toluca (México), Chaves (Portugal), Santiago de Compostela (Espanha), Nicoya (Costa Rica) e Cidade do Panamá. Tal percurso reflete seu amadurecimento e compromisso com o debate plural com os diferentes agentes participantes do processo e refletindo sempre sobre as múltiplas dimensões do turismo em territórios rurais.

A décima terceira edição teve como tema central “Desafios e propostas para o turismo rural em tempos de incertezas” propondo-se a refletir sobre os impactos de um cenário global marcado por instabilidades econômicas, mudanças climáticas e transformações no comportamento dos visitantes no período pós-pandêmico. Neste contexto, o turismo rural ganhou novos contornos e complexidades, exigindo abordagens inovadoras e sustentáveis, capazes de articular a valorização dos saberes e modos de vida locais com o desenvolvimento de produtos turísticos alinhados às demandas contemporâneas por experiências ao ar livre, proximidade e autenticidade.

A presente publicação reúne os trabalhos apresentados nesta décima terceira edição nas diversas modalidades sendo elas: artigos completos, relatos de experiências e resumos expandidos, abrangendo uma diversidade de abordagens, metodologias e contextos. Trata-se de uma contribuição significativa para o fortalecimento da produção científica, bem como da prática profissional voltadas ao turismo em áreas rurais, oferecendo subsídios para a formulação de políticas públicas, estratégias de gestão e ações de base comunitária entre outros aspectos.

Finalmente agradecemos a todas e todos que contribuíram para a realização do evento e para a construção deste volume: autores e autoras, avaliadores, conferencistas, debatedores, instituições parceiras, equipes de apoio e participantes. Desejamos que este material possa inspirar novas pesquisas, práticas e cooperações, reafirmando o papel do turismo rural como vetor de desenvolvimento sustentável, inclusão sócio territorial e valorização do patrimônio cultural e natural.

Boa leitura.

Ivo Elesbão
Caroline Ciliane Ceretta
Marcelino de Souza
Mônica Elisa Dias Pons
(Organizadores)

SUMÁRIO

ARTIGOS 9

COMPETITIVIDAD DE LAS POSADAS TURISTICAS, LOCALIZADAS EN ENTORNOS RURALES, INCLUIDAS EN EL PROGRAMA DE POSADAS TURISTICAS DE LA SECRETARIA NACIONAL DE TURISMO DEL PARAGUAY 10
SANTIAGO GALEANO BATE, JUAN LLANES, DAVID MALDONADO

MOÇAMBIQUE E CENÁRIO TURÍSTICO: UMA VIAGEM SOBRE OS ATRATIVOS E POTENCIALIDADES RURAIS DO DISTRITO DE GÚRUÈ 23
FARIDA RABIA SEQUETEIRO, JÚNIOR RAFAEL, VICTOR CESAR RODRIGUÊS CARVALHO, FLAVI FERREIRA LISBÔA FILHO

RETRATO DAS POTENCIALIDADES NO TURISMO RURAL DE UM MUNICÍPIO DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL 35
LETICIA CHETTERT FORTES DE QUADROS, TIAGO ZARDIN PATIAS, MARIA EDUARDA MENEGHETTI ORLANDI, RAÍSSA OCHÔA GOLIN

TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO LITORAL DO PARANÁ: PRINCÍPIOS E REALIDADE 53
ALINE DA SILVA ARAÚJO VÖRÖS, CLARICE BASTARZ

TURISMO EM TERRAS INDÍGENAS E TURISMO AS POTENCIALIDADES DA ATIVIDADE TURÍSTICA SUL DA AMAZÔNIA BRASILEIRA 70
SIDNEY DANIEL BATISTA, CAROLINA MIRANDA SOARES

TURISMO RURAL EM VALE DO SOL: POTENCIALIDADES E DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL 80
MARIELI ELENA MULLER, CLAUDIANA Y CASTRO, FRANCIELI ESTER MÜLLER

UMA ABORDAGEM SOBRE AS PAISAGENS CULTURAIS QUILOMBOLAS NA COMUNIDADE DE ALTO DOS BOIS E O POTENCIAL TURÍSTICO 95
SIDNEY DANIEL BATISTA, CAROLINA MIRANDA SOARES

A ESSÊNCIA DA HOSPITALIDADE NO TURISMO RURAL: UMA REFLEXÃO NECESSÁRIA 105
ROSISLENE DE FATIMA FONTANA, JULIANA ROSE JASPER

A PAISAGEM COMO LINHA DE CONCEPÇÃO DE UM ROTEIRO TURÍSTICO NO TERRITÓRIO DO QUARTA COLÔNIA GEOPARQUE MUNDIAL DA UNESCO, RS, BR. 115
ANA PAULA KIEFER, MANOELA HORN DOS SANTOS, MAURÍCIO MENDES VON AHN, ADRIANO SEVERO FIGUEIRÓ

A TRAJETÓRIA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS FEDERAIS DE TURISMO RURAL 130
ANA JÚLIA SCORTEGAGNA SOCAL, THAÍS GOMES TORRES

GÊNERO E MERCADO DE TRABALHO: AS MULHERES NO TURISMO RURAL 139
JESSICA TAVARES DE SOUZA, IVO ELESBÃO

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE TERRITORIAL RURAL: UMA PROPOSTA METODOLÓGICA A PARTIR DOS INDICADORES DA CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS 147
GABRIEL BERTIMES DI BERNARDI LOPES

UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA EM PERIÓDICOS NACIONAIS SOBRE ARTIGOS EM TURISMO RURAL (1994-2024) 162
TATIANE DE OLIVEIRA PINTO, DÉBORA PIRES TEIXEIRA, DAN GABRIEL D'ONOFRE, GLAUBER SOARES JÚNIOR

ANÁLISE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O ENOTURISMO NO PARANÁ 174
TEREZINHA BUSANELLO FREIRE, VANDER VALDUGA

AS DIMENSÕES DA CAPACIDADE ABSORTIVA NO ENOTURISMO DA ROTA TURÍSTICA VALE DOS VINHEDOS, ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, BRASIL 189
CAMILE BONOTTO, MARCELINO DE SOUZA, ANA CLAUDIA MACHADO PADILHA

ENOTURISMO NA CAMPANHA GAÚCHA: COCRIAÇÃO DE VALOR ATRAVÉS DE EXPERIÊNCIAS AUTÊNTICAS 197
THAÍS GOMES TORRES, ANA JÚLIA SCORTEGAGNA SOCAL, MAYARA ROBERTA MARTINS

EXPLORANDO SABORES E DESTINOS: INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NA REGIÃO DA CAMPANHA 207
FLÁVIA DE ARAÚJO PEDRON, ALINE PRESTES ROQUE

OLHAR DOS TURISTAS EM RELAÇÃO AO OLIVOTURISMO 218
MORGANA SECCHI, MARCELINO DE SOUZA

PATRIMÔNIO, SABORES E TRADIÇÕES: A CULINÁRIA DE DONA FRANCISCA-RS COMO IMPULSO PARA O TURISMO LOCAL 236
DAFFINE NATALINA RECK, MARIA MEDIANEIRA PADOIN

QUANDO O CLIMA MUDA O TEMPERO: BOIA-FORTE E OS DESAFIOS DO TURISMO GASTRONÔMICO EM VALE DO SOL/RS 246
MARIELI ELENA MULLER, FRANCIELI ESTER MÜLLER

A VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL DE VAL VERONÊS E O USO TURÍSTICO 263
JOCELITO OLIVEIRA DE OLIVEIRA, CAROLINE CILIANE CERETTA, FLAVIANA PEROBELLI DE OLIVEIRA

RELATOS DE EXPERIÊNCIAS 270

"CANTOS E ENCANTOS RURAIS" DA QUALIFICAÇÃO A FORMAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO E DO PRODUTO DE TURISMO RURAL DE SANTA CRUZ DO SUL 271
CLAUDIANA Y CASTRO, MIRELE MILANI DA SILVA

DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NO MUNICÍPIO DE FAXINAL DO SOTURNO, REGIÃO DA QUARTA COLÔNIA DE IMIGRAÇÃO ITALIANA: "ROTEIRO GASTRONÔMICO DA COLÔNIA" 275
CLAUDIANA Y CASTRO, MIRELE MILANI DA SILVA

DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NO MUNICÍPIO DE VALE DO SOL: CAPACITAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS 279
CLAUDIANA Y CASTRO, MARIELE ELENA MULLER

ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO E OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, NO TERRITÓRIO CAÇAPAVA GEOPARQUE UNESCO 281
ALINE MORAES CUNHA

FAZENDA DA CRIA EM SÃO FRANCISCO DE PAULA – RS: DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL 286
ISAURA MARTINI MÜLLER, VANESSA KARINE SPINDLER

FESTIVAL MULTICULTURAL RURAL – CONSTRUINDO PONTES COM A COMUNIDADE 289
MÁRCIO ROGÉRIO OLIVATO POZZER, BRUNO FERNANDES MENDES

FIOS DA IMAGINAÇÃO: RELATO DE EXPERIÊNCIA DE OFICINAS DE FELTRAGEM EM LÃ EM CONTEXTO ESCOLAR 291
ANA GABRIELA DE FREITAS SACCOL, MIRIAN DENISE SCHALEMBERG, CAROLINA IUVA DE MELLO, CRISTINA LANDERDAHL

TURISMO RURAL NO NOSSO GALPÃO – CTG CANDEEIRO DA AMIZADE VERA CRUZ - REGIÃO DO VALE DO RIO PARDO- RS 295
CLAUDIANA Y CASTRO, PAULO MANS

RESUMOS EXPANDIDOS 297

COMER, LEMBRAR, APRECIAR: O SOUVENIR GASTRONÔMICO COMO ELEMENTO DE VALORIZAÇÃO PATRIMONIAL NO QUARTA COLÔNIA GEOPARQUE MUNDIAL DA UNESCO 298
ALINE BRITTO FIALHO, ANA JÚLIA SCORTEGAGNA SOCAL, CAROLINE CILIANE CERETTA

COMIDA EMBLEMÁTICA NA QUARTA COLÔNIA: UM ESTUDO SOBRE A POLENTA 300
RAQUEL LUNARDI, LIEGE ZAMBERLAN, ALINE PRESTES ROQUE

GASTRONOMIA E HIBRIDIZAÇÕES CULTURAIS: PRÁTICAS CULINÁRIAS NA QUARTA COLÔNIA, RIO GRANDE DO SUL [BRASIL] 303
RAQUEL LUNARDI, SUSANA DE ARAÚJO GASTAL

GEOPARQUES: CAMINHOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL SUSTENTÁVEL 306
MAURICIO REBELLATO, FLAVI FERREIRA LISBOA FILHO

O GEOPARQUE QUARTA COLÔNIA COMO DESTINO TURÍSTICO GASTRONÔMICO.....309
MARINA SACILOTO FRIGO

TURISMO RURAL EM FOCO: O PAPEL DOS OBSERVATÓRIOS EM TERRITÓRIOS DE GEOPARQUE 312
MÔNICA ELISA DIAS PONS, CAROLINE CILIANE CERETTA, BRUNO BATISTA PILATTI, RÔMULO ALMANSA KLUSENER

DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL EM VALE DO SOL: UMA TRAJETÓRIA DE CAPACITAÇÃO E RESILIÊNCIA EM TEMPOS DE CRISE 315
CLAUDIANA Y CASTRO, MARIELI ELENA MULLER

IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL E DO COMPORTAMENTO DO ENOTURISTA DA REGIÃO UVA E VINHO DO RIO GRANDE DO SUL.....317
MAICON DE MENEZES DE SANTOS, MAX DE VEIGA, TISSIANE SCHMIDT DOLCI, CLAUDIO VINICIUS SILVA FARIAS

SABORES, SABERES E PAISAGENS: O TURISMO RURAL COMO EXPERIÊNCIA DE VIDA NO INTERIOR DE AGUDO (RS) 319
THAÍS GOMES TORRES, BIANCA DA SILVA TRINDADE

TURISMO NO ESPAÇO RURAL: CULTURA LOCAL E RELIGIOSIDADE.....323
DALVA MARIA RIGHI DOTTO, MÔNICA ELISA DIAS PONS, DIEGO TRINDADE HAHN

TURISMO NO ESPAÇO RURAL E ECONOMIA COMPARTILHADA: UM MAPEAMENTO DAS TIPOLOGIAS DOS IMÓVEIS RURAIS ENCONTRADOS NA PLATAFORMA AIRBNB NA REGIÃO DA QUARTA COLÔNIA 326
RÔMULO ALMANSA KLUSENER, MARCELO RIBEIRO, IVO ELESBÃO

TURISMO RURAL NA CAPITAL MUNDIAL DAS ETNIAS, IJUÍ, RS, BRASIL 329
VANILSON PEREIRA SILVEIRA

A PRODUÇÃO DE LAVANDA EM MORRO REUTER/RS: CADEIA PRODUTIVA, TURISMO RURAL E POTENCIAL PARA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA.....331
CLAUDIO VINÍCIUIS SILVA FARIAS, KELLY LISSANDRA BRUCH, VERA LÚCIA MARTINS MILANI, OLGA MARIA GON

COMPETITIVIDADE EM ROTA DE TURISMO RURAL 333
LILIANE MARCON, ANA CLAUDIA MACHADO PADILHA

CONSERVAÇÃO AMBIENTAL DOS RECURSOS E MONITORAMENTO DE IMPACTOS - CARMI.....335
SCHEILA GRAZIELA RIGOTTI, CARMEN REGINA DORNELES NOGUEIRA, CLÁUDIO GABRIEL SOARES ARAÚJO, FÁTIMA REGINA ZAN

TURISMO AGROECOLÓGICO: UM PARALELO ENTRE BRASIL E ÁUSTRIA.....337
JANINE SCHMITZ

TURISMO RURAL E A CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS (CBST) 340
CRISTINA ESPINDOLA ROMOR VARGAS, JORGE LUIZ AMARAL DE MORAES

TURISMO RURAL EM SÃO FRANCISCO DE PAULA: AS POLÍTICAS PÚBLICAS COMO FERRAMENTA PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL 345
VANESSA KARINE SPINDLER, MOISÉS DE SOUZA

ARTIGOS

COMPETITIVIDAD DE LAS POSADAS TURISTICAS, LOCALIZADAS EN ENTORNOS RURALES, INCLUIDAS EN EL PROGRAMA DE POSADAS TURISTICAS DE LA SECRETARIA NACIONAL DE TURISMO DEL PARAGUAY

SANTIAGO GALEANO BATE[1], JUAN LLANES[2], DAVID MALDONADO[3]

[1] Licenciado en Administración. Universidad Nacional de Asunción
[2] Licenciado em Turismo y Hotelería. Universidad Columbia del Paraguay
[3] Licenciado em Turismo y Hotelería. Universidad Columbia del Paraguay

Resumen: La competitividad es un factor clave para el desarrollo de las posadas turísticas en Paraguay, ante el crecimiento del turismo interno en el país. El objetivo de la investigación es determinar el nivel de competitividad empresarial de las posadas turísticas, localizadas en entornos rurales, incluidas en el programa de posadas turísticas de la Secretaría Nacional de Turismo del Paraguay (SENATUR). Los objetivos específicos son; identificar qué áreas dentro de las posadas turísticas influyen en mayor o menor medida en el nivel de competitividad y definir la relación entre el tamaño de la posada turística y el nivel de competitividad que presenta. Para medir la competitividad empresarial de las posadas turísticas, se utilizó el mapa de Competitividad del BID. La población de estudio está compuesta por 414 posadas turísticas existentes en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos del Paraguay (Registur).

Palabras clave: Turismo; Competitividad; Alojamiento; Turismo interno; Turismo rural.

Introducción

Las posadas turísticas forman parte de la oferta de alojamiento extra hotelero de un país, son viviendas familiares, acondicionadas para el descanso, ofrecen servicios básicos, buscando preservar las costumbres y tradiciones locales de las comunidades. Se encuentran mayormente en entornos rurales, con atractivos turísticos, donde la oferta de alojamiento no es abundante.

Desde su implementación en el año 2011, como programa, dentro de la Secretaría Nacional de Turismo, el número de posadas turísticas ha ido multiplicándose cada año, en las diferentes ciudades del interior del país, como consecuencia del auge del turismo interno. En este contexto los propietarios de las posadas turisticas, son pilares fundamentales del programa, su compromiso, dedicación y participación activa son esenciales para el éxito y crecimiento continuo de este importante sector turístico.

Ante el escenario presentado, es necesario conocer el nivel de competitividad empresarial de las posadas turísticas, para mejorar la oferta de alojamiento turístico en el país, de forma a identificar las áreas que influyen de manera positiva en la competitividad y las que presentan dificultades para su consecución, permitiendo así ajustar las estrategias empresariales utilizadas por las posadas turísticas.

El objetivo de la investigación es determinar el nivel de competitividad empresarial de las posadas turísticas, localizadas em áreas rurales, incluidas en el programa de posadas turísticas de la Secretaría Nacional de Turismo del Paraguay (SENATUR). Los objetivos específicos son: Identificar qué áreas dentro de las posadas turísticas influyen en mayor o menor medida en el nivel de competitividad. Definir la relación entre el tamaño de la posada turística y el nivel de competitividad.

Marco Teórico

Posadas Turísticas, es un programa llevado adelante por la Secretaria Nacional de Turismo (SENATUR) desde el año 2011, diseñado y ejecutado en cooperación con el Viceministerio de Turismo de Colombia (Senatur, s.f.).

En Paraguay, durante el periodo de pandemia, a consecuencia del Covid – 19, el turismo rural tuvo un fuerte crecimiento, debido a las restricciones para los viajes internacionales, que generó un mayor flujo de turismo de interior, lo que a su vez, género que las posadas turísticas aumenten sus niveles de ocupación de habitaciones.

Según el Plan Maestro de Desarrollo Turístico del Paraguay 2019 – 2026, en su eje 2 hace referencia al Desarrollo de la oferta turística, a partir de la Mejora de la Infraestructura Turística, que tiene como objetivo; Fomentar la competitividad de la oferta de alojamiento turístico existente en el ámbito rural en Paraguay. (Senatur, 2018). Dentro de esta oferta, las posadas turísticas constituyen una de las principales opciones de alojamiento extra hotelero existente en el país.

En la actualidad no se cuenta con datos suficientes sobre el funcionamiento interno y características particulares de las posadas turísticas en el país, por lo que un relevamiento sobre competitividad empresarial de las posadas, podría permitir a la autoridad competente en turismo y a las mismas, realizar acciones para disminuir determinadas falencias y fortalecer los niveles de eficiencia y productividad en determinadas áreas.

Según el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos del Paraguay (Registur), existen 414 posadas turísticas habilitadas y registradas dentro del programa Posadas Turísticas en el país, a febrero de 2023. La inscripción en Registur es obligatoria para todos los interesados en habilitar una posada turística.

En cuanto al concepto de competitividad, la Real Academia Española, define competitividad como competitivo, capaz de competir, para la consecución de un fin. (Real Academia Española, s.f.). Para Romo y Abdel (Romo Murillo & Abdel Musik, 2005) la competitividad empresarial, deriva de su ventaja competitiva, en los métodos de producción y organización, frente a sus competidores específicos.

Según Michael Porter (1990) la competitividad es la capacidad que tiene una empresa para producir y vender productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus competidores.

De acuerdo al enfoque y a la forma de medición, el termino competitividad es multidimensional, no posee una definición específica, debido a diferentes niveles y factores cualitativos y cuantitativos que intervienen en su determinación (Saavedra; Milla; Tapia, 2013).

Así como existen diferentes definiciones de competitividad, también hay una variedad de metodologías y herramientas que permiten su medición y análisis, una de las más utilizadas y que mejor se adecua a la naturaleza de la presente investigación es la propuesta desarrollada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) a partir del enfoque de sistemas dentro de la organización, donde se estudian las dimensiones de; planeación estratégica, operaciones, calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y tecnología de la información y comunicación.

Procedimentos Metodológicos

El proyecto de investigación se desarrolló en tres etapas, en primer lugar se realizó un análisis documental de la información disponible sobre el tema, en segundo lugar se realizó un relevamiento de campo de acuerdo a los objetivos y metodología previstos y por ultimo un análisis de los resultados encontrados.

Pregunta de la investigación

¿Cuál es el nivel de competitividad empresarial de las Posadas Turísticas, incluidas en el programa de Posadas Turísticas de la Secretaria Nacional de Turismo del Paraguay?

De acuerdo a la problemática identificada, se llevó a cabo una investigación de carácter descriptivo y correlacional, a partir de un diseño no experimental, de corte transversal. Los datos fueron obtenidos a través de una encuesta, dirigida a propietarios o responsables de las posadas turísticas.

Se utilizó el modelo del Mapa de Competitividad del BID, adaptado y ajustado a posadas turísticas, donde la variable principal a analizar fue la competitividad, en relación a las siguientes áreas; planeación estratégica, servicios/operaciones, comercialización, contabilidad/finanzas y recursos humanos (Tabla 1). Cada una, con sus indicadores de medición correspondiente.

Tabla 1. Mapa de Competitividad ajustado a posadas turísticas. (Galeano Bate, 2024)

Áreas	Indicadores	Cantidad de preguntas
Planeación Estratégica	Proceso de planeación Implementación de estrategias Calidad	7 preguntas
Servicios/Operaciones	Planificación del servicio Capacidad instalada Mantenimiento Investigación Aprovisionamiento Ubicación e infraestructura	11 preguntas
Comercialización	Marketing y ventas Mercadeo servicios Distribución	10 preguntas
Recursos Humanos	Aspectos generales Capacitación y promoción Cultura organizacional Salud y seguridad industrial	9 preguntas
Contabilidad/Finanzas	Costos y contabilidad Administración financiera Normas legales y tributarias	5 preguntas
Total de áreas: 5	Total de indicadores: 19	Total de preguntas: 42

Se diseñó un instrumento de medición, compuesto por 42 preguntas, clasificadas en 19 indicadores y agrupadas en 5 áreas, el cual fue estructurado en escala de Likert, mediante cinco opciones de respuesta (Tabla 2). Luego de codificar todas las respuestas por preguntas, se definieron las puntuaciones medias para cada pregunta.

Tabla 2. Escala de Likert. (Galeano Bate, 2024)

Nivel	Valoración
No cumple	1
Tiene dificultades para cumplir	2
Cumple parcialmente	3
Cumple mayormente	4
Cumple con todo	5

Por otro lado, se validó el instrumento, al realizar la prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach, donde el resultado fue muy satisfactorio a nivel general, con un valor de 0,97. Mientras el análisis por área, proporciona el siguiente resultado, de igual forma satisfactorio (Tabla 3)

Tabla 3. Niveles de confiabilidad por área. Alfa de Cronbach.

Área	Confiabilidad
Planeación estratégica	0,92
Comercialización	0,90
Contabilidad / Finanzas	0,89
Recursos Humanos	0,87
Servicios / Operaciones	0,92

Se estableció una ponderación sobre cada una de las variables, de forma a definir la escala de competitividad de acuerdo al siguiente esquema:

Tabla 4. Nivel de competitividad de la Posadas Turísticas. (Galeano Bate, 2024).

Nivel	Rango de intervalo
Competitividad Baja	42 a 112
Competitividad Media	113 a 182
Competitividad Alta	183 a 210

De acuerdo a los resultados obtenidos en cada variable, se determinó el nivel de competitividad por área y de forma general, teniendo en cuenta el rango de intervalo correspondiente, para su presentación en forma de gráfico.

La población estuvo conformada por 414 posadas turísticas, registradas en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos del Paraguay, correspondiente al año 2023. Se realizó un muestreo estadístico aleatorio, para la definición de la muestra, con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%.

Tabla 5. Ficha técnica. (Galeano Bate, 2024)

Población	414 posadas turísticas
Muestra	201 posadas turísticas
Nivel de confianza	95%
Margen de error	5%
Encuestas aplicadas	84

Se logró encuestar a 84 propietarios o encargados de posadas turísticas de todo el país, equivalente al 42% de la muestra. El instrumento fue aplicado entre octubre y diciembre de 2023, a través de un formulario online.

Por otro lado se determinó la relación entre, el tamaño de las posadas turísticas, a partir de la cantidad de funcionarios, con el nivel de competitividad de las posadas, de acuerdo al coeficiente de correlación lineal de Pearson, aplicado además para cada una de las cinco áreas estudiadas, de modo a conocer su grado de influencia en la competitividad.

Tabla 6. Escala de Correlatividad Lineal de Pearson.

Rango	Correlatividad
1	Correlación perfecta
0,8 a 0,99	Correlación muy alta
0,6 a 0,79	Correlación alta
0,4 a 0,59	Correlación moderada
0,2 a 0,39	Correlación baja
0,1 a 0,19	Correlación muy baja
0	Correlación nula

La correlatividad lineal es mayor, entre el tamaño de la posada y el nivel de competitividad, a medida que el resultado se acerca a la unidad y es menor a medida que se aleja, es decir la dependencia entre variables es significativa cuando el resultado tiende a 1. Para demostrar esta relación también se efectuó el coeficiente de determinación.

Resultados

En relación a los datos recabados, se puede mencionar, que del total de posadas turísticas encuestadas, 34% correspondió al departamento de Cordillera, 15% a San Pedro, 10% a Central, 10% a Itapúa, 10% Paraguarí, 8% Misiones, 6% Alto Paraná, 5% Guaira y 2% al departamento de Ñeembucú. De los demás departamentos del país no se tuvo respuesta.

Los primeros resultados obtenidos tienen que ver con la formalización de la empresa ante el organismo nacional de control, donde el 96% de las posadas turísticas encuestadas, reconoce contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC), que es el número de identificación particular e intransferible, de personas físicas o jurídicas, que realizan actividades económicas en el país. El porcentaje restante menciona estar en proceso ante la autoridad competente para la obtención del RUC.

En cuanto al rango de edad, de los propietarios o encargados responsables de las posadas turísticas, el 43% tiene entre 40 y 49 años de edad, el 33% entre 50 a 59

años, el 10% entre 60 y 69 años, el 9% 70 años o más y el 5% es menor de 40 años.

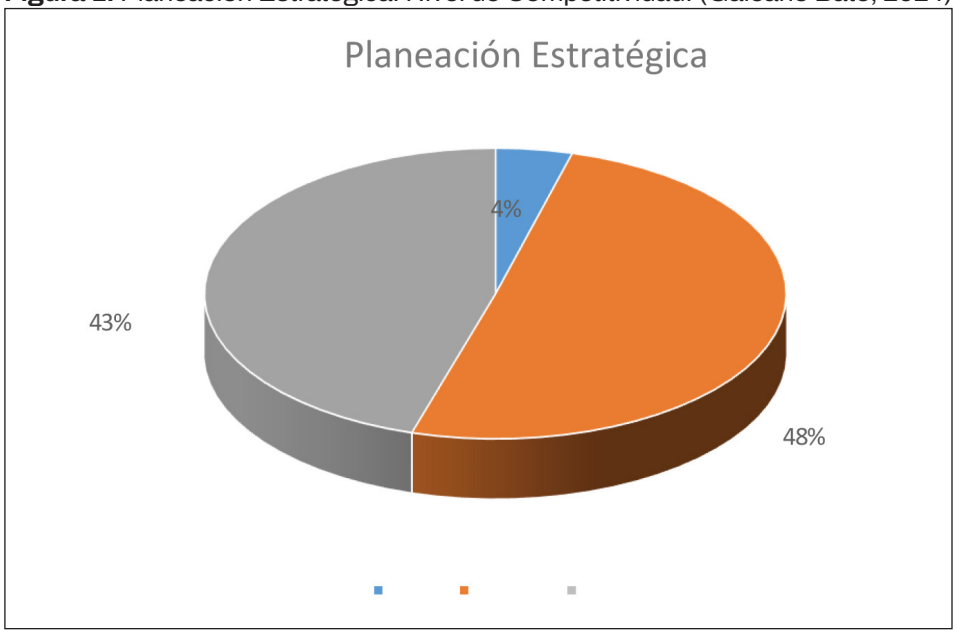
Los datos presentados indican, que las posadas turísticas en Paraguay, son gestionadas por adultos jóvenes y mayores, que tienen más de 40 años en su gran mayoría. Donde el 65% menciona contar con formación universitaria, el 14% haber culminado el nivel medio (bachillerato), el 12% haber culminado la educación escolar básica y el 9% indica no haber culminado el nivel de educación escolar básica.

En relación al personal empleado, incluyendo propietarios o encargados, el 33% de las posadas turísticas tienen tres funcionarios, el 29% tienen dos, el 24% tienen cuatro, el 5% tienen cinco, y el 10% tienen más de cinco.

Es notable que más de la mitad de las posadas turísticas del país funcionan con solo dos o tres empleados, lo cual está alineado con un enfoque del programa Posadas Turisticas, que busca involucrar a los propietarios en el servicio, adaptando sus propias residencias para recibir turistas.

Dentro del análisis de las diferentes áreas que afectan la competitividad empresarial, en el ámbito de la planificación estratégica, se examina si las posadas turísticas tienen establecidos objetivos, misión, visión, valores, así como procesos para implementar estrategias y programas de calidad con miras a una mejora continua.

Figura 1. Planeación Estratégica. Nivel de Competitividad. (Galeano Bate, 2024)



Se nota que en el ámbito de la Planeación Estratégica, las posadas turísticas muestran principalmente un nivel medio de competitividad. Entre las acciones positivas destacan la comunicación periódica de los objetivos, el conocimiento de la misión, la visión y los valores de la empresa a los empleados, lo que involucra al equipo en la consecución de los objetivos establecidos. Asimismo, se consideran las necesidades y sugerencias de los clientes para mejorar la calidad del servicio, como acciones propias dentro del área de hospitalidad.

Sin embargo, al analizar otros aspectos de la competitividad, se identifican dificultades significativas, como la falta de una estrategia de negocios claramente definida por es- crito, así como la comprensión de determinados objetivos de la posada para que sean medibles y cuantificables en el tiempo.

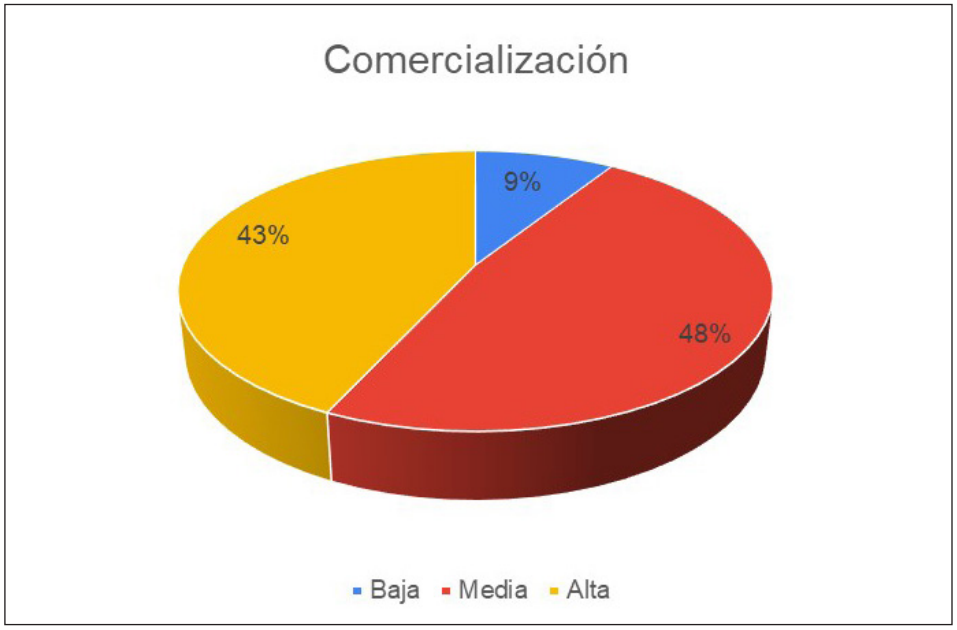
Siguiendo con el análisis, en el ámbito de la comercialización, se observa que las posa- das turísticas muestran una competitividad mayormente intermedia. Los resultados re- flejan que los colaboradores y propietarios de las posadas turísticas están familiarizada con los conceptos ventas y tienen claramente definidos a sus clientes y mercado obje- tivo.

Además, cuentan con información sobre sus competidores en términos de calidad, pre- cios y servicios, en parte debido a que muchas integran la Red de Posadas Turísticas del Paraguay (Redtupy), una asociación que promueve su crecimiento y fortalecimiento al facilitar el intercambio de información entre ellas.

Otro punto destacado en cuanto a competitividad comercial es la facilidad de reservar habitaciones en las posadas turísticas, ya sea por teléfono, a través de WhatsApp o en algunas plataformas de reservas internacionales como Booking. Además, para el pago de servicios, la mayoría de las posadas ofrecen opciones digitales, como transferencias bancarias, pagos mediante billeteras digitales, tarjetas de crédito y banca en línea.

Sin embargo, presentan dificultades, que reflejan un bajo nivel de competitividad, que incluyen la ausencia de un plan de marketing definido, la falta de recursos financieros suficientes para acciones de marketing, así como la nula investigación de mercado para evaluar el nivel de satisfacción de los clientes. La comercialización es crucial en el aná- lisis de competitividad, ya que la interacción entre clientes y empresas es fundamental para el éxito en las ventas.

Figura 2. Comercialización. Nivel de Competitividad. (Galeano Bate, 2024)



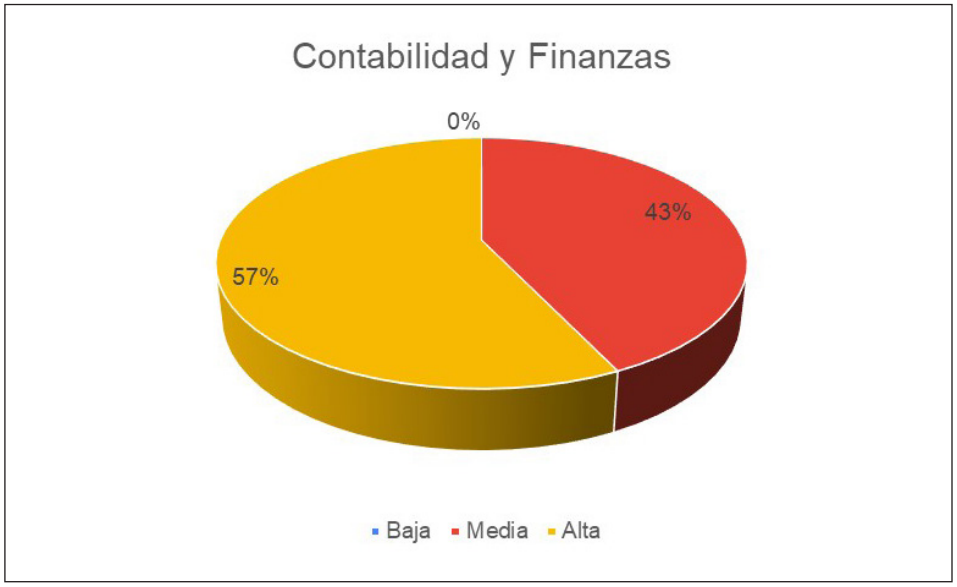
En cuanto a las áreas de contabilidad y finanzas, se consideraron aspectos relaciona- dos con costos, gestión financiera, registros contables y cumplimiento de normativas legales y tributarias. El área muestra en promedio una alta competitividad según los datos analizados.

Las posadas turísticas, en su mayoría, disponen de información contable que les per- mite cumplir periódicamente con las obligaciones tributarias, como la presentación men- sual del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Impuesto a la Renta Empresarial (IRE).

Sin embargo, se identifican áreas de baja competitividad, como la falta de informes completos sobre ventas y costos generados mensualmente, así como la ausencia de una clara comprensión de las ganancias reales, los índices de rentabilidad y de endeu- damiento.

Esto puede estar relacionado con el hecho de que muchas posadas turísticas también son residencia de los propietarios, lo que dificulta distinguir entre los gastos operativos de la posada y los gastos personales de los dueños.

Figura 3. Contabilidad y Finanzas. Nivel de Competitividad. (Galeano Bate, 2024)

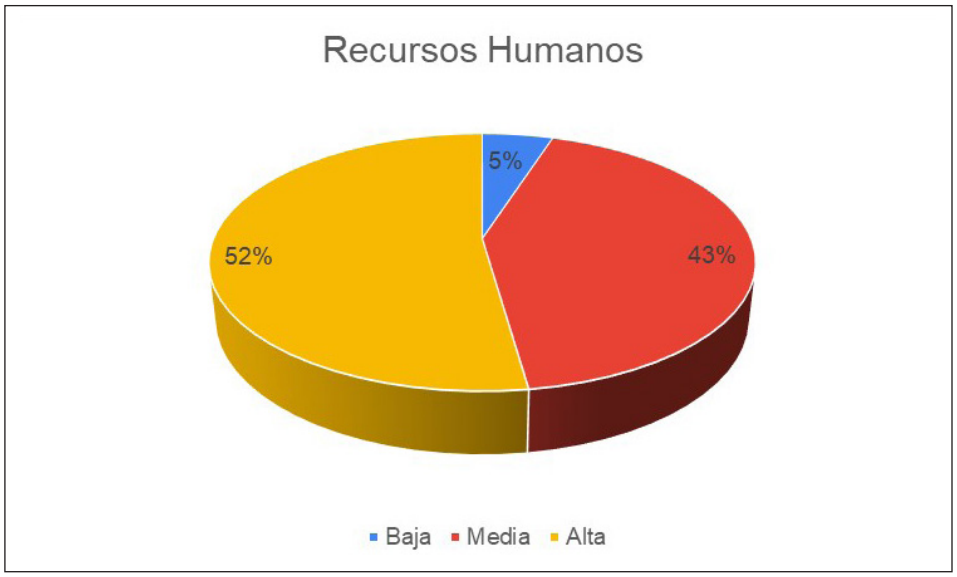


En lo que respecta al área de recursos humanos, se evaluaron indicadores como capa- citación y desarrollo del personal, cultura organizacional, salud y seguridad en el trabajo.

Esta área empresarial contribuye positivamente a la competitividad, destacando una buena comunicación entre los colaboradores y una cultura organizacional promovida a través de actividades que involucran al personal de las posadas.

Además, la infraestructura, en su mayoría nueva o renovada, ofrecen un entorno seguro para los trabajadores. Sin embargo, como aspecto de baja competitividad, la mayoría de las posadas carecen de organigramas y manuales de funciones y operaciones por escrito.

Figura 4. Recursos Humanos. Nivel de Competitividad. (Galeano Bate, 2024)



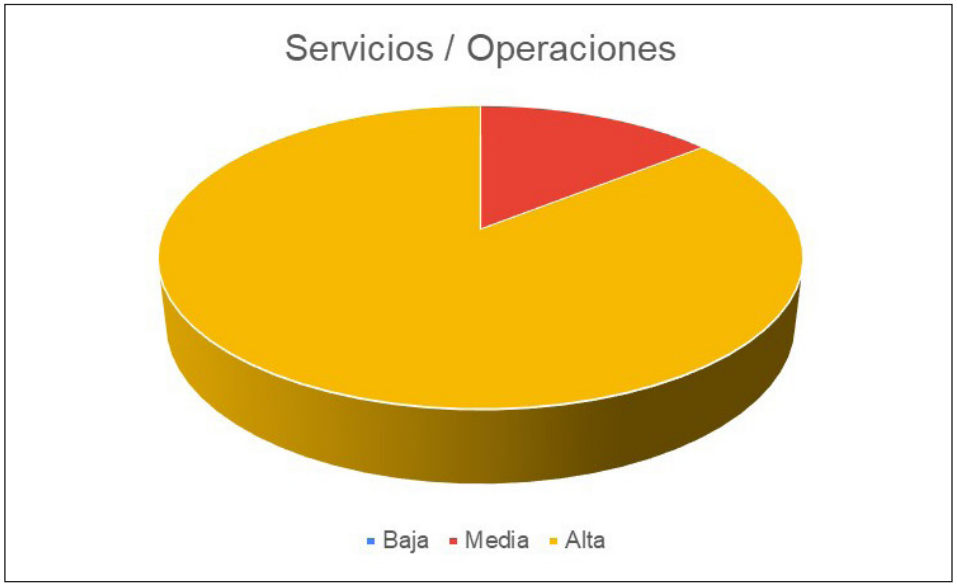
Otra área evaluada es la de servicios y operaciones, que incluye aspectos como proce- sos de servicio, capacidad de carga, mantenimiento, aprovisionamiento y ubicación.

Así como el área de recursos humanos, el área de operaciones y servicios de una po- sada contribuye positivamente a su alta competitividad. Las posadas mayormente ofre- cen servicios adecuados conforme a los estándares definidos dentro del programa de Posadas Turísticas. (Habitaciones básicas pero confortables así como un buen desa- yuno).

Realizan un control eficaz de la ocupación de las habitaciones y conocen la capacidad total de sus instalaciones. Los colaboradores participan activamente en el manteni- miento de las instalaciones y equipos, y están plenamente familiarizados con el lugar, interactuando directamente con los huéspedes.

Entre los aspectos negativos se destaca la dificultad para obtener materias primas o insumos necesarios para el servicio, especialmente en las posadas turísticas ubicadas en zonas rurales alejadas de los centros urbanos, donde los comercios de aprovisiona- miento son escasos.

Figura 5. Servicios y Operaciones. Nivel de Competitividad. (Galeano Bate, 2024)



Otro de los aspectos analizados en la presente investigación, es la relación entre la competitividad (variable dependiente) y el tamaño de la posada turística (variable inde- pendiente). El criterio para definir el tamaño de la posada turística, estuvo determinado por la cantidad de funcionarios con que cuenta cada posada. Como se mencionó al inicio las posadas turísticas son de reciente creación, la mayoría tiene menos de 10 años de antigüedad y de acuerdo a sus características cuentan con pocos funcionarios para el cumplimiento de las tareas.

A continuación en la Tabla 7, se presenta la cantidad de funcionarios por posada.

Tabla 7. Cantidad de funcionarios por posada turística. (Galeano Bate, 2024)

Cantidad de funcionarios	Cantidad de Posadas	Porcentaje
2	24	28%
3	28	33%
4	20	24%
5	4	5%
Más de 5	8	10%
Total	**84**	**100%**

Para el análisis de correlatividad se utilizó el coeficiente de Pearson, dando los siguien- tes resultados (Tabla 8), que muestran como las diferentes áreas presentan una mayor o menor correlación con respecto a la variable competitividad.

Tabla 8. Coeficiente de correlación de Pearson. (Galeano Bate, 2024).

Área	Correlación
Competitividad	1
Tamaño de la posada	0,296543234
Planeación Estratégica	0,756252553
Comercialización	0,836447379
Contabilidad y Finanzas	0,708438799
Recursos Humanos	0,818172774
Servicios y Operaciones	0,605093664

El coeficiente de correlación de Pearson, mide la fuerza y la dirección de la relación lineal entre dos variables. Este coeficiente varía entre -1 y 1. Un valor cercano a 1 indica una correlación positiva perfecta, mientras que un valor cercano a -1 indica una corre- lación negativa perfecta. Un valor cercano a 0 indica una falta de correlación lineal. Se pueden interpretar los resultados obtenidos de la siguiente manera.

Tamaño de la posada (0,29): Existe una correlación positiva, pero relativamente débil, entre el tamaño de la posada y su competitividad. Esto sugiere que, en general, las posadas más grandes no necesariamente tienen una alta competitividad.

Planeación Estratégica (0,75): Hay una correlación positiva fuerte entre la planeación estratégica y la competitividad. Esto indica que las posadas que tienen una planificación estratégica más sólida tienden a ser más competitivas en el mercado.

Comercialización (0,83): Existe una correlación positiva muy fuerte entre la comerciali- zación y la competitividad. Esto sugiere que las posadas que tienen estrategias de co- mercialización efectivas son mucho más competitivas en comparación con aquellas que no las tienen.

Contabilidad y Finanzas (0,70): Hay una correlación positiva bastante fuerte entre la gestión de contabilidad y finanzas y la competitividad. Esto indica que las posadas que llevan un control financiero adecuado tienden a ser más competitivas en el mercado.

Recursos Humanos (0,81): Existe una correlación positiva muy fuerte entre la gestión de recursos humanos y la competitividad. Esto sugiere que las posadas que tienen po- líticas y prácticas de recursos humanos efectivas tienden a ser más competitivas.

Servicios y Operaciones (0,60): Hay una correlación positiva moderada entre la calidad de los servicios y operaciones y la competitividad. Esto indica que las posadas que ofrecen servicios y operaciones de alta calidad tienden a ser más competitivas, pero la relación no es tan fuerte como en otros aspectos como la comercialización o la planifi- cación estratégica.

En resumen, de acuerdo a los coeficientes de correlación de Pearson, podemos concluir que la planeación estratégica, la comercialización, la gestión de recursos humanos y la gestión de contabilidad y finanzas están altamente correlacionadas con la competitivi- dad de las posadas turísticas. Por otro lado, el tamaño de la posada y el área de servi- cios y operaciones también muestran correlaciones positivas, aunque un poco más dé- biles en comparación con los otros aspectos mencionados.

Para fortalecer la información generada, por los resultados de correlatividad, se realizó el análisis del coeficiente de determinación. Donde los resultados se presentan en la Tabla 9.

Tabla 9. Coeficiente de Determinación. (Galeano Bate, 2024).

Área	Correlación
Tamaño de la posada	9%
Planeación Estratégica	57%
Comercialización	70%
Contabilidad y Finanzas	50%
Recursos Humanos	67%
Servicios y Operaciones	37%

De acuerdo a los coeficientes de determinación proporcionados para cada área en re- lación con la variable competitividad, podemos interpretar la relación de la siguiente manera:

Tamaño de la posada: El 9% de la variabilidad en la competitividad de las posadas turísticas puede ser explicada por el tamaño de la posada. Esto sugiere que el tamaño de la posada tiene una influencia limitada en su competitividad, ya que solo una pe- queña proporción de la variabilidad en la competitividad puede ser explicada por esta variable.

Planeación Estratégica: El 57% de la variabilidad en la competitividad de las posadas turísticas puede ser explicada por la planeación estratégica. Esto indica que la planea- ción estratégica juega un papel significativo en la determinación de la competitividad de una posada.

Comercialización: El 70% de la variabilidad en la competitividad de las posadas turísti- cas puede ser explicada por la efectividad de las estrategias de comercialización. Esto sugiere que la comercialización tiene una influencia muy fuerte en la competitividad de una posada, ya que la mayoría de la variabilidad en la competitividad puede ser expli- cada por esta área.

Contabilidad y Finanzas: El 50% de la variabilidad en la competitividad de las posadas turísticas puede ser explicada por la gestión de contabilidad y finanzas. Esto indica que esta área tiene una influencia significativa en la competitividad de una posada.

Recursos Humanos: El 67% de la variabilidad en la competitividad de las posadas tu- rísticas puede ser explicada por la gestión de recursos humanos. Esto sugiere que la gestión de recursos humanos desempeña un papel muy importante en la determinación de la competitividad de una posada.

Servicios y Operaciones (37%): El 37% de la variabilidad en la competitividad de las posadas turísticas puede ser explicada por la calidad de los servicios y operaciones. Esto sugiere que aunque las operaciones y servicios contribuyen a la competitividad, su impacto es menor en comparación con otras áreas como la comercialización, la planifi- cación estratégica y la gestión de recursos humanos.

En resumen, según los coeficientes de determinación proporcionados, las áreas de pla- neación estratégica, comercialización, contabilidad / finanzas, y recursos humanos tie- nen una influencia significativa en la competitividad de las posadas turísticas. Mientras que el tamaño de la posada y el área de servicios y operaciones tienen una influencia relativamente menor en comparación con estas áreas.

Consideraciones finales

El estudio sobre la competitividad empresarial de las Posadas Turísticas, incluidas en el programa de Posadas Turísticas de la Secretaría Nacional de Turismo (Senatur), proporciona un diagnóstico sobre los factores que influyen en su rendimiento y desarrollo, dentro del contexto del turismo interno del país.

A través de un análisis de áreas claves como la planificación estratégica, la comercialización, la contabilidad, las finanzas, los recursos humanos y los servicios y operaciones, se han identificado aspectos positivos como áreas de mejora que afectan su competitividad en el mercado turístico. A continuación, se presentan las conclusiones principales de la investigación.

La planificación estratégica emerge como un componente esencial para la competitividad de las Posadas Turísticas. Aunque se observan prácticas positivas como la comunicación de objetivos y la integración del personal en la consecución de metas, la falta de una estrategia de negocios claramente definida representa un desafío importante. Este aspecto permite resaltar la necesidad de un enfoque más estructurado y documentado en la planeación, para garantizar una gestión ordenada y coherente en el tiempo.

La comercialización es considerada como otro factor determinante para la competitividad. Si bien las posadas turísticas muestran comprensión de su mercado objetivo y competidores, la ausencia de un plan de marketing definido y recursos financieros limitados para actividades de promoción, restringen su capacidad de aprovechar de buena forma su potencial. La inversión en estrategias de marketing y la realización de estudios de mercado pueden ayudar a las posadas turísticas a mejorar su visibilidad y atraer a una mayor cantidad de turistas.

El análisis del área contable / financiera revela un alto cumplimiento en el manejo de obligaciones tributarias, pero también señala áreas de mejora, como la falta de informes detallados sobre costos y ganancias reales. Esta falta de transparencia financiera puede dificultar la toma de decisiones informadas y limitar el potencial de crecimiento de las posadas turísticas. Es fundamental implementar sistemas contables más robustos para garantizar una gestión financiera efectiva.

El capital humano emerge como un activo fundamental para la competitividad de las posadas turísticas, destacando en la investigación, la importancia de una comunicación efectiva, cultura organizacional sólida y un entorno laboral seguro. Sin embargo, la falta de documentación formal, como organigramas y manuales de funciones, es una tarea pendiente de los propietarios. La definición de estructuras organizacionales claras puede mejorar la eficiencia operativa y promover un mayor compromiso del personal, que puede permitir un crecimiento ordenado de las posadas turísticas.

La gestión del área de servicios y operaciones se identifica como un área que contribuye positivamente a la competitividad de las posadas turísticas, especialmente en términos de calidad de servicio y mantenimiento de instalaciones. A pesar de los desafíos como la disponibilidad de materias primas en zonas rurales, las posadas turísticas muestran un buen control sobre la ocupación y capacidad de sus instalaciones. Sin embargo, es necesario abordar las dificultades logísticas para garantizar un buen servicio en todas las áreas.

El análisis de correlación y determinación presentado, indica, que si bien el tamaño de la posada y la competitividad, no tienen una alta vinculación, por ende su influencia es relativamente menor en comparación con áreas como la planificación estratégica, la comercialización, las finanzas y los recursos humanos, en relación a la competitividad empresarial general. Esto sugiere que el éxito competitivo de una posada turística está más influenciado, por su gestión estratégica y operativa, y no así por su tamaño físico o capacidad de carga.

Es importante destacar dos implicancias claves surgidas de la investigación, la primera, el tipo de práctica empresarial llevada adelante por las posadas turísticas y la segunda, el seguimiento de las acciones previstas para el cumplimiento de las políticas públicas de desarrollo turístico en Paraguay.

Destacan la necesidad de que las posadas turísticas adopten enfoques más estructurados y documentados en áreas como planificación estratégica, comercialización y gestión financiera para mejorar su competitividad en el mercado. Además, resaltan la importancia de políticas y programas de apoyo que promuevan la capacitación empresarial y el acceso a recursos financieros para las posadas turísticas, especialmente aquellas ubicadas en áreas rurales.

Como se indicó al inicio de la presente investigación, es importante tener en cuenta algunas limitaciones de este estudio, como la falta de representatividad geográfica completa de las posadas turísticas en el país y la naturaleza transversal de los datos recopilados que no se limitan solamente al área del turismo.

Los resultados presentados permiten realizar futuras investigaciones que aborden estas limitaciones y profundicen en áreas específicas de mejora identificadas, como la implementación de estrategias de marketing, la mejora de la gestión financiera y la optimización de la logística de aprovisionamiento en zonas rurales.

Finalmente, la investigación proporciona una comprensión inicial de los factores que influyen en la competitividad empresarial de las Posadas Turísticas en Paraguay, destacando áreas claves para el fortalecimiento y desarrollo continuo de este sector, muy ligado al crecimiento del turismo interno en el país.

Referencias

Arboleda, H. Competitividad: concepto y evolución histórica. Economía y Administración, v. 13, n. 2, p. 13-28, 2016.

GOBIERNO NACIONAL. Plan Nacional de Desarrollo Paraguay 2030. Asunción: Gobierno Nacional, 2014.

Labarca, N. Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. Omnia, v. 13, n. 2, p. 158-184, 2007.

Melo, L.; Sanchez, N.; Corbelle, F. Mapa de la competitividad en microempresas de la agroindustria alimentaria. Espacios, v. 41, n. 5, p. 6, 2020.

NACIONES UNIDAS. Objetivos de desarrollo sostenible. Santiago: Naciones Unidas, 2015.

NACIONES UNIDAS. La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. Santiago: Naciones Unidas, 2018.

Porter, M. La ventaja competitiva de las naciones. Estados Unidos: Business Review, 1990.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Real Academia Española: Diccionario de la lengua española. Disponível em: <https://dle.rae.es>. Acesso em: 2 jun. 2023.

Rojas, P.; Romero, S.; Sepúlveda, S. Algunos ejemplos de cómo medir la competitividad. San José: IICA, 2000.

Romo Murillo, D.; Abdel Musik, G. Sobre el concepto de competitividad. Comercio Exterior, v. 55, n. 3, p. 200-2014, 2005.

Saavedra, M.; Milla, S.; Tapia, B. Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro. FIR, v. 2, n. 4, p. 38-52, 2013.

SENATUR. Plan Maestro de Desarrollo Sostenible del Sector Turístico del Paraguay. Asunción: Senatur, 2018.

SENATUR. Secretaria Nacional de Turismo. Disponível em: <https://senatur.gov.py/posadas-turisticas>. Acesso em: 23 maio 2023

MOÇAMBIQUE E CENÁRIO TURÍSTICO: UMA VIAGEM SOBRE OS ATRATIVOS E POTENCIALIDADES RURAIS DO DISTRITO DE GÚRUÈ

FARIDA RABIA SEQUETEIRO[1], JÚNIOR RAFAEL[2], VICTOR CESAR RODRIGUÊS CARVALHO[3], FLAVI FERREIRA LISBÔA FILHO[4]

[1] Doutoranda na Universidade Federal de Santa Maria
[2] Mestrando na Universidade Federal da Santa Maria
[3] Doutorando na Universidade Federal da Santa Maria
[4] Professor Doutor na Universidade Federal da Santa Maria; Orientador

Resumo: o artigo analisa o potencial do distrito de Gúruè, Moçambique, como destino turístico sustentável, destacando seus patrimônios naturais e culturais. Foca-se nas cachoeiras, monte Namúli e plantações de chá, que além de atrativos turísticos, possuem significados históricos e culturais profundos, ligados ao período colonial e à identidade local. Com a metodologia dos estudos culturais, a pequisa identifica desafios como falta de infraestrutura, baixo envolvimento comunitário e ausência de políticas públicas para o turismo sustentável. Propõe estratégias para integrar preservação ambiental, valorização cultural e desenvolvimento econômico, visando beneficiar as comunidades locais e promover um turismo que equilibre crescimento e sustentabilidade.

Palavras-chave: Gurué; Turismo em Moçambique; Zambézia; Desenvolvimento Sustentável; Atrativos Turísticos.

Introdução

O turismo é um dos setores mais dinâmicos da economia global, desempenhando um papel crucial no desenvolvimento econômico e social, especialmente em países em desenvolvimento como Moçambique. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2018), o turismo contribui significativamente para o Produto Interno Bruto (PIB) de várias nações africanas, além de fomentar a criação de empregos e a circulação de riqueza. Nesse contexto, a cidade de Gúruè, localizada na província da Zambézia, emerge como um destino com grande potencial para o desenvolvimento do turismo sustentável, graças ao seu rico patrimônio natural e às suas paisagens culturais rurais.

Gúruè é reconhecida por suas extensas plantações de chá, que remontam ao período colonial, e por suas montanhas que oferecem cenários ideais para o ecoturismo e atividades ao ar livre, como caminhadas e observação de aves. Além disso, a cidade possui uma biodiversidade notável e uma cultura local profundamente enraizada nas tradições rurais e agrícolas. No entanto, apesar desse potencial, Gúruè enfrenta desafios significativos para se consolidar como um destino turístico de destaque nacional e internacional.

A escolha de Gúruè como objeto de estudo justifica-se pela sua localização geográfica e pelos recursos naturais e culturais que a tornam um destino promissor para o turismo rural e ecológico. Embora Moçambique possua uma vasta gama de recursos turísticos naturais, desde praias paradisíacas até reservas de vida selvagem, o turismo nas áreas rurais e montanhosas do interior do país ainda é sub-explorado (GOMES, 2019, p. 45).

O turismo sustentável surge como uma alternativa viável para promover o desenvolvimento econômico local, ao mesmo tempo em que preserva o meio ambiente e a identidade cultural da comunidade. Assim, o estudo de Gúruè é relevante não apenas para compreender como o turismo pode contribuir para o desenvolvimento

regional, mas também para analisar como os bens naturais e culturais podem ser utilizados de maneira sustentável, evitando a degradação e a perda de autenticidade que frequentemente acompanham o turismo de massa (BUTLER, 1980, p. 12).

O objetivo principal deste artigo é analisar o potencial de Gúruè como um destino turístico sustentável, destacando seus patrimônios naturais e culturais rurais. Especificamente, busca-se identificar os principais atrativos turísticos naturais e culturais da região, analisar as oportunidades e desafios para o desenvolvimento do turismo e propor estratégias para a implementação de um turismo sustentável que envolva e beneficie as comunidades locais. Ao abordar esses aspectos, pretende-se contribuir para o debate sobre o papel do turismo no desenvolvimento local e para a formulação de políticas públicas que integrem as demandas econômicas com a necessidade de preservação dos recursos naturais e culturais.

O problema central desta pesquisa reside em compreender de que maneira o turismo sustentável pode ser implementado em Gúruè, de forma a garantir a preservação de seus recursos naturais e culturais, ao mesmo tempo em que promove o desenvolvimento econômico local. A cidade enfrenta desafios como a falta de infraestrutura adequada, o baixo envolvimento das comunidades locais e a ausência de políticas públicas específicas para o turismo sustentável. Assim, pensamos em identificar estratégias que viabilizem um modelo de turismo que respeite o meio ambiente e valorize a cultura local, sem comprometer o desenvolvimento econômico da região. Esse problema de pesquisa conduz à necessidade de uma investigação que considere os recursos disponíveis, as demandas das comunidades locais e as oportunidades econômicas que o turismo pode proporcionar, focando no equilíbrio entre o desenvolvimento turístico e a conservação dos patrimônios naturais e culturais da cidade.

Abordagem Metodológica

A abordagem metodológica é baseada nos Estudos Culturais de Raymond Williams (1979). Na análise feita por Steffen et al (2020) a teoria cultural desenvolvida por Williams (1979) oferece alguns eixos que servem como bases epistemológicas para desenvolvimento de percursos metodológicos cuja cultura ocupa posição central na pesquisa. Assim, a primeira seria da tradição seletiva, visto como uma versão da tradição histórica que é intencionalmente escolhida de um passado modelador, perpetuada pelas pressões e limites hegemônicos.

A estrutura de sentimento, que vai mostrar de forma clara as dimensões residuais, emergentes e dominantes que coexistem na sociedade, as quais conferem ao processo social um caráter dinâmico, contestatório e variável Steffen et al (2020, p.25). A estrutura de sentimento é visto como um método de análise que compõe as categorias dominante (elementos hegemônicos de uma cultura, a partir das relações que se estabelecem em seu interior e de como essas relações predominam umas sobre as outras); residual (quando ao longo do processo histórico, novas práticas sociais emergem, valores, costumes, normas e vivências são substituídos ou mesclados por novas experiências, mas permanecem resquícios e vestígios de características do passado" (Moraes, 2013, p. 105 *apud* Steffen, 2020); e emergente (quando ao longo do processo histórico, novas práticas sociais emergem, valores, costumes, normas e vivências são substituídos ou mesclados por novas experiências, mas permanecem resquícios e vestígios de características do passado" (MORAES, 2013, p. 105).

Moçambique e Cenário Turístico: Uma Revisão Teórica

O turismo em Moçambique, especialmente na província da Zambézia e no distrito de Gurué, apresenta um potencial significativo, ainda pouco explorado, que pode ser analisado à luz de diversas teorias e contribuições acadêmicas. A partir dos autores selecionados, é possível construir uma análise abrangente sobre como os patrimônios naturais e as paisagens culturais rurais podem se tornar atrativos turísticos, promovendo o desenvolvimento sustentável e o empoderamento das comunidades locais.

Trazendo Butler (1980), com a sua teoria do ciclo de vida do destino turístico, percebemos que o distrito oferece um ponto de partida para entender a evolução do turismo em Gurué. Atualmente, a região pode ser clas-

sificada como estando nas fases iniciais de exploração e envolvimento, onde os atrativos naturais e culturais começam a ganhar visibilidade, mas ainda carecem de infraestrutura e promoção adequadas.

Nesse contexto, é essencial planejar estratégias que evitem a saturação ou o declínio precoce, garantindo que o crescimento do turismo seja equilibrado e sustentável. Da mesma forma, Hall (2008) complementa essa perspectiva ao destacar a importância do turismo rural e do desenvolvimento sustentável. As paisagens rurais de Gurué, caracterizadas por montanhas, vales verdejantes e plantações de chá, são recursos valiosos que podem ser integrados a roteiros turísticos. No entanto, é crucial que esse desenvolvimento seja feito de forma a preservar o meio ambiente e a cultura local, evitando impactos negativos como a degradação dos recursos naturais ou a descaracterização das tradições comunitárias.

No mesmo diapasão, Swarbrooke (1999) reforça a necessidade de valorizar o patrimônio cultural e natural como atrativos turísticos. Em Gurué, o cultivo do chá, as danças tradicionais, a arquitetura colonial e as paisagens naturais oferecem uma experiência autêntica aos visitantes. A promoção desses elementos deve ser feita de maneira a respeitar a identidade local, garantindo que o turismo não se torne uma força disruptiva, mas sim uma ferramenta de preservação e valorização cultural. Por seu turno, Gunn (1994) contribui com conhecimento sobre o planejamento turístico e o desenvolvimento regional. Para a Zambézia e Gurué, é fundamental criar um plano estratégico que inclua a melhoria da infraestrutura, a capacitação dos atores locais e a promoção dos destinos em mercados nacionais e internacionais. Esse planejamento deve ser participativo, envolvendo as comunidades locais e os governos municipais e provinciais.

Entretanto Mowforth e Munt (2016) alertam para os riscos do turismo massificado e defendem modelos alternativos, como o turismo comunitário. Em Gurué, essa abordagem é especialmente relevante, pois permite que as populações locais se beneficiem diretamente das atividades turísticas, seja através da hospedagem em casas de família, da venda de artesanato ou da oferta de experiências culturais. Esse modelo não só gera renda, mas também fortalece o senso de pertencimento e orgulho comunitário.

Trazendo ao debate Pearce (1989) analisa o desenvolvimento turístico em áreas periféricas, como é o caso de Gurué. Assim, ele chama a atenção para a região explicando que embora rica em atrativos, ela enfrenta desafios como a falta de acesso e a baixa visibilidade no mercado turístico. Para superar essas barreiras, é necessário investir em políticas públicas que incentivem a chegada de visitantes, como a melhoria das estradas e a criação de pacotes turísticos integrados.

Quando olhamos na perspectiva de Urry (1990), com seu conceito de “olhar turístico”, ajuda a entender como as paisagens de Gurué podem ser “consumidas” pelos visitantes. As montanhas, os vales e as plantações de chá oferecem uma experiência visual única, que pode ser explorada através de trilhas, mirantes e passeios guiados. Todavia, é importante que essa experiência seja mediada por práticas sustentáveis, evitando a degradação dos recursos naturais. Por sua vez, Scheyvens (2002) defende o empoderamento das comunidades locais através do turismo. Em Gurué, isso pode ser alcançado através de projetos que envolvam diretamente os moradores na gestão dos atrativos turísticos, como a criação de cooperativas ou associações comunitárias. Essa abordagem não só gera benefícios econômicos, mas também fortalece a autonomia e a capacidade de gestão das comunidades. Já, Richards (2007) explora a integração da cultura local no turismo, destacando a importância da criatividade e da autenticidade. Em Gurué, o chá, um dos principais produtos da região, pode ser transformado em um atrativo turístico, com visitas às plantações, degustações e workshops sobre o processo de produção. Além disso, as manifestações culturais, como danças e festivais tradicionais, podem ser incorporadas aos roteiros turísticos, oferecendo uma experiência rica e memorável aos visitantes.

Já Mbaiwa (2005) oferece uma perspectiva africana sobre os impactos do turismo em áreas rurais. Seus estudos destacam os desafios específicos enfrentados por regiões como Gurué, incluindo a falta de infraestrutura, a dependência de recursos externos e a necessidade de capacitação local. Ademais, também apontam para as oportunidades geradas pelo turismo, como a diversificação da economia e a valorização dos recursos naturais e culturais. Com isso, gera-se um turismo sustentável regional e local.

O conceito de turismo sustentável ganhou destaque a partir das discussões sobre desenvolvimento sustentável na década de 1980, especialmente com o Relatório Brundtland, que definiu o desenvolvimento sus-

tentável como aquele que “satisfaz as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades” (CMMAD, 1987, p. 43). No contexto do turismo, isso implica a criação de estratégias que promovam o crescimento econômico, ao mesmo tempo em que preservam o meio ambiente e respeitam as culturas locais. Para Butler (1993, p. 31), o turismo sustentável deve ser entendido como um processo contínuo, que requer monitoramento constante e a implementação de práticas que minimizem os impactos negativos do turismo, especialmente em regiões frágeis como Gúruè, onde os ecossistemas e as comunidades rurais podem ser fortemente afetados pela exploração turística descontrolada. O autor sugere que o turismo sustentável não é apenas uma forma de conservação ambiental, mas também uma ferramenta para fortalecer a identidade cultural e promover o bem-estar das comunidades locais.

Nisso, o conceito de patrimônio natural refere-se a todos os recursos físicos, bióticos e abióticos que fazem parte do ecossistema e são considerados importantes para a biodiversidade e o equilíbrio ambiental. Segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), o patrimônio cultural é definido como “os bens de natureza material e imaterial que expressam a identidade, a memória e as tradições das diversas sociedades” (IPHAN, 2016, p. 18). Em Gúruè, esses patrimônios são representados pelas montanhas, florestas, plantações de chá e pelas tradições agrícolas da população local.

De acordo com McKercher e du Cros (2002, p. 17), o turismo cultural e o ecoturismo são modalidades que promovem o contato direto entre turistas e o patrimônio local, permitindo uma experiência imersiva e educacional. Essas formas de turismo, quando bem geridas, são capazes de estimular a preservação dos recursos naturais e culturais ao agregar valor econômico a esses bens. Para que isso seja possível, é necessário que as comunidades locais estejam diretamente envolvidas no planejamento e na gestão do turismo, garantindo que seus interesses sejam representados e que os benefícios gerados pela atividade turística sejam amplamente distribuídos.

O turismo rural é caracterizado pela valorização de espaços fora do eixo urbano, com foco em experiências que envolvem a interação com o ambiente natural, as atividades agrícolas e as tradições culturais das regiões visitadas (LOUREIRO, 2010, p. 78). Em Moçambique, o turismo rural pode ser uma estratégia eficaz para diversificar a economia das regiões menos desenvolvidas, como Gúruè, onde a agricultura é a principal fonte de renda da população.

A pesquisa de Hall e Page (1999, p. 34) destaca que o turismo rural pode ser uma solução para reduzir o êxodo rural e incentivar a permanência das comunidades locais no campo, gerando emprego e renda sem destruir os recursos naturais da região.

E com isso, para que o turismo sustentável se torne uma realidade em Gúruè, é necessário que haja um planejamento estratégico eficiente, envolvendo a criação de políticas públicas que regulamentem a atividade turística e assegurem a proteção dos patrimônios naturais e culturais. Segundo Hall (2005, p. 109), o sucesso do turismo sustentável depende da articulação entre o setor público, o setor privado e as comunidades locais, para que sejam estabelecidas diretrizes claras sobre como o turismo deve ser desenvolvido e quais são os limites para sua expansão.

No caso de Gúruè, é fundamental que as políticas públicas incentivem a criação de infraestrutura adequada, como estradas e meios de hospedagem, sem comprometer a paisagem natural. Além disso, é necessário promover campanhas de conscientização para que a população local compreenda os benefícios e desafios do turismo e possa participar ativamente do processo de decisão.

Uma Análise dos Atrativos e Potencialidades Rurais do Distrito de Gúruè: Principais Potencialidades

O distrito de Gurué é conhecido por seus impressionantes patrimônios naturais, que incluem montanhas majestosas, plantações de chá verdejantes e deslumbrantes cachoeiras. Esses recursos fazem de distrito um destino turístico de grande potencial para o ecoturismo e o turismo de aventura. Porém, o distrito de não se destaca apenas por suas belezas naturais, mas também por seu valor histórico e cultural. Desde o período colonial,

essas paisagens foram marcadas por transformações econômicas e sociais que ajudaram a moldar a identidade da região. O Monte Namuli, as plantações de chá e as cachoeiras são símbolos de um patrimônio que transcende o natural, conectando-se à história de Moçambique e à colonização portuguesa.

Monte Namuli

Imagem 1: Monte Namuli (Google imagens)



O Monte Namuli é o maior atrativo natural de Gurué. Com 2.419 metros de altitude, é a segunda montanha mais alta de Moçambique, depois do monte Binga. Para os turistas aventureiros, que é uma atividade em crescimento atualmente, o Monte oferece trilhas de escalada desafiadoras, que proporcionam vistas panorâmicas sobre as paisagens de tirar o fôlego da província da Zambézia. Porém, além de seu valor turístico, o monte é um importante refúgio de biodiversidade, abrigando uma rica fauna e flora, incluindo várias espécies endêmicas que não são encontradas em nenhum outro lugar do mundo (IUCN, 2021).

Do ponto de vista cultural, as comunidades locais consideram o monte um local sagrado. A montanha está envolta em lendas e tradições que reforçam o respeito e a conexão espiritual das populações com a natureza. Assim, a combinação de ecoturismo e turismo cultural no monte trazem uma oportunidade para integrar o turismo de aventura com o respeito pelas tradições locais (MOÇAMBIQUE, 2018).

Imagem 2: Monte Namuli (Google imagens)



Historicamente, o Monte Namuli não é apenas uma montanha de importância natural, mas também um local que resistiu à ocupação colonial. Durante o período de colonização portuguesa, as comunidades que viviam nas proximidades do monte usaram a montanha como refúgio. A geografia acidentada oferecia proteção natural contra as forças coloniais, permitindo que os habitantes locais preservassem suas tradições e costumes em relativa segurança. Segundo Andrade (2020, p.15), "a montanha tornou-se um símbolo de resistência cultural e espiritual contra as influências coloniais".

Além disso, a ocupação colonial trouxe consigo uma tentativa de explorar os recursos naturais da região, e o monte foi identificado como um possível local de extração de recursos minerais. Contudo, a importância espiritual da montanha para as comunidades locais impediu que projetos de mineração fossem completamente implementados durante a era colonial, preservando o valor sagrado que até hoje e é reconhecido por todos (MOÇAMBIQUE, 2018).

Plantações de Chá de Gurué

Imagem 3: Chá Gurué (Google imagens)



Este patrimônio cultural em Gurué têm suas raízes profundamente conectadas ao período colonial. Durante a era colonial, no século XX, sob a administração colonial portuguesa, Gurué foi transformada em uma área de grande produção agrícola, especialmente no cultivo do chá, introduzido pelos colonos para atender às demandas do mercado europeu, tornando-se um dos maiores centros de produção de chá de Moçambique, com grande parte de sua produção destinada à exportação para Portugal e outros países europeus. O chá cultivado nas férteis encostas de Gurué ainda mantém seu prestígio internacional, mas, mais do que isso, as plantações de chá também carregam a memória da colonização e da exploração, sendo hoje reconfiguradas como um símbolo de resiliência local e autonomia pós-colonial (SILVA, 2020, p.12). Importa referenciar que essas plantações foram estabelecidas a partir da exploração das terras e da força de trabalho local, muitas vezes através de sistemas de trabalho forçado (GARCIA, 2017).

A visita às plantações de chá não são apenas uma experiência de contato com a natureza, mas também uma oportunidade de refletir sobre a história do trabalho rural em Moçambique e sobre a transformação dessas paisagens após a independência. Hoje, o cultivo de chá em Gurué tem uma importância econômica significativa, sendo uma das principais fontes de renda para as comunidades locais, que agora participam ativamente na gestão e colheita das plantações (ANDRADE, 2020).

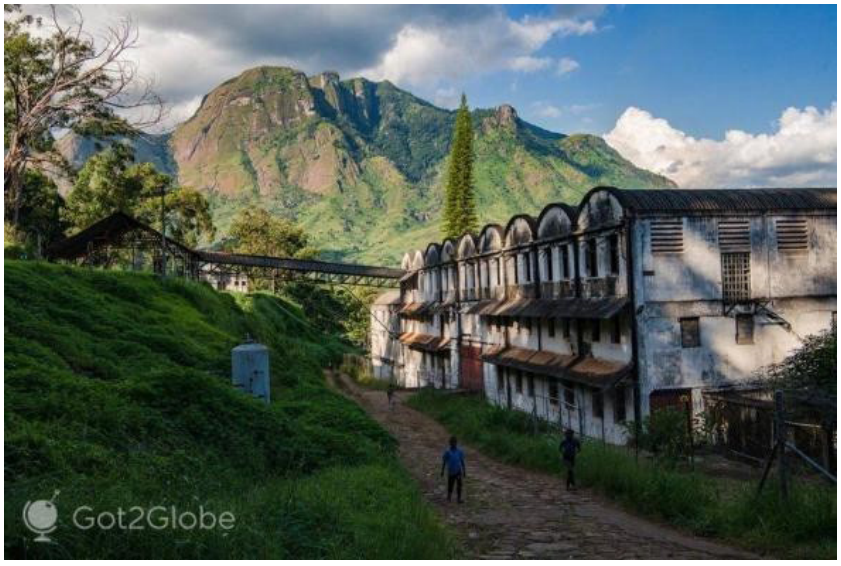
Imagem 3: Colheita do chá (Google imagens)



Durante essas visitas às plantações que são oferecidas aos turistas, eles podem vivenciar uma experiência imersiva com caminhadas por entre as plantações, possibilitando observar o processo tradicional de colheita e produção do chá, promovendo um tipo de turismo rural que conecta os visitantes com a agricultura local (ANDRADE, 2020).

Sobres as paisagens nas plantações de chá, a maior parte delas são consideradas icônica da região, com campos verdejantes que contrastam com o azul do céu e as montanhas ao fundo. Essa vista singular é frequentemente descrita como “pitoresca” e tem atraído cada vez mais turistas que buscam experiências relaxantes em meio à natureza, ao mesmo tempo em que aprendem sobre a economia agrícola da região (SILVA, 2020).

Imagem 4: Antiga fábrica de processamento do chá (Google imagens)



Cachoeiras de Gurué

Imagens 4: Cascatas das Cachoeiras de Gurué (Google imagens)



As cachoeiras são outro grande atrativo natural em Gurué, oferecendo um espetáculo de beleza natural e tranquilidade. Entre as mais famosas estão as Cachoeiras de Licungo, que são formadas pelas quedas do rio Licungo, estas localizam-se dentro do cenário da floresta densa, criando um ambiente considerado perfeito para caminhadas e piqueniques. Essas áreas também são adequadas para o turismo de natureza, atraindo visitantes que procuram aventura e contato direto com o meio ambiente (SILVEIRA, 2019).

As cachoeiras de Gurué também proporcionam atividades turísticas como trilhas e banhos naturais, além de serem um ponto de interesse para fotógrafos e ecoturistas. Esta região e todo seu entorno é rica em biodiversidade e quedas de água, com uma variedade de plantas e animais que reforçam o apelo para turistas interessados na observação da vida selvagem e no turismo ecológico (IUCN, 2021).

Estas Cachoeiras e outras quedas d'água de Gurué também têm uma importância histórica ligada à colonização. Durante o período colonial, os recursos hídricos da região eram explorados para fins agrícolas e industriais, servindo às plantações e indústrias locais de processamento de chá. A presença de rios e cachoeiras, como o Licungo, foi um dos fatores que atraíram os colonos portugueses para a região, já que essas fontes de água eram fundamentais para o desenvolvimento da agricultura em larga escala (GARCIA, 2017).

Ademais, as cachoeiras, cercadas por floresta densa, eram vistas como áreas de difícil acesso, o que levou muitas comunidades locais a utilizarem essas regiões para se protegerem das incursões coloniais. Assim como o monte Namuli, as cachoeiras também têm uma significância espiritual para as populações locais, associadas à mitologia e às práticas culturais de respeito à natureza, crenças que persistem mesmo após a colonização, nos tempos atuais. (MOÇAMBIQUE, 2018).

Imagens 4: Cascatas das Cachoeiras de Gurué (Google imagens)



Hoje, as cachoeiras de Gurué, além de seu apelo turístico, continuam a ser locais de práticas culturais e rituais para as comunidades locais. Esse elo entre natureza, história e cultura faz das cachoeiras não apenas um atrativo natural, mas também um ponto de confluência entre o passado colonial e o presente pós-colonial, onde a valorização da natureza está ligada à reconstrução de identidades locais.

Esses patrimônios naturais de Gurué, portanto, não são apenas atrativos turísticos. Eles são profundamente imbricados na história de resistência, exploração e transformação da região ao longo da colonização portuguesa e pós-independência.

A promoção do turismo nesses locais, portanto, oferece uma oportunidade para reconhecer e valorizar essa história, ao mesmo tempo em que apoia a preservação ambiental e o desenvolvimento sustentável da região.

Discussão sobre os patrimônios naturais como atrativos turísticos no Gurué

As montanhas de Gúruè, como o Monte Namuli[1], são os principais atrativos turísticos da região, atraindo turistas interessados em ecoturismo e turismo de aventura. Estudos de ecoturismo, como os de Fennell (2008, p. 21), demonstram que áreas montanhosas e florestais possuem grande apelo para turistas que buscam contato direto com a natureza e atividades como trilhas e escaladas.

Entretanto, a falta de infraestruturas adequadas, como trilhas sinalizadas e guias treinados, pode comprometer a experiência turística e, ao mesmo tempo, gerar impactos negativos ao meio ambiente. A ausência de regulamentação adequada contribui para a degradação das áreas naturais, conforme observado por Butler (1993, p. 28), que ressalta a importância de políticas de conservação ambiental em destinos turísticos de natureza.

Além dos patrimônios naturais, as paisagens culturais rurais de Gúruè, marcadas pelas plantações de chá e pela agricultura familiar, também têm grande potencial turístico. De acordo com Hall (2005, p. 112), o turismo rural é uma importante alternativa para regiões agrícolas, permitindo que os turistas tenham contato direto com a cultura e as práticas tradicionais.

Como sugerem McKercher e du Cros (2002, p. 29), a integração das comunidades locais no planejamento turístico é essencial para garantir que os benefícios econômicos sejam distribuídos de forma justa.

[1] O Monte Namuli, ou “mwako Namuli”, como localmente é chamado na língua do povo, na Zambézia, Moçambique, é a segunda montanha mais alta do país, com 2.419 metros. É um local sagrado para os povos Lomwe, que o veem como morada de espíritos ancestrais. Ecologicamente, faz parte do Corredor de Biodiversidade de Mulanje-Namuli, abrigando espécies únicas de flora e fauna. Recentemente, tem atraído turistas para ecoturismo e montanhismo, mas enfrenta desafios como falta de infraestrutura e necessidade de conservação. O Namuli simboliza a riqueza natural e cultural de Moçambique, destacando a importância de preservar seu patrimônio.

A pesquisa apontou a necessidade de melhorias significativas nas infraestruturas turísticas de Gúruè. A falta de estradas pavimentadas, o acesso limitado a serviços de hospedagem de qualidade e a escassez de transporte público dificultam a chegada dos turistas à região. Segundo Hall e Page (1999, p. 43), a infraestrutura é um dos fatores-chave para o desenvolvimento do turismo em áreas rurais.

Além disso, foi constatada a ausência de políticas públicas específicas para o desenvolvimento turístico sustentável em Gúruè. O governo local tem se concentrado em atividades econômicas tradicionais, como a agricultura, sem dar a devida atenção ao potencial econômico do turismo. Para que o turismo sustentável seja implementado de forma eficaz, é fundamental que haja uma articulação entre o governo, o setor privado e as comunidades locais, conforme destaca Hall (2005, p. 118).

O distrito de Gurué, localizado na província da Zambézia, em Moçambique, destaca-se por sua rica paisagem natural, que inclui montanhas, rios, e uma biodiversidade abundante. Entre os patrimônios naturais mais reconhecidos está o *Monte Namuli*, a segunda maior montanha do país, com cerca de 2.419 metros de altitude. O Monte Namuli não é apenas uma atração turística, mas também uma área de grande importância ambiental, sendo considerado um hotspot de biodiversidade, abrigando várias espécies endêmicas de flora e fauna (IUCN, 2021).

Além do Monte Namuli, o rio Licungo é outro importante recurso natural de Gurué, desempenhando um papel essencial tanto para o ecossistema local quanto para as comunidades que dependem dele para atividades como a agricultura e a pesca. A vegetação densa da região, formada predominantemente por plantações de chá, fortalece o apelo turístico, oferecendo uma paisagem exuberante que atrai turistas interessados em ecoturismo e aventuras ao ar livre (ANDRADE, 2020).

A diversidade ecológica da região de Gurué tem sido amplamente reconhecida por sua contribuição para a preservação da fauna e flora nativas. De acordo com Silveira (2019), o distrito “possui um valor inestimável para a conservação da biodiversidade, sendo um dos últimos refúgios para espécies ameaçadas de extinção”. Isso demonstra o potencial turístico da região, especialmente no que tange ao turismo sustentável, que visa promover a apreciação dos recursos naturais sem comprometer sua preservação a longo prazo.

Esses patrimônios naturais possuem, ainda, uma forte conexão com as tradições e culturas locais. As montanhas de Gurué, por exemplo, são vistas pelas comunidades como locais sagrados, o que amplia o interesse de turistas por um turismo que não só explora as belezas naturais, mas também respeita e se integra às tradições culturais da região (MOÇAMBIQUE, 2018). O potencial de Gurué como destino turístico de natureza, portanto, depende de um planejamento cuidadoso que equilibre o desenvolvimento econômico com a proteção ambiental e o respeito pelos valores culturais.

Considerações finais

Ao realizar esta pesquisa percebemos que Gúruè possui um enorme potencial para se tornar um destino turístico de destaque em Moçambique, graças à sua riqueza natural e cultural. No entanto, para que esse potencial seja plenamente explorado, é necessário um planejamento turístico estratégico que envolva a participação das comunidades locais e respeite os princípios da sustentabilidade.

A implementação de um modelo de turismo sustentável em Gúruè deve considerar não apenas a preservação dos recursos naturais, como as montanhas e as florestas, mas também a valorização das paisagens culturais rurais e das tradições locais. Para isso, é essencial que o governo municipal invista em infraestrutura adequada e desenvolva políticas públicas que promovam o turismo de forma responsável, garantindo que os benefícios econômicos sejam distribuídos de maneira equitativa entre todos os atores envolvidos.

Outro elemento importante a considerar é fazer um movimento de conscientização as comunidades locais sobre o valor de seus patrimônios culturais e naturais é crucial para o sucesso do turismo sustentável em Gúruè. A capacitação dessas comunidades e o incentivo ao turismo rural podem ser caminhos eficazes para promover o desenvolvimento econômico e social da região, sem comprometer sua identidade cultural e ambiental. Se voltarmos para a teoria cultural Williams (1979), percebemos a tradição seletiva ainda está muito presente nessa região, visto que uma versão da tradição histórica ainda é perpetuada pelas pressões e limites hege-

mônicos que ainda operam naquele lugar, como os seminários de padres que ainda residem por lá. Na questão da estrutura de sentimento, temos também grandes memorias residuais que são dominantes do tempo colonial, embora haja algumas tentativas emergentes de práticas que vão tentando coexistir nessas comunidades e que podem conferir ao processo social um caráter dinâmico, contestatório e variável Steffen et al (2020, p.25). Portanto, acreditamos que o distrito de Gurué possui grande potencial turístico rural que colocam Moçambique na rota do turismo internacional, embora necessite de mais atenção do governo e das comunidades locais para um investimento mais aprovado que garanta um crescimento e desenvolvimento cada vez mais sustentável.

Referências

ANDRADE, J. *A relação entre o turismo e a preservação ambiental em Moçambique*. Maputo: Editora Zambeze, 2020.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2011.

BUTLER, R. W. The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, v. 24, n. 1, p. 5-12, 1980.

BUTLER, R. W. Tourism and sustainability: A potential paradox? *Tourism Review*, v. 48, n. 3, p. 15-31, 1993.

CMMAD – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. *Nosso futuro comum*. Rio de Janeiro: FGV, 1987.

FENNELL, D. A. *Ecotourism*. 3. ed. London: Routledge, 2008.

FLICK, U. *Introdução à pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GARCIA, M. *Colonização e exploração agrícola em Moçambique: o caso das plantações de chá em Gurué*. Lisboa: Edições Coloniais, 2017.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, J. A. *Turismo em Moçambique: desafios e oportunidades*. Maputo: Editora Moçambique, 2019.

GUNN, C. A. *Tourism planning: basics, concepts, cases*. 3rd ed. London: Taylor & Francis, 1994.

HALL, C. M. Tourism and rural development in Africa: patterns and processes. In: HALL, C. M.; PAGE, S. J. (Eds.). *Tourism in Africa: issues and prospects*. London: Routledge, 2008. p. 105-124.

HALL, C. M. *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Essex: Pearson Education Limited, 2005.

HALL, C. M.; PAGE, S. J. *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. 2. ed. London: Routledge, 1999.

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. *Dossiê de Patrimônio Cultural Imaterial*. Brasília: IPHAN, 2016.

IUCN. *Protected areas of Mozambique: A biodiversity hotspot*. Geneva: International Union for Conservation of Nature, 2021.

LOUREIRO, S. M. C. Turismo rural e cultural: Um estudo sobre os comportamentos e a imagem do destino. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, v. 9, n. 1, p. 75-92, 2010.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Fundamentos de metodologia científica*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MBAIWA, J. E. Enclave tourism and its socio-economic impacts in the Okavango Delta, Botswana. *Tourism Management*, v. 26, n. 2, p. 157-172, 2005.

MCKERCHER, B.; DU CROS, H. *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: Haworth Hospitality Press, 2002.

MINAYO, M. C. S. *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2012.

MOÇAMBIQUE. Ministério do Turismo. *Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico de Gurué*. Maputo: Governo de Moçambique, 2018.

MOWFORTH, M.; MUNT, I. *Tourism and sustainability: development, globalisation and new tourism in the Third World*. 4th ed. London: Routledge, 2016.

PEARCE, D. G. *Tourist development*. 2nd ed. Harlow: Longman, 1989.

RICHARDS, G. *Cultural tourism: global and local perspectives*. New York: Haworth Press, 2007.

SCHEYVENS, R. *Tourism for development: empowering communities*. Harlow: Pearson Education, 2002.

SILVA, C. Turismo rural nas plantações de chá de Gurué: uma análise do potencial. *Revista de Economia Agrícola*, v. 22, n. 1, p. 33-45, 2020.

SILVEIRA, M. Conservação da biodiversidade e o ecoturismo em Moçambique. *Revista de Ecologia Africana*, v. 13, n. 2, p. 45-58, 2019.

SWARBROOKE, J. *Sustainable tourism management*. Wallingford: CABI Publishing, 1999.

URRY, J. *The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage, 1990.

YIN, Robert K. *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

RETRATO DAS POTENCIALIDADES NO TURISMO RURAL DE UM MUNICÍPIO DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

LETICIA CHETTERT FORTES DE QUADROS[1], TIAGO ZARDIN PATIAS[2], MARIA EDUARDA MENEGHETTI ORLANDI[3], RAÍSSA OCHÔA GOLIN[4]

[1] Mestre em Agronegócios – Programa de Pós-graduação em Agronegócios UFSM – Palmeira das Missões/RS
[2] Doutor em Administração - Programa de Pós-graduação em Agronegócios UFSM – Palmeira das Missões/RS
[3] Graduanda em Administração - Curso de graduação em Administração UFSM – Palmeira das Missões/RS
[4] Doutoranda em Agronegócios - Programa de Pós-graduação em Agronegócios UFSM – Palmeira das Missões/RS

Resumo: O universo rural tem passado por inúmeras transformações que contribuem para o seu desenvolvimento não estar conectado essencialmente ao uso agrícola. Considerando este fato, o turismo rural mostra-se como alternativa para ultrapassar dificuldades e aproveitar as oportunidades do meio rural. O objetivo principal deste estudo foi compreender as potencialidades no turismo rural de um município do noroeste do estado do Rio Grande do Sul, Palmeira das Missões, sob a perspectiva do desenvolvimento rural. O percurso metodológico constituiu-se em um estudo de caso composto por uma primeira fase, que analisou documentos sobre o turismo em Palmeira das Missões, os quais apontaram alguns atrativos locais com possibilidade de turismo rural. Uma segunda fase envolveu entrevistas com algumas organizações relacionadas ao turismo, como Emater-RS/Ascar, Conselho Municipal de Turismo e Secretaria de Cultura e Turismo de Palmeira das Missões/RS com a intenção de desvelar informações de aprofundamento para a pesquisa. E por fim, uma terceira fase de observação direta e pesquisa de campo em dez propriedades rurais, com entrevista aberta com os proprietários ou responsáveis por cada uma das potencialidades. Com a utilização da estratégia de triangulação buscou-se linhas convergentes de investigação baseadas nas diferentes fontes de evidências. A principal conclusão da pesquisa indica que o município de Palmeira das Missões, RS possui potencial no turismo rural, fruto dos recursos estratégicos ligados as seis dimensões turísticas analisadas nesta pesquisa, que são Cultura e Características Locais, Dimensão Natural, Atividades Produtivas, Dimensão Gastronômica, Infraestrutura Privada/Pública e Atividades Não-Agrícolas. Por meio das evidências da pesquisa observou-se, ainda, alguns entraves que dificultam o desenvolvimento do turismo rural no município como a precariedade das infraestruturas tanto de responsabilidade pública quanto privada, carência de cultura de cooperação entre os responsáveis pelas propriedades e, ainda, a falta de capacitação voltada ao turismo.

Palavras-chave: Cultura; Desenvolvimento; Dimensões turísticas; Recursos estratégicos.

Introdução

O mundo rural é sinônimo de processos de transformação que refletem as suas fragilidades, mas, de igual modo, permitem fazer emergir as suas potencialidades. A compreensão de desenvolvimento do mundo rural baseia-se na ideia de multifuncionalidade da agricultura e dos territórios rurais (Silva, 2022). Nesse contexto, o turismo rural desempenha um papel fundamental para preservar a cultura local, estimular e diversificar a economia, e valorizar os recursos naturais e patrimoniais de uma região.

A discussão que se faz em torno de alternativas de desenvolvimento rural considera e incentiva a diversificação de renda no âmbito da agricultura familiar. A diversificação de renda é uma estratégia para o desenvolvimento rural, pois possibilita otimizar os recursos aplicados, ter diferentes fontes de renda e propicia melhor aproveitamento da área territorial disponível (Dill, 2023; Kageyama, 2008; Milone *et al.*, 2018). Neste sentido, como o turismo em áreas rurais contribui enquanto função produtiva para o desenvolvimento rural, este segmento se coloca como uma alternativa de diversificação de produtos e serviços para as comunidades rurais.

O turismo rural integra os aspectos econômicos, sociais e ambientais das áreas rurais, conectando-se intimamente com as pessoas, o espaço e os produtos, e impactando de maneira única o meio ambiente e o desenvolvimento econômico (Yang *et al*., 2021). A dinâmica das atividades turísticas em áreas rurais reflete sua diversidade. Neste sentido, a pesquisa adota a definição de turismo em espaço rural de Strassburger (2023), que associa a motivação central da atividade turística rural aos aspectos do patrimônio, incluindo natureza, cultura popular, arquitetura, gastronomia, modos de vida e história, promovendo atividades no meio rural que agregam valor a produtos e serviços.

Solha (2019) afirma que o segmento do turismo rural tem se consolidado em países de diferentes continentes e está em crescimento em países como o Brasil. O município de Palmeira das Missões, no estado do Rio Grande do Sul, unidade de análise desta pesquisa, é conhecido por sua formação histórica, tendo a Erva-Mate como um de seus emblemas. Essa identidade local com o produto agrícola foi reconhecida e confirmada pela Lei Estadual nº 15.163, de 2018, que declara Palmeira das Missões o “Berço da Erva-Mate” no Estado do Rio Grande do Sul.

A história de formação do município oferece uma oportunidade para o desenvolvimento de atividades rurais alinhadas à reconfiguração da exploração de recursos nessas áreas, como proposto pelo turismo rural. Um exemplo disso é a estruturação de roteiros turísticos voltados para a cadeia produtiva que caracteriza Palmeira das Missões, especialmente relacionada à Erva-Mate.

Alinhado ao Programa de Regionalização do Turismo do MTUR (2022), o município de Palmeira das Missões, RS, devido às suas peculiaridades, integra a Região Turística Cultura e Tradição do Mapa do Turismo Brasileiro. Esta região se caracteriza pela aptidão para o turismo de negócios e eventos, com uma forte identidade gaúcha, expressa no agronegócio, no turismo rural e nos movimentos culturais (SETUR, 2024).

Neste contexto, para o avanço da pesquisa e do desenvolvimento local e regional, é fundamental conhecer os recursos estratégicos disponíveis em uma localidade para a realização das atividades do turismo rural. Assim, o presente estudo teve como objetivo responder à seguinte questão: Como as potencialidades do turismo rural em Palmeira das Missões, RS, estão relacionadas ao desenvolvimento rural da região?

Diante desse questionamento buscou-se compreender as potencialidades no turismo rural de Palmeira das Missões, RS sob a perspectiva do desenvolvimento rural, descrevendo as potencialidades de turismo rural do município de Palmeira das Missões, RS e identificando os principais entraves para o desenvolvimento do turismo rural em Palmeira das Missões.

Esta pesquisa se propôs a mapear as potencialidades no turismo rural no município de Palmeira das Missões, RS. Para compreender o que são potencialidades neste segmento este estudo reflete sobre o panorama da conceituação de turismo rural e de turismo em espaço rural. Para tanto, apoiou-se numa revisão bibliográfica e no levantamento de resultados gerados por estudos de entidades como Ministério do Turismo, Instituto Brasil Rural e Organização Mundial de Turismo, entre outros.

Como resultado prático, esta pesquisa apresenta, ao final, um mapa das potencialidades do turismo rural no município de Palmeira das Missões, RS. Esse produto fornecerá dados essenciais para o processo de planejamento estratégico turístico e para a estruturação local, identificando as necessidades de investimentos e ações para promover o setor, com o objetivo de gerar impactos positivos nas realidades do meio rural.

Referencial Teórico

Esta seção apresenta inicialmente as concepções fundamentais sobre o turismo rural, abordando suas definições e características principais. Em seguida, discute as potencialidades turísticas do meio rural, destacando os recursos e atrativos específicos dessas áreas. Por fim, explora o desenvolvimento rural local e regional, analisando como o turismo rural pode contribuir para a melhoria das condições econômicas e sociais das comunidades rurais. Esse arcabouço teórico oferece a base necessária para sustentar a pesquisa, contextualizando e fundamentando suas análises e conclusões.

Turismo Rural: Concepções Iniciais

O turismo rural tem crescido expressivamente e vem se consolidando como uma fonte de desenvolvimento para as comunidades, sendo perceptível a inserção do turismo em estratégias de desenvolvimento socioeconômico nos espaços rurais. As demandas dos turistas durante sua permanência no local visitado justificam a existência e viabilização de pequenas e médias empresas que ofertam serviços e produtos em áreas rurais (Souza *et al*., 2019).

A temática do turismo rural é tratada com diferentes abordagens. Silva (2010) apresenta o turismo rural sob a perspectiva de políticas públicas articulada ao desenvolvimento rural como um guia para ações dos interessados nesta atividade e inclui nesta ação a necessidade de considerar os diferentes atores sociais para o desenvolvimento da atividade turística no meio rural.

Manosso (2010) marca a definição de turismo rural considerando o que os empreendimentos rurais oferecem aos turistas, pois o autor entende turismo rural como algo diferente de atividades em área rurais. O turismo rural, segundo o autor, deve contemplar atividades que tenham íntima relação com a realidade do campo, ativida- des e serviços que insiram o turista no cotidiano da propriedade, inclusive oferecendo a participação no processo de produção agrícola.

Silva (2010) afirma que movimentos organizados como a construção de políticas públicas específicas, a conscientização da comunidade local e o envolvimento do poder público municipal alinhado a organismos dos governos estaduais e federal, representam o movimento necessário para se entender que o espaço rural pode abarcar atividades de lazer e recreação.

No Brasil esse movimento político iniciou em 1994, quando a Secretaria de Desenvolvimento Rural, do Ministério da Agricultura, em parceria com a Embratur, o Se- brae e o Programa do Artesanato Brasileiro, trabalhava para ampliar o então recém criado Programa Nacional de Agricultura Familiar (Pronaf) para que pudesse atender também atividades não agrícolas nas mesmas condições de taxas de juros e prazos concedidos às atividades agrícolas tradicionais, desta forma contribuíram para marcar que o campo “não era mais um reduto exclusivo das atividades agrícolas” (Silva, 2010, p. 26).

No Brasil a abordagem conceitual e tipologias do turismo no espaço rural passam por influências que lhes desenham. Tulik (2010) traz o histórico do desenvolvimento do turismo no espaço rural no Brasil, que surge com a intenção de aproveitar as estruturas das fazendas como alternativa para a crise financeira, seguindo modelos de países europeus que tinham neste segmento um caminho já trilhado. Já de uma forma organizada, ou seja, através de órgão oficial com ações definidas e alinhadas para aproveitar a estrutura das fazendas e promover esta forma de turismo, o município de Lages (SC) foi o pioneiro em 1994 no turismo rural brasileiro (Tulik, 2010). Desta forma, Tulik (2010) destaca que a influência europeia no entendimento de manifestações e nos conceitos de turismo no espaço rural brasileiro é inegável.

Neste caminho de definir os aspectos conceituais acerca do turismo rural, fica claro que existem diferentes abordagens e uma gama de diferentes atividades de lazer e turismo que são realizadas no espaço rural e que passam, assim, a definir este segmento. Solha (2019) em seu trabalho acerca do entrelaçamento entre o universo rural e a oferta da experiência de Turismo Rural, reflete sobre o panorama do segmento no Brasil.

Zhang (2022) em sua pesquisa acerca da definição de turismo rural sob a ótica do turista, aponta que a demanda do turismo rural é determinada pelo “senso de lugar”. Este conceito compreende a motivação ou experiência dos turistas para visitar um determinado lugar e atualiza o conhecimento sobre o senso de lugar dos turistas rurais trabalhando com foco na relação entre anfitrião-hóspede-lugar. Para Zhang (2022) o turismo rural não segue a definição de um lugar físico simplesmente e sim está intimamente ligada às conexões humanas, sendo que a participação do turista rural deve ser imersiva, os destinos turísticos devem integrar a vida cotidiana dos locais com as experiências turísticas.

Solha (2019), acerca das diferentes atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, aponta a existência de duas abordagens, a mais ampla, que considera todas as atividades de lazer realizadas no espaço rural, de-

nominada como Turismo no Espaço Rural ou Turismo nas Áreas Rurais, na qual estão as chácaras de lazer, os pesqueiros, os hotéis fazenda e outros, mas sem compromisso com a produção agrícola (Tulik, 2010); e, de outro lado, a abordagem que considera como Turismo Rural propriamente dito, como "o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando o patrimônio cultural e natural da comunidade" (MTUR, 2020, p.11).

Portanto, uma definição precisa permanecer indefinida (Rosalina, 2020), pois o conceito de turismo rural abrange uma pluralidade de definições e orientações de análise das atividades do turismo no espaço rural (Cristóvão, 2012; Rosalina, 2020). Rosalina (2020) afirma que, embora possa ser difícil alcançar um consenso global sobre uma definição de turismo rural, uma definição específica do país ou que considere as características únicas de um destino, pode ser mais viável. No Brasil a definição oficial de turismo rural fundamenta-se na conceituação estabelecida pelo Ministério do Turismo (Brasil, 2003, p. 18) como "o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando o patrimônio cultural e natural da comunidade".

Potencialidades Turísticas no Meio Rural

Mura (2018) destaca o turismo rural como potencialidade na busca do desenvolvimento das zonas rurais quando afirma que o turismo rural se comporta como atividade econômica de impacto para os negócios rurais. Na perspectiva do autor, o potencial do campo passa pela sua multifuncionalidade onde o turismo é um forte setor de desenvolvimento econômico e social. Mura (2018) aponta as áreas naturais como potencial turístico quando atreladas às necessidades dos visitantes, desta forma o autor contribui para o entendimento desta pesquisa acerca do que seriam potencialidades de turismo no meio rural.

Segundo o Ministério do Turismo (2018), a definição de potencial turístico abrange elementos naturais e/ou antrópicos (aqueles alterados pelo homem) passíveis de aproveitamento turístico. São, portanto, elementos que possuem potencial para serem transformados em um produto turístico.

Solha (2019) considera que as discussões contemporâneas acerca do turismo rural devam estar comprometidas com o desenvolvimento do espaço rural e não tratarem somente do se estar fisicamente no espaço rural. Para a autora, o turismo rural se originou como uma estratégia para estimular o desenvolvimento em áreas rurais em declínio. Aliado a isto, aponta a necessidade de compreender a realidade das mudanças do espaço rural como um universo que está inserido em uma sociedade em profunda transformação.

A questão do desenvolvimento rural através do turismo é apontada como uma possibilidade de diversificação econômica no campo, como já acontece em países da União Europeia, que possuem áreas subutilizadas. Mura (2018) aponta que o turismo rural deve ser considerado como oportunidade de emprego para a população rural quando a atividade agrícola não tem mais força como setor econômico dominante.

Solha (2019) abre um novo panorama acerca do conceito turismo rural e afirma que este segmento ultrapassa a questão de reconhecer a presença do negócio turístico no ambiente rural. A autora aponta um entrelaçamento entre o universo rural e a oferta da experiência do turismo rural. O cenário do universo rural está se transformando e Solha (2019) pontua as emergentes alterações no perfil da população rural, o que se reflete no segmento do turismo rural, passando a exigir deste além de seu aprimoramento e uma inserção mais qualificada e profissional no Turismo, um movimento de preservação da ruralidade, produto de amplo interesse do turista. Colocando, desta forma, este novo olhar sobre a relação do turismo e a preservação da ruralidade como uma potencialidade de turismo no meio rural.

O turismo emerge como uma ferramenta estratégica de subsistência e geração de renda para a comunidade local envolvida quando aliado à agricultura. O turismo mostra-se como uma alternativa para fornecer benefícios econômicos aos agricultores rurais e como oportunidade de desenvolver as áreas menos desenvolvidas (Joshi, 2020). O autor indica que o turismo ligado as atividades da agricultura têm valor eco- nômico e desdobra-se em desenvolvimento sustentável no momento que converge com movimentos como a economia circular e garante o crescimento inclusivo, atividades de subsistência e geração de renda sustentável em áreas rurais.

Stokowski *et al*. (2021) ao pesquisarem o desenvolvimento do turismo em áreas rurais, apontam algumas dimensões dos destinos rurais relacionadas implicitamente aos padrões e trajetórias de mudanças sociais, econômicas e comunitárias nas regiões rurais dos Estados Unidos e ao redor do mundo. Os autores relatam que estas trajetórias de mudanças caminharam de economias de extração de recursos para economias de serviços baseadas em amenidades, onde, locais de amenidades são aqueles com qualidades naturais especialmente atraentes (vistas panorâmicas, paisagens agradáveis, oportunidades recreativas) ou componentes culturais (parques, museus, áreas residenciais de alta qualidade) – locais considerados desejáveis para viver, tra- balhar ou visitar (Dissart, 2018; Matarrita-Cascante, 2017; Schaeffer; Stokowski *et al*., 2021).

Manosso (2010) em seu trabalho de comparação acerca do conceito de turismo rural e o que realmente é oferecido como atividade turística em propriedades rurais, sinaliza a necessidade do local e do regional, devido às condições impostas pelo processo de globalização atual, de aproveitar ao máximo seus diversos potenciais para que este não seja excluído do processo de desenvolvimento e para que encontre seu próprio caminho de sustentabilidade. Desta forma, o autor pontua as características do espaço rural como um importante potencial a ser aproveitado no âmbito do turismo. Neste contexto, pensar o turismo como oportunidade e alternativa de desenvolvimento do rural sugere a visualização da capacidade de cada propriedade em tornar-se um atrativo turístico.

O Ministério do Turismo (2018) define atrativo turístico como todos os locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los, podendo, ainda, os atrativos turísticos serem naturais, culturais, atividades econômicas e eventos de diferente natureza. Determinado lugar, objeto ou acontecimento deve ter, portanto, a capacidade de atrair o interesse de alguém (MTUR, 2018).

No contexto do desenvolvimento sustentável na propriedade rural, Klein (2021) aponta que é o agricultor, sua cultura, seu modo de vida, suas tradições e meio ambiente onde vive, os artigos legítimos de interesse do turismo. Carrilo-Vargas (2021) diz que viver a cultura e a natureza do local são as características mais desejadas dentre os motivadores das viagens dos turistas que buscam as atividades do segmento do turismo rural.

Mura (2018) entende que o turismo rural é uma parte essencial para o desenvolvimento rural. O turismo rural é apontado pelo autor como uma ferramenta estabilizadora no desenvolvimento econômico e social das áreas rurais. Neste sentido, trata o turismo rural como a permanência no ambiente natural e como possibilidade de desenvolver um contato próximo com os habitantes locais. É uma atividade que ajuda a aproveitar os equipamentos rurais e a preservar as tradições da vida rural.

No contexto brasileiro, Candiotto (2010, p. 41) afirma que “todos os empreendimentos que proporcionam lazer, descanso, recreação ou qualquer outra atividade ligada ao turismo, desde que sejam localizadas em áreas rurais, podem ser classificadas como turismo rural”. Desta forma, Candiotto (2010) ao apontar a capacidade das áreas rurais ligadas ao turismo em proporcionar algo de interesse para seus visitantes contribui com esta pesquisa acerca do entendimento dos potenciais turísticos deste meio.

Desenvolvimento Rural Local e Regional

A percepção de desenvolvimento está essencialmente relacionada às diversas formas de buscar respostas para os problemas locais e regionais (Perlin, 2011). O processo de desenvolvimento passa pelo entendimento do município e da região sobre suas próprias aptidões. Assim, o desenvolvimento deve passar pelo entendimento da vocação da região. Enfatizam que o desenvolvimento representa o potencial de uma região em detectar o seu papel, bem como identificar os fatores que produzem esse potencial e os processos que o estimulam ou enfraquecem.

O conceito de desenvolvimento surgiu como sinônimo de crescimento econômico e de progresso, foi visto simplesmente como um produto que sistematiza a riqueza produzida e a distribuição de seus recursos, sendo que um de seus principais indicadores de concepção econômica foi o Produto Interno Bruto (PIB) (Santos *et al*., 2019). Atualmente o conceito de desenvolvimento mostra-se como a área do conhe- cimento interdisciplinar, abrangendo, assim, várias subáreas (Fontoura e Tenório, 2020). A noção de desenvolvimento se distanciou

do pré-conceito de crescimento eco- nômico e passou a envolver aspectos de âmbito econômico, social e ambiental (Sie- denberg, 2012).

O desenvolvimento sob a perspectiva puramente econômica deve ser ultrapassado, a política de desenvolvimento nas regiões deve carregar por parte dos seus atores o olhar sobre a qualidade de vida dos cidadãos, além da parte econômica (Vieira e Santos, 2012).

Para respaldar a temática de desenvolvimento local e regional, entendem-se como relevantes os trabalhos do pesquisador professor Fernando Guilherme Tenório. Em seus estudos, Tenório (2007) descreve que o desenvolvimento local presume a reciprocidade, a cooperação e a solidariedade em prol do bem-estar socioeconômico, político, cultural e ambiental do local. Tenório, Dutra e Magalhães (2004) também descrevem que processos de desenvolvimento local necessitam de esforços articulados entre atores estatais e sociedade civil, com o intuito de realizar projetos que ocorram com a negociação de interesses. Dessa forma, o desenvolvimento local demanda o surgimento e fortalecimento dos atores em seus territórios, aptos de iniciativa e pro- posta socioeconômica, que aproveitem as potencialidades locais.

Os conceitos de desenvolvimento local e regional pressupõe uma dinâmica entre eles, um conjunto de forças que se inter-relacionam, se complementam e se auto influenciam (Ghidorsi, 2022). Assim sendo, são termos que não se dissociam, as ações realizadas em um município, pelos governos estadual e federal, por exemplo, podem interferir nos municípios vizinhos, as ações serão sentidas como um todo (Mello, 2018).

Dallabrida (2020) aponta um modelo de desenvolvimento de territórios ou regiões que tem o propósito de superar modelos que resultam na destruição dos contextos de vida, é o que propõe a alternativa territorialista que se sustenta na concepção do patrimônio territorial como um bem comum. O autor aponta que tal abordagem "destaca-se por assumir o território como um sujeito vivo altamente complexo, gerado e definido em sua identidade por processos coevolutivos duradouros entre o assentamento humano e o meio ambiente" (Dallabrida, 2020, p. 18).

Corroborando com esta concepção, Silveira (2010, p. 49) aponta que "[...] o 'local' é um processo construído pela sociedade a partir de sua identidade territorial, formado 'de baixo para cima' e 'de dentro para fora'". Portanto, a dinâmica do processo de desenvolvimento de uma determinada região "compreende um esforço das sociedades locais na formulação de políticas regionais com o intuito de discutir as questões que tornam a região sujeito de seu processo de desenvolvimento" (Xavier *et al*., 2013, p. 1041).

Os resultados dos estudos de Patias (2022), acerca da participação do Núcleo de Inovação e Transferência de Tecnologia (NIT) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha (IFFar) no desenvolvimento da sua região de inserção, apontaram um aspecto que contribui para a promoção de desenvolvimento nacomunidade e região, a ideia da colaboração. Segundo Liszbinski (2021), a colabora- ção pode ser de forma conjunta entre as organizações, em ações que visem o benefício da sociedade. Os entrevistados entenderam que os atores devem atuar em colaboração de uma forma mais regional para promover o desenvolvimento, agindo assim de maneira articulada e integrada.

Patias (2022) pesquisou as interações entre os atores universidade, empresa, governo e sociedade e seus reflexos para o desenvolvimento da região analisada e constatou que estes segmentos ao se inter-relacionarem contribuem para o desenvolvimento de si mesmos, bem como de suas comunidades e regiões de atuação. Os resultados do estudo identificaram a necessidade de simetria de informações entre os parceiros, a articulação, entre os atores, de ações políticas, econômicas, científicas, tecnológicas e culturais, bem como destacaram a importância de se ter um planejamento estratégico com horizonte atemporal para que estes fatores se constituam, assim, em um diferencial para o desenvolvimento. Panorama que consolida a concepção que visa envolver atores regionais na busca pela superação de problemas de uma perspectiva endógena.

Sob a ótica do desenvolvimento regional atrelado ao crescimento econômico, os estudos de Dill (2023), com foco em produtores do meio rural, demostraram que o aumento de renda dos produtores rurais, especialmente pequenos produtores, pode ser visto como uma questão crucial para o desenvolvimento como um todo da região onde estes produtores estão inseridos. Como estes produtores rurais compõe uma parcela da população em questão, diferentes dimensões do desenvolvimento passam a ser influenciadas pelo aumento

da renda. Reflexos são sentidos na desigualdade econômica, já que passa a haver mais recursos disponíveis, no desenvolvimento rural sustentável, pois com maior renda torna-se possível incentivar práticas agrícolas que realizam uma gestão de recursos naturais mais eficiente, bem como o aumento da renda contribuir na redução do êxodo rural, servindo assim como estímulo para a criação de um ambiente mais atrativo (Dill, 2023).

Portanto, o cerne do conceito de desenvolvimento regional e local está na dinâmica entre eles (Ghidorsi, 2022), tal perspectiva é reforçado por Tenório, Dutra e Magalhães (2004) ao definirem que as regiões potencializam as vocações locais por meio dos eventos de desenvolvimento, instigadas pelo sentimento e ações de cooperação local.

Autores como Kageyama, (2008), Solha (2019) e Silva (2022) que tratam do desenvolvimento voltado ao meio rural apontam alguns fatores de desenvolvimento local e regional, como a multifuncionalidade do rural e a potencialização das peculiaridades locais. O desenvolvimento rural é visto, assim, sob a ótica de um novo para- digma, Jirí *et al*. (2022) apontam o apoio à diversidade na economia rural e a utilização do potencial rural como atributos significativos da transição de uma compreensão monofuncional das atividades rurais, ou seja, produção de alimentos, para uma economia rural diversificada onde se destaca a multifuncionalidade do campo e das pessoas ligadas as áreas rurais.

Neste sentido, Kageyama (2008) pontua que há um conjunto de elementos comuns que favorecem o desenvolvimento do rural como a integração mercantil com cidades próximas, a combinação entre produtos rurais diversificados e mercado local de consumo, a pluriatividade das famílias rurais, a diversificação da fonte de renda com atividades não exclusivamente agrícolas, os programas de geração de emprego e de melhoria de qualidade de vida, bem como a existência de recursos territoriais que permitam produzir para mercados específicos, como o turismo. Ao se analisar o potencial de desenvolvimento a nível local e regional estes elementos devem ser considerados (Kageyama, 2008).

Procedimentos Metodológicos

Com o intuito de se alcançar os objetivos proposto nesta pesquisa a presente investigação, enquanto abordagem metodológica, caracteriza-se como qualitativa, pois esta abordagem possibilita o fenômeno ser analisado em profundidade e considerado dentro do contexto do qual faz parte (Marconi e Lakatos, 2022). Quando ao objetivo, este estudo possui características de uma pesquisa exploratória, que, segundo Gil (2022, p. 42), "[...] têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses".

Como estratégia de pesquisa este estudo caracteriza-se como um estudo de caso único, como unidade de análise, o município de Palmeira das Missões no estado do Rio Grande do Sul, em especial sua área rural. Quanto à definição de estudo de caso, Yin (2015) define-o como um método de pesquisa empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto real, em que as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes. Trata-se de um método que utiliza múltiplas fontes de evidências para a coleta dos dados requeridos, descreve a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação e pode também explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas, que não possibilitam a utilização de levantamentos e experimentos (Laville e Dionne, 1999; Yin, 2005).

Para a consecução dos objetivos, a referida pesquisa, realizada entre abril e julho de 2024, tendo em vista a carência de dados concretos sobre o turismo rural de Palmeira das Missões, foi instrumentalizada em três fases que são: a primeira fase se constituiu em analisar o único diagnóstico do turismo em Palmeira das Missões encontrado, este documento apresentou um levantamento realizado através de um questionário aplicado de maneira virtual à população do município acerca dos atrativos locais com possibilidade de turismo (Quadros *et al*, 2023). Foram utilizadas as respostas de dois questionamentos específicos: "Quais os atrativos turísticos que existem no município?" e "Quais os pontos fortes de Palmeira das Missões em relação ao turismo?" com o objetivo de buscar locais no meio rural a serem visitados, este documento apontou algumas propriedades rurais e atrativos no meio rural como cachoeiras, rios, ervateiras, monumentos históricos, aeroporto, esco-

la agrícola, igrejas entre outros; na segunda fase, foram realizadas entrevistas com as entidades, EMATER/ASCAR-RS, Conselho Municipal de Turismo e Secretaria de Cultura e Turismo de Palmeira das Missões/RS com a intenção de buscar mais possibilidades de locais a serem visitados. Realizadas as fases a e b, foram selecionados 10 locais, identificados como aqueles que poderiam apresentar maiores potencialidades no turismo rural com base no Quadro 1; como última etapa da coleta de dados foi realizada uma pesquisa de campo nestes 10 locais juntamente com entrevista aberta com os proprietários ou responsáveis por cada potencialidade e observação direta dos locais. As entrevistas foram escritas de próprio punho com consentimento dos participantes. A observação direta, conforme apontado por Gil (2022), é considerada uma das maneiras mais apropriadas para conhecer a realidade, especialmente em estudos que buscam entender fenômenos em seu contexto natural. Nesse caso específico, a observação direta dos dez locais selecionados para o turismo rural em Palmeira das Missões foi crucial para capturar detalhes que poderiam passar despercebidos em métodos indiretos de coleta de dados.

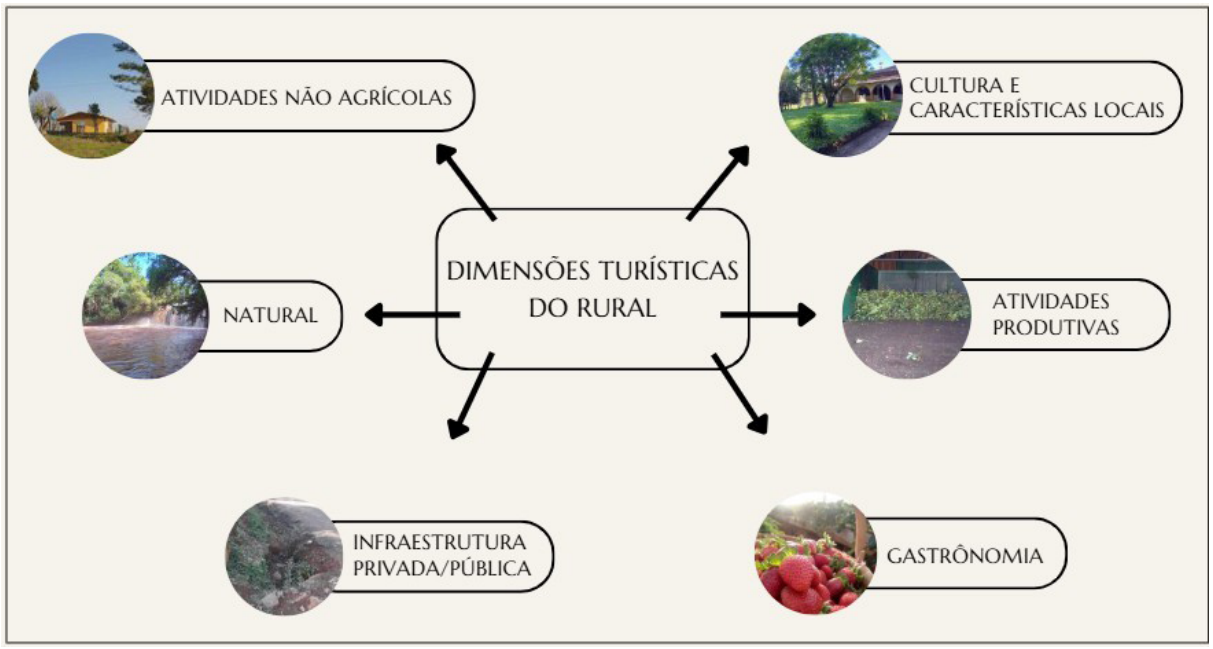
Os contatos iniciais para agendamento das visitas foram realizados via telefone ou redes sociais, ocasião em que se informou o objetivo do estudo e o interesse em se coletar dados nessas propriedades rurais. Para a realização do agendamento e das visitas os extensionistas da EMATER/ASCAR-RS se colocaram à disposição para fazer a mediação do encontro. Os extensionistas têm proximidade com os proprietários ou responsáveis pelas propriedades rurais a serem visitadas, desta forma esta mediação facilitou o acesso as propriedades.

Para corroborar com a linha da investigação, a entrevista semiestruturada, que foi registrada a próprio punho e transcrita na íntegra para documento no programa Microsoft Word, foi usada como fonte de informação combinada com os dados observacionais. Yin (2015) traz que na coleta de evidências de um estudo de caso a entrevista é uma das fontes de informação mais importante, além disto, aponta o autor, ao se ouvir um entrevistado bem-informado em uma entrevista aberta este pode colaborar com a identificação de outras fontes relevantes de evidência.

Como forma de análise e interpretação dos dados esta pesquisa utilizou a análise de conteúdo. Segundo Laville e Dionne (1999), através da análise de conteúdo procura-se desmontar a estrutura e os elementos do conteúdo, com vistas a esclarecer suas diferentes características e significação. No entanto, a análise de conteúdo não é um método rígido, ao contrário, “ela se constitui, antes, um conjunto de vias possíveis nem sempre claramente balizadas, para a revelação – alguns diriam reconstrução – do sentido de seu conteúdo” (Laville; Dionne, 1999, p. 216).

São as categorias de análise determinadas a *priori*: cultura e características locais, dimensão natural, atividades produtivas, dimensão gastronômica, infraestrutura pública e privada e atividades não agrícolas. A Figura 1 apresenta as categorias de análise criadas antes da coleta de dados, organizada com base na sistematização das dimensões turística, Quadro 02.

Figura 1- Categorias de Análise definidas a *priori*.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Em seguida, foi realizada a terceira etapa, isto é, o tratamento dos dados e interpretação. Os dados desta pesquisa foram, então, estruturados, analisados, interpretados e descritos, relacionando as respostas dos respondentes e as observações da pesquisadora conforme as categorias: cultura e características locais, dimensão natural, atividades produtivas, dimensão gastronômica, infraestrutura pública e privada e atividades não agrícolas.

Resultados e Discussão

A caracterização das 10 entrevistas realizadas e da observação direta nas propriedades visitadas foram relatados nesta seção, de acordo com os objetivos previamente estabelecidos e com os construtos definidos no referencial teórico e na metodologia. A análise das fontes de evidências empíricas proporcionou uma discussão teórica, a qual está substanciada nesta seção.

No Quadro 1, apresenta-se o perfil individual dos responsáveis pelas propriedades, respondentes desta investigação.

Quadro 1- Perfil individual dos responsáveis pelas propriedades.

Propriedade	Idade	Gênero	Vínculo com a Propriedade	Escolaridade
1	70	Feminino	Proprietária	4ª série do fundamental
2	38	Feminino	Em processo de compra	Ensino médio incompleto
3	40	Masculino	Proprietário	7ª série do fundamental
4	58	Masculino	Arrendatário	6ª série do fundamental
5	52	Masculino	Proprietário	5ª série do fundamental
6	37	Feminino	Proprietária	Superior completo
7	66	Masculino	Proprietário	Superior completo
8	47	Feminino	Proprietária	Pós-graduação completa
9	62	Masculino	Arrendatário	3ª série do fundamental
10	73	Masculino	Proprietário	Ensino médio completo

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Na análise do perfil individual dos responsáveis pelas propriedades, respondentes desta investigação, percebe-se a predominância da idade superior destes e uma baixa escolaridade, 5 respondentes não completaram o ensino fundamental, 2 não ultrapassaram o ensino médio e 3 dos 10 respondentes possuem o ensino superior completo. Encontramos 6 propriedades com responsáveis homens e 4 propriedades têm mulheres como responsáveis, quanto ao vínculo com a propriedade 7 respondentes são proprietários, 2 respondentes são arrendatários, identificou-se, ainda, 1 respondente, no momento da entrevista, em processo de compra.

Quanto a análise das potencialidades no turismo rural encontradas em cada uma das 10 propriedades visitadas pôde-se identificar oportunidades nas seis dimensões turísticas elencadas, bem como pôde-se apontar seus principais entraves, conforme apresentado a seguir.

Cultura e Características

Esta categoria contempla os parques, museus, áreas residenciais de alta qualidade ou arquitetura. Foram encontrados os recursos estratégicos ligados a arquitetura e áreas residenciais de alta qualidade somente em 2 das 10 propriedades visitadas. No entanto, quanto ao ponto manifestações verbais relacionadas a cultura, história e cultura como patrimônio, 4 propriedades apresentaram potencial de resgate do patrimônio cultural da comunidade na qual estas propriedades estão inseridas (MTUR, 2020, p. 11).

As propriedades analisadas possuem potenciais turísticos ligados à história e cultura local. A propriedade 1 conserva uma parede de um antigo moinho construído há cerca de 100 anos, integrada à cachoeira para facilitar sua construção, e carrega um relato histórico que pode enriquecer a experiência turística.

Na propriedade 2, destaca-se uma ampla residência arborizada, onde os proprietários, com apoio da Emater/RS-ASCAR, idealizaram eventos culturais voltados à culinária gaúcha, ainda não concretizados. Já a propriedade 3 apresenta uma área que foi caminho de tropeiros no passado, reforçando a conexão com a fundação de Palmeira das Missões.

As propriedades 4 e 5, voltadas à indústria da erva-mate, enxergam no processo produtivo um atrativo turístico devido à importância histórica da erva-mate para a região, reconhecida pela Lei Estadual nº 15.163/2018, que declara Palmeira das Missões o “Berço da Erva-Mate” no Rio Grande do Sul.

Dimensão Natural

A dimensão natural foi a mais referenciada nas 10 propriedades visitadas, destacando o potencial turístico do município. Duas propriedades possuem cachoeiras usadas como atração, com áreas para banho, sombra e contemplação, embora a infraestrutura seja precária.

Na propriedade 1, há uma escada de madeira bem conservada que leva à cachoeira de 6 metros de queda. Já na propriedade 7, onde é cobrada entrada, há churrasqueiras, uma piscina rústica e contato direto com a natureza, proporcionando tranquilidade e silêncio. Todas as propriedades oferecem oportunidades recreativas e contemplativas, reforçando o turismo rural como apontado por Strassburger (2023).

Atividades Produtivas

Três das dez propriedades visitadas apresentam potencial turístico na dimensão das atividades produtivas, que envolvem a produção agrícola e agroindustrial, além da preservação da ruralidade. Segundo Silveira *et al*. (2006), a interação com o meio e as unidades produtivas valoriza o espaço rural e atrai turistas. As propriedades 4 e 5 têm como principal atividade a indústria da erva-mate, permitindo visitas às áreas de cultivo e ao processo produtivo. A propriedade 6 produz morangos, uvas, chimia e cachaça, já recebendo visitantes nas estufas. A família planeja expandir o parreiral para a produção de vinhos e construir uma hospedagem para turistas, oferecendo também comida caseira. A proprietária busca referências na Serra Gaúcha e informações via Emater e redes sociais.

Manosso (2010) destaca que o turismo rural deve inserir o visitante no cotidiano da propriedade, permitindo participação nas atividades produtivas e diferenciando-se das simples visitas a áreas rurais.

Dimensão Gastronômica

Nove das dez propriedades visitadas desenvolvem atividades ligadas à piscicultura ou agricultura, mas apenas as propriedades 6, 8 e 9 percebem a gastronomia como uma ferramenta estratégica para atrair visitantes.

A propriedade 6 produz cachaça e chimia de morango, já vendendo na feira municipal e recebendo visitantes interessados nos produtos. A família planeja ampliar o parreiral, fabricar vinhos e oferecer comida caseira, fortalecendo o turismo gastronômico. A propriedade 8 pretende criar porcos caipiras para produção de embutidos com um método diferenciado de criação. Já a propriedade 9 opera um pesque-pague, oferecendo pesca e preparo imediato do peixe, além de um restaurante com lanches e área de lazer.

Enquanto os proprietários das propriedades 6 e 8 reconhecem o potencial da gastronomia como atrativo turístico, o proprietário da propriedade 9 foca apenas na qualidade do peixe servido, sem explorar plenamente o valor turístico da gastronomia. A limitação do serviço devido à disponibilidade da filha e a falta de oferta de panificados de qualidade pela esposa ilustram essa visão restrita do potencial gastronômico da propriedade.

Infraestrutura pública e privada

A infraestrutura pública e privada das propriedades visitadas apresenta desafios significativos para o turismo rural em Palmeira das Missões-RS. As distâncias das propriedades variam entre 4,3 km e 23,4 km do município, o que pode influenciar a atratividade para visitantes.

O principal problema identificado é o acesso precário, com estradas ruins e falta de sinalização, tornando inviável o tráfego em dias chuvosos para algumas propriedades. Seis propriedades possuem acesso por estrada de terra, enquanto apenas quatro são acessíveis por asfalto. Os entrevistados criticam a falta de interesse do poder público na melhoria da infraestrutura.

Quanto aos serviços básicos, todas as propriedades possuem rede elétrica e de água, mas nenhuma conta com telefonia fixa. O acesso à telefonia móvel via internet é comum, porém a qualidade da internet é ruim, prejudicando a comunicação e a divulgação turística. Na propriedade 2, identificou-se a ausência de rede de esgoto. Esses desafios destacam a necessidade de melhorias para impulsionar o turismo rural, conforme apontam estudos sobre o desenvolvimento regional, que enfatizam a importância da infraestrutura na valorização do potencial local.

Atividades não-agrícolas

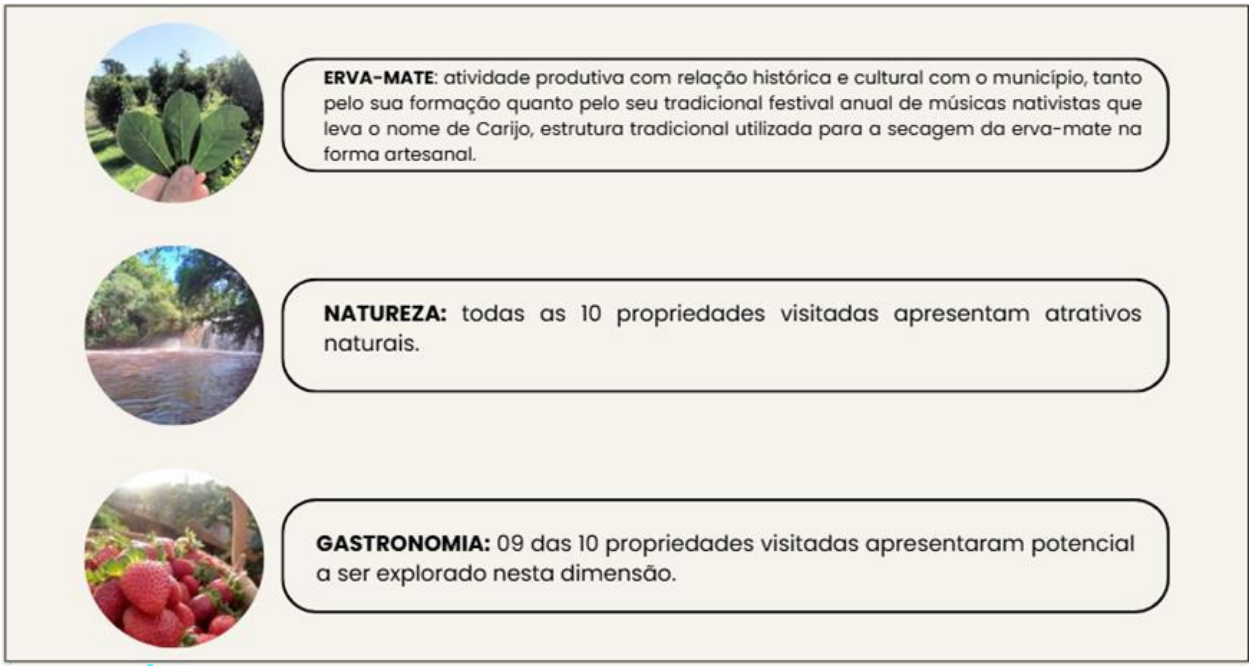
O estudo sobre o turismo rural em Palmeira das Missões-RS identificou o potencial turístico de 10 propriedades rurais, com foco em atividades não-agrícolas, como lazer, recreação, eventos e hospedagem. Seis dessas propriedades demonstraram forte vocação turística, oferecendo atrativos como cachoeiras, quiosques equipados, campos esportivos, piscinas, hospedagem e pesque-pague. Cada local apresenta características distintas, desde estruturas simples até iniciativas mais elaboradas voltadas ao turismo temático, como o estilo country e boiadeiro.

Apesar do potencial identificado, desafios estruturais ainda comprometem o desenvolvimento do turismo na região. A precariedade das estradas de acesso, a falta de sinalização adequada e a ausência de infraestrutura sanitária e de segurança em algumas propriedades dificultam a experiência dos visitantes e limitam o crescimento das atividades. Além disso, a baixa qualidade do serviço de internet impacta a divulgação e comunicação dessas propriedades.

A pesquisa também destaca elementos culturais e produtivos como diferenciais turísticos da região, como a produção de erva-mate, que tem forte ligação histórica com o município. O potencial gastronômico das propriedades foi outro fator relevante, sendo explorado em nove das dez propriedades analisadas. A diversidade de

atrativos naturais e culturais evidencia a riqueza da oferta turística local, reforçando a necessidade de investimentos em infraestrutura e planejamento estratégico para fortalecer o turismo rural no município.

Figura 2- Síntese das aptidões turísticas do município.



Fonte: Elaborada pela autora (2024).

Entraves para o desenvolvimento do turismo rural no município de Palmeira das Missões, RS

A pesquisa identificou diversos desafios que comprometem o desenvolvimento do turismo rural em Palmeira das Missões, RS, destacando problemas estruturais e organizacionais. A precariedade da infraestrutura básica, como banheiros, churrasqueiras, segurança, estradas de acesso, internet e rede de esgoto, além da ausência de sinalização e estacionamentos adequados, limita a atratividade das propriedades rurais como destinos turísticos. Esses elementos são essenciais não apenas para a experiência dos visitantes, mas também para a melhoria da qualidade de vida da população local.

Para que o turismo rural impulsione o desenvolvimento regional de forma sustentável, conforme Vieira (2004), é indispensável um planejamento estratégico que envolva a comunidade. No entanto, a pesquisa revelou uma significativa falta de cultura de cooperação entre os proprietários das áreas visitadas. A ausência de mecanismos de troca de informações e colaboração dificulta a criação de uma rede integrada de turismo rural, reduzindo as oportunidades de crescimento conjunto do setor. Segundo Udenai, Novaes e Lavrati (2006), a adesão eficaz ao turismo rural exige o comprometimento dos responsáveis com diretrizes e ações que viabilizem um desenvolvimento estruturado e sustentável.

Outro entrave identificado foi a escassez de mão de obra qualificada. Nenhum dos dez proprietários entrevistados possuía capacitação formal em turismo, evidenciando uma lacuna significativa na formação para a gestão e promoção dessas atividades. Além disso, a ausência de políticas públicas eficazes agrava a situação, dificultando a implementação de melhorias essenciais, como infraestrutura viária, saneamento, segurança e conectividade, fatores imprescindíveis para consolidar o turismo rural na região.

Apesar desses desafios, a pesquisa ressaltou o papel positivo da Emater no município, onde uma extensionista especializada em turismo rural atua como intermediária entre as propriedades e as ações necessárias para o desenvolvimento do setor. Esse suporte técnico e a possibilidade de capacitação representam um caminho promissor para fortalecer o turismo rural em Palmeira das Missões, promovendo um crescimento mais estruturado e sustentável da atividade.

Retrato do turismo rural do município de Palmeira das Missões

O levantamento das potencialidades de turismo rural do município de Palmeira das Missões, RS, possibilitou construir um retrato do potencial turístico. Este levantamento poderá ser usado como um instrumento que venha a contribuir para o planejamento turístico do município, podendo, ainda, potencializar o poder de atratividade a nível regional. Levantamento que converge para as afirmações de Capello (2007), Perlin (2011) e Rolim Serra (2021), os quais destacam que o processo de desenvolvimento de um município ou região passa pela percepção e entendimento sobre suas próprias aptidões.

Figura 3 - Potencialidades no turismo rural do município de Palmeira das Missões, RS.



Fonte: Elaborada pela Autora (2024).

As propriedades analisadas no município de Palmeira das Missões, RS, apresentam variados potenciais turísticos, com destaque para aspectos culturais, naturais e históricos. O Camping Tolotti, localizado a 18,1 km do centro, tem como principal atividade o cultivo da soja, além da criação de porcos e gado para consumo familiar. A propriedade familiar recebe visitas da Emater, que sugere possibilidades para o turismo rural, embora nenhum membro tenha capacitação na área. A Chácara Scartazini, a 15,7 km do ponto central, possui 22 ha, sendo 10 ha destinados ao cultivo de soja. A propriedade, ainda em fase de compra, foi incentivada pela Emater a integrar o turismo rural e participou do roteiro “Berço dos Ervais” em 2023, oferecendo um “mate-break” com produtos à base de erva-mate e música regional. O Camping das Pedras, situado a 23,4 km, tem 5 ha e combina cultivo de milho e soja com atividades turísticas. Apenas a esposa do proprietário tem capacitação em turismo rural.

A Ervateira Prenda Sul, a 12,1 km, destaca-se pelo cultivo da soja e planeja transformar sua loja em um “parador” turístico, oferecendo lanches, cachaça, salame e visitação à cadeia produtiva da erva-mate, mas a insegurança financeira dificulta a implementação do projeto.

A Ervateira Gurizinho, com 5 ha divididos entre indústria e bosque de erva- mate, participou do roteiro “Berço dos Ervais” e sediou a abertura da colheita da erva- mate no estado em 2024, incentivada pela Emater.

A Horticultura Rebelatto, localizada a 9,6 km do centro, tem 19 ha e se destaca pela produção de hortifrutigranjeiros, com a proprietária buscando informações sobre turismo em feiras e na internet.

O Sítio do Professor, a 9 km, foca na produção de mandioca, batata-doce e mel, sendo mantido pelo casal proprietário, que pesquisa sobre turismo pela internet. O Rancho Mariana, a 6,5 km, tem como atividade prin-

cipal a hospedagem para cavalos e já recebeu orientações da Emater sobre turismo rural. O Pesque Pague São Lucas, localizado a 4,3 km, tem 6,8 ha e é voltado à pesca e alimentação para visitantes, sem capacitação em turismo.

Por fim, o Rancho Casa de Hospedagem, a 6,6 km, arrenda parte de sua terra para cultivo de soja e acompanha tendências de hospedagens diferenciadas.

Das 10 propriedades, cinco possuem potencial turístico relacionado à cultura e características locais, sendo que uma se destaca em ambas as categorias. Duas apresentam recursos estratégicos em arquitetura e qualidade residencial, e quatro possuem potencial para resgatar o patrimônio cultural. No âmbito natural, todas as propriedades se destacam pelas oportunidades de recreação e contemplação da natureza, o que indica grande potencial para o turismo rural na região.

Considerações Finais

Este capítulo apresenta as principais conclusões do estudo, à medida que verifica o cumprimento dos objetivos propostos. Apresenta-se ainda, aspectos relacionados às limitações e possibilidades de melhorias no estudo, além de sugestões para trabalhos futuros.

O objetivo principal desta pesquisa foi compreender as potencialidades no turismo rural de Palmeira das Missões, RS, sob a perspectiva do desenvolvimento rural. Pode-se considerar que este objetivo foi atingido, evidenciado pelo atendimento aos objetivos específicos estabelecidos. Esta seção descreve as considerações inferidas por meio desta pesquisa a partir de cada objetivo específico.

O primeiro objetivo específico, descrever as potencialidades de turismo rural do município de Palmeira das Missões, RS, foi atingido por meio das entrevistas e observação direta realizadas com os responsáveis por cada uma das 10 propriedades visitadas. Esta coleta de dados foi triangulada com os elementos do turismo rural sistematizados no Quadro 1, produzindo uma discussão aprofundada e categorizada de cada propriedade. A partir dos dados, constatou-se que se trata de negócios familiares, de pequeno porte, na maioria sem nenhum empregado.

Se pode notar na pesquisa realizada que o turismo rural tem a capacidade de incitar o desenvolvimento dos territórios rurais. A questão dos municípios e das regiões entenderem sobre suas aptidões no turismo rural revela este segmento como possibilidade de diversificação de fonte de renda, como geração de emprego, bem como possibilidade de qualidade de vida para residentes e visitantes. O movimento de conhecer e desenvolver as potencialidades turísticas de uma localidade possui um efeito multiplicador, o desenvolvimento econômico, social, ambiental, bem como o desenvolvimento de pontos como o político e o cultural se refletem por todo o município e estas ações potencial de interferir no município vizinho e consequentemente na região, serão sentidas, assim, como um todo.

Cabe mencionar que um ponto positivo do estudo se trata da investigação empírica, pois se pôde verificar evidências que carregam oportunidades de serem aplicadas na prática seja pelos empreendimentos, seja pelo poder público no momento em que estes atores do turismo rural se apropriem dos dados revelados. Os resultados obtidos têm potencial de serem explorados como parâmetros para se investir cada vez mais em qualificação e planejamento do turismo rural.

Quanto ao segundo objetivo específico, verificar os principais entraves para o desenvolvimento do turismo rural em Palmeira das Missões, RS, este foi alcançado por meio das entrevistas e observação direta realizadas com os responsáveis por cada uma das 10 propriedades visitadas. Foi possível identificar pontos como a infraestrutura precária para recebe o visitante, a falta da cultura de cooperação entre os proprietários, bem como pontos relacionados a falta de conhecimento específico acerca do turismo tanto dos responsáveis pelas propriedades como de mão-de-obra com entendimento acerca deste setor.

Sendo assim, infere-se com a pesquisa, que os governos precisam ter uma visão estratégica em relação aos entraves que competem ao setor público proporcionando respaldo suficiente para fazer crescer o segmento do turismo rural no município. Ponto que fica como sugestão é compartilhar os resultados da pesquisa com

todo o ecossistema turístico, de modo a contribuir com a gestão dos municípios, na hora de definir suas ações para com a questão, bem como para ampliar o debate desse tema para outros fóruns de discussão da sociedade. Principalmente, em se tratando da criação de políticas sociais de incentivo à cultura do turismo rural, vislumbrando o desenvolvimento das comunidades rurais.

Quanto ao terceiro objetivo específico, produzir um mapa com as potencialidades de turismo rural do município de Palmeira das Missões, RS, este foi alcançado por meio da triangulação entre os dados coletados em cada propriedade e os elementos do turismo rural sistematizados no Quadro 1. Foi possível identificar e marcar o potencial no turismo rural de cada uma das 10 propriedades visitadas, a divulgação deste mapa junto à sociedade civil e atores estatais pode contribuir para o avanço destas iniciativas e propostas que aproveitem as potencialidades locais voltadas ao turismo rural. Os resultados desta pesquisa podem contribuir para que a sociedade local se identifique com o território onde vive e passe a entendê-lo como um bem comum e, assim, poderá contribuir no processo de desenvolvimento local.

Ainda, quanto ao quarto objetivo específico, entender se a percepção dos entrevistados sobre o potencial turismo da área rural contribui com o desenvolvimento do rural, este foi alcançado por meio da relação entre as entrevistas realizadas com os responsáveis pelas propriedades e a fundamentação teórica. Ficou claro nesta pesquisa que a cultura do residente, entendida como ruralidade, gera turismo rural, contribuindo desta forma para o desenvolvimento do rural. Pontua-se aqui a necessidade de se voltar o olhar para os entraves deste processo, como a percepção dos entrevistados sobre os potenciais das suas propriedades no turismo rural.

Poderão ser implementados programas de qualificação que incentivem novos usos para recursos antigos como a terra, a natureza, bem como programas de incentivo aliados a programas de esclarecimento acerca da importância de infraestruturas de qualidade para a promoção de áreas turísticas.

A falta do ponto de vista de representantes de instituições como a Secretaria de Cultura e Turismo do município foi uma limitação. Uma sugestão de melhoria, seria incluir a perspectiva de demais organizações, instituições ou entidades do setor, trazendo visões de governança.

Quanto a sugestão de novos estudos na temática das potencialidades no turismo rural sob a perspectiva do desenvolvimento rural, algumas sugestões seriam: analisar a capacidade e o potencial de geração de emprego e renda das propriedades estudadas, se poderia organizar essas informações em categorias que considerem o aspecto quantitativo (faturamento, pessoas envolvidas, etc.); fazer um levantamento acerca do envolvimento dos diferentes setores ligados ao turismo rural, objetivando a valorização e o fomento de forma planejada do potencial no turismo rural.

Referências

BRASIL. Ministério do Turismo. **Boletim de inteligência de Mercado no Turismo - BIMT**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.institutobrasilrural.org.br/download/20201222082413.pdf.> Acesso em: 12 de novembro de 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Glossário do turismo**. Brasília, 2018. Disponível em: < https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/glossario-do-turismo-1- c2-aa-20edi-c3-a7-c3-a3o-pdf>. Acesso em: 22 de janeiro de 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo (MTur). **Plano Nacional de Turismo**. Brasília, 2018. Disponível em: < http://www.turismo.gov.br/images/pdf/PNT_2018-2022.pdf>. Acesso em: 01 de novembro 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo rural**. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/ministerios-do-turismo-e-da- agricultura-finalizam-selecao-dos-8-roteiros-do-projeto-experiencias-do-brasil-rural>. Acesso em 21 de janeiro de 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural**. Brasília, DF, 2003.

CANDIOTTO, L.; Elementos para o debate acerca do conceito de turismo rural. **Turismo em Análise**, São Paulo, vol. 1, n. 1, p. 03-24, abril 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14203>. Acesso em: 11 nov. 2022.

CAPELLO, R. **Regional economics**. London: Routledge, 2007.

CRISTÓVÃO, A.; PEREIRO, X. Turismo rural em tempos de novas ruralidades. **Actas... VIII Citurdes**. Chaves. Portugal. Link, 2012.

DALLABRIDA, V. R. Patrimônio Territorial: abordagens teóricas e indicativos metodológicos para estudos territoriais. **Desenvolvimento em Questão**, v. 18, n. 52, p. 12-32, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/10533>. Acesso em: 20. fev. 2024.

DEMO, P. **Praticar ciência:** Metodologias do conhecimento científico. 1ª edição. São Paulo – SP: Editora Saraiva, 2011.

DILL, R. P. **Efeito disposição na comercialização de grãos:** uma investigação junto aos produtores rurais do Noroeste Gaúcho /Rodrigo Prante Dill – Ijuí, 2023. 165 f.; il.; 30cm.

FONTOURA, F. B. B.; TENÓRIO, F. G. Desenvolvimento organizacional multidimensional: uma perspectiva crítica para os estudos organizacionais. **Redes**, v. 25, n. 2, p. 590-609, 2020.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. Rio de Janeiro: Atlas, 2022.

GHIDORSI, J. D. B. **As interfaces entre a gestão e as políticas públicas de resíduos sólidos urbanos e suas repercussões no desenvolvimento sustentável dos municípios de Ijuí, Panambi e Soledade, no estado do Rio Grande do Sul** / Josiane Dilor Brugnera Ghidorsi. – Ijuí, 2022. 160 f.; il.; 30 cm.

IBGE- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Atlas do espaço rural brasileiro**. 2. ed. - Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

Panorama populacional do município de Palmeira das Missões no censo de 2022: População e densidade demográfica. Rio Grande do Sul: IBGE, 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/palmeira-das- missoes/panorama>. Acesso em: 15 de jun. 2023.

JIŘÍ, P. et al. Beyond the story of the LEADER projects: Are organic farmers actors of multifunctionality and rural development?. **Land Use Policy**, v. 116, p. 106046, 2022.

JOSHI, S.; SHARMA, M.; KLER, R. Modeling circular economy dimensions in agri- tourism clusters: Sustainable performance and future research directions. **International Journal of Mathematical, Engineering and Management Sciences**, v. 5, n. 6, p. 1046, 2020.

KAGEYAMA, A. A. **Desenvolvimento rural:** conceitos e aplicação ao caso brasileiro. Porto Alegre, RS, UFRGS, p. 229, 2008.

KLEIN, L. C. et al. Turismo rural e agroindústria: uma alternativa para o desenvolvimento sustentável no município de Ubiratã/PR. 2021**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural Sustentável)** - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Marechal Candido Rondon, 2021.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber:** manual de metodologia em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed, 1999.

LINZBINSKI, B. B. Engajamento das agroindústrias do estado do Rio Grande do Sul aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. 2021. 149 f. **Tese** (Doutorado em Desenvolvimento Regional) – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2021.

MANOSSO, F. C.; SALOMÉ, M. V.; DE CARVALHO, A. T. Turismo rural na região norte do Estado do Paraná: conceito e prática. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 10, n. 1, 2010.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica** . Rio de Janeiro: Atlas, 2022. E-book. ISBN 9786559770670. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770670/ >. Acesso em: 01 out. 2024.

MATARRITA-CASCANTE, D. Moving the amenity migration literature forward: Understanding community-level factors associated with positive outcomes after amenity-driven change. **Journal of Rural Studies**, v. 53, p. 26-34, 2017.

MELLO, L. J. A. **Políticas públicas e governo local: desenvolvimento local e sustentabilidade**. Brasília: ENAP, 2018. Disponível em: < https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3841/1/PPGL_M%C3%B3dulo%203%20-%20Desenvolvimento%20Local%20e%20Sustentabilidade.pdf> . Acesso em: 10 set. 2023.

MILONE, P., FULLER, T., VENTURA, F., VAN DER PLOEG, J. D., MARSDEN, T., SCHNEIDER, S., YE, J., CAROLAN, M. S., SCOTT, S., & MONLLOR I RICO, N. (2018). Constructing a New Framework for Rural Development, P. Milone, F. Ventura and J. Ye (eds). **Journal of Rural Studies** (Vol. 57). https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.10.003
MURA, L.; KLJUČNIKOV, A. Small businesses in rural tourism and agro tourism: Study from Slovakia. **Economics & So-**

ciology, v. 11, n. 3, p. 286-300, 2018.

NÚCLEO DE PESQUISAS EM ECONOMIA DO AGRONEGÓCIO (NPEA), Palmeira das Missões – RS. 2021. Disponível em: <http://desenvolvimentocomciencia.com.br>. Acesso em: 20 mar. 2023.

PAINÉIS COM DADOS DO SETOR SÃO LANÇADOS PELA SECRETARIA DE TURISMO EM EVENTO NO SOUTH SUMMIT BRAZIL 2023. **Painel lançado pela Secretaria do Estado-SETUR, 2023**. Disponível em: < https://www.estado.rs.gov.br/paineis-com-dados-do-setor-sao-lancados-pela-secretaria-de-turismo-em-evento-no-south-summit-brazil-2023 >. Acesso em: 24 jul. 2023.

PATIAS, I. A. **Inovação e desenvolvimento regional:** universidade, empresas, governo e sociedade na construção do Núcleo de Inovação e Transferência de Tecnologia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha (RS) / Ivete Aparecida Patias. – Ijuí, 2023. 305 f.; il.; 30 cm.

PERLIN, R. C. O papel do campus São Vicente do Sul do Instituto Federal Farroupilha na promoção do desenvolvimento das agroindústrias do município de Jaguari – RS. 2011. 62 f. **Dissertação** (Mestrado em Ciências) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2011.

QUADROS, L. S. F; BORGES, M. A.; KLIMECK, B.; PATIAS, T. Z. JAI, **37º Jornada Acadêmica Integrada - UFSM**. Percepção da População de Palmeira das Missões, RS sobre o Potencial Turístico do Município, 2023.

RIO GRANDE DO SUL. Lei Ordinária nº 15.163, de 24 de abril de 2018. **Declara o Município de Palmeira das Missões Berço da Erva-Mate no Estado do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Palácio do Piratini**, 2018. Disponível em: < https://leisestaduais.com.br/rs/lei-ordinaria-n-15163-2018-rio-grande-do-sul-declara-o-municipio-de-palmeira-das-missoes-berco-da-erva-mate-no-estado-do-rio-grande- do-sul>. Acesso em 05 de out. 2023.

ROLIM, C.; SERRA, M. A cidade e as serras: onde criar (ou encerrar) uma universidade. **Economia e Sociedade**, v. 30, n. 1, p. 235-257, 2021.

ROSALINA, P. D.; DUPRE, K.; WANG, Y. Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 47, p. 134-149, 2021.

SANTOS, F. C.; SILVA, A. S.; CHIMENTO, M. R. A universidade como vetor do desenvolvimento econômico, social e tecnológico local: o caso da UFPE para Pernambuco. **Revista de Estudos Empíricos em Direito**. v. 6., n. 3. p. 173-193, 2019.

SCHAEFFER, Y.; DISSART, J.C. Amenidades naturais e ambientais: uma revisão de definições, medidas e questões. **Economia Ecológica**, v. 146, p. 475-496, 2018.

SCHNEIDER, S. **Turismo em Comunidades Rurais: inclusão social por meio de atividades não-agrícolas**. In: Diálogos do Turismo: uma viagem de inclusão. Brasília, DF: Ministério do Turismo, p. 264-93, 2006.

SETUR, RS, **SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL** https://www.turismo.rs.gov.br/turismo/regiao/visualizar/56. Acesso em: 09 de jan de 2024.

SIEDENBERG, D. R. **Desenvolvimento sob múltiplos olhares**. Ijuí: Unijuí, 2012.

SILVA, S.; CARVALHO P. Turismo rural em Portugal no contexto de incerteza decorrente da Covid-19. **Biblios**, n. 8, p. 169-194, 2022.

SILVA, J. G.; GROSSI, M. E. O novo rural brasileiro. Ocupações rurais não agrícolas. **Oficina de Atualização Temática**. Projeto Rurbano. Disponível em: < http://www.iapar.br/arquivos/File/zip_pdf/novo_rural_br.pdf>. Acesso em 20 de out. 2023.

SILVA. J. G. Apresentação. In: SANTOS, Eurico. de O.; SOUZA, Marcelino. **Teoria e Prática do Turismo no Espaço Rural**. Barueri, SP: Editora Manole, 2010.

SILVEIRA, C. **Desenvolvimento local e novos arranjos socioinstitucionais:** algumas referências para a questão da governança. 2010. In: DOWBOR, L.; POCHMANN, M. (org.). Políticas para o desenvolvimento local. 1. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo. Disponível em: < https://dowbor.org/wp- content/uploads/2012/06/10PochmannLivroLocalPoliticas-1.pdf>. Acesso em: 3 mar. 2024.

SILVEIRA, P. D.; HEINZ, C. U.; ZIMERMANN, S. O turismo e a recriação das agroindústrias rurais tradicionais. In: V **Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento. Anais... CITURDES**. Santa Maria: UFSM. 2006.
SOLHA, K. T. O universo rural e a oferta da experiência de turismo rural no Brasil. **Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, RS, v. 11, n. 3, p. 615-633, 2019.

SOLHA, K. T. **Turismo no espaço rural**, 2022 Disponível em:

<https://turismonoespacorural.blogspot.com/p/pesquisa.html.> Acesso em: 22 de jun. 2023.

STOKOWSKI, A. P. et al. Social, cultural and spatial imaginaries in rural tourism transitions. **Journal of Rural Studies**. v. 87, p. 243-253, 2021.

STRASSBURGER, N. C., COLTRE, S. M., FERREIRA, W. C. Turismo rural e agricultura familiar no brasil: um estudo bibliométrico. **Grifos**, v. 32, n. 59, p. 01-26. 2023.

TENÓRIO, F. G. **Desenvolvimento local**. In: TENÓRIO, F. G. (org.). Cidadania e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: FGV; Ijuí: Unijuí, 2007.

TENÓRIO, F. G.; DUTRA, J.; MAGALHÃES, C. Gestão social e desenvolvimento local: uma perspectiva a partir da cidadania deliberativa. In: **ENCONTRO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO**, ENANPAD, 28., 2004, Curitiba. Anais [...]. Curitiba: ANPAD, 2004.

TULIK. O. **Turismo e desenvolvimento no espaço rural: abordagens conceituais e tipologias**. In: SANTOS, Eurico. de O.; SOUZA, Marcelino. Teoria e Prática do Turismo no Espaço Rural. Barueri, SP: Editora Manole, 2010.

UDENAI, A. P. Z.; NOVAES, M. H.; LAVRATTI, O. M. Instrumentos de sensibilização para a implantação do Turismo Rural na Agricultura Familiar no Estado do Paraná. In. **Anais do V CITRUDES – Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável** – 2006.

VIEIRA, D. Turismo como alternativa de desenvolvimento para o meio rural. **Revista Turismo** 2004.

VIEIRA, E.; SANTOS, M. Desenvolvimento econômico regional: uma revisão histórica e teórica. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 8, n. 2, p. 344-369. 2012.

XAVIER, T. R. et al. Desenvolvimento regional: uma análise sobre a estrutura de um consórcio intermunicipal. **Revista de Administração Pública**, v. 47. n. 4, p. 1041- 65, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/L4vNPxh9nVbvdJtQbpnTmRy/?format=pdf>. Acesso em: 3 mar. 2024

YANG J, YANG RX, CHEN MH, SU CH, ZHI Y, XI JC. Effects of rural revitalization on rural tourism. **J Hosp Tour Manag** 47:35–45, 2021. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.02.008

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 5. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ZHANG, Y.; GUO, Y.; JI, L. Going somewhere or for someone? The Sense of Human Place Scale (SHPS) in Chinese rural tourism. **Tourism Management**, v. 91, 104530, 2022.

TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO LITORAL DO PARANÁ: PRINCÍPIOS E REALIDADE

ALINE DA SILVA ARAÚJO VÖRÖS[1], CLARICE BASTARZ[2]

[1] Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Paraná
[2] Doutora em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Paraná

Resumo: O artigo tem como objeto o Turismo de Base Comunitária (TBC) no litoral do Paraná, abordando seus princípios e práticas em comunidades locais. O objetivo central é analisar se os princípios do TBC, presentes na literatura científica, são aplicados na prática nessas comunidades. Para isso, a pesquisa se desdobrou em dois objetivos específicos: discutir os conceitos e princípios do TBC e verificar sua implementação em uma comunidade específica. A pesquisa utilizou uma combinação de métodos, incluindo revisão bibliográfica, pesquisa exploratória e observação de caráter participante. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com anfitriões da Rede de Anfitriões do Litoral do Paraná. A comunidade escolhida foi a Vila do Cabaraquara, em Guaratuba. Os resultados apontam que, embora o turismo comunitário seja uma fonte de renda complementar, ele contribui significativamente para a valorização cultural e para a preservação ambiental, sendo uma atividade sazonal. As iniciativas turísticas estão integradas à realidade local, com forte envolvimento das comunidades na gestão e operação das atividades. No entanto, a pesquisa identificou desafios, como a dependência de assistência técnica e a necessidade de maior coesão social nas práticas de gestão coletiva. O artigo reforça a importância de o turismo ser benéfico para as comunidades locais antes de o ser para os turistas.

Palavras-chave: identidade; renda; gestão coletiva; meio ambiente; Vila de Cabaraquara.

Introdução

O turismo, um dos setores que mais crescem no mundo, também pode ser uma fonte de impactos ambientais, culturais e sociais adversos, principalmente quando conduzido de maneira desregulada. Nos últimos anos, as práticas de turismo sustentável têm sido promovidas como uma maneira de mitigar esses efeitos negativos e contribuir para o desenvolvimento local. Dentro desse escopo, surge o Turismo de Base Comunitária (TBC), que, em vez de seguir as normas do turismo de massa, busca integrar as comunidades locais de forma ativa na gestão e implementação de atividades turísticas, promovendo a preservação ambiental, a inclusão social e o fortalecimento cultural (Irving, 2009).

Neste contexto, o TBC emerge como uma proposta alternativa ao turismo convencional. Ele se distancia das práticas tradicionais focadas no lucro e na exploração indiscriminada de recursos naturais e humanos, buscando em vez disso promover o desenvolvimento local por meio da gestão coletiva dos recursos turísticos pelas próprias comunidades anfitriãs (Sampaio, 2008). No Brasil, essa modalidade de turismo está presente como tendência no Plano Nacional de Turismo 2024-2027 e vem sendo implementada principalmente em áreas rurais e indígenas, muitas vezes em territórios de povos tradicionais, como caiçaras, quilombolas e ribeirinhos, onde a atividade turística é vista como uma estratégia para preservar as tradições culturais e melhorar as condições de vida locais (Irving, 2009).

O TBC não só proporciona uma forma alternativa de exploração turística, mas também se configura como uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento sustentável de áreas vulneráveis. No Brasil, onde as desigualdades sociais e econômicas são acentuadas, o TBC se mostra especialmente relevante como um ca-

minho para a inclusão social e o fortalecimento da identidade cultural, ao mesmo tempo em que promove a preservação dos recursos naturais (Irving, 2009).

O problema central desta pesquisa é investigar se e como os princípios do Turismo de Base Comunitária, definidos pela literatura científica, são aplicados na prática em comunidades do litoral paranaense. Ou seja, busca-se responder à seguinte questão: Os princípios do TBC encontrados na literatura se refletem nas práticas turísticas das comunidades litorâneas do Paraná?

Essa questão surge da observação de que o TBC, embora amplamente promovido como uma prática sustentável, pode enfrentar desafios quando implementado em diferentes contextos. Entre os desafios estão a falta de infraestrutura, o desinteresse das políticas públicas, a dificuldade de organização comunitária e a competitividade com o turismo convencional (Sampaio, 2008; Irving, 2009).

O objetivo geral desta pesquisa é analisar os princípios do TBC presentes na literatura de turismo e verificar sua aplicação na prática em uma comunidade específica do litoral do Paraná. E os objetivos específicos são: 1) Discutir os conceitos e princípios do TBC na literatura acadêmica e no contexto turístico brasileiro; 2) Analisar como os princípios do TBC são implementados em uma comunidade do litoral do Paraná.

Contexto Histórico do TBC na América Latina

Abordar o TBC no contexto do Brasil e da América Latina auxilia a compreender ainda mais as características e definições acerca do seu conceito. Nos anos 1970 a América Latina se destaca como destino turístico emergente e enquanto possibilidade de redução da desigualdade social por meio de práticas turísticas e também como resposta ao desenvolvimento globalizado e suas contradições em termos de riscos, impactos e incertezas, a América Latina se torna um destino turístico global (Moraes; Irving; Mendonça, 2019).

O TBC na América Latina tem nos anos 1980 o seu marco inicial de atividades entre populações indígenas e rurais a partir do reconhecimento de seus aspectos culturais e tradicionais, a se pensar no modo de vida, associado às paisagens naturais locais na região dos Andes e na América Central, como na Bolívia, Argentina e, principalmente, no México (Moraes; Irving; Mendonça, 2019).

Vargas, Chaviano e Ocaña (2015) contribuem também ao sistematizar o contexto do surgimento do turismo comunitário latino americano, na década de 1980, com destaque para o ano de 1987, quando a Comissão do Meio Ambiente e Desenvolvimento publicam o documento “Nosso Futuro Comum” no qual se falava sobre a necessidade de mudar os paradigmas de produção e consumo, a partir de diversos estudos e projeções, por conta da crise econômica vigente, a desigualdade social crescente junto à degradação do meio ambiente. Além desta Comissão, as autoras citam as demais convenções e declarações internacionais que contribuíram para o desenvolvimento - entre inúmeras outras práticas relacionadas à produção e consumo - de novas formas de turismo, como o de base comunitária. São elas, rapidamente: a Declaração do Rio (1992), a Convenção de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (ou Rio+10, em 2002) e o Código de ética mundial para o turismo (2021) que propõe princípios e diretrizes para o turismo sustentável.

A partir disso, Vargas, Chaviano e Ocaña (2015) apontam três elementos básicos acerca da origem do TBC, são eles:

A necessidade de redução do desemprego e superação da crise econômica em comunidades ricas em cultura e recursos naturais por meio de práticas turísticas;

Os benefícios de mão dupla: os recursos econômicos adquiridos por meio das atividades ofertadas pela comunidade e as experiências vividas pelos visitantes junto ao modo de vida local;

A participação local organizada como ponto de sucesso para manutenção adequada do território e sua proteção de forma sustentável.

Desde então, o TBC tem sido discutido e promovido ao longo do tempo na América Latina em alguns países com semelhantes características, em termos de organização, planejamento e gestão, e estrutura de articulação e divulgação em redes.

Para Moraes, Irving e Mendonça (2019), o contexto do TBC na América Latina está inserido a partir de alguns elementos constantes à geografia: países ricos em diversidade cultural, paisagens naturais em contexto de unidades de conservação, vulnerabilidade social, tais como desigualdade social, estrutural, econômica, e populações à margem e reféns dos impactos negativos de empreendimentos do turismo convencional.

Ainda de acordo com os autores, o fortalecimento do TBC na América Latina esteve, no início dos anos 2000, associado à criação da Rede de Turismo Comunitário da América Latina (REDTURS). A REDTURS foi criada em 2001 e incentivada pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), para articulação de iniciativas de diferentes escalas e contextos, sendo eles de nível local e nacional, "influenciando o desenvolvimento de diferentes práticas na região" (Moraes; Irving; Mendonça, 2019, p. 251).

A partir disso, o TBC no contexto latino-americano se apresenta a partir de alguns valores expressos na *Declaración de San José* sobre Turismo Rural Comunitário (REDTURS, 2003), a saber: "solidariedade, cooperação, respeito pela vida e conservação e uso sustentável dos recursos naturais". Esses valores e princípios, de acordo com os autores, são oriundos da valorização acerca da cosmovisão e do modo de vida dos povos tradicionais em amplo aspecto (econômico, social, cultural, espiritual) os quais não se dissociam da natureza, diferentemente da cultura ocidental. A partir dessa noção comum entre povos tradicionais, de que cultura e natureza que estão juntas, a trajetória nas práticas de TBC também os une, no que diz respeito à resistência e preservação aos impactos ou ameaças externas aos seus modos de vida, decorrentes, também, de práticas do turismo convencional sobre temporalidade e modos de vida local.

Contexto e Pressupostos do TBC no Brasil

Antes de falar um pouco mais sobre o TBC, é importante retomar o lugar que o Turismo (geral) estava inserido após os anos 1980: junto às discussões oriundas das movimentações globais acerca da crise econômica, desigualdade social e degradação do meio ambiente, como citado anteriormente, como base para o paradigma do Desenvolvimento Sustentável. Irving (2009, p. 109), afirma que entender o turismo enquanto "alternativa possível para a inclusão social" era ainda recente.

De acordo com a autora, foi no início dos anos 2000, com os pactos globais que o cenário passa a ser favorável para a sensibilização acerca do TBC sob outras perspectivas, como prática de sustentabilidade em amplo aspecto, de conservação dos recursos culturais e naturais, além da atenção dada ao desenvolvimento social e econômico das comunidades receptoras a partir, inclusive, da autogestão e autonomia local, reconhecendo que o destino turístico deve ser bom para o residente antes de sê-lo para o turista (Irving, 2009).

Para a autora, o turismo vai além da concepção mercadológica e o coloca em outro status: enquanto um "fenômeno social complexo da contemporaneidade" (Irving, 2009, p. 110) e o lugar turístico enquanto território/espaço com muitos acontecimentos que "não é um lugar apenas, mas o palco de conflitos e o cenário de transformações; os vários lugares do mesmo lugar, em resposta aos vários olhares sobre o mesmo lugar" (Irving, 2009, p. 177-178).

Lembrando que o contexto dos anos anteriores, ao longo das décadas de 1970, 1980 e 1990, foi de grande movimentação política e de novos paradigmas no mundo ocidental, como o do desenvolvimento sustentável, por exemplo, enquanto proposta para amenizar as desigualdades sociais e preservar o meio ambiente para a continuidade do planeta em termos sustentáveis. Não foi à toa que as práticas e perspectivas relacionadas ao turismo se ampliaram para suas novas formas. Para além do turismo convencional, o ecoturismo e o turismo em terras indígenas se apresentam como possibilidade de transformar as relações entre sociedade e natureza, em amplo aspecto. Nesse cenário, o TBC que dialoga com esses segmentos, também se apresentou.

Assim o TBC, mais especificamente falando, associa o local e os atores de sua "produção" enquanto sujeitos e não objetos, vistos como os de consumo. Para Irving (2009), o Turismo de Base Comunitária pressupõe um alcance do coletivo, ela afirma que:

> O turismo de base comunitária, portanto, tende a ser aquele tipo de turismo que, em tese, favorece a coesão e o laço social e o sentido coletivo de vida em sociedade, e

> que por esta via, promove a qualidade de vida, o sentido de inclusão, a valorização da cultura local e o sentimento de pertencimento. Este tipo de turismo representa, portanto, a interpretação "local" do turismo, frente às projeções de demandas e de cenários do grupo social do destino, tendo como pano de fundo a dinâmica do mundo globalizado, mas não as imposições da globalização (Irving, 2009, p.111).

E é a partir desse encontro entre identidades, entre visitante e visitado, que o compartilhamento e aprendizagem são mútuos. O protagonismo social implica na valorização da cultura para trocas e encontros, trazendo o sentimento de pertencimento e reconhecimento enquanto agente do processo de construção da realidade do desenvolvimento: uma pista para reflexão de impactos. É nesse tipo de prática turística que os impactos sociais e ambientais podem ser dimensionados e controlados, a partir de uma escala (de produção/consumo) limitada, trazendo benefícios diretos à população local, tanto em termos de recursos, quanto em termos de manejo de visitações, além da valorização da identidade local e o encontro promovido entre o Eu e o Outro enquanto condição essencial.

Para Moraes, Irving e Mendonça (2019), o TBC se associa à resistência cultural e política locais frente ao turismo massificado no contexto latino-americano. Os autores apontavam que:

> Essa nova perspectiva na América Latina tem sido interpretada como uma oportunidade para a melhoria de qualidade de vida por inúmeros grupos sociais em situação de vulnerabilidade social e ambiental e à margem de projetos turísticos convencionais na região" (Moraes; Irving; Mendonça, 2019, p. 250)

As experiências de TBC também pressupõe relação com instituições formalizadas, sociedade civil organizada, poder público (Estado e demais esferas) e mercado "de modo que possam aproveitar das benesses de uma incubação, recebendo apoio gerencial e financeiro aportadas por tais instituições" (Sampaio, 2008, p. 9).

Junto a isso, Sampaio (2008) destaca que a maioria das iniciativas de turismo comunitário está localizada em regiões, próximas ou não, de Unidades de Conservação. Com isso, as experiências se relacionam, principalmente com projetos socioambientais (sistêmicos: ambiente, cultura, economia) já pressupondo a atividade turística, mesmo que tradicional (turismo cultural, ecoturismo e agroturismo) em países que apresentam má distribuição de renda e baixos níveis de escolaridade.

TBC no Brasil: Discussão do Conceito

A partir dos autores citados, nota-se que há um desafio conceitual para a definição do conceito de TBC no Brasil. Associado às peculiaridades dos contextos em que ocorrem, não há uma definição clara e concisa acerca do termo, mas nota-se que há elementos norteadores, considerados como princípios e/ou características.

Como dito anteriormente, o conceito de TBC surge no final da década de 1990 e começa a se estabelecer no Brasil a partir disso. Entendido como prática de resistência dos modos de vida tradicionais e desdobramento do turismo cultural ou etnoturismo, sua resistência está relacionada como uma alternativa ao "modo de vida consumista-materialista" (Sampaio, 2008, p. 2). Ou seja, para este autor, o TBC pode ser uma possibilidade para as populações tradicionais seguirem seu modo de vida e divulgá-la enquanto prática motivacional de resistência aos impactos que podem ser gerados com a presença ostensiva de um turismo de massa/convencional. Entretanto, cabe frisar que o TBC se diferencia do turismo cultural, do ecoturismo e do turismo rural, por ser pensado enquanto projeto sistêmico que desenvolve a própria comunidade no "fazer turismo".

De acordo com Sampaio (2008), dois aspectos são norteadores para o conceito de TBC: o deslocamento da crítica ao turismo de massa e o TBC enquanto substantivo e transdisciplinar. Sobre isto, o autor pontua que considerá-lo como substantivo é entendê-lo como novo campo de conhecimento.

O autor nos traz como base para interpretação do conceito, o termo ecossocioeconomia, a qual se relaciona com outra racionalidade, para além da utilitarista, baseada puramente em consumo e acúmulo de capital econômico, como proposta de outra racionalidade acerca da organização social local.

Grim e Sampaio (2011) apontam que a gestão ecossistêmica está pautada em alguns princípios: (1) a prática turística, (2) a convivencialidade e (3) o território. É na prática turística que a convivencialidade se apresenta como um tipo de hospitalidade caracterizada com a solidariedade que os grandes centros urbanos já não possuem por conta de seu modo de vida, ela é portanto uma interação com trocas sobre o modo de vida tradicional que extrapola a hospitalidade: há um intercâmbio que ocorre em um território específico, delimitado física e geograficamente enquanto espaço de produção e subsistência de uma dinâmica social caracterizada também por ele, pelo território delimitado. A partir disso, as populações tradicionais também desenvolvem sua autonomia para escolher seus limites de abertura ou não para a visitação turística em alguns de seus espaços dentro de seu território a partir de seu conjunto de práticas de vida (social, econômica, cultural, religiosa, etc). Desta forma, o autor defende que o TBC evoca os mesmos princípios da gestão ecossistêmica: prática turística, convivencialidade e território.

Esses autores destacam que o TBC é desenvolvido pelos próprios moradores locais, de forma articulada e organizada na cadeia produtiva, "onde a renda e o lucro ficam na comunidade e contribuem para melhorar a qualidade de vida" (Grim; Sampaio, 2011, p. 61). É um turismo no qual os princípios e valores éticos se alinham aos projetos implementados com valores como participação e co-responsabilidade.

Para Moraes, Irving e Mendonça (2019), o TBC também se relaciona com o aspecto da gestão comunitária associadas à cooperação e distribuição de benefícios a partir dos serviços turísticos, diferente do turismo de massa.

Outra contribuição relevante para entender o conceito de TBC são as premissas básicas apontadas por Irving (2009), enquanto condição para as práticas do TBC que permitem delinear uma concepção de turismo comunitário que vai muito além da noção enviesada da associação superficial entre comunitário e comunidade socialmente vulnerável. As condições para o TBC no Brasil, de acordo com a autora, são pautadas nos seguintes aspectos:

- Base endógena da iniciativa e desenvolvimento local;
- Participação e protagonismo social no planejamento, implementação e avaliação de projetos turísticos;
- Escala limitada e impactos sociais e ambientais controlados;
- Geração de benefícios diretos à população local;
- Afirmação cultural e interculturalidade;
- O "encontro" como condição essencial.

Para Irving (2009), esses elementos compõem a dinâmica social e ambiental na qual estão inseridos os contextos em que ocorrem as práticas de TBC. A primeira característica citada, "base endógena da iniciativa e desenvolvimento local", é relevante por se relacionar com "a qualidade de vida, o sentido de inclusão, a valorização da cultura local e o sentimento de pertencimento" (Irving, 2009, p. 111) que contribui por sua vez, com a segunda característica ou premissa chamada de "participação e protagonismo social no planejamento, implementação e avaliação de projetos turísticos" que aponta sobre a importância do envolvimento e participações locais no que diz respeito à planejamento e gestão garantindo uma sustentabilidade maior das iniciativas.

Junto a isso, é importante considerar as especificidades locais, para ponderar o que a autora traz sobre isso quando diz que:

> É também fundamental que se compreenda que os processos participativos são lentos, envolvem custos adicionais nem sempre considerados nos orçamentos em planejamento turístico, e exigem um elevado investimento em formação de recursos humanos e construção de arcabouços metodológicos capazes de lidar com as especificidades locais e gerar respostas (Irving, 2009, p.114).

Acerca do ponto 3, a escala limitada e impactos sociais e ambientais controlados, fator citado anteriormente pelos demais autores acima, diz respeito à importância do controle acerca de visitações considerando os im-

pactos causados pelas práticas turísticas, além disso, cabe lembrar que o TBC opera sob outra perspectiva que não diz respeito ao volume, como o turismo de massa, com pouco controle acerca de circulação e ocupação de destinos e atrativos turísticos, mas à qualidade de recepção a partir da realidade e seu contexto junto à população envolvida. O que significa inclusive afirmar que o TBC não é um substituto sustentável do turismo convencional, mas sim, uma prática que opera sob outras lógicas e condições enquanto uma alternativa em relação ao turismo convencional. Irving (2009, p. 115) afirma que "neste caso, não apenas se busca assegurar a participação das populações locais em todas as etapas do processo, mas também a "qualidade" ambiental e social do destino".

O quarto ponto, "geração de benefícios diretos à população local" é um pré-requisito para o TBC. As iniciativas de TBC, de acordo com a autora, possuem a premissa de assegurar que os recursos oriundos do turismo sejam utilizados para melhorias no próprio TBC e na qualidade de vida da realidade local (Irving, 2009). Junto a isso, ela indica a necessidade de se criar instrumentos de avaliação acerca das iniciativas para identificar os sucessos, as falhas e a transparência do processo e readequar de acordo com a necessidade.

Os dois últimos pontos se associam com mais facilidade, são eles: "afirmação cultural e interculturalidade" e "o 'encontro' como condição essencial". Acerca da afirmação cultural e interculturalidade, no contexto brasileiro a autora destaca os aspectos relacionados à identidade e pertencimento, a partir de pautas territoriais e ambientais, no que diz respeito à conservação.

E por fim, "o 'encontro' como condição essencial" é para Irving (2009) um aspecto que diz respeito à ética entre os sujeitos visitantes e visitados a partir do ambiente no qual estão interagindo em reciprocidade.

Importante lembrar que o TBC diz respeito às práticas turísticas que não estão restritas ao aspecto meramente econômico e/ou de geração de renda complementar. Mas enquanto prática comunitária de um turismo com uma proposta de manutenção e divulgação de modos de vida tradicionais associados, geralmente, a ambientes naturais (pesca, agricultura, etc) e práticas culturais específicas de um território. Ele surge também como uma resposta ao cenário de turismo de massa/convencional que segue em processo de expansão em muitos destinos turísticos, mas que exigem as cautelas para que haja um desenvolvimento da população no que diz respeito às próprias condições de vida para que a prática turística seja também confortável aos moradores locais/autóctones.

No QUADRO 1, abaixo, sintetizam-se os princípios gerais relacionados ao TBC de acordo com os autores referenciados nesta pesquisa, sobre o tema.

QUADRO 1 – SÍNTESE DOS PRINCÍPIOS DO TBC DE ACORDO COM AUTORES PESQUISADOS

Autor	Princípios
Irving (2007)	Base endógena da iniciativa e desenvolvimento local; Participação e protagonismo social no planejamento, implementação e avaliação de projetos turísticos; Escala limitada e impactos sociais e ambientais controlados; Geração de benefícios diretos à população local; Afirmação cultural e interculturalidade; O "encontro" como condição essencial; Prática de sustentabilidade em amplo aspecto; Conservação de recursos culturais e naturais; Desenvolvimento social e econômico (autogestão e autonomia local); Sustentabilidade.
Sampaio (2008)	Ecossocioeconomia (Prática turística, Convivencialidade, Território) Participação e co-responsabilidade; Relação com unidades de conservação (sistêmicos: ambiente, cultura, economia); Prática de resistência; Campo de conhecimento transdisciplinar.
Grimm; Sampaio (2011)	TBC e Conservação ambiental; Participação e co-responsabilidade.
Moraes; Irving; Mendonça (2018)	Manifestações culturais junto aos atrativos naturais; Encontros interculturais; Resistência cultural e política locais.

FONTE: elaboração própria (2024).

A partir dos autores citados, pode-se ter um panorama acerca do TBC enquanto prática e/ou modelo de turismo que não está restrito a uma regra ou diretriz engessada. Nota-se a partir dos princípios apontados pelos autores que o TBC implica em experiências integradas à realidade (visitantes e visitados), dotada de valores e condutas culturais e políticas. A contribuição dos autores permitiu a construção da base dessa pesquisa, para que o conceito de TBC fosse compreendido, junto à sua contextualização de origem.

Procedimentos Metodológicos

Para atingir o objetivo geral da pesquisa, a estrutura foi amparada em alguns procedimentos metodológicos para darem suporte à resposta à pergunta: esses princípios (selecionados) na literatura científica ocorrem na comunidade pesquisada?

Para execução da pesquisa escolheu-se uma combinação de procedimentos metodológicos como: pesquisa bibliográfica (Thiollent, 2011), pesquisa exploratória (Gil, 2007) e etnografia (Geertz, 2008), sendo esta última apenas como recurso de apoio para observação e escrita.

Para discutir o conceito e os princípios de TBC presentes na literatura de Turismo no cenário nacional, foi necessário o levantamento bibliográfico, com as palavras-chaves “turismo de base comunitária”, “turismo comunitário” e “redes” a partir de sites de artigos, sendo consultados: Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes); Portal da Scielo Brasil (Scientific Electronic Library Online); Site da Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal (Redalyc); Sites oficiais nacionais e internacionais (Ministérios do Turismo, do Meio Ambiente, Instituto Chico Mendes da Biodiversidade, Organização Mundial do Turismo, entre outros).

A partir das leituras e síntese dos princípios de TBC, apontados no QUADRO 1, criaram-se as seguintes categorias de análise para uso posterior no campo e coleta de entrevistas (QUADRO 2). Sendo elas:

QUADRO 2 – CATEGORIAS DE ANÁLISE NO CAMPO.

Palavra-chave da categoria	Justificativa
Identidade	Observar se há menção aos modos de vida tradicionais em termos culturais e autenticidade.
Renda	Compreender a relação da atividade turística com desenvolvimento econômico e social.
Gestão coletiva	Entender se há característica de trabalho em rede, cooperativo ou afim.
Meio ambiente	Perceber se há relação com preservação e sustentabilidade.

FONTE: elaboração própria (2024).

Para o objetivo 2, foi necessária uma pesquisa descritiva e observação de caráter participante como abordagem complementar.

A comunidade escolhida foi feita a partir da indicação de informante-chave. A análise foi realizada por meio de observação participante a partir de pesquisa exploratória e etnografia (Gil, 2007; Geertz, 2008) junto ao quadro-síntese dos princípios do TBC (QUADRO 1) associados às categorias de análise, citados na anteriormente, complementando com entrevistas semiestruturadas (Gil, 2007).

Campo e Objeto Pesquisado: O TBC no Litoral do Paraná via Rede Anfitriões

O TBC no litoral do Paraná, é representado por três associações, são elas: a Rede Caiçara, em Paranaguá, formada em 2013, o Grupo Guarapés, em Guaratuba, formado em 2016, e o Grupo Guaraguatá, o qual foi formado em 2018, na região do município de Guaraqueçaba. Entre as atividades turísticas presentes na região, têm-se a oferta, principalmente, de experiências relacionadas à alimentação e culinária

caiçara, práticas de ecoturismo, como trilhas e passeios contemplativos da natureza, e associadas à visitação em comunidades.

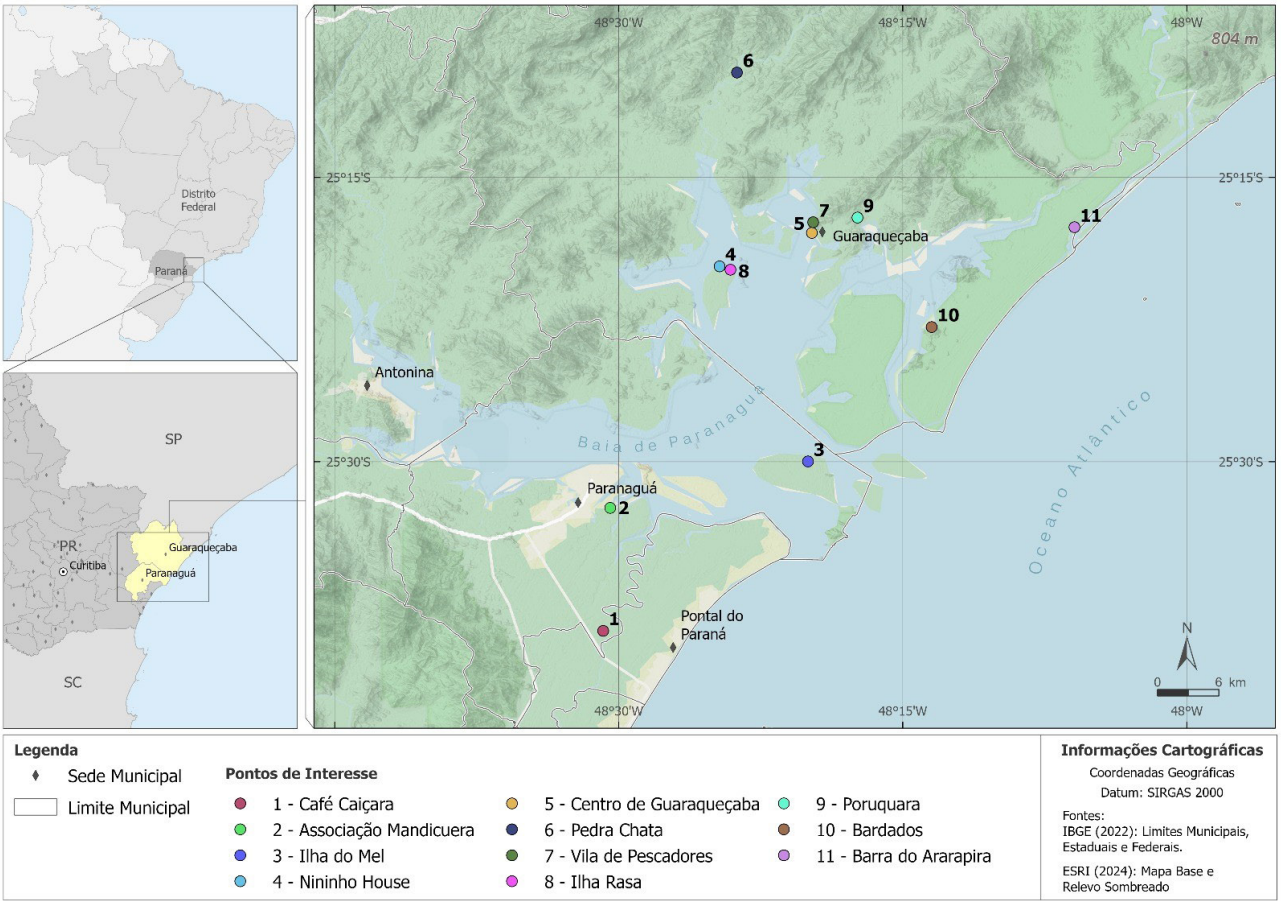
No ano de 2018, a Rede de Turismo de Base Comunitária Anfitriões do Litoral do Paraná foi fundada como fruto de um projeto de extensão da Universidade Federal do Paraná - Setor Litoral, coordenado pela professora Beatriz L. F. Cabral e existente desde 2014, com o objetivo de fomentar o TBC na região litorânea paranaense. De acordo com Souza (2020), havia também como propósito com o projeto de extensão, os seguintes pontos relacionados ao Turismo de Base Comunitária no litoral: a promoção da gestão democrática, na qual ações que visavam o desenvolvimento da autogestão daqueles que ofertam seus roteiros e serviços; o incentivo educativo para geração de renda para aqueles que trabalham com o turismo, tanto de forma direta, como os serviços, quanto indireta, como por meio da pesca e agricultura, por exemplo, além do incentivo de inovação no turismo regional a partir de parcerias em localidades com pouca oferta e variedade de viagens na região. De acordo com autor (Souza, 2020), a Rede Anfitriões conta com identidade visual, redes sociais ativas, material de divulgação, anfitriões capacitados, e roteiros estruturados.

Tal objetivo e demais aspectos, de acordo com Souza (2020), seguem nos demais projetos de extensão até o presente. Entre 2014 a 2020 três cursos de extensão foram ministrados de forma itinerante com o intuito de qualificar serviços turísticos, valorizar a cultura local e promover trocas culturais e encontros comunitários.

A composição desta Rede de Anfitriões conta com a participação 15 comunidades, a partir de anfitriões que estão localizados em quatro municípios diferentes, representadas pela Figura 1: Guaraqueçaba (Pedra Chata, centro Guaraqueçaba, Costão, Almeida, Ilha Rasa, Poruquara, Barbados, Barra do Ararapira), Paranaguá (Ilha do Mel, Ilha de Valadares), Pontal do Paraná (Guaraguaçu) e; pela Figura 2: Guaratuba (Parati, Cabaraquara, Porto de Passagem e Caieiras).

O perfil no instagram da Rede Anfitriões (@redeanfitrioestbc) que existe desde 2019. Nas publicações é possível conhecer alguns anfitriões e seus serviços prestados e fazer contato para visitá-los. Pode ser feito o agendamento direto com o anfitrião quando a informação de seu contato está publicada ou mandar mensagem na rede de forma privada e solicitar agendamento e informações, por exemplo.

FIGURA 1 – MAPA DAS LOCALIDADES NO LITORAL DO PARANÁ COM A PRESENÇA DE ANFITRIÕES DA REDE.



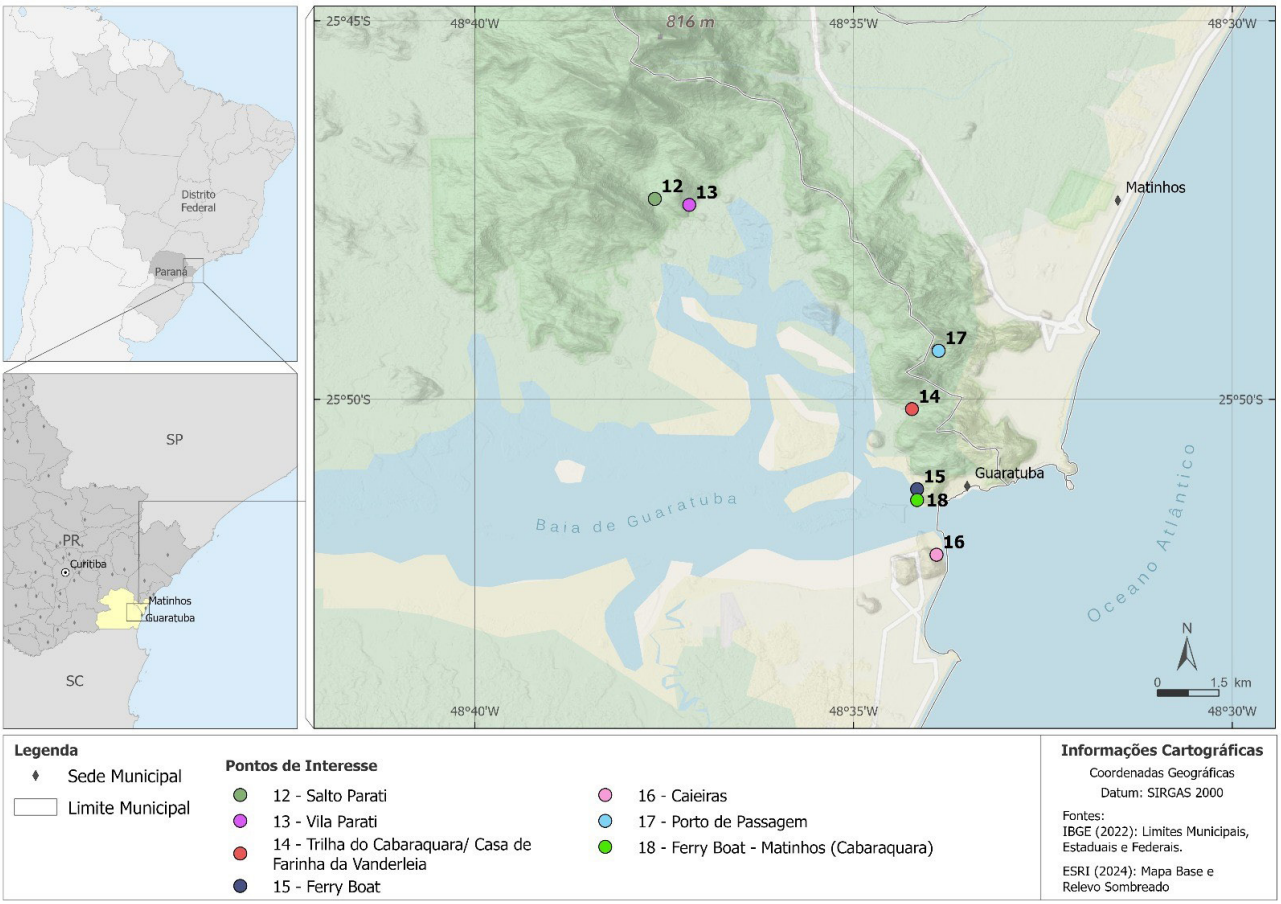
Fonte: Elaborado por Aline Vörös e Henrique Ramos (2024), com base em Souza (2020).

A comunidade foi escolhida a partir da conversa com o informante-chave Felipe Souza, que participou de projetos de extensão pela UFPR Litoral junto ao desenvolvimento da Rede Anfitriões. Felipe é residente de Matinhos, no litoral do Paraná, e foi procurado devido ao seu histórico de trabalho na região com TBC (diagnósticos e projetos relacionados à TBC na região), além atuar junto com a Rede Anfitriões. O mesmo também é turismólogo e mestre em Desenvolvimento Territorial Sustentável e participa de projetos de extensão relacionados ao fomento e fortalecimento do TBC no litoral do Paraná pela UFPR desde 2017.

Felipe falou um pouco sobre o envolvimento dele com os projetos de extensão junto à UFPR e sobre sua pesquisa de Mestrado (a dissertação está em processo de publicação), mostrou o mapeamento das localidades dos anfitriões, que trouxe maior clareza para a pesquisa. A partir das informações que ele trouxe acerca da rede de anfitriões, fomos observando quais eram as possibilidades para fazer campo dentro de um tempo reduzido, além da logística de deslocamento e acesso e a necessidade de um financiamento próprio de baixo custo para execução in loco.

A Rede de Anfitriões está distribuída em quatro municípios. Dentre as comunidades, a Vila do Cabaraquara, no município de Guaratuba, foi a comunidade escolhida para a execução desta pesquisa (numerada pelo ponto 14 na Figura 2).

FIGURA 2 – MAPA DA REGIÃO DOS ANFITRIÕES ENTREVISTADOS.



Fonte: Elaborado por Aline Vörös e Henrique Ramos (2024), com base em Souza (2020).

A escolha foi feita a partir das indicações do Felipe junto à viabilidade de acesso à comunidade em termos de deslocamento, logística e tempo de execução para este trabalho associado ao interesse pessoal pelos tipos de turismo praticados ali.

No município de Guaratuba, os anfitriões estão em algumas regiões: Caieiras, Porto de Passagem, Parati e Cabaraquara. Em Caieiras, há um anfitrião que faz passeio de barco associado à educação ambiental. Em Porto de Passagem, há um anfitrião, Senhor Haroldo, que é o último barqueiro construtor de canoa caiçara, feita de um único tronco de árvore nativa, e com ele é feita uma roda de conversa sobre seu ofício e sua vida e servido um almoço. No Parati, existe outro barqueiro que faz passeio de barco guiado, levando até a cachoeira do Salto Parati com almoço incluso. E no Cabaraquara é o roteiro gastronômico, no qual tem o "Belém" que serve ostra e a Vanderleia, a última farinheira da região, que apresenta sua casa de farinha, seu marido Denilson guia a trilha, é feita roda de conversa sobre a região e modo de vida e servido o almoço vegetariano na casa dela.

A Vila do Cabaraquara faz parte da Baía de Guaratuba, no município homônimo. A cidade de Guaratuba está a 120 km de distância da capital paranaense Curitiba, seu território abrange 1.326,670 km² e a população é composta por 42.062 habitantes, com índice IDH 0.177, de acordo com o último Censo (IBGE 2022). Nessa região, de acordo com Cabral (2015), na década de 1970, o aumento da população em transição do meio rural para o urbano foi notável. De acordo com a autora, as movimentações nas comunidades da Baía são marcadas por êxodo rural, moradores de classe média com interesse em turismo (construção de pousadas, restaurantes) e migrações entre comunidades. Os casamentos e o trabalho predominam entre os motivos atuais que influenciam o fluxo das migrações (CABRAL, 2015).

Até a década de 1970, a população da região tinha como fonte de renda predominante a combinação da agricultura com a pesca e o extrativismo florestal. No final da década de 1980, as migrações para Cabaraquara ocorreram principalmente devido ao acesso e infraestrutura de mobilidade e também impulsionadas por restrições

ambientais, que fizeram com que os moradores tivessem que deixar seu lugar de origem. Posteriormente, entre os anos 1990 e 2000, as migrações na região foram impulsionadas por restrições ambientais (CABRAL, 2015).

Vanderleia Alves: Anfitriã no Cabaraquara

A primeira entrevistada foi a anfitriã Vanderleia, com quem conversou-se durante uma parte de um domingo, no início de outubro, e conheci um pouco sobre sua vida e local onde mora e trabalha. Farinheira, Vanderleia foi morar na região do Cabaraquara há 31 anos atrás porque se casou com Denilson, morador do local, ela não falou a idade, mas tem entre 42 a 45 anos. A anfitriã veio de um bairro "mais afastado", como disse quando perguntada sobre sua origem.

Comentou que atualmente é a única farinheira da região, aprendeu o ofício com a família do marido, e que antigamente tinham mais onze farinheiras na região do Cabaraquara, mas que pararam de fazer, pois mudaram de endereço ou pararam com o trabalho. Ela trabalha com a casa de farinha e também na roça. Tem três filhos adultos que moram em outras regiões e cidades; mora com o marido, em terreno próprio com área de roça e são vizinhos do sogro dela. Vanderleia comentou sobre alguns aspectos pessoais de sua vida de forma espontânea e também sobre a amizade que construiu com "o pessoal da universidade" (da UFPR Litoral, por conta da Rede de Anfitriões).

Ao observar o que ela oferece, identificou-se que, com agendamento prévio, é possível conhecer o processo de feitio de farinha de mandioca na "Casa de Farinha", cerca de duas vezes por mês ela faz o processo completo desde a colheita até o término do processo de produção. Ela recebe frequentemente visita de escolas da região e estudantes e professores universitários; além da Casa de Farinha, ela oferece junto ao marido, que atua como guia, uma roda de conversa, seguida por uma trilha guiada até o cume do Morro do Cabaraquara e no retorno, um almoço vegetariano incluso. Faz com grupos de no mínimo 10 pessoas, sempre com agendamento prévio.

Valdo Amorim: Anfitrião na Comunidade Parati

O outro entrevistado foi o anfitrião Gedivaldo, que se apresenta como Valdo e é conhecido assim na região. Agendou-se o passeio oferecido pelo mesmo e realizada a entrevista ao longo do trajeto para conhecer um pouco sobre a vida dele e ao mesmo tempo o serviço turístico que ele oferta. Ele tem 42 anos, mora na Comunidade do Parati com duas filhas, é separado e a mãe mora em uma casa próxima, nasceu em Guaratuba (cidade) e sua família veio de um bairro "mais distante".

Valdo vive do turismo no período de alta temporada (dezembro a fevereiro) e na baixa faz trabalhos como roçado e afins. Possui experiência com turismo e afirmou que é o que gosta de fazer. Participou do projeto de extensão da rede Anfitriões, e está terminando o curso de Licenciatura em Educação do Campo em Ciências Naturais. Sua intenção é agregar o conhecimento do curso para seu serviço de guia, como um educador ambiental, pelo viés da educação informal. Também mencionou que faz parte da Associação Comunitária da Comunidade Parati como tesoureiro e que é um líder comunitário e que participa e representa a comunidade quanto necessário.

Sobre o que oferece, o anfitrião tem um barco e leva turistas que querem pescar na região para a "pesca rodada" e o passeio de barco com a trilha até o salto do Parati, que fica na comunidade onde ele mora. Nesse passeio ele indica também o almoço, que pode ser encomendado para outra anfitriã que ele indica ou por ele mesmo, na figura das suas duas filhas que executam, enquanto ele guia o passeio. Além desses dois serviços, recentemente começou a fazer o passeio de barco para a observação da revoada dos Guará (Eudocimus ruber), na região.

Vila do Cabaraquara: Uma Análise dos Princípios de TBC

A partir do encontro com os entrevistados e suas falas, nota-se que no local pesquisado o turismo comunitário não se propõe enquanto atividade principal, mas paralela e/ou sazonal; não há uma criação de demanda a partir de oferta constante, como no caso do turismo convencional pois sua proposta não está dentro da mesma lógica; além disso, estaria em desencontro à realidade local - geralmente em locais onde a população vive de

subsistência ou de pluriatividades. O turismo comunitário se insere no contexto socioeconômico local enquanto renda complementar a partir da promoção de experiências relacionadas ao contexto e modo de vida locais, conforme já apontado pelos autores pesquisados.

Diálogo com o Campo: As Vozes Locais e as Categorias de Análise

Neste momento, apresenta-se as entrevistas realizadas e separadas por temática para um melhor entendimento, como identidade, renda, gestão coletiva e meio ambiente.

Identidade

Ao trazer a categoria identidade para ser analisada, a expectativa antes do campo seria enxergar, por meio da fala dos entrevistados, a mesma clareza com que a teoria nos convida a pensar sobre o tema. Acontece que a relação "sujeito e o Outro" não ocorre de forma linear ou categórica; é orgânica e pode ser percebida com a metodologia escolhida, que permite o entendimento dessa fluidez; por meio de entrevista semi-estruturada, com o intuito também de compreender que o sujeito que fala de si é o protagonista de sua narrativa. Isso quer dizer que nas falas dos anfitriões entrevistados, Vanderleia e Valdo, suas maneiras de falar "de identidade" trouxeram para essa pesquisa um ponto básico que diz respeito à forma de se estar no mundo.

Ao perguntar/convidar os entrevistados a responderem à reflexão sobre "me conte um pouco da sua vida", cada qual escolheu livremente o que compartilhar sobre si durante a entrevista. A Vanderleia contou um pouco sobre a vida pessoal e a construção de sua família, como quando foi morar com o marido na comunidade do Cabaraquara, visto que seu marido e família já viviam ali. De forma breve, falou sobre seu trabalho na roça e na casa de farinha; mencionou outros fatos que ocorreram ao longo dos últimos anos (em relação à sua saúde) que a fez pensar sobre a vida e sobre mudar daquele local: "*a terra está cansada*", ao mencionar que eles fazem o uso da terra para roça há quinze anos, sem intervalo e sem insumos agrotóxicos.

O Valdo, por sua vez, se apresentou associando a resposta com seu trabalho: "*eu trabalho com turismo e gosto muito*" e no decorrer da conversa, ele ponderou sobre o equilíbrio necessário para trabalhar e viver do turismo: "*(...) na baixa temporada, só a pesca como turismo* [leva turistas para pescar] *e faço outros trabalhos como fonte de renda*".

A relação desses sujeitos com o turismo, enquanto prática e fonte de renda, é percebida de formas diferentes. Vanderleia fala sobre sua relação com o turismo como um processo de entendimento e valorização de seu local de vida:

> [Vanderleia]: (...) É que todo o tempo que eu passei com o turismo foi bom né ...
> [Aline]: E essa Rede de Anfitriões: como você vê essa Rede? Como é? O quê é pra você? O que não é? Como já foi...?
> [V]: Ele foi.. acho que um socorro, uma esperança que deu para muita gente né? Valorizar o lugar, porque muitas vezes a gente não valoriza. E eu e esse turismo...esse turismo comunitário, ele fez com que a pessoa pudesse enxergar...né... Pode ver que quando a gente tá no lugar [é local/nativo], a gente não consegue ver a beleza que a gente tem. É os outros que vêm e curte e vê. E esse projeto comunitário [da Rede de Anfitriões] fez com que a gente pudesse ver isso: o que a gente tem [de beleza, valor] eles vieram para nos valorizar o que nós temos. E isso foi bom.

Valdo, por sua vez, está mais imerso no turismo por conta de sua trajetória e afirma seu interesse genuíno em trabalhar com turismo. Ele fala sobre ele e sua relação com o turismo a partir de suas escolhas e possibilidades:

> [Aline]: Então conta um pouco de você...
> [Valdo]: Eu moro na Comunidade Salto Parati faz muitos anos já, tem uns 25 a 30

> anos. E sempre gostei da natureza. Já fui trabalhar fora daqui um tempo, mas daí não me adaptei lá, daí voltei daí, criei a experiência e hoje eu trabalho com turismo. Sou autônomo e trabalho com turismo. [...] Ganhei experiência de aventura [desenvolveu com isso algumas características pertinentes: é comunicativo, atencioso e prestativo] em, de trabalhos fora [trabalhou em condomínio em Guaratuba, em peixaria em Pontal do Sul] E daí me preparei para hoje eu viver do que eu gosto: que é o turismo de base. Não só de base comunitária: turismo ecológico, turismo de aventura, eu faço esse tipo de turismo, não só o de base comunitária.

O que pode-se trazer aqui em diálogo com os autores, é apontado por Irving (2009) sobre a complexidade contemporânea do lugar turístico que está dentro de um espaço mais amplo, que envolvem características naturais (temporadas, épocas e marés, neste caso) e socioculturais - a dinâmica de vida local das pessoas que trabalham com mas não vivem do turismo (direta e exclusivamente).

Renda

Em relação à renda, enquanto categoria de análise, os entrevistados se diferenciam da seguinte forma: Vanderleia vive da roça, para subsistência e da produção de farinha para comercialização na região. Valdo vive totalmente do turismo na alta temporada (entre dezembro a março) e complementa renda na baixa temporada com roçada e acompanhamento de turistas em pescarias.

No contexto da Vanderleia, o turismo é uma renda complementar e acontece de forma esporádica, a partir de recomendações que fazem contato com ela. Ela menciona que recebe principalmente escolas da região ou estudantes universitários. A renda que vem do turismo é do almoço oferecido como item incluso no passeio da trilha até o cume do morro do Cabaraquara ou contribuições espontâneas quando a visitação é somente para conhecer a Casa de Farinha. Não há um espaço direcionado para visitação, como um receptivo ou algo. A Casa de Farinha fica ao lado da casa onde mora e o almoço é preparado por ela e servido em sua cozinha.

Para Valdo, o turismo é a fonte principal de renda e é nos meses de alta temporada que ele trabalha diariamente recebendo turistas. Ele oferece principalmente: barco e acompanhamento para pesca na região da Baía de Guaratuba, passeio de barco com trilha - até o Salto Parati - e almoço na Comunidade do Parati e um roteiro recém desenvolvido para o avistamento de Gá (Eudocimus ruber) na mesma região.

Pode-se, portanto, reiterar o que Sampaio (2008) apontou em relação às iniciativas de turismo comunitário em regiões próximas a espaços naturais (como as Unidades de Conservação e parques) que já pressupõe um plano de manejo e projetos associados à visitações. O que a Vanderleia oferece dialoga com o que os autores citados nesse trabalho apontam acerca das experiências culturais e sobre o modo de vida local enquanto experiência turística em países que apresentam grandes diferenças na distribuição de renda e baixo nível de escolaridade, como no caso da América Latina.

Outro fator que merece destaque em relação à renda em diálogo com os autores apresentados no marco teórico, é a gestão local da renda recebida: o que é recebido, fica na comunidade. No caso dessa pesquisa, os anfitriões atuam de forma independente em termos de execução e renda recebida. Não há intermediação e a renda fica na comunidade, para o anfitrião, e isso se conecta com apontamentos na categoria seguinte, gestão coletiva.

Gestão Coletiva

Em relação à gestão coletiva, o que pode-se destacar, a partir da fala dos entrevistados, é a relação de pertencimento na Rede Anfitriões do Litoral. Vale o destaque das falas da Vanderleia e do Valdo quando perguntados sobre o turismo na época da pandemia da COVID-19, no período entre 2020-2022. Ambos mencionam, à sua maneira, a importância da relação com a Rede de Anfitriões do Litoral do Paraná.

Na fala da Vanderleia, o TBC no período da pandemia surge como um “socorro”, como já transcrita a fala da entrevistada na categoria anterior (renda), ela comenta sobre a experiência com o turismo e a valorização do seu local e modo de vida junto ao movimento construído junto à Rede de Anfitriões:

[Vanderleia]: (...) É que todo o tempo que eu passei com o turismo foi bom né ...
[Aline]: E essa Rede de Anfitriões: como você vê essa Rede? Como é? O quê é pra você? O que não é? Como já foi...?
[V]: Ele foi.. acho que um socorro, uma esperança que deu para muita gente né? Valorizar o lugar, porque muitas vezes a gente não valoriza. E eu e esse turismo... esse turismo comunitário, ele fez com que a pessoa pudesse enxergar...né... Pode ver que quando a gente tá no lugar [é local/nativo], a gente não consegue ver a beleza que a gente tem. É os outros que vêm e curte e vê. E esse projeto comunitário [da Rede de Anfitriões] fez com que a gente pudesse ver isso: o que a gente tem [de beleza, valor] eles vieram para nos valorizar o que nós temos. E isso foi bom.
[A]: Você percebeu isso?
[V]: Sim...
[A]: Percebeu em você, na tua ...[Rede]?
[V]: Todos [da rede] [risos]. Porque isso é normal no ser humano. Ele nunca... às vezes ele tira foto: "ai que lugar bonito", mas ele não vê que o lugar dele às vezes tem um lugar... às vezes até mais bonito [do que o lugar em que foi passear, viajar] [risos] Ele não usufrui daquilo [onde mora] vai usufruir lá não sei aonde. [risos]

Já na fala do Valdo, a divulgação do turismo é o que também ajuda no movimento turístico:

[Aline]: E tem bastante movimento de turismo aqui?
[Valdo]: Na temporada sim, mês de Dezembro, Dezembro e Janeiro e Fevereiro é os meses mais procurado. A gente tem que ter agendamento. Serão a gente não...o pessoal fica ... [sem passeio]
[A]: E como que o pessoal chega até vocês?
[V]: Por rede WhatsApp né? Instagram, WhatsApp, divulgação assim, que a gente leva um pessoal daí ... e por boca-a-boca [indicação pessoal e espontânea] também do povo que vem, né? A gente faz a intermédio do Instagram, postagem né? [Por] Que eu, eu geralmente, eu, posto lá [e] o pessoal: "que legal, daí já [pergunta] onde que fica isso? Ah, quero fazer com as minhas amigas..."
[A]: Ô Valdo, e essa coisa do Instagram, das redes [sociais]: como é que...como é que começou isso? Quem que cuida?
[V]: É, não tem um pessoal lá do do projeto lá que estava administrando a parte do Instagram do nosso grupo lá.

A partir da fala dos entrevistados anfitriões do TBC, a categoria de gestão coletiva é percebida como um espaço de trocas de saberes e indicações para o fomento do turismo local e principalmente ilustrada por meio das redes sociais, como Instagram e Whatsapp. Por outro lado, nota-se que, como não teve um momento adequado para aprofundar nas entrevistas sobre as fases da Rede de Anfitriões e toda a complexidade que o porte desse projeto possuiu na época - e ainda possui na atualidade - podem aparecer outros elementos em um momento de maior profundidade no que diz respeito à gestão coletiva, indicado e percebido nas falas sobre trocas de informações, indicações e ajuda (cooperação). E isso vai ao encontro do que Grim e Sampaio (2011) citam acerca da ética e princípios desenvolvidos entre os sujeitos que participam de um mesmo grupo de práticas turísticas, como a Rede, como mencionado no tópico 2 desta pesquisa.

Além disso, cabe citar que a gestão das redes sociais e espaços de trocas (instagram da Rede de Anfitriões) é mediado pela UFPR Litoral, ator importante para o funcionamento/manutenção da rede anfitriões

O que podemos pensar nesse aspecto sobre a gestão é sobre a fragilidade na dependência de assistência técnica, um aspecto que tensiona os pressupostos e tendências sobre a organização do turismo comu-

nitario apontado por Irving (2009) sobre a coesão e laço social enquanto base da coletividade daquele local/grupo social.

Meio Ambiente

Em relação ao meio ambiente, é a categoria mais complexa de ser abordada em uma pesquisa de curta duração, mas que pode ser percebida de forma sutil em alguns momentos das entrevistas com ambos anfitriões de suas relações com as áreas em que vivem. A natureza é um recurso direto de fonte de renda, seja por meio de roça, como na vida de Vanderleia, seja como paisagem natural para o turismo, que predomina na vida do Valdo, enquanto recurso sazonal.

Vanderleia, ao ser perguntada sobre perspectivas de futuro, disse que o futuro que ela deseja é se mudar para outro lugar com terra mais plana, que exige menos esforço para o plantio da roça e também porque onde moram, "a terra está cansada", disse, pois seguem o plantio ininterrupto há quinze anos sem intervalo e sem uso de insumos que não naturais/orgânicos.

Valdo traz na sua fala sobre a trajetória profissional que está desenvolvimento como guia e condutor em áreas naturais, além da sua formação, em andamento, em licenciatura em ciências naturais pelo curso Educação do Campo (UFPR Litoral) mas que não quer trabalhar em sala de aula, mas com "educação informal, ambiental, aqui na natureza", disse. Ele também mencionou que está inscrito para dois cursos previstos para o mês de novembro de 2024, um sobre organização e planejamento de turismo, ofertado pelo SENAC com duração 40h, e outro para credenciamento para condução de visitantes no Parque Nacional de Saint-Hilaire/Lange, promovido pelo ICMBio com duração 12h, e que acompanha um guia que faz cursos e treinamentos na região de sobrevivência e primeiros socorros em áreas naturais.

Cabe citar que a relação dos entrevistados com o meio ambiente é permeada por aspectos fundiários que dizem respeito às áreas de Unidades de Conservação: a região da Baía de Guaratuba é composta por grande Área de Proteção Ambiental (APA), criada em 1992. Em 2001, ao norte, é criado o Parque Nacional Saint Hilaire/Lange, e ao sul, o Parque Estadual do Biguaçu, criado em 1998. De acordo com o ICMBio, o objetivo básico das unidades de conservação (UC) representadas pelos Parques Nacionais (PARNA) diz respeito à conservação da natureza com interação humana, visto que

> a preservação de ecossistemas naturais de grande relevância ecológica e beleza cênica, possibilitando a realização de pesquisas científicas e o desenvolvimento de atividades de educação e interpretação ambiental, de recreação em contato com a natureza e de turismo ecológico (...) (Brasil, 2000).

Isso implica em dizer que ambos anfitriões oferecem a natureza enquanto produto/roteiro turístico: A trilha ao morro do Cabaraquara, ofertada pela Vanderleia, e pelo Valdo, o passeio de barco e trilha até o Salto Parati, na comunidade do Parati. As questões relacionadas às práticas e possibilidades legais em função das características fundiárias e de legislação da região não foram abordadas durante as entrevistas. Cabe citar apenas que, de acordo com Cabral, sobre o Plano de Conservação e gestão da Baía de Guaratuba, há uma "situação de fragilidade" nos lugares e para com as pessoas (Cabral, 2015, p.36).

Considerações Finais

Retomando de forma breve os princípios de TBC a partir dos autores citados neste projeto, é importante destacar que a especificidade de cada local se faz presente também no contexto desse trabalho. Destaca-se a partir do QUADRO 1 o que Irving (2007) aponta sobre "O encontro" enquanto condição especial entre visitado e visitante, e o que pôde ser percebido no litoral do paraná com os Anfitriões em Rede (que) já traz essa proposta em suas nomenclaturas, evidenciando o tipo de turismo que ali acontece. Destaca-se também o que Moraes; Irving; Mendonça (2018) abordaram sobre as manifestações culturais junto aos atrativos

naturais, como por exemplo na casa de farinha na Comunidade do Cabaraquara e a visita pela Comunidade e Salto Parati.

A partir dos autores citados, pode-se ter um panorama acerca do TBC enquanto prática e/ou modelo de turismo que não está restrito à uma regra ou diretriz engessada. Nota-se a partir dos princípios apontados pelos autores que o TBC implica em experiências integradas à realidade (visitantes e visitados), dotada de valores e condutas socioculturais e políticas. A contribuição dos autores permitiu a construção da base desse projeto, para que o conceito de TBC fosse compreendido, junto à sua contextualização no campo da pesquisa. E trouxe apontamentos relevantes relacionados ao objetivo geral desse projeto, que foi: compreender o conceito e os princípios de TBC presentes na literatura de Turismo e analisá-los na comunidade a ser pesquisada.

A elaboração do QUADRO 1 serviu de suporte para o segundo objetivo específico que era: "analisar uma comunidade do Litoral do Paraná a partir dos princípios de TBC", auxiliando assim, o desenvolvimento das categorias de análise para a etapa metodológica da pesquisa-ação, chamada de campo. As categorias de análise, indicadas no QUADRO 2, identidade, renda, gestão coletiva e meio ambiente embasaram o desenvolvimento da pesquisa principalmente ao que dizia respeito ao objetivo geral e ao primeiro específico (citados acima).

Notou-se que as categorias criadas permitiram um melhor entendimento do contexto pesquisado, mas reconhece-se a fragilidade que a pouca quantidade de entrevistados trouxe em termos de dados para análise, consequência do curto prazo de execução da pesquisa em campo. De qualquer forma a pesquisa sinalizou a coerência entre as categorias estabelecidas a partir da forma como foi conduzida e o roteiro de perguntas pré-estabelecido foi de grande importância para que a conversa com os anfitriões tivesse cadência e sentido para os entrevistados. Pode-se perceber que ouvir sobre suas vidas - categoria *identidade* - pode trazer mais elementos, caso se aprofunde o tema, para possibilidades de análise sobre as relações entre as identidades em contexto de rede: os anfitriões e seus vínculos.

Em relação à *renda*, segunda categoria prevista, percebeu-se que o TBC se propõe como fonte de renda complementar mas que abre possibilidades para fonte de renda principal a depender de fatores subjetivos, como no caso do Valdo Amorim.

Sobre *gestão coletiva*, admite-se certa lacuna entre o entendimento da pesquisadora, as falas dos entrevistados e o contexto de campo. O que foi percebido, por meio das entrevistas, é que a percepção do conceito de rede manifestada pelos anfitriões nessas ocasiões se manifesta enquanto um espaço - atualmente - virtual, por meio de grupo de WhatsApp para trocas de informação e indicações de serviços e na divulgação dessas experiências por meio de postagens nas redes sociais, principalmente instagram.

E sobre a categoria *meio ambiente*, chama-se a atenção para o contexto do campo, um mosaico de unidades de conservação em níveis diferentes de legislação o que implica em desafios locais. Em relação ao contexto, Cabral (2015) menciona que a partir dos resultados de sua pesquisa sobre os pescadores da região de Guaratuba em relação à atividade de pesca turística, ficou evidente a importância em ordenar a atividade turística na região da Baía de Guaratuba para que ocorra um diálogo entre as diversas esferas sociais que se relacionam com a gestão do turismo na região do estuário a partir de um modelo de desenvolvimento turístico apropriado a partir das necessidades da população local.

Entende-se que os caminhos teóricos percorridos neste trabalho foram de grande contribuição para o entendimento dos conceitos e abordagens e que as possibilidades de leitura de mundo se expandem na medida em que há uma identificação pessoal.

Ao final do processo deste trabalho, de forma muito tímida, encontram-se novas possibilidades de leitura do tema TBC por meio do paradigma pós-colonial. Como não houve tempo para maior aprofundamento, dada a dimensão deste projeto, sinaliza-se como possibilidade de interpretação para um turismo contemporâneo no qual, conforme apontado por Boukhris e Peyvel (2019), traz esperança a partir de novos arranjos socioculturais, a partir do paradigma pós-colonial:

> o paradigma pós-colonial participa de uma crítica não apenas ao funcionamento de nossas sociedades turísticas contemporâneas, mas também de uma esperança na

> reparação, reciprocidade e compartilhamento, da qual a economia turística pode participar (Berger, 2006; Mbembe et al., 2006, p.2)

E por fim, alguns elementos merecem ser citados para a entender as contribuições, falhas e lacunas, desafios e próximos passos deste projeto e produto de turismo,a saber: a região pesquisada é composta de especificidades legais no que diz respeito ao meio ambiente que implica em dizer há lacunas nesse trabalho sobre a relação entre meio ambiente e população local, tanto em termos teóricos quanto em informações do campo e que não foram aprofundadas por conta da dimensão deste projeto. Há uma limitação nas leituras e apontamentos no que dizem respeito ao associativismo, economia solidária e conceitos afins que padeceram do mesmo motivo (dimensão).

O tempo de pesquisa, execução, análise e escrita desse trabalho apontam para possibilidades futuras de aprofundamento das questões apontadas por meio das categorias de análise desenvolvidas, denotando a importância e a capacidade que cada categoria possui enquanto elemento de composição em diálogo com os estudos e práticas sobre o turismo de base comunitária no litoral do Paraná, bem como sugestão para novas pesquisas sobre o mesmo tema e/ou áreas afins.

Referências

BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de Base Comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

BARTHOLO, R. et al. Turismo de base comunitária em foco. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 16, n. 2, p. 6-8, 2016.

CABRAL, B. L. F. Possíveis Caminhos para a Sustentabilidade do Turismo no Litoral do Paraná: O Caso da Rede de Turismo de Base Comunitária "Anfitriões do Litoral". In: ALVES, A. R. *et al.* (Org.). **Litoral do Paraná:** Território e Perspectivas - Volume 4: Saberes Locais, Crise Socioambiental e Turismo. Curitiba: Brazil Publishing, 2020. p. 331 - 365.

CABRAL, B. L. F. Entre marés: pesca artesanal e náutica na Baía de Guaratuba. Dissertação (Mestrado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015. GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GRIMM, I. J.; SAMPAIO, C. A. C. Turismo de base comunitária: convivencialidade e conservação ambiental. **Revista Brasileira de Ciências Ambientais,** [S. l.], n. 19, março de 2011.

IRVING, M. de A. Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível? In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de Base Comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 108-121.

MORAES, E. A. de; IRVING, M. de A.; MENDONÇA, T. C. M. Turismo de base comunitária na América Latina: uma estratégia em rede. **Turismo - Visão e Ação**, v. 20, n. 2, 2018.

REDTURS. **Declaración de San José sobre Turismo Rural Comunitario.** San José de Costa Rica, 2003. Disponível em: https://www.bizkaia21.eus/biblioteca_virtual/descargar_documento.asp?idDoc=239&idSubArea=18&idPagina=124&volver=3&idioma=ca&pag=2&orden=5&tipoOrden=0. Acesso em: 24 jul. 2024.

SAMPAIO, C. A. C. **Pensando o Conceito de Turismo Comunitário.** Trabalho apresentado no V Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo. Belo Horizonte - MG, 2008.

SOUZA, F. M. **Marketing para o Turismo de Base Comunitária**: O Caso da Rede Anfitriões do Litoral do Paraná. Orientadora: Beatriz Leite. F. Cabral. 2020. 105 f. Monografia (Tecnólogo em Gestão de Turismo) - Universidade Federal do Paraná, Tecnologia em Gestão de Turismo, Matinhos, 2020.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da Pesquisa-Ação**. 18. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

VARGAS, R. M. V.; CHAVIANO, E. L. M.; OCAÑA, Á. F. O. Evaluación de territorios para desarrollar el turismo comunitario en la región amazónica del Ecuador. **Turismo y Sociedad**. v. 17, p. 39–62, 2015. DOI:https://doi.org/10.18601/01207555.n17.03.

TURISMO EM TERRAS INDÍGENAS E TURISMO AS POTENCIALIDADES DA ATIVIDADE TURÍSTICA SUL DA AMAZÔNIA BRASILEIRA

SIDNEY DANIEL BATISTA[1], CAROLINA MIRANDA SOARES[2]

[1] Doutor em Estudos do Lazer; UFPel
[2] Discente em Jornalismo; UFPel

Resumo: Este trabalho analisa as oportunidades do turismo em Terras Indígenas no Sul da Amazônia, adotando uma abordagem interdisciplinar. O objetivo é contextualizar brevemente o processo de elaboração do Plano de Visitação Turística na região, fundamentado na Instrução Normativa da FUNAI nº 03/2015, que estabelece os procedimentos e requisitos para a implementação de atividades turísticas em terras indígenas. Essa normativa representa uma chance real para a legalização do turismo em terras indígenas no Brasil, estabelecendo diretrizes e informando sobre as condições possíveis para a realização de visitas. O Plano de Visitação é um documento essencial cuja aprovação é necessária para regularizar qualquer atividade turística em Terras Indígenas. Para a construção deste plano no Sul da Amazônia, o trabalho envolveu um processo participativo, incluindo atividades e encontros com a comunidade para promover diálogos, reflexões e definições conjuntas. Utilizamos categorias de análise e paradigmas de interpretação explicitamente geográficos, em diálogo com outros campos do conhecimento. Foram adotados os seguintes procedimentos metodológicos como passos de operacionalização da investigação qualitativa: pesquisa bibliográfica e documental; reconhecimentos de campo; contextualização e sistematização das informações e dados obtidos; problematização, análise e interpretação críticas dos conceitos e temas investigados.

Palavras-chave: Etnogeografia, Turismo e Etnicidade, Turismo em Terras Indígenas.

INTRODUÇÃO

Neste trabalho, adota-se uma abordagem interdisciplinar que, embora priorize categorias de análise e paradigmas de interpretação geográficos, buscamos estabelecer um diálogo com outras áreas do conhecimento, como a Antropologia e o Turismo. Ao propor uma perspectiva interdisciplinar evidencia “a busca pela totalidade do conhecimento, respeitando-se as especificidades de cada disciplina”. (FAZENDA, 2003, p. 72).

Como primeiros procedimentos metodológicos foram realizadas pesquisas bibliográfica e documental. Buscando uma maior compreensão dos temas propostos pretendemos nos apropriar de aportes de autores chaves como: enfoques geográficos (BONNEMAISON, 2002; DEUS, 2005, 2008, 2010; DEUS, BARBOSA, 2009; DEUS, BARBOSA, TUBALDINI, 2011, 2012; ALMEIDA, 2011; CLAVAL (2007), CORRÊA & ROSENDAHL (1999,2003)), antropológicos (ALFONSO, 2003; ANGOLA, 2013; BAINES, 2013; GRÜNEWALD, 2001, 2002, 2003; MINDLIN, 2006; PEGGION, 2006; SOUZA, 2006, TALAVERA, 2003; THOMÁZ, 2003; TURNER, 1998) e Turismo em Terras Indígenas OLVEIRA, 2020, LEAL 2009, CORBARI 2017, NUNES 2015, GUIMARÃES 2015, LUÍNDIA 2007. Além da utilização da *internet* como mais uma ferramenta de pesquisa. As fontes secundárias utilizadas subsidiarão os argumentos, comparações e sobre a problemática do turismo em terras indígenas.

Uma pesquisa etnogeográfica parte dos princípios de se enxergar, perceber, compreender e, acima de tudo, descrever o mundo a partir da observação que o outro faz de seu espaço vivido, das paisagens nele inseridas, do lugar de morada e trabalho, bem como do território que se materializa em relações políticas, sociais e culturais. O geógrafo culturalista francês Paul Claval, a propósito, ressalta:

> O mundo que os homens que constroem, transformam e organizam depende da imagem que eles têm do meio, das técnicas que permitem ter domínio sobre ele e os modelos ideais que eles gostariam de impor. O mundo que os homens desenham coloca em jogo deuses, espíritos e forças cósmicas: sua topografia mistura espaços profanos e espaços sagrados (CLAVAL, 1999b, p. 71).

Para compreendermos o mundo a partir das perspectivas dos sujeitos da pesquisa, é essencial adotar ferramentas, técnicas e métodos de investigação mais flexíveis, abertos e dialógicos, baseados em metodologias que se destacam pelo seu caráter "étnico", ou seja, as etnometodologias. Propomos, portanto, utilizar a pesquisa de campo como um espaço de diálogo e participação ativa com os sujeitos investigados, que terão a oportunidade de nos mostrar e relatar como percebem o mundo em que vivem, suas crenças, tradições, anseios e angústias. Essa abordagem permite uma compreensão mais profunda e contextualizada da realidade, valorizando as vozes e experiências daqueles que são parte integrante do estudo.

Assim sendo, foram realizados trabalhos de campo no Sul da Amazônia, especificamente na cidade de Humaitá, onde foram conduzidos diálogos com representantes de comunidades indígenas locais. Os trabalhos de campo foram desenvolvidos entre os anos de 2019 e 2020, no Estado do Amazonas, ao longo da Rodovia Transamazônica (BR-230), abrangendo os municípios de Humaitá e Manicoré. Esses encontros permitiram estabelecer interlocuções produtivas e diálogos significativos durante as incursões de campo, incluindo interações com lideranças locais.

Vale destacar que as atividades de visitação turística em Terras Indígenas (TI) ou territórios de povos indígenas no Brasil podem ser iniciadas tanto pelos próprios indígenas, quanto por não indígenas, ou ainda por meio de uma colaboração entre ambos, de forma integrada ou não (GRÜNEWALD, 2001). Essa dinâmica reflete a complexidade e a diversidade de arranjos possíveis no contexto do turismo em áreas indígenas.

Pretende-se assim apresentar, as particularidades e as estratégias para o desenvolvimento turístico nas comunidades Indígenas do Sul do Amazonia, baseado no seu legado étnico. Parte-se do pressuposto de que a atividade turística pode, potencialmente, contribuir para o etndodesenvolvimento.

Uma abordagem sobre o Turismo em Terras Indígenas

Atualmente adquirem cada vez maior relevância, conceitos e temas concernentes ao consumo de ordem cultural, às diferenças étnicas e à questão dos valores (DEUS, 2005; DEUS, DEUS, BARBOSA, TUBALDINI, 2011, 2012) e tem-se dedicado uma atenção nova à irredutibilidade do fato cultural, no âmbito da pesquisa científica, na arena política e no cenário social em geral.

Nesse contexto, uma das questões levantadas refere-se às interconexões e interfaces entre Cultura, Turismo e Identidade (ROSENDAHL, 2006; TALAVERA, 2003). Dessa forma, o turismo surge hoje como um setor com potencial para impulsionar o desenvolvimento econômico. Por isso, tanto os órgãos públicos quanto as comunidades indígenas do município de Humaitá veem no turismo uma das principais alternativas para promover um desenvolvimento econômico e social sustentável na região, com o intuito de fomentar novos negócios.

Dessa maneira, o desenvolvimento do turismo na região pode trazer benefícios econômicos para o município, como a geração de renda e o aumento da movimentação financeira. Esses fatores, por sua vez, podem contribuir para a melhoria da infraestrutura local, tornando o local mais atrativo. O que realmente torna um lugar especial é "a cultura de sua gente, o modo como esse povo encontrou de existir e ser, em seu espaço, vivendo sua realidade" (MARTINS, 2006, p. 40). Por sua vez Grünewald (2003) afirma que existem diversas formas de turismo, e, embora algumas delas não se preocupem com questões como história, cultura, raça ou origem, como é o caso do turismo recreativo, outras formas têm como foco justamente aspectos de identidade ou alteridade.

No entendimento deste autor, no caso do turismo étnico, seria a própria existência da fronteira étnica "que criaria a atração turística". Para Coriolano, Leitão e Vasconcelos (2009, p. 37) por sua vez, a tendência de apro-

ximação do diálogo entre os campos da Cultura e Turismo, em que “a nova mentalidade compreende a atividade turística como rica e diversa cadeia simbólica capaz de reinventar territórios, criar novas sociabilidades e estabelecer novas solidariedades”.

Outros autores têm discutido as interdigitações entre as dimensões do turismo, da sustentabilidade e do Meio Ambiente (SEABRA, 2003). Scannavino Netto e Oliveira (2008) identificam, por sua vez, no ecoturismo uma oportunidade para o desenvolvimento “sustentável”, embora outros autores, alertem para as contradições inerentes aos projetos “ecoturísticos” (visando o aproveitamento de áreas indígenas e sítios arqueológicos), decorrentes do desinteresse dos seus empreendedores em promover a participação da população local na sua definição/ gestão (Vigna, 2006).

Para Schneider & Alvarenga (2013, p. 14-15), os projetos de turismo para as terras indígenas agregam uma diversidade de potenciais resultados positivos que:

> ajudam a criar e consolidar um novo segmento para o mercado nacional e internacional de turismo sustentável; melhoram a qualidade de vida para populações indígenas que buscam maneiras apropriadas de equilibrar a preservação dos seus recursos naturais e da sua cultura ancestral com a necessidade de integração com a cultura “não-indígena”; reduzem a pressão sobre ecossistemas ameaçados; proporcionam visibilidade nacional e internacional para as questões indígena e ambiental; além de oferecerem oportunidades ímpares para que a sociedade brasileira e internacional possa conhecer e vivenciar o imenso patrimônio natural e diversidade cultural da Amazônia.

Na Amazônia brasileira, como será discutido adiante, uma série de interações vem se consolidando entre os povos indígenas e o turismo, com destaque para as experiências de turismo étnico. Esse segmento tem atraído um número significativo de visitantes devido à variedade de atividades que podem ser desenvolvidas, abrangendo conceitos como ecoturismo, observação da natureza, história, línguas, tradições, gastronomia, produção artesanal e manifestações culturais. A essência do etnoturismo reside em aproveitar o potencial turístico da região, ao mesmo tempo em que promove a conscientização sobre a importância da preservação das riquezas naturais e do patrimônio cultural tradicional, reforçando a necessidade de conservação desses recursos para as gerações futuras.

As Possibilidades do Turismo no Sul da Amazonia

No histórico da visitação turística em TI e territórios dos povos indígenas, a trajetória do Estado, mais especificamente da Fundação Nacional do Índio (Funai), encontra-se com as práticas e políticas indígenas na elaboração de uma política pública regulamentária para tratar do tema. Encontro que envolveu o processo de relações entre Estado e povos indígenas, perpassando pela elaboração e o processo de implementação da Política Nacional de Gestão Territorial e Ambiental de Terras Indígenas (PNGATI) (BRASIL, 2012) e a criação da Instrução Normativa n° 3, de 11 de junho de 2015 que normatiza o turismo em TI (IN n° 03/2015/PRES/ FUNAI) (OLIVEIRA, 2021).

A proposta do Plano de Visitação visa implementar um programa de turismo, com ênfase nas atividades de etnoturismo, com a participação ativa das comunidades estabelecidas no território, do Sul na Amazonia ao longo da BR 230 Transamazônica as etnias são definidas pela Antropologia como Madeira-Tapajós, que estão localizados, cada qual, em uma área diferente e identificados geograficamente: Rio Marmelos, Rio Sepoti e Igarapé Preto. O grupo do Rio Marmelos e o do Igarapé Preto mantêm uma aliança que remonta ao período anterior ao contato com o “homem branco”, que ocorreu em meados do século XX.

A economia local é baseada na venda de castanha do Brasil, de óleo de copaíba, de farinha de mandioca e na venda de artesanatos. Além disso, alguns indígenas são contratados pela Prefeitura Municipal de Humaitá

para trabalhar como professores ou agentes de saúde. A mata é a principal provedora da vida, por meio da caça, da pesca e da coleta, e o imaginário desse povo é ligado intrinsicamente aos animais, às árvores e às entidades que nela habitam.

Com o intuito de buscar alternativas para o território, surge a possibilidade do turismo em terras indígenas como uma proposta viável. Por meio dessa iniciativa, os povos indígenas podem oferecer aos visitantes a oportunidade de vivenciar e compartilhar suas tradições, costumes e práticas culturais, permitindo a (re)valorização e a preservação de sua identidade. Além disso, essa interação promove um contato sustentável com o meio ambiente, contribuindo para a conservação da biodiversidade local e, ao mesmo tempo, estimulando o desenvolvimento econômico da região.

Vale destacar que o território em questão possui uma riqueza singular, tanto em aspectos naturais quanto culturais, constituindo um patrimônio de valor turístico inestimável. É fundamental conscientizar as pessoas de que a preservação desse patrimônio pode gerar novas oportunidades de trabalho, negócios e, consequentemente, impulsionar o desenvolvimento regional, resultando em maior qualidade de vida para toda a comunidade.

Dessa forma, a proposta consiste na elaboração de um plano para a região que prevê o recebimento de um número limitado de turistas na área destinada à atividade, um critério essencial para garantir o mínimo impacto ambiental. Por outro lado, a estratégia de promoção e comercialização adotada tem o potencial de gerar um valor socioeconômico significativamente maior do que o proporcionado pelo turismo convencional.

Como já mencionado, um dos objetivos centrais do Plano é proteger o modo de vida e a cultura das comunidades, além de contribuir para a geração de renda e a melhoria da qualidade de vida local. Isso será alcançado por meio da conservação dos recursos naturais, da proteção e da gestão sustentável do território, elementos fundamentais para o sucesso da atividade turística. Essa iniciativa pode ser classificada como turismo alternativo, uma vez que não se restringe às práticas convencionais do setor (PELEGRINI FILHO, 2000). De acordo com Bahl (2009), o turismo étnico está diretamente ligado ao turismo cultural, pois utiliza elementos sociais provenientes de um contexto espacial e do cotidiano das comunidades como atrativos turísticos, expressos por meio de sua base cultural.

De acordo com o artigo 5º da Instrução Normativa, o Plano de Visitação deve incluir: objetivos e justificativas da proposta de visitação; público-alvo, frequência prevista de visitas, número máximo de pessoas por visita e duração estimada das atividades; distribuição de responsabilidades, considerando aspectos sociais, geracionais e de gênero; parceiros envolvidos no projeto, com suas respectivas responsabilidades e atribuições; descrição das atividades oferecidas aos visitantes; delimitação do roteiro, com mapa ou croqui; condições de transporte, hospedagem, alimentação e atividades relacionadas à visitação; plano de negócios simplificado, com custos operacionais, de manutenção e monitoramento, além de previsão de receitas, lucros e investimentos; estratégia de atendimento de primeiros socorros; manual de conduta e boas práticas para visitantes e comunidade; medidas para impedir a entrada de bebidas, drogas e outros produtos ilícitos nas comunidades indígenas; estratégia de gestão de resíduos sólidos; e plano de monitoramento.

É nesse cenário que surgem modelos alternativos de desenvolvimento, muitas vezes vistos como um dilema, uma vez que toda atividade turística gera impactos nas aldeias, sejam eles positivos ou negativos. No entanto, acredita-se que o turismo, quando bem planejado, pode oferecer condições para melhorar o desempenho socioeconômico de locais que possuem potencial para seu desenvolvimento. Quando conduzido com seriedade, o turismo tem a capacidade de gerar empregos e renda para as comunidades envolvidas, contribuindo para o crescimento sustentável e a melhoria da qualidade de vida.

METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa envolveram um esforço de sistematização e contextualização das informações primárias e secundárias coletadas, seguidas de problematização, análise crítica e interpretação dos conceitos e temas investigados. A análise foi embasada na Instrução Normativa da FUNAI nº 03/2015, que estabelece os procedimentos e requisitos para a implementação de atividades tu-

rísticas em terras indígenas. Essa normativa oferece uma base legal para a implantação do turismo em terras indígenas no Brasil, definindo regras e condições para a realização de visitas, com o intuito de assegurar que tais atividades sejam conduzidas de maneira respeitosa e sustentável (FUNAI, 2015).

Quanto ao tipo de pesquisa, foi adotada a de caráter qualitativo, e Dencker (1998, p. 103) sinaliza que essas pesquisas se caracterizam pela utilização de metodologias múltiplas, sendo que as mais frequentes são a observação, a entrevista em profundidade e a análise de documentos. Buscou-se, assim, descobrir formas de contribuição que fossem evidenciadas na prática.

Sendo a pesquisa de natureza qualitativa, ela se desenvolveu por meio de técnicas de observação da realidade, em especial os mais antigos, que são os detentores de um amplo leque de informações sobre a história, a memória, os personagens e fatos do cotidiano local, nem sempre visíveis e conhecidos pelo senso comum (SILVA; BOMFIM, 2009). Nesse sentido, Dencker (1998, p. 127) ressalta "a importância das técnicas de observação, uma vez que elas permitem o registro do comportamento no instante em que este ocorre".

O planejamento de uma pesquisa, de acordo com Gil (2017, p. 65), tem como principal base a coleta de dados, por meio da pesquisa bibliográfica. A investigação é, assim, desenvolvida a partir de um material já elaborado, constituído principalmente por livros, artigos e trabalhos acadêmicos. Como assinala Schlüter:

> As fontes secundárias são constituídas por estudos apresentados em congressos, seminários, teses de doutoramento, relatórios de pesquisa, bases de dados factuais – que contêm dados numéricos e/ou concretos – e revistas científicas. Outras importantes fontes secundárias são: as histórias de vida, as biografias e as autobiografias. (SCHLÜTER, 2003, p. 73).

Nesta etapa, buscamos publicações (livros, artigos científicos, dissertações e teses) brasileiras e estrangeiras que abordassem os eixos temáticos. Para tanto, utilizou-se o acervo das bibliotecas da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Cabe destacar que a pesquisa bibliográfica foi efetuada em concomitância com o desenvolvimento de todo o estudo.

Com a finalidade de realizar uma interação do pesquisador com os atores locais, estabelecer uma relação menos formal e buscar resgatar as essências dos signos e significados que compõem seus espaços de vivência, utilizou-se a observação participante. A esse respeito, Schwartz e Schwartz assinalam que:

> Definimos observação participante como um processo pelo qual mantém-se a presença do observador numa situação social com a finalidade de realizar uma investigação científica. O observador está em relação face a face com os observados e, ao participar da vida deles no seu cenário natural, colhe dados. Assim, modificando e sendo modificado por este contexto. (SCHWARTZ E SCHWARTZ, 1995, p. 355 apud CICOUREL, 1980, p. 89).

A observação participante, neste estudo, consistiu no envolvimento do pesquisador com os sujeitos pesquisados, pois possibilitou sua integração ao objeto de pesquisa e contribuiu para a interpretação dos dados coletados em campo. De acordo com Borges (2009, p. 185), "a relação estreita com os sujeitos da pesquisa é importante para uma compreensão mais ampla dos modos pelos quais determinada sociedade ou grupo pensa e age sobre seu mundo".

Assim sendo, a escolha dessa metodologia partiu das distintas áreas do conhecimento que a incorporam em seu escopo metodológico e com a inserção do pesquisador em um grupo, "analisando-o de dentro para fora, por meio de vivências e convivências cotidianas" (BORGES, 2009, p. 186).

O trabalho de campo é a permissão formal do grupo dada ao pesquisador e significa o momento propriamente dito em que o pesquisador adquire a confiança do grupo, que os pesquisados passam a aceitar e se deixar observar por ele, que passa, por sua vez, a participar de suas vidas cotidianas (BRANDÃO, 2020).

A observação dessas ações oportunizou o entendimento das relações entre os diferentes sujeitos que compõem os territórios dos povos indígenas do sul do Amazonas, além de propiciar maior familiaridade com o grupo, o que garantiu a desinibição dos indígenas, seja nas observações ou nos processos narrativos. Esses encontros e as diferentes experiências vivenciadas possibilitaram um melhor entendimento das práticas dessa manifestação e permitiram outro olhar sobre o grupo.

Nota-se que a observação foi um recurso imprescindível para entender como ocorrem as práticas nos territórios indígenas. O que foi de extrema relevância para indicar os caminhos e os questionamentos a serem evidenciados na realização das entrevistas. “Ressalte-se que estudar fenômenos sociais, processos sociais, fatos sociais e outros do ponto de vista qualitativo corresponde a algo complexo devido às múltiplas variáveis envolvidas aí carregadas de diferentes significações, em que a subjetividade se apresenta como um traço fundamental” (SILVA, RAMIRES, 2009, p. 340).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Identificamos que a região sofre com a falta de informações turísticas estruturadas, o que dificulta a divulgação de suas potencialidades locais. Constatamos que os turistas que visitam Humaitá e os territórios indígenas, em sua maioria, tomaram conhecimento desses locais por meio de indicações de amigos, familiares ou conhecidos. Além disso, durante nossas pesquisas in loco, percebemos que a população da cidade tem pouco conhecimento sobre o que ocorre nas comunidades indígenas. A impressão que temos é que as informações disponíveis são dispersas e superficiais, com alguns indivíduos sabendo um pouco sobre cada aspecto, mas sem um entendimento claro ou abrangente. Dessa forma, as informações turísticas na região se apresentam de maneira fragmentada, comprometendo a promoção e o aproveitamento adequado dos atrativos locais

Diante desse cenário diagnosticamos que a elaboração de materiais promocionais conjuntos e a participação em eventos turísticos, medidas essenciais para ampliar o fluxo de visitantes podem aumentar o tempo de permanência deles na região, fortalecendo assim o potencial turístico local.

O planejamento e o desenvolvimento integrado do turismo no Sul do Amazonas são fundamentais para que as comunidades indígenas possam colaborar entre si, compartilhar conhecimentos, capacitar-se, dividir riscos e responsabilidades, conquistar novos mercados, reduzir custos e qualificar produtos e serviços. Essa integração tem o potencial de gerar emprego e renda para as comunidades locais em curto, médio e longo prazo. No entanto, alguns desafios precisam ser superados, como a ausência de uma agência ou operadora de turismo que articule e organize pacotes turísticos para a região, a falta de visibilidade do Sul do Amazonas no cenário turístico nacional e internacional e a carência de investimentos em divulgação para posicionar a região como um destino turístico atrativo.

Como resultado dessa integração, espera-se a otimização de recursos e ações, o que contribuirá para a melhoria da qualidade do produto turístico regional e sua promoção, gerando benefícios socioeconômicos para as populações locais. Além disso, essa abordagem permitirá identificar problemas e pontos fracos a serem corrigidos, bem como oportunidades para o desenvolvimento de novos produtos alinhados às demandas atuais, tendências do mercado e perfis de segmentos turísticos relevantes. Dessa forma, será possível fortalecer o turismo na região, tornando-a mais competitiva e sustentável.

As terras indígenas possuem grande diversidade ambiental e cultural com uma baixa oferta de equipamentos e serviços turísticos, com fragilidade em relação à mão-de-obra qualificada no destino turístico, o que influi na baixa competitividade dos produtos turísticos no mercado nacional. Dessa forma, o setor turístico da região não tem sido percebido como um setor forte pelas operadoras e agências de turismo dificultando a divulgação dos produtos turísticos junto aos seus emissores e à sociedade como um todo.

Apresentaremos os resultados do diagnóstico da situação atual e do potencial da atividade turística local, utilizando as variáveis da Análise *SWOT* — ameaças, oportunidades, forças e fraquezas —, uma vez que esses elementos influenciam diretamente o sucesso do turismo na região.

	Forças	Fraquezas
Ambiente Interno	Os indígenas acreditam que o turismo pode trazer benefícios para as aldeias; Os indígenas identificam o ingresso de divisas como o principal benefício do turismo para as aldeias; Existência de atrativos naturais que podem ser aproveitados para o ecoturismo e etnoturismo; A floresta Amazônica está preservada; A maioria dos atrativos pode ser acessado com facilidade; predisposição do Poder Público em promover o turismo na região.	Desconhecimento técnico sobre o turismo; Inexistência de ações voltadas para o conhecimento dos atrativos nas aldeias pelos moradores; Baixa oferta de operadoras/agências de turismo; Inexistência de pesquisas e indicadores sistematizados para a avaliação ambiental; Controle incipiente sobre os impactos socioambientais do turismo, por parte da administração municipal; Não há um calendário de eventos oficial e atualizado e integrado ao calendário das aldeias; Inexistência de plano de *marketing* estratégico ou operacional; Inexistência de um plano de comunicação integrada entre as partes interessadas no desenvolvimento do turismo; Faltam pesquisas sistematizadas, banco de dados e informações sobre turistas, atrativos, guias etc.;

	Oportunidades	Ameaças
Ambiente Externo	Turismo de observação de aves: grande potencial no Brasil, e as aldeias possuem esse potencial; Preocupações com as questões ambientais são crescentes no mercado turístico nacional e internacional; Crescente interesse no ecoturismo e no etnoturismo no mercado internacional; Surgimento de novas mídias de alcance nacional e internacional; Belezas naturais e natureza são considerados os principais motivos de viajem no Brasil; Existência de Programa de Promoção e Comercialização Internacional para ecoturismo e o etnoturismo; A integração entre os planos de visitação turística; Presença e atuação de instituições formadoras como SEBRAE e SENAC, universidades e ONGs na região.	Baixa qualidade dos cursos profissionalizantes; Falta de integração dos programas de capacitação profissional; Falta de dados estatísticos seguros e acessíveis para formar uma base de planejamento e gestão; Concorrência de outros destinos que apresentam melhor promoção e articulação do turismo em terras indígenas; Inexistência de metodologia consolidada de monitoramento do impacto ambiental do turismo; Falta de financiamento para o setor; Necessidade de qualificação e aprofundamento das ações de planejamento e gestão do turismo; Pouca integração com produtos turísticos regionais e baixa cooperação com outros municípios.

Fonte: Elaboração própria

A análise *SWOT* é uma ferramenta simples e eficaz, amplamente utilizada no planejamento estratégico de empresas ou, no nosso caso, das comunidades indígenas que promovem a visitação turística. Ela consiste em um diagnóstico detalhado sobre o tema em questão e o ambiente que o cerca. Como resultado, identificamos os principais fatores internos a serem aprimorados e dos aspectos externos que exigem atenção, proporcionando uma visão clara para a tomada de decisões estratégicas.

Diante disso, identificou-se a necessidade de implementar estratégias que estimulem o turismo em âmbito local, uma vez que a atividade ainda é incipiente, sem a presença de operadores turísticos e com uma oferta limitada de infraestrutura e atividades capazes de atender às demandas dos visitantes. Há uma carência significativa de informações sobre o potencial turístico da região, sobre a capacidade de ampliação da oferta para receber um número maior de turistas, sobre a geração de renda por meio do etnoturismo e sobre o perfil dos turistas que poderiam ser atraídos para a área.

Além das conclusões obtidas pela Matriz *SWOT*, observa-se que a formação de uma Rede Integrada de Turismo não será uma tarefa simples, já que nem todos os envolvidos terão clareza sobre o significado das ações propostas e a importância de trabalhar o turismo de forma colaborativa e estratégica entre as comunidades. No entanto, acredita-se que a cooperação e a solidariedade entre as aldeias serão fundamentais para o sucesso da iniciativa. Diante desse contexto, diagnosticamos algumas situações que precisam ser enfrentadas e mitigadas:

- Pouca perspectiva de crescimento imediato da atividade turística e a consequente geração de empregos;
- Falta de planejamento e integração;
- Pouco conhecimento do que existe para se fazer ou conhecer na região, dado o nível de desinformação existente;
- Impactos ambientais ocasionados pela exploração ilegal da madeira;
- Há pouca utilização do enorme potencial turístico das aldeias (cultural e natural);
- Ausência de ações de Planejamento e Gestão do Turismo pelo setor público;
- Falta de infraestrutura de acesso e de visitação turística, tais como Sinalização Turística;

As lacunas de informação mencionadas representam riscos significativos para as comunidades, que podem se organizar de forma isolada, mas não alcançar os resultados esperados caso não haja um número suficiente de turistas interessados, divulgação adequada sobre a região e seus atrativos turísticos, além de investimentos públicos e privados em infraestrutura e na qualificação da mão de obra.

Diante disso, a criação de uma Rede Integrada de Turismo no Sul do Amazonas será fundamental para consolidar o destino como uma opção conhecida e desejada, aumentando a visitação, o tempo de permanência e o gasto médio dos turistas. Por isso, a construção de uma estrutura sólida e bem organizada é essencial para garantir que todos os envolvidos tenham acesso aos produtos turísticos promovidos, fortalecendo o desenvolvimento sustentável da região.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo na região ainda é incipiente, com poucos operadores turísticos atuantes e uma oferta limitada de infraestrutura e atividades para atender às demandas dos visitantes. Há uma carência de informações sobre o potencial da atividade, a capacidade de ampliar a oferta para receber um número maior de turistas, a geração de renda por meio do etnoturismo e do turismo de pesca, além do perfil dos turistas que poderiam ser atraídos. Essas lacunas de informação representam riscos para as comunidades, que podem se organizar, mas não alcançar os resultados esperados caso não haja um número suficiente de turistas interessados ou se a mobilização social e os investimentos não gerarem os benefícios previstos.

O presente artigo não se pretendeu esgotar as discussões sobre o tema nem abordar todas as possibilidades relacionadas ao seu desenvolvimento. O que se buscou foi tratar do assunto de forma concisa, proporcionando conhecimento a destinos que estão em processo de desenvolvimento turístico, com foco em orientar as terras indígenas na ampliação e diversificação da oferta turística.

Portanto o desafio consiste em viabilizar e operacionalizar essa iniciativa é significativo. Desde a necessidade de obter apoios financeiros e institucionais até encontrar o equilíbrio entre os benefícios e os custos ambientais e culturais do empreendimento, fica claro que a tarefa não será simples. No entanto, a experiência e os avanços já alcançados no processo de planejamento, bem como a possibilidade de disseminar o aprendizado para outros territórios indígenas, são fatores motivadores. O turismo, enquanto atividade econômica que pode gerar impactos negativos, precisa ser cuidadosamente planejado para se fortalecer dentro da política indigenista, alinhado à lógica do etnodesenvolvimento e baseado nos princípios do desenvolvimento sustentável.

REFERÊNCIAS

Alfonso, M. J. P. (2003). El patrimonio cultural como opción turística. *Horizontes Antropológicos*, *9*(19), 97-116.

Amazonian Conservation Team. (2008). *Biocultural protection in the Xingu: A descriptive narrative*. ACT Brasil Edições.

Amazonian Conservation Team. (2009). *Plano de gestão etnoambiental da Terra Indígena Sete de Setembro*. ACT Brasil Edições.

Angola, A. C. (2013). Turismo entre los Wayuu, El Caso Mayapo. In *Anais do 1º Colóquio: Turismo em Terras Indígenas*. Goiânia: UFG/UFMG/UnB/UFT.

Baines, S. G. (2013). Os Tremembé da Barra do Mundaú: A reelaboração de uma identidade indígena frente a um projeto de grande escala de turismo internacional. In *Anais do 1º Colóquio: Turismo em Terras Indígenas* (pp. 1-12). Goiânia: UFG/UFMG/UnB/UFT.

Bonnemaison, J. (2002). Viagem em torno do território. In R. L. Corrêa & Z. Rosendahl (Eds.), *Geografia cultural: Um século (III)* (pp. 29-48). EdUERJ.

Corbari, S. D., Bahl, M., & Souza, S. R. (2017). Legislação indigenista e perspectivas para o turismo em terras indígenas no Brasil. *Revista de Turismo e Ambiente*, *28*(1), 53-70.

Corbari, S. D. (2017). Alternativas ao desenvolvimento, autonomia dos povos indígenas e limitações: O caso do turismo em terras indígenas. *Revista de Turismo Contemporâneo*, *5*(2), 301-322.

Coriolano, L. N. M. T., Leitão, C. S., & Vasconcelos, F. P. (2009). Turismo, cultura e desenvolvimento na escala humana. In M. L. Corrêa, S. M. Pimenta, & J. R. L. Arndt (Eds.), *Turismo, sustentabilidade e meio ambiente: Contradições e convergências* (pp. 29-48). Autêntica Editora.

Deus, J. A. S. (2010). *Geografia cultural do Brasil/etnogeografia*. Editora UFMG.

Deus, J. A. S. (2005). Linhas interpretativas e debates atuais no âmbito da geografia cultural, universal e brasileira. *Caderno de Geografia*, *15*(25), 45-59.

Deus, J. A. S. (2008). O etnoambientalismo e as novas territorialidades indígenas em curso no contexto regional da Amazônia meridional e oriental. *Caderno de Geografia*, *1*(1), 59-82.

Deus, J. A. S. (2000). Os impactos ambientais da mineração e dos garimpos. In Z. S. Reis (Ed.), *Desenvolvimento sustentável do setor mineral: Pesquisas iniciais para promover a discussão* (pp. 77-90). FASE.

Deus, J. A. S. (2011). Realidades culturais na organização do espaço: Lutas pela terra e emergência de identidades coletivas no contexto da Amazônia sul-americana e brasileira. *Geografia*, *36*(especial), 157-167.

Deus, J. A. S., & Barbosa, L. D. (2009). A geografia cultural contemporânea e os focos de tensão no mundo: Uma contribuição ao debate. *Ateliê Geográfico*, *3*(7), 63-91.

Deus, J. A. S., Barbosa, L. D., & Tubaldini, M. A. S. (2012). O papel das geociências no contexto "pós-moderno" de revalorização da cultura. In M. H. Henriques et al. (Eds.), *Para aprender com a terra: Memórias & notícias de geociências no espaço lusófono* (pp. 393-402). Imprensa da Universidade de Coimbra.

Deus, J. A. S., & Mello, M. P. (1992). A problemática espacial de setores populares da Amazônia e a questão mineral. *Boletim de Geografia Teorética*, *22*(43/44), 27-33.

Deus, J. A. S., & Mello, M. P. (1997). As questões sociais e ambientais em Rondônia e sua inserção no contexto regional e nacional. *Revista Geografia e Ensino*, *6*(1), 135-141.

Fazenda, I. (2003). *Interdisciplinaridade: Qual o sentido?* Paulus.

Franchetto, B., & Heckenberger, M. (2001). *Os povos do Alto Xingu: História & cultura*. Editora UFRJ.

Funai. (2015). *Instrução Normativa nº 03/2015, de 11 de junho de 2015*. Estabelece normas e diretrizes relativas às atividades de visitação para fins turísticos em terras indígenas.

Grünewald, R. A. (2002). A Reserva da Jaqueira: Etnodesenvolvimento e turismo. In M. Riedl et al. (Eds.), *Turismo rural: Tendências e sustentabilidade* (pp. 205-230). EDUNISC.

Grünewald, R. A. (2001). *Os índios do descobrimento: Tradição e turismo*. Contra Capa.

Grünewald, R. A. (2003). Turismo e etnicidade. *Horizontes Antropológicos*, *9* (19), 141-159.

Guimarães, R. G. (2006). Turismo em terras indígenas já é fato: Quem se arrisca. *Revista Dialogando no Turismo*, *1*(1), 15-42. http://www.rosana.unesp.br/revista/documentos/v1n1a2.pdf

Junqueira, P. (2006). Protagonismo indígena: Associações indígenas se multiplicam. In B. Ricardo & F. Ricardo (Eds.), *Povos indígenas no Brasil: 2001/2005* (pp. 659-661). Instituto Socioambiental.

Leal, R. E. S. (2009). O turismo desenvolvido em territórios indígenas sob o ponto de vista antropológico. In R. Bartholo, D. G. Sansolo, & I. Bursztyn (Eds.), *Turismo de base comunitária: Diversidade de olhares e experiências brasileiras* (pp. 240-248). Letra e Imagem.

Little, P. (2012). *Corredores etnoambientais na Amazônia Ocidental: Principais resultados do projeto Garah Itxa- 2009/2012*. IEB/Associação de Defesa Etnoambiental Kanindé.

Luíndia, A. L. (2007). *Ecoturismo indígena*. Abya-Yala.

Lustosa, Í. M. C. (2012). *Os povos indígenas e o turismo: Um olhar sobre os Tremembé e os Jenipapo-Kanindé do Ceará* (Tese de Doutorado). Universidade Federal de Goiás.

Lustosa, Í. M. C. (2010). Projetos de turismo em terras indígenas: Tremembé de Itapipoca e Jenipapo-Kanindé de Aquiraz – Ceará. *Mercator*, *9*(20), 149-162.

Lustosa, Í. M. C. (2008). Os Tremembé de Buriti e Sítio São José e o 'Nova Atlântida – Cidade Turística e Residencial': Inclusão/exclusão de povos indígenas? *Ateliê Geográfico*, *2*(5), 121-136.

Lustosa, Í. M. C., & Almeida, M. G. (2011). Os territórios emergentes de turismo e as redes de turismo comunitário: O caso da Terra Indígena do Povo Jenipapo-Kanindé, Ceará, Brasil. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *9*(3), 95-104.

Martins, C. (2006). Patrimônio cultural e identidade: Significado e sentido do lugar turístico. In C. Martins (Ed.), *Patrimônio cultural: Da memória ao sentido do lugar* (pp. 39-50). Editora Roca.

Martins, D. (2010). Suiá-Miçu, lição aprendida. *Terra da Gente*, *7*(78), 70-75.

Mindlin, B. (2006). *Diários da floresta*. Editora Terceiro Nome.

Nunes, R. G. A. (2006). *O turismo como prática social em território indígena: Uma análise comparativa entre a Reserva Indígena de Dourados – MS e a aldeia Puiwa Poho em Feliz Natal – MT* (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. http://livros01.livrosgratis.com.br/cp120114.pdf

Oliveira, C. A. F. (n.d.). Turismo no território Pataxó Barra Velha do Monte Pascoal.

Peggion, E. A. (2006). Tenharim: À margem da Transamazônica. In B. Ricardo & F. Ricardo (Eds.), *Povos indígenas no Brasil: 2001/2005* (pp. 483-484). Instituto Socioambiental.

Rosendahl, Z. (2006). Cultura, turismo e identidade. In J. B. Silva, L. C. Lima, & D. Elias (Eds.), *Panorama da geografia brasileira* (pp. 123-129). Annablume.

Scanavinno Netto, E., & Oliveira, J. A. (2008). *Amazônia/Brasil*. Amazonia.Br.

Schneider, A. H., & Alvarenga, F. (2013). Desenvolvimento de produtos turísticos em terras indígenas: Experiências participativas nas etnias Parintintin e Paiter Suruí. In *Anais do 1º Colóquio: Turismo em Terras Indígenas* (pp. 1-16). Goiânia: UFG/UFMG/UnB/UFT.

Seabra, L. (2003). Turismo sustentável: Planejamento e gestão. In S. B. Cunha & A. J. T. Guerra (Eds.), *A questão ambiental: Diferentes abordagens* (pp. 153-190). Bertrand Brasil.

Silva, V. C., Garcés, C. L. L., & Azevedo, F. F. (2013). O turismo de base comunitária como alternativa de desenvolvimento para a comunidade indígena de Las Casas/Pará – Brasil. In *Anais do 1º Colóquio: Turismo em Terras Indígenas* (pp. 1-16). Goiânia: UFG/UFMG/UnB/UFT.

Souza, C. I. (2006). Kayapó: As relações com a sociedade envolvente. In B. Ricardo & F. Ricardo (Eds.), *Povos indígenas no Brasil: 2001/2005* (pp. 501-505). Instituto Socioambiental.

Talavera, A. S. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, *9*(20), 31-57.

Thomaz, O. R. (1998). A antropologia e o mundo contemporâneo: Cultura e diversidade. In A. L. Silva & L. D. B. Grupioni (Eds.), *A temática indígena na escola: Novos subsídios para professores de 1º e 2º graus* (2ª ed., pp. 425-441). Global Editora/MEC-MARI-UNESCO.

Turner, T. (1998). Os Mebengokre Kayapó: História e mudança social: De comunidades autônomas para a coexistência interétnica. In M. C. Cunha (Ed.), *História dos índios no Brasil* (2ª ed., pp. 311-338). Companhia das Letras.

Vieira, P. H. S. (2012). *Turismo na fronteira: O caso da bacia do rio Suiá-Miçu, Querência (MT)* (Monografia de Graduação em Turismo). Universidade Federal de Minas Gerais.

Vigna, A. (2006). Em nome da natureza... *Le Monde Diplomatique*, 1-7.

TURISMO RURAL EM VALE DO SOL: POTENCIALIDADES E DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL

MARIELI ELENA MULLER[1], CLAUDIANA Y CASTRO[2], FRANCIELI ESTER MÜLLER[3]

[1] Historiadora, pós-graduada em História da Alimentação e Patrimônio Cultural, mestranda em Desenvolvimento Regional pela Universidade de Santa Cruz do Sul e agricultora familiar.
[2] Turismóloga, Mestre em Turismo e Guia de Turismo (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural).
[3] Enfermeira, mestre em Enfermagem e Doutoranda em Promoção de saúde pela Universidade de Santa Cruz do Sul.

Resumo: Este artigo tem como objetivo analisar o potencial do turismo rural no município de Vale do Sol, localizado na região do Vale do Rio Pardo, Rio Grande do Sul, Brasil. A pesquisa busca identificar as principais características, desafios e oportunidades para o desenvolvimento do turismo rural como estratégia de valorização cultural, preservação ambiental e fortalecimento da economia local. A metodologia adotada envolve revisão bibliográfica e levantamento de dados primários por meio de visitas técnicas e entrevistas com atores locais. Os resultados in- dicam que o turismo rural pode contribuir significativamente para o desenvolvimento susten- tável da região, desde que haja planejamento adequado e parcerias estratégicas entre os seto- res público e privado.

Palavras-chave: Turismo rural; Desenvolvimento local; Vale do Sol; empreendimentos turísticos; Sustentabilidade.

Introdução

O turismo rural é uma atividade que tem ganhado destaque em diversas regiões do Brasil, es- pecialmente naquelas marcadas pela presença de pequenas propriedades rurais e atividades agrícolas familiares. Esse tipo de turismo se caracteriza por proporcionar aos visitantes experi- ências ligadas ao meio rural, incluindo práticas agrícolas, vivências culturais, gastronomia tí- pica e contato direto com a natureza. Além de oferecer alternativas de lazer e recreação, o tu- rismo rural é visto como uma estratégia promissora para diversificar a economia local, fortale- cer a identidade cultural e promover o desenvolvimento sustentável. O município de Vale do Sol, localizado na região do Vale do Rio Pardo, no estado do Rio Grande do Sul, é um exemplode território com grande potencial para o desenvolvimento do turismo rural. A região é carac- terizada por suas paisagens naturais exuberantes, como montanhas, rios e cascatas, além de um patrimônio cultural rico, que inclui tradições agrícolas mantidas ao longo de gerações. A agri- cultura familiar desempenha um papel central na economia local, e o turismo rural surge como uma oportunidade de agregar valor às atividades produtivas já existentes, ampliando as fontes de renda e incentivando a preservação ambiental. Este artigo tem como objetivo analisar o po- tencial do turismo rural em Vale do Sol, considerando suas características, desafios e oportuni- dades. A pesquisa busca identificar as principais estratégias que podem ser adotadas para promover o turismo rural como ferramenta de valorização cultural, conservação ambiental e de- senvolvimento econômico. A metodologia adotada inclui revisão bibliográfica sobre o tema e levantamento de dados primários por meio de visitas técnicas e entrevistas com atores locais, como agricultores, representantes do poder público e empresários do setor turístico. Os resul- tados desta pesquisa indicam que, embora existam desafios a serem enfrentados, como a falta de infraestrutura adequada e a necessidade de capacitação dos agentes locais, o turismo rural em Vale do Sol apresenta um potencial significativo para contribuir com o desenvolvimento sustentável da região. Para que isso ocorra, é fundamental o planejamento adequado e a articulação de parcerias estratégicas entre

os setores público e privado, visando à construção de um modelo de turismo que respeite as particularidades locais e promova benefícios econômicos, sociais e ambientais.

Revisão Bibliográfica

O turismo rural é uma atividade que vem se consolidando como uma importante alter- nativa econômica para áreas rurais, especialmente em regiões com predominância agrícola. Conforme apontado por Silva e Santos (2020), essa modalidade de turismo não apenas promove a valorização cultural e ambiental das comunidades, mas também impulsiona o desenvolvi- mento econômico e social. O turismo rural se destaca por oferecer experiências autênticas e ligadas ao modo de vida rural, permitindo que visitantes interajam com o cotidiano dos agricul- tores, conheçam práticas agrícolas, degustem produtos típicos e explorem belezas naturais.

De acordo com Silva e Santos (2020), o turismo rural é um elemento relevante na busca por estratégias que possam garantir a sustentabilidade econômica e social de pequenas propri- edades rurais, especialmente diante das dificuldades enfrentadas pelo setor agrícola. Essa prá- tica turística promove a diversificação das atividades econômicas e contribui para a preservação dos costumes e saberes locais, gerando uma conexão direta entre visitantes e a cultura regional. Oliveira et al. (2019) destacam que o sucesso do turismo rural está diretamente relacionado com a articulação entre diferentes atores locais, incluindo agricultores, associações comu- nitárias, prefeituras, entidades do setor turístico e órgãos governamentais. Além disso, políticas públicas adequadas são fundamentais para a estruturação e consolidação dessa atividade. Políticas que incentivem investimentos em infraestrutura, capacitação profissional e divulgação dos atrativos turísticos são essenciais para criar um ambiente favorável ao desenvolvimento do tu- rismo rural.

No contexto do Rio Grande do Sul, Rodrigues e Silva (2021) evidenciam que o turismo rural desempenha um papel importante na valorização do patrimônio cultural e na diversifica- ção econômica de municípios predominantemente agrícolas. Em diversas regiões do estado, a prática turística vem sendo adotada como estratégia para agregar valor às propriedades rurais e garantir a permanência das famílias no campo. Além disso, o turismo rural contribui para o fortalecimento da identidade cultural das comunidades e para a preservação de práticas tradici- onais que, de outra forma, poderiam ser esquecidas.

Rodrigues e Silva (2021) também apontam que o turismo rural, quando bem estruturado e integrado às características locais, promove impactos positivos na economia regional. A ge- ração de renda adicional para os agricultores, a criação de empregos indiretos e o estímulo ao desenvolvimento de produtos artesanais são alguns dos benefícios associados a essa prática. Ao mesmo tempo, o turismo rural pode atuar como um catalisador para a conservação ambiental, especialmente em áreas onde o ecossistema natural é um dos principais atrativos turísticos.

Entretanto, é importante destacar que o desenvolvimento do turismo rural não está isento de desafios. Oliveira et al. (2019) ressaltam que, para consolidar essa prática como uma alternativa econômica sustentável, é necessário superar obstáculos relacionados à infraestrutura pre- cária, à falta de qualificação profissional e à ausência de políticas públicas consistentes. Outro ponto relevante é a necessidade de planejamento estratégico que considere as especificidades de cada localidade, respeitando a diversidade cultural e ambiental presente nas diferentes regiões rurais.

O estado do Rio Grande do Sul, por ser uma região com forte tradição agrícola e uma rica diversidade cultural, apresenta um grande potencial para o desenvolvimento do turismo rural. Regiões como a Serra Gaúcha, os vales e as áreas de colonização alemã e italiana são exemplos de lugares onde o turismo rural já se mostra consolidado, atraindo visitantes em busca de experiências autênticas e diferenciadas. Além disso, iniciativas de turismo rural que valorizam a gastronomia local, os saberes populares e o patrimônio arquitetônico vêm ganhando destaque e atraindo um público interessado em vivenciar o cotidiano rural de forma genuína.

Vale do Sol, situado na região do Vale do Rio Pardo, é um município com características únicas que favorecem o desenvolvimento do turismo rural. Suas paisagens naturais exuberantes, como cachoeiras, rios, montanhas e áreas verdes, combinam-se com uma rica herança cultural formada por descendentes de diversos

imigrantes. Essas características tornam o município um destino atrativo para visitantes interessados em conhecer o modo de vida rural, as tradições locais e a hospitalidade característica da região.

O turismo rural em Vale do Sol também se destaca como uma ferramenta relevante para a diversificação econômica e para a sucessão familiar nas propriedades rurais. Ao oferecer novas oportunidades de geração de renda, especialmente através da prestação de serviços turísticos, o turismo rural contribui para que os jovens permaneçam no campo e se interessem pela continuidade dos negócios familiares. Iniciativas como visitas guiadas, hospedagem em propriedades rurais, trilhas ecológicas, produção e venda de produtos artesanais, bem como atividades educativas, são algumas das alternativas que têm sido exploradas por empreendedores locais.

Além dos pontos turísticos já mencionados, Vale do Sol conta com um cenário propício para o desenvolvimento de empreendimentos turísticos inovadores. As pequenas propriedades podem se tornar espaços de visitação educativa, onde os turistas aprendem sobre práticas agrí- colas sustentáveis, produção orgânica e tradições culturais. Essa interação gera um sentimento de pertencimento e valorização da cultura local, contribuindo para a perpetuação do conhecimento passado de geração em geração.

O desenvolvimento do turismo rural em Vale do Sol também é um meio eficaz para promover a inclusão social e econômica das famílias rurais. A capacitação de jovens e adultos para atuar como guias turísticos, gestores de empreendimentos rurais e produtores de artesanato fortalece o vínculo com o território e contribui para a permanência das novas gerações no campo e esses cursos, formações acontecem também com a participação do Senar-RS nos municípios. O Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR-RS) desempenha um papel fundamental no desenvolvimento do turismo rural em Vale do Sol. Através de suas ações de capacitação e formação profissional, o SENAR tem contribuído significativamente para a qualifica- ção de mão de obra local, preparando os moradores para atender as demandas do setor turístico. A oferta de cursos e treinamentos sobre gestão de empreendimentos rurais, hospitalidade, e turismo sustentável tem permitido que os empreendedores da região aperfeiçoem suas atividades e se tornem mais competitivos no mercado, ao mesmo tempo em que proporcionam uma experiência de qualidade aos visitantes.

Além disso, o SENAR-RS também apoia a promoção de práticas agrícolas sustentáveis, essenciais para a preservação do meio ambiente e para a manutenção da qualidade dos produtos turísticos em Vale do Sol. As técnicas de cultivo orgânico e a gestão ambiental adotadas nas propriedades rurais contribuem para a atratividade do turismo ecológico, que vem ganhando cada vez mais espaço entre os turistas. Através de seus programas, o SENAR tem incentivado a adoção dessas práticas entre os agricultores locais, reforçando a importância de conciliar a preservação ambiental com a atividade econômica.

A inclusão social e a promoção da igualdade de oportunidades são outros aspectos trabalhados pelo SENAR no desenvolvimento do turismo rural em Vale do Sol. Através de pro- gramas voltados para a capacitação de jovens e mulheres, a instituição tem ajudado a fortalecer a base social do município. Os jovens, muitas vezes desmotivados a permanecer no campo, encontram no turismo rural uma oportunidade de se envolver em atividades que são ao mesmo tempo rentáveis e culturalmente enriquecedoras. O SENAR, com seus cursos de formação, tem sido peça chave na mudança de mentalidade da juventude rural, promovendo alternativas que incentivam a permanência no campo e a continuidade dos negócios familiares.

No que diz respeito à criação de novos produtos turísticos, o SENAR-RS tem incentivado a integração de elementos da cultura local nos pacotes oferecidos aos turistas. A produção artesanal, que inclui desde alimentos típicos até peças de artesanato, tem se tornado uma importante vertente dentro do turismo rural em Vale do Sol. O apoio técnico e gerencial oferecido pelo SENAR permite que os produtores locais aprimorem a qualidade de seus produtos, ao mesmo tempo em que preservam técnicas ancestrais, criando uma conexão única entre o pas- sado e o presente, e proporcionando aos turistas uma experiência autêntica e memorável.

Os eventos realizados em Vale do Sol têm sido fundamentais para o fortalecimento do turismo rural local, integrando capacitação, troca de experiências e profissionalização dos empreendedores. O Serviço Nacional de Aprendizagem Rural do Rio Grande do Sul (SENAR-RS) desempenhou um papel central nesse processo, oferecendo programas e seminários que contri- buíram significativamente para o desenvolvimento do setor.

Esses eventos não só fortalecem o turismo rural, mas também impulsionam a economia local, gerando novas oportunidades de negócios e ampliando o reconhecimento de Vale do Sol como destino turístico. A colaboração entre o SENAR-RS, a comunidade local e os empreendedores tem sido crucial para o sucesso dessas ações, promovendo uma visão integrada do desenvolvimento sustentável e do turismo como ferramenta de valorização do patrimônio cultural e ambiental da região.

Em 23 de agosto de 2021, foi instituído o Conselho Municipal de Turismo de Vale do Sol, por meio da Lei nº 1.763/21. A criação deste conselho visa fomentar o desenvolvimento turístico do município, promovendo a integração entre os setores público e privado, além de incentivar a participação da comunidade nas decisões relacionadas ao setor (PREFEITURA MUNICIPAL DE VALE DO SOL, 2021). A estrutura do conselho é composta por represen- tantes de diversos segmentos da sociedade, incluindo entidades governamentais, organizações não governamentais e representantes do setor produtivo local. Essa diversidade assegura que as ações e políticas públicas voltadas ao turismo reflitam as necessidades e potencialidades espe- cíficas de Vale do Sol (PREFEITURA MUNICIPAL DE VALE DO SOL, 2021).

Além do Conselho Municipal de Turismo, o município conta com a Secretaria Municipal de Agricultura, Meio Ambiente e Turismo, responsável por desenvolver atividades que valorizem as culturas tradicionais e diversifiquem a produção local. A secretaria também oferece assistência direta aos produtores rurais e urbanos, visando aprimorar a qualidade dos serviços turísticos oferecidos (PREFEITURA MUNICIPAL DE VALE DO SOL, 2021). Essas iniciativas refletem o compromisso de Vale do Sol em promover um turismo sustentável, que valorize suas riquezas naturais e culturais, ao mesmo tempo em que gera desenvolvimento econômico e social para a região (PREFEITURA MUNICIPAL DE VALE DO SOL, 2021).

Em 2022, teve início o desenvolvimento das atividades de turismo rural em Vale do Sol, RS, marcando o começo de um processo que visa explorar e valorizar as potencialidades da região. Desde então, a cidade tem se dedicado a integrar seus recursos naturais, culturais e históricos, proporcionando experiências únicas aos visitantes. Essa iniciativa tem atraído cada vez mais turistas interessados em vivenciar a vida no campo, ao mesmo tempo em que fortalece o vínculo da comunidade local com suas tradições e a preservação ambiental.

O Programa de Turismo Rural, promovido pelo SENAR-RS (Serviço de Aprendizagem Rural) em parceria com a Prefeitura de Vale do Sol, EMATER, Sindicato dos Trabalhadores Agricultores Familiares de Santa Cruz do Sul, Sinimbu, Vale do Sol e Herveiras e Sindicato dos Trabalhadores Rurais, visa impulsionar o desenvolvimento do turismo no campo. O objetivo principal é fomentar o desenvolvimento sustentável da atividade turística, identificando propriedades com características únicas e potencial para se tornarem atrativos turísticos, alinhando as habilidades dos produtores locais com as demandas do mercado de turismo rural. Além de promover a visitação nas propriedades, o programa busca criar novas oportunidades de negócio, incentivando a diversificação das fontes de renda dos produtores e a valorização do patrimônio natural e cultural da região.

O programa é estruturado em módulos, abordando aspectos essenciais do turismo rural, como gestão de propriedades, hospitalidade, ecoturismo, gastronomia rural e comercialização de produtos. Cada módulo tem como objetivo capacitar os produtores para atender às demandas do mercado turístico, ao mesmo tempo em que promove a preservação ambiental e a valoriza- ção da cultura local. A expertise do SENAR-RS, somada ao apoio das entidades locais, propor- ciona uma formação completa e contínua para os envolvidos, estimulando o crescimento sus- tentável do turismo no campo.

A implementação do programa também destaca a importância do turismo rural como ferramenta de preservação ambiental e cultural. Ao adaptar suas propriedades para receber tu- ristas de maneira sustentável, os produtores oferecem atividades como trilhas, visitas guiadas, hospedagem rural e degustações de produtos típicos, proporcionando aos visitantes uma experiência autêntica do interior do Rio Grande do Sul. Com isso, o programa contribui não apenas para a geração de emprego e renda no campo, mas também para o fortalecimento da identidade local e a promoção do turismo como motor de desenvolvimento regional (SENAR-RS, 2023). Em 12 de março de 2022, Vale do Sol realizou sua 1ª Caminhada na Natureza, organizada pelo Conselho Municipal de Turismo (Comtur). O percurso de 11,5 km atravessou a comunidade de Formosa, passando por pontos turísticos, pinguelas, propriedades rurais e casarões histó-

ricos. A caminhada teve início na Comunidade Católica São José, no centro da cidade, às 14h, e culminou com um café colonial no Salão Weiland. O evento contou com transporte gra- tuito de retorno ao centro e teve como objetivo promover a atividade física ao ar livre, além de valorizar a cultura e o turismo rural local (PREFEITURA MUNICIPAL DE VALE DO SOL, 2022).A iniciativa foi bem sucedida e, nos anos seguintes, Vale do Sol continuou a promover caminhadas na natureza, incluindo edições noturnas que atraíram a participação de centenas de pessoas. Esses eventos reforçam o compromisso da cidade em oferecer experiências que conectam os participantes com a natureza e a cultura local (PREFEITURA MUNICIPAL DE VALE DO SOL, 2023).

No dia 4 de abril de 2022, Vale do Sol realizou um encontro de sensibilização na Câmara de Vereadores para dar início ao processo de implantação do programa. Promovido pelo SENAR-RS, em parceria com a Prefeitura Municipal, Sindicato dos Trabalhadores Agricultores Familiares, Emater, Sindicato Rural e a Comissão Municipal de Turismo (Comtur O evento teve como objetivo apresentar as oportunidades oferecidas e a importância do programa para o desenvolvimento econômico local e a preservação ambiental. O projeto visa proporcionar novas alternativas de emprego, ao mesmo tempo em que fortalece a identidade cultural da comunidade (PREFEITURA MUNICIPAL DE VALE DO SOL, 2022).

Em agosto de 2022 aconteceu pelo SENAR-RS, em parceria com as prefeituras de Her- veiras e Prefeitura de Vale do Sol, além da EMATER e Sindicato dos Trabalhadores Agricultores Familiares, o Programa de Turismo Rural, sendo este desenvolvido a partir de módulos, e este se chamava 'Planejamento e implantação de pousadas e restaurantes rurais' Essa iniciativa visou identificar e implantar negócios de turismo rural ambientalmente corretos, alinhados às habilidades e vocações dos produtores e suas famílias, visando à diversificação e aumento de renda nas propriedades rurais (Prefeitura de Herveiras, 2022).

Imagem 1 – Curso de Turismo Rural. Prefeitura Municipal de Herveiras, 2022.



Disponível em: https://www.herveiras.rs.gov.br/noticias_ver.php?id_noticia=833.

Em 2023, Vale do Sol promoveu um evento significativo em homenagem ao Dia Internacional da Mulher, com a realização do "Passeio Delas". Este passeio turístico exclusivo para mulheres foi realizado na região serrana de Vale do Sol, oferecendo uma oportunidade única de explorar os pontos turísticos e as belezas naturais locais. O evento destacou-se como uma ação de integração e valorização das mulheres, além de promover o turismo rural da região. A atividade incluiu visitas a propriedades rurais, onde as participantes puderam vivenciar experiências autênticas da vida no campo, contribuindo para o fortalecimento da identidade local e da cultura regional. Esse tipo de iniciativa não só celebra a importância das mulheres, mas também fortalece o setor

turístico, criando novas oportunidades de negócios para os produtores locais, além de valorizar as tradições e o patrimônio natural de Vale do Sol. (PREFEITURA MUNI- CIPAL DE VALE DO SOL, 2023).

Esses projetos são fundamentais para o desenvolvimento do turismo rural, pois integram a comunidade e incentivam a diversificação das atividades econômicas nas propriedades rurais, criando novas fontes de renda e oportunidades de promoção da cultura local. Além disso, ativi- dades como o "Passeio Delas" contribuem para o incentivo à preservação ambiental e à valorização da história da região, estabelecendo um modelo de turismo sustentável e inclusivo.

Em dezembro de 2023, produtores rurais de diversas cidades do Rio Grande do Sul, inclusive Vale do Sol, participaram do Seminário de Turismo Rural realizado pelo SENAR-RS no CTG Estância da Serra, em Osório. O evento teve como objetivo debater o turismo no campo como uma possível fonte de renda para áreas rurais e comunidades locais, incentivando os pro- dutores a explorarem a visitação de suas propriedades como uma alternativa econômica viável (SENAR-RS, 2023).

O evento também abordou a importância da capacitação e do uso de tecnologias para melhorar a experiência do turista no meio rural, destacando a necessidade de um planejamento estratégico que envolva os produtores, as comunidades locais e os gestores públicos para o sucesso do turismo rural como modelo de desenvolvimento sustentável e geração de empregos no campo (SENAR-RS, 2023).

Em setembro de 2024, Vale do Sol sediou o 1º Seminário Regional de Paisagismo e Turismo Rural, que contou com a presença de cerca de 240 participantes de toda a região. O evento destacou a importância do paisagismo e do turismo rural, oferecendo uma programação rica em palestras, cases de sucesso e oficinas práticas, fortalecendo a rede de empreendedores e promovendo o desenvolvimento sustentável do turismo rural no município (Prefeitura de Vale do Sol, 2024).

Além do 1º Seminário Regional de Paisagismo e Turismo Rural, o município também foi palco de reuniões do Comtur (Comissão Municipal de Turismo), que discutiu as estratégias para fortalecer ainda mais o setor. Essas reuniões foram fundamentais para alinhar as ações entre as instituições locais, como a Prefeitura de Vale do Sol, a EMATER, e os sindicatos dos trabalhadores agricultores familiares, que têm desempenhado um papel central na promoção e capacitação dos produtores para o turismo rural.

No entanto, a enchente de maio de 2024, que afetou diversos municípios do Rio Grande do Sul, teve um impacto significativo em Vale do Sol, incluindo no turismo rural. A forte chuva e os danos causados pelos alagamentos resultaram em destruições de infraestrutura e comprometimento das atividades agrícolas. Muitos produtores, que estavam se preparando para receber turistas em suas propriedades, tiveram que interromper temporariamente suas atividades e, em alguns casos, até suspender as visitas agendadas. O turismo rural, que depende da oferta de atividades como trilhas, degustações e hospedagem nas propriedades, foi diretamente afetado, uma vez que a segurança e o conforto dos turistas ficaram comprometidos em algumas áreas atingidas pela enchente.

Além disso, as famílias que dependem do turismo rural como uma fonte de renda tiveram que lidar com perdas materiais, o que afetou diretamente a capacidade de muitos deles em oferecer experiências turísticas. A destruição de estradas e o alagamento de algumas proprie- dades dificultaram o acesso aos destinos turísticos, impactando o fluxo de visitantes e reduzindo as opções de atividades para o público interessado em vivenciar o campo. Embora as ações de recuperação estejam em andamento, o evento climático prejudicou a continuidade de muitos projetos e exigiu adaptações significativas no planejamento do turismo rural local.

Apesar dos desafios impostos pela enchente, as reuniões e ações realizadas pelo Comtur e outras entidades locais buscaram desenvolver estratégias para retomar as atividades o mais rápido possível, promovendo a resiliência do setor. Entre as iniciativas adotadas, foram discutidos novos modelos de turismo sustentável, capazes de se adaptar a situações adversas como as enchentes, com maior foco na preservação ambiental e na oferta de alternativas de turismo que não dependessem exclusivamente das condições climáticas.

O evento de setembro, por exemplo, serviu como uma oportunidade para refletir sobre as dificuldades enfrentadas e como o turismo rural pode ser mais inclusivo e resiliente, com foco não só nas belezas naturais, mas também na adaptação dos empreendimentos às mudanças climáticas. Além disso, as reuniões de 2024

ajudaram a reforçar a importância da cooperação entre os produtores locais, autoridades municipais e órgãos de apoio, visando a recuperação do setor e o fortalecimento das estratégias de desenvolvimento sustentável para o turismo no município.

A partir dessas discussões, ficou evidente que, para o turismo rural em Vale do Sol se manter resiliente e sustentável, é crucial diversificar as opções oferecidas aos visitantes. Isso significa integrar não apenas as belezas naturais da região, mas também valorizar suas tradições culturais e o patrimônio histórico local. Em tempos de adversidade, como a enchente de 2024, é fundamental que as atividades turísticas não dependam exclusivamente dos recursos naturais, mas também de outras riquezas que podem ser exploradas de maneira sustentável, como as práticas culturais e a história da comunidade.

Dessa forma, o evento de setembro e as reuniões de 2024 trouxeram à tona a necessidade de repensar o turismo rural como um motor de desenvolvimento econômico e social, capaz de se adaptar a novos desafios. A cooperação entre produtores locais, autoridades municipais e entidades de apoio é crucial para fortalecer as estratégias de recuperação e promover um turismo que seja, ao mesmo tempo, economicamente viável e ambientalmente responsável. O comprometimento da comunidade local, aliado a programas de capacitação como os oferecidos pelo SENAR-RS, tem sido essencial para garantir que o turismo rural em Vale do Sol continue a contribuir para o desenvolvimento sustentável do município, criando novas oportunidades de renda e preservando as identidades culturais da região.

Essa situação mostrou a importância de se pensar em alternativas turísticas diversificadas, que envolvam não apenas as atrações naturais, mas também as tradições culturais e o patrimônio histórico local, para que o turismo em Vale do Sol seja cada vez mais uma fonte de renda e de promoção da cultura rural, mesmo diante de adversidades. O comprometimento da comunidade local em reerguer a cidade e sua infraestrutura, com o suporte das entidades e dos programas de capacitação como o SENAR-RS, é essencial para que o turismo rural continue a ser um motor de desenvolvimento no município.

No dia 18 de fevereiro de 2025, Vale do Sol celebrou um importante marco para o de- senvolvimento do turismo rural no município com a formatura do curso de Turismo Rural, iniciado em 2022. O evento de entrega dos certificados foi realizado na Artisan, espaço tradicional da cidade, e contou com a presença de autoridades locais, instrutores e, claro, dos formandos, que ao longo de quase três anos de capacitação, adquiriram conhecimento técnico e prático para aplicar em suas propriedades rurais e na promoção do turismo sustentável na região.

O curso de Turismo Rural não beneficiou apenas os produtores rurais, mas também os empreendimentos turísticos locais, que aproveitaram a oportunidade para aprimorar suas práticas de gestão, hospitalidade e ecoturismo, desenvolvendo habilidades essenciais para transformar suas propriedades em destinos sustentáveis, oferecendo aos visitantes uma vivência autêntica e enriquecedora, ao mesmo tempo em que contribuem para o fortalecimento da economia local e a preservação ambiental de Vale do Sol.

Imagem 2: Formatura do curso de turismo rural em Vale do Sol, 2025.



Imagem: Bruna Lessing, 2025.

O curso foi uma parceria entre o SENAR-RS, a Prefeitura Municipal, e outras entidades locais, com o objetivo de preparar os produtores rurais para o turismo como uma fonte alternativa de renda e desenvolvimento econômico. Ao longo de sua jornada, os alunos aprenderam sobre gestão de propriedades, hospitalidade rural, ecoturismo, gastronomia típica, comercialização de produtos e preservação ambiental. A formatura representou não apenas a conclusão de um ciclo de aprendizado, mas também o fortalecimento da comunidade local, que agora conta com profissionais qualificados para promover o turismo rural de forma sustentável, preservando as tradições culturais e naturais de Vale do Sol. A entrega dos certificados, realizada com muito orgulho e emoção, simbolizou o início de uma nova fase para esses profissionais e para o município, que se prepara para se consolidar como um destino turístico de referência no Rio Grande do Sul.

A importância dos empreendimentos turísticos e pontos turísticos para Vale do Sol está no seu papel essencial no desenvolvimento econômico local e na promoção da cultura e tradição da região. Eles são fundamentais para a atração de visitantes e para gerar novas oportunidades de trabalho, além de fortalecer a identidade local.

Os empreendimentos turísticos em Vale do Sol são fundamentais para o crescimento econômico local, oferecendo uma combinação única de atrativos naturais, culturais e gastronômicos. Com um ecossistema diversificado e acolhedor, o município se tornou uma referência em turismo rural, proporcionando experiências autênticas aos visitantes e contribuindo para a valorização da cultura e do patrimônio regional. A tabela a seguir apresenta alguns dos principais pontos turísticos e empreendimentos turísticos que fazem de Vale do Sol um destino imperdível para os amantes do turismo rural.

Atrativos turísticos, culturais e gastronômicos

Tabela 1: Pontos turísticos de Vale do Sol. Disponível em: https://www.valedo- sol.rs.gov.br/Lista/3509/pontos-turisticos/1. Acesso em: 23 mar. 2025.

Atrativo	Categoria
Camping do Vale	Balneários e Campings
Recanto Arendt	Atrativos naturais, culturais e históricos
Alice no Paraíso das Flores	Atrativos naturais, culturais e históricos
Prainha de Vale do Sol	Atrativos naturais, culturais e históricos
Primeira Igreja Batista do RS	Atrativos naturais, culturais e históricos
Viaduto Francisco Alves	Monumentos
Cascata da Linha São Miguel	Balneários e campings
Poço Azul	Beleza natural
Rancho Canto das Montanhas	Atrativos naturais, culturais e históricos
Recanto da Figueira	Atrativos naturais, culturais e históricos
Cascata Plums	Beleza natural
Igreja Centenária Nossa Senhora Aparecida	Igrejas
Cabana Do Valle	Hospedagem
Sishaus Café e Sorveteria	Gastronomia
Cabana Escalada do Sol	Hospedagem
Recanto das Plataneiras	Gastronomia
Mirante da Pedra Branca	Atrativos naturais, culturais e históricos

Os empreendimentos turísticos e pontos turísticos desempenham um papel fundamental no desenvolvimento e fortalecimento do turismo rural em Vale do Sol, RS. A diversidade e a qualidade desses empreendimentos não só atraem turistas, mas também promovem uma vivên- cia autêntica da vida rural, valorizando a cultura local e as tradições da comunidade. Ao transformar propriedades rurais em destinos turísticos, esses empreendimentos oferecem uma gama de experiências que vão desde o ecoturismo até a gastronomia rural, passando por atividades de lazer e convivência com a natureza, permitindo que os visitantes se conectem de forma mais profunda com o campo.

Além disso, os pontos turísticos, fachadas de igrejas históricas, casarões antigos e outros, são essenciais para a formação do atrativo principal do destino. Eles atraem turistas interessados nas belezas naturais e no patrimônio cultural da região, sendo responsáveis por aumentar a visibilidade do município. Estes pontos, aliados a uma infraestrutura de apoio oferecida pelos empreendimentos turísticos, como hospedagem e alimentação, tornam o destino mais completo e atrativo, incentivando o turismo de longa duração.

Juntos, os empreendimentos e os pontos turísticos geram um impacto positivo na economia local, ao criar oportunidades de emprego, fomentar o comércio e estimular a preservação ambiental. Além disso, eles fortalecem a identidade cultural e a promoção de Vale do Sol como um destino turístico sustentável, contribuindo para a construção de um futuro mais próspero e dinâmico para a comunidade. O turismo rural, ao envolver esses elementos, é uma ferramenta poderosa para o desenvolvimento sustentável da região, valorizando o que há de mais autêntico e original no campo.

O SENAR-RS oferece o Programa de Turismo Rural, que visa identificar e implantar negócios de turismo rural ambientalmente corretos, aliados às habilidades e vocações dos pro- dutores e suas famílias, com o objetivo de diversificar e aumentar a renda das propriedades rurais. Produtores e trabalhadores rurais interessados em utilizar suas propriedades como espaços de lazer e entretenimento para visitantes podem procurar os Sindicatos Rurais nos municí- pios onde o programa é ofertado para saber como participar (SENAR-RS, 2024).

Essas iniciativas demonstram a importância do turismo rural como estratégia para o desenvolvimento local e a geração de oportunidades no campo. Através da capacitação, parcerias e promoção de empreendimentos locais, Vale do Sol consolida-se como um destino turístico promissor, onde a hospitalidade e a valorização da cultura local são elementos-chave para o sucesso dessa atividade econômica.

O futuro do turismo rural em Vale do Sol passa, portanto, pela continuidade das parcerias estratégicas com instituições como o SENAR-RS, que trazem capacitação, inovação e sustentabilidade para o setor. Com um planejamento integrado e ações colaborativas entre governo, produtores e entidades como o SENAR, Vale do Sol tem todos os elementos para se consolidar como um destino turístico de excelência. A chave para o sucesso está em seguir apostando na valorização do patrimônio natural e cultural, ao mesmo tempo em que se garante a qualidade de vida para a população local e o desenvolvimento sustentável do município.

A continuidade das parcerias estratégicas com instituições como o SENAR-RS será essencial para que Vale do Sol capitalize seu potencial turístico de maneira sustentável. O município, com suas características naturais e culturais singulares, está em uma posição privilegiada para se tornar um exemplo de turismo rural de excelência. A combinação de capacitação local, inovação nas práticas turísticas e o envolvimento da comunidade nas atividades desenvolvidas fortalecerá a base econômica e social da região, promovendo a permanência das novas gerações no campo e garantindo a sustentabilidade dos negócios familiares.

Portanto, com o apoio institucional adequado e o envolvimento de todos os atores locais, o turismo rural em Vale do Sol pode se consolidar como um importante vetor de desenvolvi- mento, atraindo turistas que buscam não apenas lazer, mas também uma imersão na cultura e tradições da região. A integração entre preservação ambiental, promoção cultural e oportunidades econômicas geradas pelo turismo contribuirá para a criação de um destino turístico reconhecido, que valoriza tanto os aspectos naturais quanto a identidade local.

A chave para alcançar esse futuro promissor está na valorização do patrimônio cultural e natural do município, unindo as forças locais em um planejamento estratégico de longo prazo. Vale do Sol não é apenas uma terra rica em paisagens deslumbrantes, mas um local onde as histórias e saberes das gerações passadas se entrelaçam e são transmitidos de forma autêntica aos visitantes. Isso cria uma experiência única, que aproxima o turista das raízes e costumes da comunidade local.

Assim, ao consolidar a sua identidade turística, Vale do Sol tem o potencial de se des- tacar no cenário regional e nacional. A preservação e valorização de sua cultura e natureza, aliadas ao trabalho conjunto de seus moradores, governo e instituições como o SENAR-RS, são o caminho para transformar o município em um modelo de turismo rural sustentável. Com o esforço de todos, o município pode alcançar a excelência, garantindo qualidade de vida para seus habitantes e tornando-se um destino procurado por aqueles que buscam vivenciar o rural de forma autêntica e enriquecedora.

Em suma, o futuro do turismo rural em Vale do Sol é promissor, mas sua consolidação dependerá do trabalho coletivo e da conscientização da importância de preservar o que torna o município único. A história, as tradições e a natureza de Vale do Sol são sua maior riqueza e, ao serem corretamente valorizadas e divulgadas, certamente encontrarão seu lugar de destaque no turismo rural brasileiro. Com isso em mente, este estudo sobre o turismo rural em Vale do Sol visa não apenas analisar o potencial turístico da região, mas também destacar sua importância como uma estratégia de desenvolvimento sustentável. O município, localizado no coração da região do Vale do Rio Pardo, no Rio Grande do Sul, possui um grande potencial para se consolidar como um destino turístico rural. A pesquisa identificou que, além das belezas naturais, o forte vínculo com as tradições culturais e a produção agrícola da região são elementos chave que podem atrair turistas em busca de experiências autênticas. O turismo rural, nesse contexto, emerge como uma alternativa capaz de valorizar a cultura local, preservar o patrimônio ambiental e gerar desenvolvimento econômico,

especialmente para as famílias de agricultores e pequenos empreendedores que já desempenham um papel vital na economia regional.

Entretanto, o desenvolvimento desse potencial não se dá sem desafios. A análise dos dados revelou que um dos principais obstáculos para o crescimento do turismo rural é a falta de infraestrutura adequada, tanto no que diz respeito ao transporte quanto à sinalização e ao atendimento aos visitantes. Embora o município possua belos atrativos naturais e culturais, como o Recanto das Montanhas e o Mirante da Pedra Branca, o acesso e a acessibilidade e a falta de serviços específicos para o turismo podem afastar os turistas. Além disso, a capacitação dos empreendedores locais é essencial para garantir a qualidade dos serviços oferecidos, como hospedagem e gastronomia rural. Nesse sentido, o papel das instituições de ensino e de capacitação, como o Senar e a Emater, é crucial para fornecer os conhecimentos necessários aos empreendedores, permitindo-lhes não apenas atender às necessidades dos turistas, mas também inovar em seus negócios.

Apesar desses desafios, o turismo rural em Vale do Sol apresenta inúmeras oportunidades que podem ser aproveitadas para impulsionar o desenvolvimento local. A pesquisa identi- ficou que há um grande interesse tanto por parte dos moradores quanto dos turistas em experiências que envolvem a vida no campo, o contato com a natureza e a prática de atividades rurais. Além disso, o município está estrategicamente localizado, o que facilita o acesso de turistas provenientes de diferentes regiões. Com o apoio de políticas públicas e a construção de parcerias com o setor privado, como sindicatos rurais e empresas locais, Vale do Sol pode se tornar um polo turístico competitivo, oferecendo não apenas turismo de lazer, mas também turismo pedagógico e de vivência, com atividades como trilhas ecológicas, oficinas de agricultura e gastronomia local.

Para que isso aconteça, é fundamental que o município invista em planejamento estratégico e em ações que integrem os diferentes atores envolvidos. A colaboração entre os setores público e privado é uma condição para o sucesso do turismo rural. A criação de roteiros turísticos, a melhoria da infraestrutura e a implementação de programas de qualificação para os empreendedores locais são ações essenciais que precisam ser desenvolvidas de forma contínua. Iniciativas como o Programa de Turismo Rural do Senar têm mostrado resultados positivos ao capacitar os agricultores e artesãos locais, proporcionando-lhes as ferramentas necessárias para transformar suas propriedades em atrativos turísticos, ao mesmo tempo em que fortalecem a economia local e fomentam o espírito de cooperação entre os empreendedores.

Por fim, os resultados dessa pesquisa indicam que o turismo rural pode ser uma força transformadora para Vale do Sol, promovendo o desenvolvimento sustentável da região e ao mesmo tempo contribuindo para a preservação das tradições culturais e do patrimônio ambiental. No entanto, é necessário que o processo de desenvolvimento do turismo rural seja contínuo e adaptável às mudanças e desafios do mercado turístico. As oportunidades estão claramente estabelecidas, mas é essencial que o município continue a investir na formação de redes de colaboração, no fomento a boas práticas e na oferta de produtos turísticos de qualidade, para que Vale do Sol se consolide como um destino turístico de destaque no cenário regional e nacional. O turismo rural não só poderá gerar novas oportunidades de emprego e renda para a população local, mas também se tornará um catalisador para a preservação de seu patrimônio natural e cultural, garantindo um futuro próspero e sustentável para as próximas gerações.

Procedimentos Metodológicos

Os procedimentos metodológicos adotados para a realização desta pesquisa envolvem uma abordagem qualitativa e exploratória, que combinou a revisão bibliográfica, visitas técnicas e entrevistas com diversos atores locais. A revisão bibliográfica foi fundamental para con- textualizar o estudo, oferecendo uma base teórica sobre o turismo rural, suas tendências, desa- fios e estratégias de desenvolvimento. Essa etapa permitiu identificar as melhores práticas e experiências que poderiam ser aplicadas ao contexto de Vale do Sol, além de fornecer um panorama do turismo rural no Brasil e no Rio Grande do Sul.

As visitas técnicas, realizadas em propriedades rurais, áreas de potencial turístico e em empreendimentos já em funcionamento, possibilitaram uma análise in loco das condições de infraestrutura, dos atrativos naturais

e culturais disponíveis, e das iniciativas de turismo rural em andamento. Durante essas visitas, foi possível observar as condições de acessibilidade, os serviços oferecidos e a interação entre os empreendedores locais e os turistas, o que ajudou a identificar tanto os pontos fortes quanto as áreas que demandam melhorias.

As entrevistas com moradores, gestores públicos e representantes de entidades locais, como a EMATER e o Sindicato dos Trabalhadores Agricultores Familiares, foram essenciais para compreender as perspectivas dos atores envolvidos no turismo rural e as expectativas de cada grupo. Os moradores forneceram informações sobre a percepção local do turismo, as difi- culdades enfrentadas e as oportunidades vistas no setor. Já os gestores públicos e representantes das entidades locais apresentaram suas visões sobre o desenvolvimento do turismo rural, os desafios estruturais e as possíveis estratégias para integrar o turismo ao desenvolvimento sus- tentável da região. Essas entrevistas possibilitaram uma visão ampla e detalhada sobre as ne- cessidades da comunidade, a disponibilidade de recursos e o papel de cada entidade no fortale- cimento do turismo rural.

Além disso, os dados coletados durante as visitas técnicas e as entrevistas foram analisados de forma qualitativa, buscando identificar padrões e tendências nas informações obtidas. Esse processo permitiu traçar um diagnóstico da situação atual do turismo rural em Vale do Sol e apontar as principais áreas para intervenção e investimento, como a melhoria da infraestrutura, a capacitação dos agentes locais e o fortalecimento de iniciativas sustentáveis. O levantamento de dados sobre os atrativos turísticos também foi crucial para identificar o potencial da região, apontando quais aspectos naturais e culturais podem ser mais explorados para atrair turistas de forma responsável e sustentável.

Dessa forma, a metodologia utilizada permitiu uma análise aprofundada do potencial turístico de Vale do Sol, oferecendo subsídios para o planejamento estratégico do turismo rural na região, com base nas características locais, nas necessidades da população e nas oportunidades de desenvolvimento.

Resultados e Discussão

Os resultados preliminares desta pesquisa indicam que Vale do Sol possui um enorme potencial para o desenvolvimento do turismo rural, especialmente devido ao seu cenário geográfico e cultural único. A região, situada no coração do Vale do Rio Pardo, no Rio Grande do Sul, se destaca por suas paisagens naturais deslumbrantes, que incluem montanhas, rios, casca- tas e vastas áreas de vegetação preservada. Esses atributos naturais são altamente atrativos para turistas que buscam um contato mais próximo com a natureza e desejam vivenciar experiências autênticas do meio rural. Além disso, a forte presença da agricultura familiar, aliada ao patrimônio cultural resultante das colonizações alemã e italiana, oferece elementos ricos e diversificados que podem ser explorados no turismo. Essas características culturais, como festas tradicionais, culinária típica e o artesanato local, são fundamentais para criar experiências imersivas e enriquecedoras que atraem turistas em busca de autenticidade. Assim, Vale do Sol apresenta-se como um destino promissor para aqueles que buscam não apenas a beleza natural, mas também o enriquecimento cultural, o que pode posicioná-lo como um destino turístico de interesse crescente.

No entanto, os resultados também revelaram que há desafios substanciais a serem enfrentados para que o turismo rural em Vale do Sol se consolide de maneira sustentável e economicamente viável. A falta de infraestrutura adequada é uma das principais limitações apontadas pelos entrevistados. Muitas das estradas de acesso às propriedades rurais e aos pontos turísticos mais visitados carecem de melhorias significativas, o que dificulta o fluxo de turistas e pode afetar a experiência do visitante, principalmente aqueles que dependem de deslocamentos para alcançar as atrações. A escassez de serviços de apoio, como opções de hospedagem de qualidade, transporte adequado e sinalização turística, compromete a atratividade da região como um destino turístico competitivo. Esses pontos críticos precisam ser abordados com ur- gência para garantir que a experiência do visitante seja satisfatória e que Vale do Sol consiga competir de forma eficiente com outros destinos rurais em crescimento. Portanto, é essencial que o município busque investimentos em infraestrutura, não apenas para melhorar o acesso, mas também para garantir uma oferta de serviços de qualidade, promovendo um ambiente fa- vorável ao crescimento do turismo rural.

Outro aspecto importante identificado durante a pesquisa foi a ausência de políticas públicas específicas voltadas para o turismo rural. Embora existam algumas iniciativas pontuais, como a atuação do Sindicato dos Trabalhadores Agricultores Familiares e da EMATER, a falta de uma coordenação mais eficaz entre o poder público e os empreendedores locais tem dificultado a criação de políticas de incentivo ao setor. A cidade carece de um planejamento estratégico integrado que envolva todos os atores do turismo rural, desde a capacitação da mão de obra até ações de promoção da região como destino turístico. A inexistência de incentivos governamentais, tanto no aspecto financeiro quanto no apoio técnico, limita o crescimento e a diversificação do setor, além de dificultar a implementação de projetos mais ousados que poderiam impulsionar o desenvolvimento local. Portanto, uma ação mais coordenada por parte das autoridades municipais, estaduais e federais é fundamental para criar um ambiente que favoreça o crescimento e a sustentabilidade do turismo rural em Vale do Sol.

A capacitação dos atores locais também se mostrou um ponto crucial para o sucesso do turismo rural na região. Durante as entrevistas e visitas técnicas, foi enfatizado que a formação de uma mão de obra qualificada, como guias de turismo, condutores locais e empreendedores do setor, é essencial para oferecer aos turistas uma experiência completa e informativa sobre a cultura local e as práticas agrícolas sustentáveis. A qualificação desses profissionais não só melhora a qualidade do atendimento ao visitante, mas também facilita a transmissão de conhe- cimentos sobre as tradições da região, como a produção agrícola familiar, o modo de vida rural e a preservação ambiental. Além disso, a capacitação pode incentivar a adoção de práticas empresariais sustentáveis, cada vez mais valorizadas pelos turistas que buscam destinos comprometidos com o meio ambiente. Dessa forma, a formação contínua e especializada dos envolvidos no setor de turismo rural é uma estratégia fundamental para assegurar a qualidade dos serviços e garantir que o turismo se desenvolva de forma responsável e vantajosa para a comunidade local.

Apesar das barreiras encontradas, os resultados sugerem que, com a implementação de medidas adequadas, Vale do Sol tem condições de superar os desafios e consolidar o turismo rural como uma atividade econômica relevante para a região. A promoção de parcerias entre os setores público e privado, juntamente com investimentos em infraestrutura e na capacitação da mão de obra local, são passos essenciais para transformar o município em um destino turístico de destaque. O desenvolvimento de projetos turísticos inovadores, que integrem as belezas na- turais da região com o rico patrimônio cultural e as práticas agrícolas sustentáveis, pode gerar benefícios significativos, não apenas para o setor turístico, mas também para as comunidades locais. A geração de emprego e renda, o fortalecimento da economia rural e a melhoria da qua- lidade de vida dos moradores podem ser resultados tangíveis de um turismo rural bem-sucedido. Portanto, a adoção de políticas públicas eficazes e a promoção de uma colaboração efetiva entre todos os atores envolvidos são imprescindíveis para que o turismo rural em Vale do Sol se consolide como um modelo de desenvolvimento sustentável e próspero.

Considerações Finais

O presente artigo evidencia que o turismo rural em Vale do Sol, localizado na região do Vale do Rio Pardo, Rio Grande do Sul, possui um significativo potencial para impulsionar o desenvolvimento sustentável do município. Com paisagens naturais exuberantes e um patrimônio cultural rico, resultado da preservação de tradições agrícolas transmitidas por gerações de agricultores familiares, Vale do Sol reúne características únicas que podem ser exploradas para diversificar sua economia, promover a valorização cultural e incentivar a preservação ambiental.

A análise realizada demonstrou que, embora existam desafios consideráveis a serem enfrentados, como a precariedade da infraestrutura turística e a limitada capacitação dos agentes locais, o município dispõe de condições favoráveis para desenvolver um modelo de turismo rural que promova benefícios concretos para a população. Contudo, para que isso ocorra, é imprescindível que o poder público, a iniciativa privada e a comunidade trabalhem de forma articulada, estabelecendo políticas públicas que incentivem o turismo rural, promovam investimentos estratégicos e criem condições para o desenvolvimento de atividades que valorizem o território e sua identidade cultural.

Nesse sentido, é fundamental que o município adote um planejamento estratégico integrado, que contemple não apenas a melhoria da infraestrutura e da oferta de serviços turísticos, mas também a capacitação dos agricultores e empreendedores locais para que possam atuar como protagonistas nesse processo de desenvolvimento. A criação de roteiros turísticos temáticos, experiências de imersão na vida rural e iniciativas que promovam a agricultura sustentável são algumas das estratégias que podem ser adotadas para atrair visitantes e garantir que o turismo se consolide como uma atividade econômica relevante para o município.

A parceria estabelecida entre o SENAR, a Prefeitura de Vale do Sol, a EMATER e o Sindicato dos Trabalhadores Agricultores Familiares tem se mostrado essencial para o fortalecimento do turismo rural na região. Essa colaboração, especialmente por meio dos cursos e capacitações realizadas entre os anos de 2022 e 2025, já apresenta resultados concretos com o surgimento de novos empreendimentos turísticos e o aprimoramento daqueles já existentes. Esses cursos contribuíram para qualificar os agricultores e pequenos empreendedores, preparando-os para oferecer experiências diferenciadas e de qualidade aos visitantes.

Vale do Sol conta atualmente com uma diversidade de pontos turísticos e empreendi- mentos que reforçam seu potencial no turismo rural. Entre os atrativos, destacam-se belas pai- sagens naturais, trilhas ecológicas, cascatas, áreas de lazer e propriedades rurais que oferecem atividades interativas, como vivências agrícolas e oficinas de culinária típica. Além disso, o município tem investido na criação de produtos turísticos autênticos, que valorizam a cultura local e promovem o desenvolvimento econômico das comunidades rurais.

O sucesso do turismo rural em Vale do Sol dependerá, portanto, da capacidade do município de implementar ações que conciliem crescimento econômico, preservação ambiental e valorização cultural. As parcerias entre o poder público, associações locais, agricultores familiares e empreendedores do setor turístico precisam ser fortalecidas para que as iniciativas sejam desenvolvidas de forma sustentável e colaborativa.

Finalmente, o turismo rural em Vale do Sol pode se consolidar como uma importante estratégia de desenvolvimento local, capaz de gerar emprego, renda e bem-estar para a população. Ao promover um turismo que respeite as características culturais e ambientais da região, Vale do Sol poderá se tornar uma referência no turismo rural do Rio Grande do Sul, contribuindo para a valorização do modo de vida rural e para a preservação das tradições que tornam o município um lugar único e especial.

Referências

Prefeitura de Herveiras. “Programa de Turismo Rural.” Disponível em: https://www.herveiras.rs.gov.br/noticias_ver.php?id_noticia=833. Acesso em 23 de março de 2025.

Prefeitura de Vale do Sol. “Vale do Sol recebe 1º Seminário Regional de Paisagismo e Turismo Rural.” Disponível em: https://www.valedosol.rs.gov.br/Pages/244191/vale-do-sol-recebe-1o-seminario-regional-de-paisagismo-e-turismo-rural-com--grande-parti- cipacao. Acesso em 23 de março de 2025.

Prefeitura municipal de Vale do Sol. Vale do Sol institui o Conselho Municipal de Tu- rismo. Disponível em: https://valedosol.rs.gov.br/Pages/198110/vale-do-sol-institui-o-conselho-municipal-de-turismo?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 23 mar. 2025.

Prefeitura municipal de Vale do Sol. Vale do Sol. Disponível em: https://www.valedosol.rs.gov.br/Depto/34433/34489/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 23 mar. 2025.

Prefeitura municipal de Vale do Sol. Secretaria Municipal de Agricultura, Meio Ambiente e Turismo. Disponível em: https://www.valedosol.rs.gov.br/depto/30412/30412/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 23 mar. 2025.

Prefeitura municipal de Vale do Sol. Vale do Sol promove passeio turístico em homenagem ao Dia da Mulher. Disponível em: https://www.valedosol.rs.gov.br/Pages/205468/vale-do-sol-promove-passeio-turistico- em-homenagem-ao-dia-da-mulher?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 23 mar. 2025.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VALE DO SOL. Vale do Sol promove encontro sobre o programa de turismo rural. Disponível em: https://www.valedosol.rs.gov.br/Pages/208177/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 23 mar. 2025.

SENAR-RS. “Programa de Turismo Rural.” Disponível em: https://www.senar- rs.com.br/programas-capacitacao/programa--turismo-rural. Acesso em 23 de março de 2025.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VALE DO SOL. **Primeira Caminhada na Natu- reza em Vale do Sol.** Disponível em: https://valedosol.rs.gov.br/Pages/205469. Acesso em: 23 mar. 2025.

SENAR-RS. “Seminário de Turismo Rural realizado pelo SENAR-RS.” Disponível em: https://www.senar-rs.com.br/noticias/seminario-de-turismo-rural-realizado-pelo-senar- ajuda-produtores-a-explorar-visitacao-de-propriedades-como-fonte-de--renda. Acesso em 23 de março de 2025.

SENAR-RS. Seminário de Turismo Rural realizado pelo SENAR ajuda produtores a explorar visitação de propriedades como fonte de renda. Disponível em: https://www.senar-rs.com.br/noticias/seminario-de-turismo-rural-realizado-pelo-senar-ajuda-produtores-a-explorar-visitacao-de-propriedades-como-fonte-de-renda?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 23 mar. 2025.

SENAR-RS. *Turismo Rural: Capacitação para o desenvolvimento no campo*. 2023. Disponível em: https://www.senar-rs.com.br/. Acesso em: 23 mar. 2025.

SILVA, J.; SANTOS, M. “Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável: Potenciali- dades e Desafios.” Revista Brasileira de Turismo e Desenvolvimento Rural, v. 12, n. 3, 2020.

OLIVEIRA, R. et al. “A Gestão do Turismo Rural em Áreas de Pequenas Propriedades.” Revista Desenvolvimento e Sociedade, v. 7, n. 2, 2019.

RODRIGUES, A.; SILVA, L. “Patrimônio Cultural e Turismo Rural no Rio Grande do Sul.” Revista de Cultura e Turismo, v. 5, n. 4, 2021.

UMA ABORDAGEM SOBRE AS PAISAGENS CULTURAIS QUILOMBOLAS NA COMUNIDADE DE ALTO DOS BOIS E O POTENCIAL TURÍSTICO

SIDNEY DANIEL BATISTA[1], CAROLINA MIRANDA SOARES[2]

[1] Doutor em Estudos do Lazer e UFPel
[2] Discente em Jornalismo e UFPel

Resumo: Esse trabalho tem como foco investigar as paisagens culturais na comunidade de Alto dos Bois, Angelândia, localizada no Vale do Jequitinhonha–MG. A investigação procurou desvendar os processos socioculturais vivenciados pela comunidade de Alto de Bois, Córrego do Engenho e Barra do Capão, comunidades oficialmente reconhecidas como quilombolas, pela Fundação Palmares. Pretendemos, assim, apresentar o potencial turístico no território quilombola de Alto dos Bois ressaltando as suas particularidades, bem como estratégias para o possível desenvolvimento turístico na comunidade baseado no legado étnico. O trabalho utilizou como procedimentos metodológicos, pesquisas bibliográficas e documentais, sistematização e contextualização das informações primárias e secundárias obtidas *in loco*, em seguida, realizou-se a análise e interpretação críticas dos conceitos e temas investigados, ressaltamos que neste trabalho, apresentamos alguns dados preliminares da pesquisa.

Palavras Chaves: Quilombolas, turismo, paisagem cultural

INTRODUÇÃO

A comunidade de Alto dos Bois é localizada no município de Angelândia, que está localizado no Alto Vale do Jequitinhonha, no nordeste de Minas Gerais, possuindo extensão territorial de a 185.210 km² e cerca de oito mil habitantes, de acordo com dados do IBGE (2010).

A comunidade de Alto dos Bois é definida pela Fundação Cultural Palmares como uma “Comunidade Afrodescendente Remanescente das Comunidades dos Quilombos”. Em termos históricos a fazenda transformou-se em marco histórico regional (do século XVIII), relacionado principalmente à instalação, aí, do posto policial de Alto dos Bois. Encontra-se na fazenda, um cemitério construído por portugueses cristãos e utilizado pelas comunidades existentes nas circunvizinhanças (hoje: Minas Novas, Capelinha e Turmalina).

A sede da fazenda, marco de maior destaque na paisagem, devido à sua importância histórica, arquitetônica, e também, pelo fato de ainda ser utilizada como residência pela família proprietária do terreno, congrega ainda um rico acervo patrimonial de bens e utensílios.

Figura 1: Fazenda Alto dos Bois



Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

A prefeitura de Angelândia vem buscando estabelecer parcerias com os municípios vizinhos do Alto do Jequitinhonha, através da AMAJE (Associação dos Municípios da Microrregião do Alto Jequitinhonha), para o desenvolvimento de um programa de turismo que possa contemplar os interesses do município e possibilitar que se materialize o "sonho" de reconhecimento, valorização e viabilização do Polo Turístico de Alto dos Bois, visando estabelecer o desenvolvimento da região aliando o tripé Paisagem, Turismo e as Comunidades quilombolas do Vale do Jequitinhonha.

O Turismo é uma atividade que tem no espaço seu principal objeto de consumo e prática, em que a atividade turística consiste em uma atividade humana intencional que serve de interação entre o visitante e a comunidade receptora, ou seja, uma interação cultural e social.

O turismo é uma atividade econômica, mas fundamentalmente social, pois além de divisas traz consigo pessoas. O turismo amplia os efeitos sobre as sociedades locais, podendo ser geradora de impactos positivos e/ou negativos nas esferas econômicas, socioculturais e ambientais. O Turismo pode gerar renda e emprego, auxiliando na conservação de seu meio natural, no desenvolvimento cultural, na culinária, manifestações culturais e entre outros. Entretanto, a atividade turística também pode causar impactos negativos como sazonalidade, inflação, especulação imobiliária e aumento do subemprego, sendo difícil de mensurar esses impactos na cultura, há de se entender que não é possível desenvolver turismo sem que ocorram alterações ambientais, sociais, culturais e econômicas em uma localidade.

No decorrer dos anos, o turismo foi se tornando uma importante atividade mundial, que passou a ser influenciado principalmente pelas mudanças políticas, sociais e econômicas. A evolução acerca da concepção do turismo difundiu sua importância em todo mundo, as pretensões em torno da atividade cresciam, juntamente com as expectativas de estudos voltados ao turismo.

Sendo uma atividade humana intencional que serve como meio de comunicação e interação entre os povos. O fator cultural, torna-se um forte fator de motivação capaz de oferecer um intercâmbio entre diferentes costumes e proporcionar aos envolvidos a possibilidade de conhecer e experimentar aquilo que é diferente do seu habitual.

Deste modo, a atividade abriu um leque de oportunidades e de segmentos, para atender a diversas demandas que foram sendo gerada no decorrer dos anos, esta segmentação se deu de maneira plural e maciça,

destaca-se: Turismo Cultural, Turismo de Eventos, Turismo Gastronômico, Turismo de aventura, Ecoturismo e Turismo Étnico, dentre outros que compõe e subdivide o turismo.

Dessa maneira o desenvolvimento da atividade turística em Alto dos Bois, pode propiciar a contemplação de elementos da cultura, aliado aos seus aspectos culturais, devido à experiência que a atividade turística oferece, com o intuito de preservar sua integridade.

O trabalho utilizou como procedimentos metodológicos, pesquisas bibliográficas e documentais, sistematização e contextualização das informações primárias e secundárias obtidas *in loco*, em seguida, realizou-se a análise e interpretação críticas dos conceitos e temas investigados, ressaltamos que neste trabalho, apresentamos alguns dados preliminares da pesquisa.

UM OLHAR SOBRE O ALTO DOS BOIS NO CONTEXTO ATUAL

Situado no Alto Jequitinhonha, nordeste de Minas Gerais, com uma área de 184,16 km², o município de Angelândia é um dos maiores "Parques Cafeeiros do País", com 20 milhões de covas de café e uma produção média anual de 130 mil sacas (de 60 kg) de café beneficiado. A origem da cidade relaciona-se com a doação no início dos anos 30, (do século XX), do agricultor Santos de Souza, proprietário da Fazenda "Arrependido" deu uma gleba de terras para a construção de um cemitério e uma capela num sítio geográfico que, com a chegada de comerciantes e garimpeiros, passaria a chamar-se "Vila dos Anjos", nome originário de Angelândia (PREFEITURA MUNICIPAL DE ANGELÂNDIA, 2010 a).

Angelândia faz divisa com os municípios de Capelinha, Água Boa, Malacacheta e Setubinha. Segundo dados do IBGE (2010), a população total do município totaliza 8.371 habitantes. Angelândia conta com boa rede de estradas vicinais, postos de saúde, transporte escolar para várias escolas municipais e estaduais, (com ensino de primeiro e segundo graus).

Seu clima favorável, solo fértil, altitude ideal para a cultura, fizeram de Angelândia um verdadeiro micro polo cafeeiro, com seus grãos sendo premiados nacional e internacionalmente. A vegetação no Alto dos Bois contém resquícios de mata atlântica, manchas de caatinga, passando para "cerradão", cerradinho e capoeira, no divisor de águas dos vales do Rio Doce, Mucuri e Jequitinhonha. Em 1997, iniciaram-se os trabalhos para a criação do Parque Ecológico e Cultural do Alto dos Bois, que já está aprovado no âmbito municipal, estadual e federal (PREFEITURA MUNICIPAL DE ANGELÂNDIA, 2010 b).

A criação de um parque ecológico no alto dos Bois, aprovado no âmbito Municipal, Estadual e Federal, tendo sido criada iniciado um processo junto ao IPHAN, (Processo de Tombamento nº 1476-T-2000**)**, para a caracterização do sítio como núcleo de interesse antropológico, arqueológico, arquitetônico e paisagístico. Com o parecer preliminar favorável do IPHAN e tendo se integrado ainda a Área de Preservação Ambiental (APA) Ipê Amarelo (através da lei nº 023/01):

> (...) os estudos que estamos empreendendo sobre a Fazenda Alto dos Bois apontam para sua importância como sítio significativo com vestígios, testemunhos materiais, da vida sociocultural dos diferentes grupos sociais que ali viveram especialmente os indígenas. Também a edificação é um importante elemento cultural, pois mantém seu caráter original e sua proteção implica na preservação do agenciamento antigo de casa-fazenda com os espaços e elementos típicos da vida rural no sertão mineiro. Quem observa hoje esta construção que conserva integralmente as soluções arquitetônicas originais, compreende melhor o gênero de vida do fazendeiro e sua simplicidade de morar, atendendo às exigências da vida estritamente rural. Desse modo, consideramos a Fazenda nos principais níveis culturais, bem de valor arquitetônico e etnográfico e de valor histórico-arquitetônico, comunicando em forma visíveis seu significado no sentido técnico-cultural e ao mesmo tempo, estabelecendo sua relação com a história da região (PREFEITURA MUNICIPAL DE ANGELÂNDIA, 2012 c).

A sede da fazenda em Alto dos Bois tem característica arquitetônica colonial, estando implantada em terreno com declive. A sua volumetria é simples, de um pavimento, com afastamentos em todos os lados. Sua estrutura é constituída com vedação em tijolos de adobe. A cobertura é feita em duas águas de telhas de barro do tipo “capa e bica”, cumeeira paralela à parte frontal da casa, beiral simples e coroamento frontal. O imóvel possui 22 cômodos incluindo: (salas, quartos, cozinha, dispensa e áreas de serviço). O piso é de terra batida e o edifício não possui forro. No terreno da fazenda existe um cemitério, com muros edificados em pedras justapostas (PREFEITURA MUNICIPAL DE ANGELÂNDIA, 2010c).

Figura 2: interior da Fazenda:



Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

Nas comunidades quilombolas da região de Alto dos Bois, a propósito, os moradores percebem-se como membros de uma comunidade enraizada no território pelos sentimentos, e por isso pretendemos lançar um olhar sobre o espaço vivido dessa comunidade o qual nas palavras de Buttimer é (1985, p. 228), “Corresponderia a um somatório das dimensões simbólicas, emocionais, culturais e políticas”.

E é relevante assinalar a propósito, que a identidade cultural de um grupo é construída a partir da verdade sobre o seu passado na unicidade de uma história compartilhada, e nessa perspectiva, essa identidade cultural reforça a territorialidade exercida e geralmente provoca um sentimento de proteção de um território em relação aos agentes externos, vistos como certa ameaça à identidade do grupo (CLAVAL, 2001).

A POSSÍVEL INSERÇÃO DO TURISMO NO ALTO DOS BOIS

O turismo é um fenômeno eminentemente espacial, pois sua razão de ser é a viagem a um lugar ou a diferentes paisagens e lugares. Os lugares assim se especializam em função dos serviços turísticos que geram ocupação turística ou que se “turistificam”, tornando tal atividade econômica turismo uma prática social. Vale ressaltar que o turismo enquanto fenômeno geográfico, econômico, cultural ou social vem se desenvolvendo de forma contraditória, complexa, causando impactos ora positivos, ressalta-se ora negativos as paisagens. Sua interface se dá com a cultura, com o meio ambiente, com a cidade e o campo, com o espaço, com o tempo, e daí sua interdisciplinaridade (CORIOLANO, 1998).

O Turismo tem consequentemente gerado análises, estudos e pesquisas sobre as relações que produz em consequência das viagens, além dos efeitos por ele produzidos nas populações receptoras. Pretendemos, assim, lançar um olhar turístico no território quilombola de Alto dos Bois ressaltando as suas particularidades, bem como estratégias para o possível desenvolvimento turístico na comunidade baseado no legado étnico. Parte-se do pressuposto de que a atividade turística pode potencialmente contribuir para o etndodesenvolvimento e enriquecimento da relação entre turistas e residentes, através da “sustentabilidade” cultural.

É relevante assinalar, neste sentido, adquirem cada vez maior relevância e destaque no cenário contemporâneo, conceitos e temas concernentes ao consumo de ordem cultural, às diferenças étnicas e à questão dos valores (DEUS, 2005; DEUS, BARBOSA, 2009; DEUS, BARBOSA, TUBALDINI, 2011, 2012), e consequentemente tem-se dedicado "uma atenção nova à irredutibilidade do fato cultural" (BONNEMAISON, 2002, p. 86). E uma das questões colocadas em pauta nesse contexto diz respeito às conexões e interfaces entre a Cultura, a Identidade e o Turismo (ROSENDAHL, 2006; TALAVERA, 2003).

Para Coriolano, Leitão e Vasconcelos (2009, p. 37), por sua vez, a tendência de aproximação do diálogo entre os campos da Cultura e Turismo é:

> Fruto das sociedades ditas pós-modernas ou pós-industriais, as quais produzem novas representações sociais menos marcadas pelas imagens mercadológicas e mais voltadas aos valores culturais, às identidades, aos sentimentos de pertença, ao poder dos mitos e à carga de simbolismo dos indivíduos e das comunidades consideradas destinos turísticos. A nova mentalidade compreende a atividade turística como rica e diversa cadeia simbólica capaz de reinventar territórios, criar novas sociabilidades e estabelecer novas solidariedades.

Outros autores têm discutido as interdigitações hoje estabelecidas entre as dimensões do Turismo, da "Sustentabilidade" e do Meio Ambiente (GRÜNEWALD, 2002; SEABRA, 2003). Scannavino Netto e Oliveira (2008) identificam, por exemplo, nas práticas ecoturísticas uma oportunidade para o desenvolvimento "sustentável", embora outros autores, a exemplo de Vigna (2006) alertem para as contradições inerentes aos projetos "ecoturísticos" (visando o aproveitamento de terras indígenas, áreas quilombolas, sítios arqueológicos etc.), decorrentes muitas vezes do desinteresse dos seus empreendedores em promover a participação da população local na sua definição/ gestão.

Segundo Boullón (1990) colocando o Sujeito à frente da atividade turística aponta para as expectativas do mesmo em relação ao produto turístico, e explica que em razão da perecibilidade do produto turístico e à não fidelidade do turista a esse, seria gerada uma oferta quase inesgotável de produtos e atrativos ao redor do mundo, para atender às mais variadas demandas. Dentro desse entendimento e da reflexão que o mesmo autor faz quanto à receptividade do turista em relação ao novo em suas viagens, o turismo étnico figuraria como uma tendência com forte apelo de atração.

O turismo étnico ou o turismo baseado no legado étnico vem se afirmando, assim, como uma alternativa frente ao turismo massificado (no qual predomina o consumo desenfreado dos lugares e das paisagens culturais locais). Sob o paradigma da diversidade cultural e da plurietnicidade, os turistas culturais apresentam-se, nesse contexto, como grupos de consumidores interessados na vivência cultural no âmbito de comunidades remanescentes de etnias específicas, ou naquelas em que predomina a representação do legado cultural herdado ao longo de processos históricos e sociais e reinterpretado no presente sob novas significações (SILVA, CARVALHO, 2010).

De acordo com a Organização Mundial de Turismo – OMT (2003, p. 168), o turismo étnico "seria aquele voltado para as tradições e estilo de vida de um grupo e utilizado, principalmente, para destacar o turismo nas comunidades ou enclaves específicos, em processo de desenvolvimento". Nesse contexto, a vivência dos turistas na comunidade, poderia contribuir para o fortalecimento das identidades e para a revalorização da(s) cultura(s) local(is).

Já o Ministério do Turismo (BRASIL, 2006, p. 13), define "o turismo étnico como a vivência de experiências autênticas e o contato direto com os modos de vida e a identidade dos grupos étnicos". Ele consistiria, portanto, na busca pela interação e integração dos turistas com o cotidiano de comunidades que apresentam determinadas características sociais, econômicas, além de tradições culturais baseadas num forte sentido de territorialidade. Objetivo deste tipo de turismo seria maior busca pelo conhecimento e aprendizado intercultural.

Assim sendo os produtos culturais étnicos podem ser variados: obras arquitetônicas; festividades; idiomas e/ou expressões; trajes típicos; grupos artísticos de música e dança; gastronomia; tradições orais; religiosidade; literatura e tantos outros que facultam exprimir significância cultural para determinado povo e/ou demarcar

suas fronteiras (étnicas/ culturais) demonstrando sua presença. Esses produtos têm despertado interesse turístico pela atração que podem exercer na demanda interessada em Cultura (CARDOZO, 2006).

Grünewald (2003), falando sobre as atividades e os grupos étnicos, explica que essas podem, inclusive, ter seu valor para o posicionamento desses no mundo globalizado, pois as comunidades étnicas poderiam fazer uso do turismo para falar de si para o mundo.

O segmento do turismo étnico baseia-se em experiências identificadas e percebidas como autênticas, tanto por parte da demanda turística, quanto por parte das comunidades receptoras ao revigorar o patrimônio cultural relacionando-o ao presente, o que oportuniza a comunidade um meio de aprendizado sobre a sua própria trajetória cultural, destacando as características históricas e culturais dos territórios étnicos, ressaltando desse modo, a importância dos referenciais culturais para o revigoramento ou fortalecimento das identidades na busca do etnodesenvolvimento (SILVA, CARVALHO, 2010).

Ressaltamos que com o crescimento do turismo, começou a haver uma maior preocupação das pessoas com os impactos que a atividade pode causar e com a possibilidade dela ser desenvolvida, de forma mais "sustentável", tanto em termos do ambiente natural, como das paisagens culturais.

Sendo o turismo um sistema aberto que influencia e é influenciado por outros sistemas, torna-se importante a ele se criar uma nova dinâmica para a atividade turística, em que sejam incorporadas as transformações exigidas pela sociedade, configurando uma atividade turística que se contrapõe ao turismo convencional, por procurar adotar princípios éticos e humanitários, respeitando a existência de um povo, seus patrimônios cultural e natural, visando à melhoria da qualidade de vida da população, ou pelo ao menos buscar uma aproximação com tais postulações e paradigmas.

É neste contexto que emergem os modelos alternativos para o desenvolvimento do turismo, percebidos como formas de desenvolvimento antagônicas ao modelo tradicional de turismo de massas, por poderem propiciar a inclusão social, com implantação ou incentivo à criação de empreendimentos locais que adotem uma visão própria de exploração consciente e "sustentável" voltada aos interesses da escala humana e local.

De acordo com Marconi & Barreto (2004), a promoção da inclusão social por meio do turismo, só é possível mediante a existência de condições dignas para as comunidades locais; mas para tal a necessário à criação de parcerias entre os empresários do setor e o poder público, (que deveria se preocupar com a melhoria da qualidade de vida e com o bem-estar social da comunidade).

Ainda segundo Ricco (2009, p.226), incentivar o turismo não significa transforma-lo em uma atividade única e exclusivas nas regiões onde é desenvolvido, devido ao seu caráter sazonal. "As comunidades tradicionais precisam ser fortalecidas a fim de gerar sua própria sustentabilidade". Dessa maneira, agregando valor e reconhecimento às comunidades tradicionais, o turismo poderia se configurar não só como meio de vida, mas como veículo de valorização de sua história.

Aguiar (2007) estabelece alguns pressupostos que poderiam auxiliar no desenvolvimento da atividade, a saber: dimensionar as potencialidades internas do território; promover processos de inclusão social a partir do crescimento dos níveis de empregabilidade e de renda; promover, capacitar e treinar os recursos humanos com vistas à mobilização de suas virtualidades e habilidades para realizações empreendedoras.

Entende-se que o turismo possa desempenhar um importante papel no campo econômico, cultural e na troca social. Por isso mesmo que é de fundamental importância se conhecer as percepções e atitudes dos residentes quanto aos impactos potencialmente gerados por ele.

Dessa forma, é necessário pensar um planejamento turístico que tenha como base a participação comunitária em seus projetos e planos estratégicos. Os atores locais podem, e devem decidir que tipo de turismo e, consequentemente, que tipo de mudanças e novas configurações territoriais estariam dispostos a aceitar. E, para tanto, é preciso que a(s) comunidade(s) estejam apta(s) a fazer suas escolhas; e que conheçam, de forma crítica, os possíveis impactos e implicações decorrentes da atividade turística; e que estejam disposta(s) a trabalhar, de forma coletiva para o desenvolvimento do turismo em seu território.

Destacamos nesse sentido, que a comunidade de Alto dos Bois possui as bases para a implementação do turismo étnico, em seus territórios. Embora o turismo ainda se desenvolva numa fase embrionária, na comu-

nidade já se verifica uma rede de relações e arranjos em perspectiva no entorno da comunidade envolvendo: Prefeitura, a Amaje e o Circuito das Pedras Preciosas.

O desenvolvimento da atividade turística em Alto dos Bois poderia propiciar a contemplação de elementos da cultura, aliada ao usufruto dos seus aspectos naturais, (cachoeiras, matas, grutas...), com o intuito de preservar sua integridade físico cultural integral.

Nos trabalhos de campo foi possível identificar, na comunidade de Alto dos Bois, as potencialidades, que foram observadas *in loco* e também identificadas através dos relatos dos moradores locais. Dados que foram colhidos para serem foco de estudos técnicos e discussões sobre a comunidade e consequentemente, para o potencial aproveitamento turístico na comunidade em outros projetos. Com base em autores que tratam da inventariação da oferta turística (BENI, 2003; BOULLÓN 2002) foram também extraídas referências sobre o assunto para apresentar o potencial turístico identificado em Alto dos Bois conforme consta no Quadro1.

No presente levantamento não houve a intenção de se realizar um inventário da oferta turística, tarefa que não corresponderia aos objetivos do trabalho e dependeria de uma equipe de pesquisadores cumprindo cronograma à parte, mas, objetivou-se, sim, identificar, de forma generalizada um rol de atrativos que potencialmente pudessem ser utilizados turisticamente no Alto dos Bois e em Angelândia. Sendo assim, é que foi realizada uma listagem preliminar de sítios naturais e culturais aí localizados com potencial turístico:

Quadro 1: Identificação de Potencial Turístico na Área de Estudo

ITEM	CARACTERIZAÇÃO	POTENCIAL DA ÁREA DE ESTUDO
Atrativos naturais	Elementos da natureza, como montanhas, rios, ilhas, praias, dunas, cavernas, cachoeiras, clima, flora, fauna, entre outros.	Os córregos Fanadinho e Capão, Gruta, Cachoeira Localidade Alto dos Bois; Paisagem ao longo da estrada; APA Ipê Amarelo.
Atrativos Histórico culturais	Monumentos (arquitetura civil religiosa/ militar/ agrícolas culturas, pinturas), museus, bibliotecas, sítios históricos etc.	Fazenda Alto dos Bois, Igreja Matriz de Nossa Senhora dos Anjos Igreja Nossa Senhora Aparecida Igreja São Vicente Mercado Municipal Residência da Senhora Andrelina Cordeiro
Manifestações e usos tradicionais e populares	Práticas culturais específicas de um povo, como folclore, festas populares, artesanato, gastronomia típica etc.	Banda de Taquara
Acontecimentos programados	Eventos que concentram pessoas com interesses de ordem comercial, profissional, técnica, cultural, científica, política, religiosa, turística etc.	Festa de Santo Antônio Moreiras, Festa do Café, Cavalgada, Festa da Padroeira.

Fonte: Elaboração própria

Mesmo que esses elementos não venham efetivamente a se tornar atrativos turísticos, o seu reconhecimento pela comunidade poderia contribuir para a valorização da sua identidade cultural. Vale ressaltar, nesse sentido que:

> Não se pode afirmar que o patrimônio cultural deva ser preservado e conservado para que o turismo possa utilizá-lo como elemento de atratividade, pois a questão é muito mais abrangente, mas não se pode descartar a sua utilização como recurso de grande potencial (BAHL, 2004, p. 51).

Por fim deve-se buscar a valorização da cultura local, convergindo com a busca do turista por novas vivências por almejar contribuir no desenvolvimento destas localidades. Reafirmamos que a inserção planejada do turismo em um lugar que possui aptidão e o anseio de desenvolver tal atividade, deve ser realizada sempre de

maneira participativa, buscando mitigar os possíveis impactos negativos, além de reforçar e resgatar a identidade local.

Também remarcarmos que a implantação de projetos, deve ser ainda operacionalizada de maneira integrada, com a participação de todos os atores envolvidos, setor público, privado e comunidade local, para se promover, assim o bem-estar da comunidade e para melhorar a qualidade de vida local. Desta maneira são necessárias pesquisas básicas e aplicadas, bem como estudos que deem suporte ao planejamento do turismo.

Ressaltamos que só seria válido implementar se implementar aí, uma atividade turística caso ela viabilize a promoção de práticas interculturais por meio da interação dialógica com os visitantes, e assim, ao mesmo tempo, crie alternativas de geração de renda para a comunidade. Tal atividade poderia constituir uma alternativa viável para as comunidades, viabilizando a difusão de informações sobre os povos tradicionais, e sua relação com a Natureza, na sociedade envolvente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Destacamos que o Alto dos Bois pode desenvolver a atividade turística, baseada nos seus aspectos naturais e culturais. Como atrativo natural destaca-se as cachoeiras, grutas e paisagens verdes que favorecem a implantação de trilhas e práticas de contemplação, lazer e descanso. Ressaltam-se ainda as possibilidades de trocas culturais mediante o contato com as pessoas da comunidade e o conhecimento sobre as práticas rurais que ali se desenvolvem. Mas o que se percebe na comunidade ainda é a falta de planejamento e uma desorganização quanto o desenvolvimento do turismo, que ainda está em fase embrionária, neste caso, recomenda-se uma mobilização que os interlocutores, realização de oficinas e/ou reuniões para melhores esclarecimentos ao seu respeito dos potenciais turísticos.

Nota-se a necessidade da ordenação da atividade turística, junto a um planejamento integrado e eficaz, embasado na responsabilidade para com os recursos naturais, históricos e culturais que envolvem o meio em questão. Pois, o desenvolvimento do turismo em nível local que não seja adequadamente integrado aos processos locais pode ser desastroso. Contudo, podemos usar planejamento como um meio de introduzir o turismo em uma área de forma que ele se mescle com os elementos já existentes. Fica implícita aqui que tal introdução e mescla se façam de maneira harmoniosa e adequada, para que daí resulte uma comunidade aceitável e funcionalmente ideal, em termos tanto ecológicos quanto humanos (BUTLER, 2002).

Destacamos ainda que a paisagem pode ser interpretada como um atrativo turístico. Se corretamente interpretada, a leitura da paisagem é capaz de gerar um conjunto de materiais interpretativos que podem ser incorporados às estratégias de promoção do Vale do Jequitinhonha e mais especificamente na região do Alto dos Bois, estimulando aí uma demanda de visitantes diferenciados. Para tal, o turismo deve, contudo ser requalificado e se voltar para destacar aspectos culturais, o que inclui as pessoas e o meio ambiente. A paisagem pode abrir canais de aproximação entre os visitantes e os movimentos políticos e sociais que visam à defesa e recuperação do meio ambiente, dos costumes e cultura da população do Vale.

Parte-se do pressuposto de que a atividade turística em Alto dos Bois, pode contribuir para o etndodesenvolvimento local e para o enriquecimento da relação entre turistas e residentes por meio de um aproveitamento balizado nos princípios da sustentabilidade cultural. É necessário que todos os agentes envolvidos no processo de desenvolvimento do turismo estejam efetivamente engajados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, G. M. Turismo, desenvolvimento local e integração regional. In. SEABRA, G. Turismo de base local: identidade cultural e desenvolvimento regional. Paraíba, 2007

BAHL, M. Viagens e roteiros turísticos. Curitiba: Protexto, 2004.

BENI, Mário. Carlos. Análise estrutural do turismo. 9.ed. São Paulo: SENAC, 2003.

BONNEMAISON, J. Viagem em torno do território. In: Geografia Cultural: um século (3). Rio de Janeiro: UERJ, 2002 p. 83-131.

BOULLÓN, R. Planejamento do Espaço Turístico. Bauru/SP: EDUSC, 2002.

BRASIL, Ministério do Turismo. Turismo Cultural: Orientações básicas. Brasília. 2006.

BUTLER, Richard W. Problemas e Temas da Integração do Desenvolvimento do Turismo. In: PEARCE, Douglas G. Desenvolvimento em Turismo: Temas Contemporâneos. Douglas G. Pearce, Richard W. Butler (orgs.) / tradução de Edite Sciulli – São Paulo. Contexto, 2002.

BUTTIMER, Anne. Apreendendo o dinamismo do mundo vivido. In: CHRISTOFOLETTI, Antônio. As perspectivas da geografia. 2º Ed. São Paulo: DIFEL, 1985. p. 165-193.

CARDOZO Poliana Fabíula. Considerações preliminares sobre produto turístico étnico in Pasos. Revista de Turismo y Patrimônio Cultural. Vol. 4 Nº 2 págs. 143-152. 2006.

CHAGAS Miriam de Fátima. Reconhecimento de Direitos Face aos (Des)Dobramentos da História: Um Estudo Antropológico Sobre Territórios de Quilombos. Universidade Federal do Rio Grande do Sul Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Tese de Doutorado. Porto Alegre, 2005. 375 p.

CLAVAL Paul. O Papel da Nova Geografia Cultural na Compreensão da Geografia Humana. In ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (org.) Matrizes da Geografia Cultural. EdUERJ, Rio de Janeiro: 2001. p. 35-86.

CORIOLANO, Luzia Neide M. T.; LEITÃO, Cláudia S.; VASCONCELOS, Fábio P. Turismo, cultura e desenvolvimento na escala humana. In: CORRÊA, M. L., PIMENTA, S. M., ARNDT, J. R. L. (Org.) Turismo, sustentabilidade e meio ambiente: contradições e convergências. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009, p. 29-48.

CORIOLANO, Luzia Neide Menezes Teixeira (org). Turismo com ética. Fortaleza: UECE, 1998. 418 p

DEUS, José Antônio Souza de Linhas Interpretativas e Debates Atuais no Âmbito da Geografia Cultural, Universal e Brasileira. Caderno de Geografia, Belo Horizonte, v. 15, n. 25, p. 45-59, 2º. sem. 2005.

DEUS, José Antônio Souza; BARBOSA, Liliane de Deus. A Geografia Cultural contemporânea e os focos de tensão no mundo: uma contribuição ao debate. Ateliê Geográfico, Goiânia, v. 3, n. 7, p. 63-91, set. 2009.

DEUS, José Antônio Souza; BARBOSA, Liliane de Deus; TUBALDINI, Maria Aparecida dos Santos. O papel das Geociências no contexto “pós-moderno” de revalorização da cultura. In: HENRIQUES, M. H., ANDRADE, A. I., QUINTA-FERREIRA, M., LOPES, F. C., BARATA, M. T., PENA DOS REIS, R. & MACHADO, A. (Org.) Para aprender com a Terra- memórias & notícias de Geociências no espaço lusófono (Cap. 41). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2012, p. 393-402.

GRÜNEWALD, Rodrigo de Azevedo. A Reserva da Jaqueira: etnodesenvolvimento e turismo. In: RIEDL, M. *et. al*. (org.) Turismo rural: tendências e sustentabilidade, Santa Cruz do Sul (RS): EdUNISC, 2002, p. 205-230.

OMT. Introdução ao turismo, Organização Mundial do Turismo. São Paulo: Roca, 2001. 371 p

PREFEITURA MUNICIPAL DE ANGELÂNDIA - Dossiê de Tombamento da Fazenda Alto dos Bois. Conselho Municipal do Patrimônio Cultural de Angelândia, 2000 a, 17 p.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ANGELÂNDIA Dossiê de Tombamento Histórico. Conselho Municipal do Patrimônio Cultural de Angelândia, 2000 b, 80 p.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ANGELÂNDIA FUNDAMENTAÇÃO HISTÓRICA E CULTURAL DA SEDE DA FAZENDA ALTO DOS BOIS Secretaria Municipal de Educação, Cultura, Esporte e Lazer / Divisão de Cultura / Setor de Patrimônio Cultural. Angelândia, 2010

RICCO, A. S. Processos culturais do turismo nas representações da identidade em Vila de Itaúnas (ES). Dissertação de Mestrado – Universidade São Marcos, São Paulo, 2009.

ROSENDAHL, Zeny. Cultura, turismo e identidade. In: SILVA, J. B., LIMA, L. C., ELIAS, D. (Org.) Panorama da Geografia brasileira. São Paulo: Annablume, 2006, p. 123- 129.

SCANAVINNO NETTO, Eugênio, OLIVEIRA, José Arnaldo. Amazônia/ Brasil. São Paulo: *Amazonia.Br*, 2008

SEABRA, G. Turismo de base local: identidade cultural e desenvolvimento regional. Paraíba, 2007

Silva Rosijane Evangelista da, CARVALHO Karoliny Diniz. Turismo Étnico em comunidades quilombolas: perspectiva para o etnodesenvolvimento em Filipa (Maranhão, Brasil). In Turismo & Sociedade, Curitiba, v. 3, n. 2, p. 203-219. 2010

SILVA, Djalma Antônio da. O passeio dos quilombolas e a formação do quilombo urbano. Tese de doutorado. São Paulo: PUC, 2005

TALAVERA, Agustín Santana. Turismo cultural, culturas turísticas. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, v. 9, n. 20, p. 31-57, out. 2003.

VIGNA, Anne. Em nome da Natureza. Tradução de Marci Helaine. *Le Monde Diplomatique*, Paris, p. 1-7, jul. 2006.

A ESSÊNCIA DA HOSPITALIDADE NO TURISMO RURAL: UMA REFLEXÃO NECESSÁRIA

ROSISLENE DE FATIMA FONTANA[1] JULIANA ROSE JASPER[2]

[1] Doutora em Turismo e Hotelaria, Docente da Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Unioeste
[2] Mestre em Turismo, Doutoranda em Turismo e Hospitalidade, Docente da Universidade Federal do Pampa – Unipampa – campus Jaguarão

Resumo: Tratar da hospitalidade no turismo rural e entender sua essência para a prática de atividades que proporcionem experiências genuínas e memoráveis ao visitante torna-se fundamental para a valorização do homem do campo, seus fazeres, usos e costumes. Este ensaio tem por objetivo portanto, apresentar uma reflexão sobre a essência da hospitalidade no turismo rural, por meio de uma abordagem exploratória qualitativa e reflexiva. Como principal reflexão deste ensaio tem-se que a hospitalidade no turismo rural é uma celebração da simplicidade e da autenticidade da vida rural, desempenhando um papel fundamental na construção de experiências autênticas e inolvidáveis no turismo rural.

Palavras-chave: Hospitalidade; Turismo Rural; Hospitalidade Rural; Acolhimento; Autenticidade.

Introdução

A hospitalidade e o turismo rural são dois aspectos essenciais que se entrelaçam, proporcionando experiências únicas e enriquecedoras tanto para os visitantes quanto para os moradores locais. A combinação desses dois elementos cria um ambiente acolhedor e autêntico, permitindo que os turistas mergulhem na cultura, tradições e estilo de vida das comunidades rurais.

No turismo rural, os viajantes têm a oportunidade de escapar do ritmo agitado da vida urbana e se conectar com a natureza e a simplicidade da vida no campo. Ao mesmo tempo, a hospitalidade desempenha um papel fundamental nesse cenário, pois os moradores locais recebem os visitantes de braços abertos, compartilhando suas tradições, costumes e conhecimentos.

A hospitalidade rural vai além de simplesmente oferecer acomodações e refeições, envolvendo uma troca genuína de experiências e interações significativas entre visitantes e moradores locais. Sendo assim, este artigo tem por objetivo apresentar uma reflexão sobre a essência da hospitalidade no turismo rural.

Para melhor compreensão do leitor, este trabalho apresenta para além desta introdução, procedimentos metodológicos adotados para esta reflexão, referencial teórico abordando principalmente hospitalidade e turismo rural, as discussões acerca do tema em pauta e por fim, as considerações finais. Espera-se que ao final desta leitura a essência da hospitalidade seja o alicerce não somente para as atividades de turismo rural, mas para todos as atividades do dia a dia do leitor.

Procedimentos Metodológicos

Trata-se de um trabalho de abordagem exploratória qualitativa, buscando em materiais já tornados públicos, tanto de origem científica quanto jornalística, trazer as atividades do turismo rural, nas suas diferentes nuances e espaços (sejam eles rurais ou rurbanos) à luz da essência da hospitalidade. Busca-se uma discussão de abordagem de análise reflexiva, trazendo para o texto impressões e considerações desta autora sobre o tema abordado pois:

> O pensamento reflexivo é uma estratégia cognitiva que possibilita a compreensão mais profunda de fenômenos e processos, por meio da percepção das relações, da identificação dos elementos envolvidos, da análise e interpretação dos sentidos e significados, potencializando o processo de aprendizagem (Gasque, 2011, p. 40).

Desta forma, tem-se nesta abordagem uma forma de expressar a essência da hospitalidade no turismo rural, vindo ao encontro do objeto do presente trabalho.

A hospitalidade no contexto do turismo rural

> Tudo começa naquela soleira, naquela porta à qual se bate e que vai se abrir para um rosto desconhecido, estranho. Limite entre dois mundos, entre o exterior e o interior, o dentro e o fora, a soleira é etapa decisiva semelhante a uma iniciação. É a linha de demarcação de uma intrusão, pois a hospitalidade é intrusiva, ela comporta, querendo ou não, uma face de violência, de ruptura, de transgressão, até mesmo de hostilidade [...] (Montandon, 2011, p. 11).

"A hospitalidade é incondicional. [...] designa a obrigação de oferecer hospitalidade incondicionalmente a quem a demande. [...] torna-se uma lei não escrita [...]" (Camargo, 2011, p. 16). Suas regras de conduta nunca foram escritas, contudo as aprendemos em casa, ao longo de nossa educação formal ou informal; leis não escritas cujo mínimo deslize instaura o desconforto ou o inverso da hospitalidade, a hostilidade. Daí podermos dizer, de acordo com Mauss que "[...] toda hospitalidade é uma dádiva, um sacrifício de algo em benefício do outro, do estranho, do estrangeiro" (Camargo, 2011, p. 17). Ou ainda, a hospitalidade "[...] é concebida não apenas como uma forma essencial da interação social, mas ela pode surgir também como [...] uma das formas mais essenciais da socialização" (Montandon, 2003, p. 132), sendo "[...] entendida como uma característica fundamental, onipresente na vida humana [...]" (Lashley, 2015, p. 82).

Contudo, quando utilizar-se o termo hospitalidade para o receptivo turístico, e passamos a tratá-la como hospitalidade comercial, nos dizeres de Montandon (2003, p. 142), é um sinônimo de "[...] boa acolhida, sem envolver as turbulências que a noção mais profunda de hospitalidade implica". Já Gotman (2009 *apud* Camargo, 2011, p. 21) entende que, "[...] mesmo a hospitalidade entendida como dádiva continuando a ser a principal referência para o sistema comercial, não se trata mais da hospitalidade ancestral, gratuita, desinteressada, mas tão somente uma metáfora". Ainda, Montandon (2003, p. 142) traz que a utilização comercial do termo indica "[...] como a hospitalidade permanece uma marca, uma perspectiva e um horizonte para uma interação bem-sucedida entre os homens, quer sejam clientes, amigos ou simples estrangeiros com a mão estendida".

Diferenças entre hospitalidade em ambientes urbanos e rurais

> Esses habitantes das regiões montanhosas são pessoas felizes [...] Muitos dos vícios que causam devastações nas cidades, sobretudo nas grandes, são desconhecidos por eles. A franqueza, a sinceridade e a hospitalidade são traços fundamentais do seu caráter (Sven Nilsson *apud* Rogan, 2011, p. 179).

A hospitalidade é uma prática que varia significativamente entre ambientes urbanos e rurais, refletindo não apenas as características culturais de cada local, mas também as dinâmicas sociais e econômicas que os permeiam. Tal prática pressupõe acolhimento, o qual deve ocorrer de maneira cortês e alegre, sobretudo com eficácia, sendo que o sorriso do acolhimento expressa prazer, funcionando como uma linguagem universal entre os homens, demonstrando a felicidade aparente do ato de receber, transmitido como um gesto de hospitalidade àquele que chega (Fontana, 2010). Embora o objetivo principal da hospitalidade seja o mesmo em ambos

os contextos — acolher e proporcionar conforto aos visitantes — as abordagens e as experiências oferecidas podem ser bastante distintas, uma vez que "[...] os relacionamentos decorrentes da hospitalidade servem para consolidar estruturas de relações entre anfitrião e hóspede, tanto no campo simbólico quanto material, quer ela aconteça no ambiente urbano ou rural" (Fontana, 2010, p. 263).

Nos ambientes urbanos, a hospitalidade tende a ser mais formal e estruturada. As grandes cidades, com sua diversidade cultural e movimentação constante, oferecem uma gama de serviços que vão desde hotéis de luxo até *hostels* e plataformas de aluguel por temporada. A experiência do hóspede é muitas vezes marcada pela eficiência, com um foco na rapidez do atendimento e na disponibilidade de comodidades modernas, como tecnologia avançada e opções de entretenimento. Isto porque a "cidade hospitaleira, ao oferecer hospitalidade, deseja oferecer o que há e melhor nela e, para oferecer, é necessário conhecer suas riquezas e cultivá-las" (Montandon *apud* Grinover, 2007, p. 29). Além disso, a hospitalidade urbana frequentemente se adapta rapidamente às tendências globais, incorporando práticas de sustentabilidade e inovação nos serviços oferecidos.

Por outro lado, a hospitalidade em ambientes rurais é geralmente caracterizada por um toque mais pessoal e acolhedor pois, de acordo com Dencker (2003), a ideia da hospitalidade enquanto forma de receber o outro e conviver com as diferenças dentro dos parâmetros do respeito, tolerância e reciprocidade nos permite pensar em uma busca maior, a busca da felicidade.

A conexão com a natureza e a cultura local é enfatizada, oferecendo aos visitantes a oportunidade de vivenciar tradições regionais, gastronomia caseira e atividades que valorizam o ambiente natural. "Ao fazer uso da hospitalidade, as relações tendem a se desenvolver de forma mais harmoniosa, gerando satisfação e encantamento, principalmente por parte dos visitantes" (Fontana, 2010, p. 268). Esse tipo de hospitalidade pode incluir desde um café da manhã preparado com ingredientes locais até excursões guiadas que exploram a riqueza da paisagem e da cultura da região.

Além disso, as interações sociais em ambientes rurais tendem a ser mais comunitárias. Os habitantes locais frequentemente se envolvem na acolhida de turistas, promovendo um senso de pertencimento e troca cultural que pode ser mais difícil de encontrar em grandes cidades, onde a vida muitas vezes é mais impessoal e acelerada. "A hospitalidade, portanto, vem ao encontro da premissa de que as atividades turísticas no espaço rural pressupõem o contato e o desfrute dos diversos aspectos culturais ali presentes" (Fontana; Santos, 2021, p. 89). Sendo assim, pode- se dizer que, enquanto a hospitalidade urbana se caracteriza pela formalidade e pela adaptação às demandas de um público global, a hospitalidade rural se destaca pelo calor humano, pela personalização e pela imersão na cultura local.

O papel da hospitalidade na construção de experiências autênticas e memoráveis no turismo rural

A hospitalidade desempenha um papel fundamental na construção de experiências autênticas e memoráveis no turismo rural. Em um cenário onde os viajantes buscam cada vez mais conexões genuínas com a cultura local e a natureza, a hospitalidade se torna a ponte que liga os visitantes aos modos de vida e tradições das comunidades rurais.

A hospitalidade rural se caracteriza por um acolhimento caloroso e personalizado, sendo esse o principal atributo para o turismo rural. "Um anfitrião hospitaleiro poderá proporcionar ao hóspede o encantamento e a superação de suas expectativas criadas por intermédio da comunicação no processo de venda do produto/serviço ora usufruídos – o turismo no espaço rural" (Fontana, 2010, p. 268).

Os proprietários de pousadas, fazendas e hotéis rurais costumam ter um profundo conhecimento da região e estão dispostos a compartilhar histórias, costumes e receitas locais, proporcionando aos turistas uma imersão na cultura local. Essa interação não apenas enriquece a experiência do viajante, mas também fortalece os laços entre os moradores e os visitantes, criando um ambiente de troca e aprendizado, contribuindo para a "[...] valorização das culturas locais, o resgate da história e a preservação do meio ambiente" (Fontana, 2010, p. 269), bem como a autenticidade das experiências. Ao invés de roteiros padronizados, os

visitantes têm a oportunidade de participar de atividades típicas, como colheitas, festivais locais ou oficinas de artesanato. Essa participação ativa permite que os turistas vivenciem o cotidiano da comunidade, tornando-se parte da narrativa local. Essa autenticidade é um dos principais atrativos do turismo rural, pois oferece uma alternativa às experiências superficiais frequentemente encontradas em destinos turísticos mais convencionais. A hospitalidade também está intrinsicamente ligada ao cuidado com o meio ambiente e à sustentabilidade, de tal forma que:

> [...] para a atividade turística alcançar sucesso e condições de sustentabilidade no meio rural, é necessário que se procure preservar o desempenho das atividades agrárias nas propriedades e, ainda, envolver as áreas do entorno, as quais podem se beneficiar com a demanda turística [...]. Com isso, torna-se de vital importância que o meio rural esteja preparado para receber os turistas, cujos benefícios para o produtor e para a comunidade local podem ser inúmeros, desde que saibam desenvolver e implantar essa atividade de forma sustentável (Fontana, 2007, p. 106).

Muitos estabelecimentos rurais adotam práticas que respeitam a natureza e promovem o turismo responsável. Ao receber os turistas de forma acolhedora e consciente, esses locais não apenas preservam o patrimônio natural e cultural da região, mas também educam os visitantes sobre a importância da conservação. Essa responsabilidade compartilhada gera uma experiência mais rica e significativa, onde todos se tornam agentes de transformação.

A hospitalidade no turismo rural contribui para a criação de memórias duradouras. O calor humano, a troca de experiências e o prazer de degustar a culinária local são elementos que marcam a vivência do viajante. Quando os turistas se sentem verdadeiramente bem-vindos, eles tendem a levar consigo não apenas lembranças visuais, mas também emoções e histórias que ecoarão por muito tempo. Esses momentos especiais são o que realmente transformam uma simples viagem em uma experiência memorável.

Em suma, a hospitalidade no turismo rural é mais do que um mero serviço, "[...] cristaliza-se no movimento de preservação e melhoria dos bens, no sentimento de orgulho pelo patrimônio cultural, processo que garante, ainda, a manutenção momentânea dos bens e o melhor acolhimento ao visitante" (Bastos, 2004, p. 81), contribuindo desta forma, para proporcionar experiências autênticas e memoráveis para o visitante.

Elementos da hospitalidade no turismo rural

> À medida que viaja, o viajante se desenraiza, solta, liberta. Pode lançar-se pelos caminhos e pela imaginação. Atravessar fronteiras e dissolver barreiras, inventar diferenças e imaginar similaridades. A sua imaginação voa longe, defronta-se com o desconhecido, que pode ser exótico, surpreendente, maravilhoso, ou insólito, absurdo, terrificante. Tanto se perde como se encontra, ao mesmo tempo que se reafirma e modifica. No curso da viagem há sempre alguma transfiguração, de tal modo que aquele que parte não é nunca o mesmo que regressa (Ianni, 2000, p. 31).

A hospitalidade é um dos pilares fundamentais do turismo rural, pois vai além da simples prestação de serviços; trata-se de criar experiências memoráveis que conectam os visitantes à cultura local, à natureza e à comunidade. Neste contexto, entender os elementos da hospitalidade no turismo rural torna-se essencial para o desenvolvimento da atividade.

A 'recepção e acolhimento' como elemento da hospitalidade, diz respeito à relação entre anfitriões e hóspedes, com especial atenção dada à importância do acolhimento e da cordialidade para uma experiência bem-sucedida.

> A origem da hospitalidade surge [...] de pessoas que necessitam de abrigo e buscam calor humano [...]. A hospitalidade, como resultado de um convite, é provavelmente a inovação mais tardia da civilização [...], a expectativa de resgate do calor humano ao receber o outro é o substrato de uma ética especial, a ética da hospitalidade (Camargo, 2004, p. 30-31).

Nas relações entre anfitriões rurais e hóspedes citadinos, explicita-se que a hospitalidade no espaço rural é um importante fenômeno para a atividade turística (Cordeiro, 2013). Uma recepção calorosa, que transmita autenticidade e cordialidade, é crucial para fazer os turistas se sentirem bem-vindos. Isso pode incluir um sorriso genuíno, uma apresentação dos anfitriões e uma explicação sobre a história do lugar. O 'espaço físico' é um elemento importante da hospitalidade que deve ser levado em consideração quando a prática do turismo rural. Isto porque, o ambiente deve ser acolhedor e refletir a cultura local, com decoração que remeta às tradições da região. "[...] a hospitalidade constitui um acontecimento ético por excelência, que deve dizer respeito a todas as práticas do acolhimento e da civilidade, e que permite tornar [o espaço rural] um lugar mais humano" (Grionover, 2007, p. 33) e acolhedor. Além disso, garantir o conforto nas acomodações, com boas condições de higiene, mobiliário adequado e um ambiente tranquilo, é essencial para proporcionar uma experiência agradável pois, o espaço rural é ou não hospitaleiro "[...] em função da coexistência de três dimensões fundamentais: a acessibilidade, a legibilidade e a identidade" (Grinover, 2007, p. 123), que proporcionam a compreensão do território, seja para o habitante ou para o visitante. O patrimônio de um território, seja natural, cultural ou histórico, é reconhecido como um produto local de forte valor e, por essa razão, a sua proteção, exige o envolvimento ativo da sociedade civil, além de poderes públicos, proporcionando o seu uso socialmente adequado e equilibrado (Batista, 2007).

Sendo assim, os territórios rurais pela sua diversidade e riqueza patrimonial justificam investimento na sua preservação e valorização, enquanto reservas qualificadas para funções de aprendizagem, fruição e tempo de lazer, em complementaridade com aquelas atividades tradicionais que hoje (renovadas) são ainda viáveis e sobretudo, desejáveis (Carvalho, 2013).

As 'atividades e experiências' constituem elementos da hospitalidade na medida que o turismo rural oferece atividades que permitam aos visitantes o envolvimento com o cotidiano da vida no campo. O papel dos anfitriões é orientar e facilitar essas experiências, tornando-as memoráveis.

"Nossas festas são o movimento da agulha que serve para ligar as partes da cobertura de palha, para fazer um só teto" (Ditado da Nova Caledônia *apud* Perrot, 2011, p. 83). Manifestações culturais como festas juninas, festas em comemoração de boas colheitas, o folclore, a música, a religiosidade, o artesanato e as danças, assim como o cotidiano rural, incluindo o manejo de culturas agrícolas e pecuárias e as brincadeiras, entre outros, são alguns exemplos de como a hospitalidade se expressa no meio rural (Brasil; Carvalho, 2016).

"Em algumas culturas, a oferta de alimento delimita e concretiza o ato da hospitalidade, ainda que esse alimento seja simbólico, sob a forma de um copo com água ou do pão que se reparte em algumas culturas" (Camargo, 2003, p.15). E em se tratando de 'gastronomia' enquanto elemento da hospitalidade rural, especialmente pela ótica do patrimônio imaterial, da cultura, dos saberes, dos rituais, das tradições locais etc., "[...] estamos tocando em aspectos que são próprios das pessoas e que precisam ser tratados de forma diferenciada de um simples produto que está à venda em uma prateleira" (Martins; Costa, 2019, p. 361-362).

"A gastronomia pode estar inserida e articulada com vários tipos de turismo, porém ela é imprescindível para o desenvolvimento do turismo rural" (Stefanutti; Fontana, 2021, p. 214).

> Os saberes e fazeres (ou tradições) dos povos – especialmente através da sua dimensão patrimonial imaterial – representam uma das bases motivacionais do turismo contemporâneo [...] [onde] as produções alimentares típicas dos povos (componentes culinários) possuem lugar de destaque como objeto de contemplação, experimentação e mercantilização turística (Cabreira; Figueira, 2020, p. 74).

Comidas regionais elaboradas a partir de ingredientes locais, associadas à hospitalidade e ao serviço prestado contribuem para melhorar a experiência do turista que vivencia o turismo rural (Jones; Jenkins, 2002). Além das comidas, cenários e as atividades que envolvem a agropecuária, como a produção de queijos, geleias e vinhos atraem turistas que apresentam interesse em vivenciar experiências sensoriais e sociais em suas viagens (Souza; Dolci, 2019).

> Então aparecem nozes, figos misturados a tâmaras enrugadas, ameixas, maçãs perfumadas em largas corbelhas e uvas colhidas das vinhas de folhas de púrpura. No meio esta um branco raio de mel, mas a tudo isso se acrescenta o que é ainda melhor, rostos benévolos e uma acolhida que não exala nem a indiferença nem a pobreza (Ovídio apud Bernard-Griffiths, 2011, p. 467).

A gastronomia conectada ao turismo rural potencializa a transmissão de conhecimentos e práticas entre gerações, perpetuando elementos de identidade e memória, enquanto objeto de desejo pelo turista, sendo de extrema importância para a atividade turística desenvolvida no espaço rural (Stefanutti; Fontana, 2021).

Ainda, a hospitalidade no turismo rural deve incluir uma 'consciência ambiental' uma vez que o turismo no espaço rural contribui para proporcionar bem-estar às famílias envolvidas com a atividade, a partir do momento que passam a sentir orgulho de sua origem e entendem que a preservação de seu patrimônio é fundamental, sendo enaltecido pelo turista (Riva; Bertolini, 2017).

"Tratando-se do turismo rural, a oferta natural da localidade (ar puro, tranquilidade, recursos da flora e da fauna, atividades relacionadas à oferta aquática e agropecuária, incluindo-se as configurações regionais ligadas à topografia e clima) [...]" (Fucks; Souza, 2010, p. 101) assume papel relevante para uma oferta onde o cabe ao visitante é justamente a ruralidade, ou seja, "[...] as características inerentes ao ambiente rural com sua cultura e *modus vivendi*, a arquitetura produzida, suas paisagens e demais bens não materiais, que, embora não tenham sido produzidos especificamente para os turistas, são consumidos por eles" (Fucks; Souza, 2010, p. 101).

Sendo assim, práticas sustentáveis, como o uso de energias renováveis, a conservação de recursos hídricos e o respeito à fauna e flora locais, não apenas atraem turistas preocupados com a natureza, mas também refletem um compromisso com as futuras gerações pois, "[...] o turismo rural deve harmonizar os interesses do meio ambiente, da comunidade local e do próprio turista, de modo sustentável, garantindo a integridade do binômio homem-natureza" (Fontana, 2014, p. 19).

A 'conexão com a comunidade' é um elemento crucial da hospitalidade, pois a interação entre os visitantes e visitados deve ser genuína. Sendo a função básica da hospitalidade estabelecer um relacionamento ou promover um já estabelecido, resultando num processo de troca de produtos ou serviços, tanto materiais quanto simbólicos entre os que dão e recebem hospitalidade (Selwin, 2004), o espaço rural torna-se, desta forma, um local hospitaleiro impregnado de rituais de trocas entre os visitantes e a comunidade local. "Implica, portanto, dizer que os jeitos e trejeitos do homem do campo, suas histórias, sua cultura, seus saberes e vivência são repletos de símbolos imateriais que se traduzem na hospitalidade rural" (Fontana; Santos, 2021, p. 96).

> [...] (a) ruralidade representa um símbolo da hospitalidade por meio da apropriação de estruturas, reprodução de um modo de vida característico e das relações familiares estabelecidas. Além disso, há também a hipótese de que o turismo se apropria dos significados, do lugar e da paisagem, ressignificando valores e criando um produto, uma mercadoria que lança mão da sofisticação que atende necessidades físicas e psicológicas de visitantes e também todos os envolvidos na atividade das fazendas, cujo meio a qual se lança mão para atingir esses fins é a hospitalidade (Carvalho, 2015, p. 598).

As propriedades rurais, principalmente as pequenas, segundo Schneider (2006), possuem fatores que favorecem a atratividade turística, como conservação de processos tradicionais na produção de alimentos e modo de vida. Desta forma, a atuação no turismo rural fomenta a melhoria na qualidade de vida a partir da geração de renda e valorização cultural, em especial nas pequenas propriedades (Rossini *et al*, 2022), sendo que as tradições e costumes locais enriquecem a experiência do turista, valorizando a identidade cultural, refletindo significativamente na hospitalidade rural.

Resultados e Discussão

"Eu nunca encontrei homem tão generoso e tão pródigo em alimentar seus hóspedes que "receber não fosse recebido" nem homem tão... [falta o adjetivo] de seu bem que receber em troca lhe fosse desagradável" (Gotman, 2011, p. 73). Essa cumplicidade e entrega deve ser o cerne para uma hospitalidade rural verdadeira, cheia de significados e ressignificados, capaz de proporcionar ao visitante experiências únicas, mesmo ao revisitar o mesmo espaço.

À medida que mais visitantes procuram experiências em áreas rurais, os anfitriões se veem diante do dilema de expandir suas ofertas e serviços para atender à demanda crescente, muitas vezes à custa da qualidade do atendimento e da experiência do visitante. Essa massificação pode resultar em um ambiente em que o foco está mais na quantidade de turistas do que na qualidade das interações, desvirtuando a hospitalidade genuína que caracteriza o turismo rural.

A hospitalidade, repita-se, é um assunto entre pessoas que assumem o desafio do contato humano. Não seria arriscado dizer que ao longo da vida cotidiana, a hospitalidade surge no momento em que se passa da etiqueta-constrangimento para a etiqueta-relaxamento [...] (Camargo, 2011, p. 28). Entretanto, o "[...] desejo de hospitalidade, de ser acolhido é talvez mais poderoso [...] do que o desejo de acolher" (Véga-Ritter, 2011, p. 891), isto porque as pessoas hospitaleiras são atenciosas, mas não necessariamente hábeis para serem anfitriões e isso requer, no turismo rural, formação e capacitação destas pessoas, mantendo sua autenticidade em face a comercialização do turismo rural para então, serem capazes de atender as expectativas de visitantes havidos pela hospitalidade rural. Investir em formações que valorizem as particularidades locais e ensinem técnicas de acolhimento pode ser a chave para oferecer um serviço que não só satisfaça, mas encante os visitantes, criando uma experiência memorável e sustentável.

A autenticidade é um dos maiores atrativos do turismo rural, mas a comercialização crescente desse segmento pode ameaçar essa qualidade. À medida que as ofertas são adaptadas para atender a um público mais amplo, há o risco de que as tradições e as práticas culturais locais sejam diluídas ou até mesmo transformadas em produtos padronizados.

> A implantação da atividade turística [rural] envolve riscos que são próprios da atividade: as trocas sociais e culturais podem desencadear rupturas, em decorrência de processos de reelaboração de conteúdos simbólicos que passam a ser atribuídos aos bens pelos [produtores rurais], [sendo necessário envolver a comunidade] de forma que os moradores se tornem guardiões de seu passado [...] evitando atividades que comprometam sua conservação (Bastos, 2004, p. 77).

É essencial que os anfitriões encontrem um equilíbrio entre a comercialização de suas experiências e a preservação de suas raízes culturais. O ato de hospitalidade cristaliza-se no movimento de preservação e melhoria dos bens, no sentimento e orgulho de seu patrimônio material e imaterial, garantindo a manutenção de seus bens e melhor acolhimento ao visitante (Bastos, 2004).

Isso implica em promover atividades que respeitem a tradição local e garantam que os visitantes tenham um contato verdadeiro com a cultura e o modo de vida da comunidade, demonstrando a verdadeira hospitalidade rural.

Considerações Finais

O turismo rural tem ganhado destaque nos últimos anos, não apenas como uma forma de escapar da agitação urbana, mas também como uma oportunidade de se conectar com a natureza e as tradições locais. Nesse contexto, a hospitalidade emerge como um valor central, capaz de potencializar a experiência turística e transformar o relacionamento entre anfitriões e visitantes. Quando os proprietários de propriedades rurais acolhem os turistas com calor humano e genuíno, criam-se laços que vão além da mera transação comercial. Os visitantes se sentem parte de uma comunidade, vivenciando a cultura local de maneira autêntica e enriquecedora. Essa troca de experiências não apenas enriquece a estadia, mas também promove o respeito e a valorização das tradições e modos de vida rurais.

Entretanto, a hospitalidade no turismo rural não deve ser vista apenas como um diferencial, mas como um pilar fundamental para o desenvolvimento sustentável desse setor. É crucial que tanto os anfitriões quanto os visitantes reconheçam a importância desse valor na construção de um turismo mais responsável e consciente. Ao valorizar a hospitalidade, estamos não apenas fortalecendo as economias locais, mas também promovendo a preservação do patrimônio cultural e ambiental das comunidades rurais. Portanto, fazemos um chamado à ação: que todos os envolvidos no turismo rural – sejam proprietários, gestores, turistas ou instituições – se unam para colocar a hospitalidade no centro de suas práticas. Ao fazer isso, garantiremos que o turismo rural não apenas prospere, mas também respeite e celebre a singularidade das experiências que ele oferece.

A hospitalidade é, sem dúvida, uma das essências mais significativas do turismo rural. Em um cenário onde a natureza se encontra em sua forma mais pura e as tradições se entrelaçam com o cotidiano, a hospitalidade se destaca não apenas como um serviço, mas como uma experiência transformadora.

No turismo rural, os visitantes são convidados a mergulhar em um estilo de vida que muitas vezes é distante da agitação das cidades. Aqui, a hospitalidade vai além de oferecer um lugar para dormir ou uma refeição saborosa. Ela se manifesta na calorosa recepção dos anfitriões, que abrem suas casas e corações para compartilhar histórias, tradições e saberes. É um convite à vivência de uma cultura autêntica, onde cada interação se torna uma oportunidade de aprendizado e conexão.

Esse tipo de turismo promove o encontro entre diferentes realidades, onde o viajante não é apenas um mero espectador, mas um participante ativo da comunidade. A hospitalidade no turismo rural é um ato de generosidade que estabelece laços, promove a troca de experiências e valoriza o que é local. Os produtos da agricultura familiar, a culinária típica e as festividades regionais tornam-se, assim, meios de fortalecer a identidade cultural e, ao mesmo tempo, proporcionar uma vivência rica e memorável.

Além disso, a hospitalidade no contexto rural também se reflete na sustentabilidade onde os anfitriões, ao acolher os turistas, muitas vezes se tornam guardiões do meio ambiente e dos saberes tradicionais, integrando práticas que respeitam e preservam a natureza. Essa consciência ambiental, aliada à tradição de acolhimento, cria um ciclo virtuoso que beneficia tanto os visitantes quanto os locais.

Em suma, a hospitalidade no turismo rural é uma celebração da simplicidade e da autenticidade. Ela nos lembra que, em um mundo cada vez mais globalizado e impessoal, existem espaços onde a conexão humana e a troca cultural ainda são valorizadas. Nesse contexto, a hospitalidade se torna um alicerce fundamental, capaz de transformar uma simples viagem em uma experiência rica e significativa, que deixa marcas duradouras na memória e no coração de quem visita. A hospitalidade é o cerne do turismo rural na sua mais pura e autêntica forma de ser!

Referências

BASTOS, S. Patrimônio cultural e hospitalidade: subsídios ao planejamento turístico. In: DENCKER, A. F. M. **Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

BATISTA, R. Património e desenvolvimento rural. In: **Jornal de Animação da Rede Portuguesa Leader +**, II, 45, 2007.

BERNARD-GRIFFITHS, S. Choupana. Rusticidade e felicidade. In: MONTANDON, A. **O livro da hospitalid**ade: acolhida ao estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

BRASIL, N. S.; CARVALHO, A. N. O turismo e a hospitalidade no contexto rural: uma análise das fazendas históricas de Itu – SP. **Revista Turydes**: Turismo y Desarrollo, 20, jun., 2016.

CABREIRA, L. H. P.; FIGUEIRA, M. C. A doçaria tradicional como produto turístico: um estudo comparativo das cidades de Aveiro, Portugal, e de Pelotas, Brasil. In: FIGUEIRA, M. C.; CHIATTONE, P. V. (Org.). Turismo Patrimonial Doceiro. Pelotas: Elaboração Própria, 2020, v. 1, p. 74-125.

CAMARGO, L. O. L. Os domínios da hospitalidade. In: DENCKER, A. M. F.; BUENO, M. S. **Hospitalidade**: cenários e oportunidades. São Paulo; Thomson Learning, 2003.

CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.

CAMARGO, L. O. L. O estudo da hospitalidade. In: MONTANDON, A. **O livro da hospitalid**ade: acolhida ao estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

CARVALHO, P. **Desenvolvimento Rural**: perspectivas geográficas. Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso, EUMED, Espanha, 2013. Disponível em http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1260/index.htm (E-Book).

CARVALHO, A. N. Hospitalidade Doméstica e Comercial: desdobramentos e apropriações em fazendas históricas rurais. **Revista Turismo** - Visão e Ação, 17, 3, set./dez., 2015, p. 569-600.

CORDEIRO, D. G. D. A. S. **Hospitalidade de famílias rurais da Serra Fluminense**: olhares de anfitriões. Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento Rural, Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil, 2013.

DENCKER, A. M. F. A abordagem científica em hospitalidade. In: DENCKER, A. M. F.; BUENO, M. S. **Hospitalidade**: cenários e oportunidades. São Paulo; Thomson Learning, 2003.

FONTANA, R. F. Os desencontros da atividade turística no meio rural: Hotel Fazenda Ubatuba. **Revista Hospitalidade**. IV, n. 1, 1º sem. 2007, p. 103-122.

FONTANA, R. F. Inovação no Planejamento do Turismo e da Hospitalidade no Espaço Rural. In: SANTOS, E. O.; SOUZA, M. (Orgs.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri, SP: Manole, 2010, p. 259-273.

FONTANA, R. F. **Turismo Rural**. 1. ed. Campo Grande - MS: Portal Educação, 2014.

FONTANA, R. F.; SANTOS, J. C. V. La hospitalidad como patrimonio del turismo en el espacio rural. **Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales**, v. 1, n. 4, abril 2021, p. 86-100.

FUCKS, P. M.; SOUZA, M. Turismo no espaço rural e preservação. In: SANTOS, E. O.; SOUZA, M. (Orgs.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri, SP: Manole, 2010, p. 96-108.

GASQUE, K. C. G. D. Indicador de atividade reflexiva e teoria fundamentada: o pensamento reflexivo na busca e no uso da informação. **TransInformação**, Campinas, v. 23, n.1, p.39-49, jan./abr., 2011. Disponível em: https://www.scielo.br/j/tinf/a/dqT5FxmJQh8WjpF9KCDbPqz/?format=pdf. Acesso em 02/02/2025.

GOTMAN, A. Marcel Mauss. Uma estação sagrada da vida social. In: MONTANDON, A. **O livro da hospitalid**ade: acolhida ao estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

GRINOVER, L. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

IANNI, O. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

JONES, A.; JENKINS, I. 'A Taste of Wales – Blas Ar Gymru': institutional malaise in promoting Welsh food tourism products. In: HJALAGER, Anne-Mette; RICHARDS, Greg (Eds.). **Tourism and Gastronomy**. London: Routledge, 2002. p.115-131.

LASHLEY, C. Hospitalidade e hospitabilidade. **Revista Hospitalidade**, 12 (especial), 2015, p. 70-92.

MARTINS, U.; COSTA, C. O turismo gastronômico como um fator dinamizador das culturas locais e das economias dos destinos: o caso do centro das tapioqueiras em Fortaleza. In: LAVANDOSKI, J.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. **Alimentação e Turismo**: criatividade, experiência e patrimônio cultural. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.

MONTANDON, A. Hospitalidade ontem e hoje. In: DENCKER, A. M. F.; BUENO, M.

S. **Hospitalidade**: cenários e oportunidades. São Paulo; Thomson Learning, 2003.

MONTANDON, A. **O livro da hospitalid**ade: acolhida ao estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

PERROT, D. Dádiva. Hospitalidade e reciprocidade. In: MONTANDON, A. **O livro da hospitalid**ade: acolhida ao estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

RIVA, G.; BERTOLINI, G. R. F. Perspectiva do turismo rural como alternativa de renda para a agricultura familiar: análise de trabalhos científicos. **Desenvolvimento em Questão**, 15, 38, jan./mar., 2017.

ROGAN, B. Noruega. A hospedaria do bom auxílio. In: MONTANDON, A. **O livro da hospitalid**ade: acolhida ao estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

ROSSINI, C. *et al*. Revelando benefícios do turismo rural comunitário: roteiro turístico Sabores e Saberes, Ajuricaba, RS. **DRd – Desenvolvimento Regional em debate**, v. 12, 6, maio 2022, p. 248-264. DOI: https://doi.org/10.24302/drd.v12.3584

SCHNEIDER, S. Turismo em comunidades rurais: inclusão social por meio de atividades não agrícolas. In: BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo social**: diálogos de turismo – uma viagem de inclusão. v. 1. Rio de Janeiro: IBAM, 2006, p. 1-20.

SELWIN, T. Uma antropologia da hospitalidade. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004, p. 25-52.

SOUZA, M.; DOLCI, T. S. Sinergias entre turismo e atividades agrícolas: o exemplo do enoturismo. In: SOUZA, M.; DOLCI, T. S. (Orgs). **Turismo rural**: fundamentos e reflexões. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019. p. 99-117

STEFANUTTI, P.; FONTANA, R. F. Patrimônio gastronômico no turismo rural. In: FIGUEIRA, M. C.; CHIATTONE, P. V. (Org.). **Patrimônio gastronômico**. 1. ed. -- Pelotas, RS: Ed. dos Autores, 2021.

VÉGA-RITTER, M. Charles Dickens. Hospitalidades reparadoras. In: MONTANDON,
A. **O livro da hospitalid**ade: acolhida ao estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

A PAISAGEM COMO LINHA DE CONCEPÇÃO DE UM ROTEIRO TURÍSTICO NO TERRITÓRIO DO QUARTA COLÔNIA GEOPARQUE MUNDIAL DA UNESCO, RS, BR.

ANA PAULA KIEFER[1], MANOELA HORN DOS SANTOS[2], MAURÍCIO MENDES VON AHN[3], ADRIANO SEVERO FIGUEIRÓ[4]

[1] Doutoranda em Geografia na Universidade Federal de Santa Maria.
[2] Estudante de Geografia Bacharelado na Universidade Federal de Santa Maria.
[3] Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Santa Maria.
[4] Professor Associado do curso de Geografia na Universidade Federal de Santa Maria.

Resumo: Atualmente, o turismo sustentável é um importante recurso utilizado para o desenvolvimento econômico e social de inúmeros territórios que buscam resgatar e manter a autenticidade e a identidade da sua história, cultura e relação com a paisagem. A tradução dessas características, a partir da formulação de um roteiro turístico é o principal objetivo dessa pesquisa, que busca potencializar e qualificar as atividades deste setor no Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO, composto por nove municípios da região central do Rio Grande do Sul. Com isto, a pesquisa adequa-se a uma abordagem qualitativa, apresentando uma proposta de roteiro e fornecendo informações sobre os principais locais a serem visitados. A proposta já foi testada, e parte de uma reinterpretação do Roteiro de Visita e Guia de Campo, produzido para a avaliação UNESCO de 2022 e elaborado pelo corpo técnico do Geoparque. A proposta apresente uma síntese do patrimônio existente, com 300 quilômetros percorridos pelo território, distribuídos em três dias e três roteiros que podem vir a ser realizados de forma independente e auto-guiada. No primeiro roteiro, com a temática centrada na história e cultura italiana, o turista tem a oportunidade de conhecer três Geossítios, quatro sítios de valor histórico-cultural e um local de interesse patrimonial. O segundo roteiro, que percorre uma janela de milhões de anos de formação da paisagem local, inicia com a visitação a exposições fossilíferas triássicas e termina em um morro testemunho, com um dos lugares mais simbólicos em termos de diversidade geomorfológica do território. No terceiro roteiro, estão incluídas 5 paradas concentradas na porção norte do Geoparque, possibilitando ao turista conhecer o patrimônio fluvial, litológico e paisagístico, além de uma imersão em uma das comunidades Quilombolas do Geoparque. Em conclusão, a articulação dos pontos turísticos a serem visitados nestes roteiros trazem à tona os símbolos, as histórias, a arquitetura e as principais características do território do Geoparque, servindo como base para a formulação tanto de novos produtos comerciais, quanto na pesquisa de novas propostas de roteirização do Geoparque.

Palavras-chave: Turismo sustentável; Roteiros turísticos; Desenvolvimento Territorial; Geoparques; Quarta Colônia.

Contextualização Inicial

Como falar de desenvolvimento local e turístico sem mencionar ferramentas práticas que têm pautado a efetivação e consolidação de estratégias singulares a inúmeros territórios? Entende-se que é necessário ir além da inventariação e caracterização de locais a serem visitados e avançar na análise e formulação de produtos turísticos que visam promover a identidade, o patrimônio, a cultura e a paisagem.

Tais atributos constituem-se como importantes recursos utilizados pelo turismo sob a estruturação de roteiros, atrações e produtos (CARVALHO, 2010), em que o visitante tem contato direto com o atrativo turístico. Os benefícios envolvem as dimensões econômicas e sociais, na mobilização das comunidades em resgatar e manter a sua autenticidade e identidade.

Há uma forte tendência no mercado global de turismo, de desenvolver e promover produtos turísticos associados a um turismo massivo que desconsidera as originalidades de cada território. Esta não é a proposição

sustentada neste trabalho. Trata-se de uma questão central, de imersão ao destino que o turista escolhe conhecer, ao estimular a interpretação dos elementos geo-bio-culturais do território.

Esta concepção contribui de forma significativa para analisar as experiências empíricas de roteiros turísticos em espaços que possuem como uma das principais características a ruralidade, os diferentes modos de vida e a identidade comunitária dos habitantes. Potencializar e qualificar um turismo de identidade nesses territórios, vai ao encontro da proposta da UNESCO para o desenvolvimento territorial em Geoparques.

Esta pesquisa centra-se no Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO, composto por nove municípios da região central do Rio Grande do Sul. Os aspectos biológicos, geológicos, paleontológicos, históricos e culturais tornam o território um espaço de elevado potencial para o desenvolvimento de atividades turísticas, educativas e sustentáveis. Dessa forma, o principal objetivo desse trabalho é traduzir em um roteiro turístico a diversidade destes elementos territoriais, buscando uma iniciativa multidisciplinar e integrada dos atrativos.

Busca-se aqui realizar uma reinterpretação do roteiro de visita realizado com os avaliadores da UNESCO, em outubro de 2022, adequando o itinerário a uma perspectiva turística, de conhecer os principais Geossítios e Sítios de Interesse Patrimonial do Geoparque Quarta Colônia em um período de três dias. Com isso, deseja-se alcançar um roteiro turístico integrado que possibilite o desenvolvimento sustentável do território em uma metodologia propositiva, de reconhecimento e valorização dos locais e da identidade do Geoparque.

A base bibliográfica.

Ao longo de todas as narrativas acerca do início do mercado de turismo, que iniciam no século XIX e adentram o século XX, torna-se evidente que a história do turismo nasce e se desenvolve com o capitalismo (MOESCH, 2000). Desde as primeiras práticas de deslocamento, até a base para o desdobramento do Turismo Moderno impulsionado pela revolução nos meios de transporte, o “intuito era especialmente econômico, com a chegada, permanência e saída do turista em determinado local” (BARRETTO, 1995, p.9).

Implementou-se e desenvolveu-se “a atividade turística como um grande negócio em decorrência das transformações econômicas, sociais e da tecnologia” (PANAZZOLO, s/d, p.5). Dessa forma, o turismo passou a assumir o caráter de prática social, ao mesmo tempo que o espaço e a paisagem se tornaram o seu principal objeto de consumo (CRUZ, 2006).

Dada a natureza dessas relações, parece lógico que a organização da atividade não pode levar em conta apenas o viés econômico de crescimento (ainda que jamais possa prescindir disso), mas precisa também, considerar o ponto de vista ecológico e ambiental dos lugares de destino (KÖRÖSSY, 2008).

Dependendo da forma como é conduzido, o turismo pode apresentar acentuados níveis de degradação, pondo em evidência o comprometimento de alguns lugares com a intensiva prática turística. Diante desse cenário e a partir da década de 1990, cresce “o alerta sobre a esgotabilidade de diversos recursos naturais, e consequentemente, questiona-se o modelo de desenvolvimento produtivista e economicista vigente” (CANDIOTTO, 2011, p. 48).

Populariza-se a ideia de desenvolvimento sustentável, na atuação integrada das dimensões ambiental, econômica e social. A principal questão não se reduz apenas ao estabelecimento de regras e metas de produtividade, mas a uma nova forma de pensar e agir sobre os territórios. Além disso, a emergência da problemática atinge todos os setores da sociedade, não excluindo o turismo que, em linhas gerais, abre um espaço cada vez maior para o denominado “Turismo Sustentável”.

Como um conceito que ainda está em evolução, pode-se afirmar que o Turismo Sustentável possui três objetivos principais (CATER, 1993, *apud* Liu, 2003): atender às necessidades da população local a curto e longo prazo no alcance a melhores padrões de vida, satisfazer as demandas de um número crescente de turistas e salvaguardar o meio ambiente.

Ao mesmo tempo, para além de salvaguardar o meio ambiente e preservar as relações ecológicas, é também um objetivo do turismo sustentável, manter as condições culturais e históricas das comunidades receptoras. Dessa forma, um turismo de baixo impacto vai buscar “a conservação ambiental, o resgate e valorização

de objetos e representações culturais e se constituiria uma nova opção de emprego e renda para as comunidades" (CANDIOTTO, 2011, p.49).

Para além da teoria, e segundo este mesmo autor, o turismo sustentável não deve se tornar vago, superficial e uma ação de *marketing*. Deve-se partir da ideia de execução concreta de práticas de turismo sustentável, sem ficar na tautologia dos debates teóricos sobre os conceitos (OLIVEIRA MARTINS, 2005).

A percepção, valorização e conservação do patrimônio, da paisagem e dos costumes de determinado lugar, coloca o turismo como um aliado às práticas sustentáveis, quando efetivadas e avaliadas a partir de uma visão sistêmica, sem transformar estes elementos em meros objetos de consumo. Oliveira Marins (2005, p. 110), contribui a este debate destacando que:

> "O turismo se funda na relação entre pessoas e não apenas entre estas e os lugares, sua maior contribuição poderá ser o resgate e o fortalecimento da identidade cultural, da consciência humanística e não apenas ecológica e de uma formação/visão integrada e conectiva da realidade socioespacial." (OLIVEIRA MARTINS, 2005, p. 110).

É na atenção à compreensão da realidade territorial local que se estabelecem experiências turísticas sustentáveis, que tencionam a realização e proposição de visitações, imersões e vivências em lugares em que há uma valorização da identidade cultural, do patrimônio, da história e da paisagem. Enquanto uma estratégia, busca- se a promoção da vida, não na lógica de acumulação capitalista de consumo, mas por meios sustentáveis, ao atendimento das necessidades das comunidades locais e por consequência do turista.

Neste sentido amplo e multidimensional, ao enaltecer as particularidades de um lugar, seja a relação dos indivíduos com a paisagem, seja a construção de uma identidade a partir do patrimônio material e imaterial da comunidade, uma ferramenta torna-se potencial, os roteiros turísticos. Nestes roteiros, tal como destacado por Moraes e Emmendoerfer (2015, p.30) o envolvimento comunitário:

> "permite um empoderamento capaz de atrair turistas com um grau de interesse motivado para vivenciar trocas de saberes de uma cultura em que o pertencimento de suas tradições é um atrativo relevante para os roteiros turísticos" (MORAES E EMMENDOERFER, 2015, P.30).

O roteiro turístico é uma maneira de conferir identidade à uma visitação em uma comunidade, tendo em vista que o turista percorre os principais atrativos culturais, históricos e paisagísticos de um território dentro de uma certa lógica interpretativa da realidade. Em detalhe, para além de uma visitação sequencial de lugares, o roteiro turístico é uma importante ferramenta para a leitura socioespacial e imersiva que transcende a sua complexidade espaço-temporal.

A abordagem dada ao roteiro turístico é construída na lógica de elaborar um traçado, com procedimentos técnicos que visam o desenvolvimento, a singularidade e a particularidade de cada caso. Trata-se, segundo Cisne e Gastal (2011, *apud* FERNANDES, SILVA E MACHADO, 2021, p.843) de um roteiro experiencial, na busca pelas interações cotidianas e na acumulação de experiências vividas.

Procedimentos Metodológicos

Para o desenvolvimento deste trabalho, identifica-se uma oportunidade de qualificar e diversificar a oferta turística do território do Geoparque Quarta Colônia. Para tanto, a pesquisa adequa-se a uma abordagem qualitativa, sendo altamente descritiva, fornecendo informações sobre os principais locais a serem visitados neste roteiro.

Durante a elaboração, a pesquisa foi fragmentada em duas etapas. A primeira etapa diz respeito à obtenção de informações teóricas e secundárias sobre as principais palavras-chaves em repositórios acadêmicos,

como o *Google Scholar*. Esta etapa tornou-se importante à medida em que foi possível reconhecer diferentes formas metodológicas e de análise dos percursos.

A etapa posterior esteve relacionada a reinterpretação dos dados disponíveis no Roteiro de Visita e Guia de Campo da Avaliação UNESCO de 2022, elaborado pelo corpo técnico do Geoparque Quarta Colônia. Por ser um documento elaborado especialmente para o ato de avaliação, alguns locais de visitação adequaram seus horários à dinâmica proposta e que, em decorrência disso, não estarão contemplados na proposição deste trabalho. Por óbvio, serão indicados, ao longo do trabalho uma relação de restaurantes, hotéis e pousadas condizentes ao espaço e percurso proposto para o dia.

A partir de uma análise ativa e crítica, a elaboração do roteiro turístico seguiu, de maneira adaptada, as etapas metodológicas propostas por Paula e Bastos (2002), estabelecendo as seguintes variáveis: (1) Definição preliminar do roteiro, (2) apresentação dos pontos turísticos a serem incluídos, (3) desenho do acesso através do levantamento geográfico.

O roteiro criado neste trabalho encontra-se dentro da temática de "Paisagem Geo-bio-cultural", utilizando o recorte espacial do território integrado do Geoparque Quarta Colônia. O roteiro foi espacializado, utilizando as ferramentas disponíveis no *software livre Qgis* versão 3.40.4. Este procedimento é indispensável para a apresentação espacial do percurso, uma vez que as informações podem ser categorizadas e analisadas de acordo com o seu conteúdo.

Resultados e Discussão

A multidisciplinaridade do setor turístico o torna um poderoso instrumento de desenvolvimento regional, considerado como um sistema aberto que consegue estabelecer uma série de conexões, influenciando e sendo influenciado pelas atividades humanas (SANTIAGO; NOVAES, 2005). Pensar o turismo ultrapassa os atos teóricos de planejamento e organização dos atrativos, pois quando realizado de forma colaborativa, assume a essência de contribuir com o desenvolvimento sustentável das comunidades.

Como uma maneira de contemplar as exigências e a procura turística de novas experiências no Geoparque Quarta Colônia, o melhor cenário para a proposição de um roteiro turístico demanda uma positiva experiência e um enriquecimento das vivências no meio rural. A concepção deste roteiro transformou-se para além de um instrumento que proporciona a dinamização econômica do território, mas é, também, uma ferramenta em potencial para a interpretação da paisagem, da cultura e da história da Quarta Colônia.

O roteiro turístico se fundamenta nas características singulares do território, como a religiosidade, a paisagem, o modo de vida das pessoas e a ruralidade, apresentada na vivência do dia a dia e na relação dos indivíduos com a terra. Por esse motivo se apresenta como uma oportunidade de desenvolvimento do turismo na região. A elaboração do roteiro visa a sustentabilidade, sendo um desafio constante e um compromisso permanente e coletivo.

Devido à sua natureza multifuncional, o roteiro turístico proposto neste trabalho é flexível, podendo ser sustentado por órgãos públicos ou pela iniciativa privada. O público alvo pode realizá-lo de maneira independente, tendo em vista que a maioria dos locais a serem visitados possuem painéis interpretativos, ou ainda, é possível contratar um guia turístico local habilitado para exercer a função e acompanhar o percurso.

Um dos intuitos do roteiro, que possui uma extensão de 300 quilômetros, é a revalorização do rural e do local, em um território onde a cultura está intrinsecamente associada aos modos de vida. É uma forma de promover um intercâmbio cultural e de valorização dos hábitos da comunidade.

No que tange a dimensão espacial, o roteiro abrange os nove municípios do Geoparque Quarta Colônia, sendo eles: Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, São João do Polêsine, Restinga Seca, Pinhal Grande e Silveira Martins e está estruturado para ocorrer durante três dias. Ao longo desse tempo, o visitante poderá conhecer uma fração do patrimônio do território e experienciar um lugar de memória e de vida cotidiana.

A visitação se dará em diferentes geossítios, que "correspondem a uma pequena parcela da geodiversidade e são representativos por conterem registros importantes da evolução da Terra" (REVERTE, et al., 2019, p. 2). Além disso, o roteiro abrange alguns Sítios de Interesse Patrimonial, que se caracterizam por estarem intrinsecamente relacionados à história e à cultura do território. E por fim, engloba, também, os Locais de Interesse Patrimonial (LIPs).

Diante desse contexto, todos os pontos turísticos a serem visitados durante o percurso, com exceção dos LIPs, estão associados à lista oficial de Geossítios e Sítios de Interesse Patrimonial do Geoparque Quarta Colônia. A tabela 1 apresenta esta correlação.

Tabela 1 - Pontos Turísticos a serem visitados durante o percurso.

Dia	Código Ponto de Parada	Nome	Município	Classificação	Valor do Patrimônio
1	PP1	Monumento ao Imigrante Italiano	Silveira Martins	Geossítio de valor Geomorfológico	Alto
	PP2	Centro Histórico de Silveira Martins	Silveira Martins	Sítio de valor histórico-cultural	Muito Alto
	PP3	Mirante Michelin	Silveira Martins	Local de Interesse Patrimonial	-
	PP4	Cruz Luminosa	Ivorá	Sítio de valor cênico	Médio
	PP5	Centro Histórico de Ivorá	Ivorá	Sítio de valor histórico-cultural	Muito Alto
	PP6	Mirante Cerro Comprido	Faxinal do Soturno	Geossítio de valor Geomorfológico	Alto
	PP7	Comunidade de Novo Treviso	Faxinal do Soturno	Sítio de valor histórico-cultural	Muito Alto
	PP8	Parque Histórico Municipal Obaldino Tessele	Dona Francisca	Geossítio de valor fluvial	Médio
2	PP9	Centro de Apoio à Pesquisa Paleontológica	São João do Polêsine	Local de Interesse Patrimonial	-
	PP10	Casa Museu João Luiz Pozzobom	São João do Polêsine	Sítio de valor histórico-cultural	Alto
	PP11	Vale Vêneto	São João do Polêsine	Sítio de valor histórico-cultural	Muito Alto
	PP12	Termas Romanas	Restinga Seca	Geossítio de valor Fluvial	Alto
	PP13	Estação Férrea de Restinga Seca	Restinga Seca	Local de Interesse Patrimonial	-
	PP14	Prédio Miguel de Patta	Restinga Seca	Local de Interesse Patrimonial	-
	PP15	No Alto da Coxilha	Restinga Seca	Local de Interesse Patrimonial	-
	PP16	Instituto Cultural Brasileiro-Alemão de Agudo	Agudo	Local de Interesse Patrimonial	-
	PP17	Cerro da Figueira	Agudo	Geossítio de valor Geomorfológico	Alto
3	PP18	Mirante da Barragem de Dona Francisca	Nova Palma	Geossítio de valor Fluvial	Muito Alto
	PP19	Escarpas Alagadas	Pinhal Grande	Geossítio de valor litológico	Muito Alto
	PP20	Vovó Isabel: Comunidade Quilombola	Nova Palma	Local de Interesse Patrimonial	-
	PP21	Balneário Municipal de Nova Palma	Nova Palma	Local de Interesse Patrimonial	-
	PP22	Centro Cultural e Centro de Pesquisas Genealógicas	Nova Palma	Sítio de valor histórico-cultural	Muito Alto.

Fonte: Elaboração dos autores com dados disponíveis no Guia de Campo e no Dossiê do Geoparque Quarta Colônia.

A paisagem e o patrimônio expresso no roteiro turístico.

Proposto para ser realizado durante três dias, os percursos elaborados para cada dia podem ser realizados de forma independente, tendo em vista que possuem objetivos, direcionamentos, números de paradas, transporte e duração de visita distintos. Estas informações podem ser visualizadas na tabela 02.

Tabela 2 - Informações sobre os percursos realizados durante três dias.

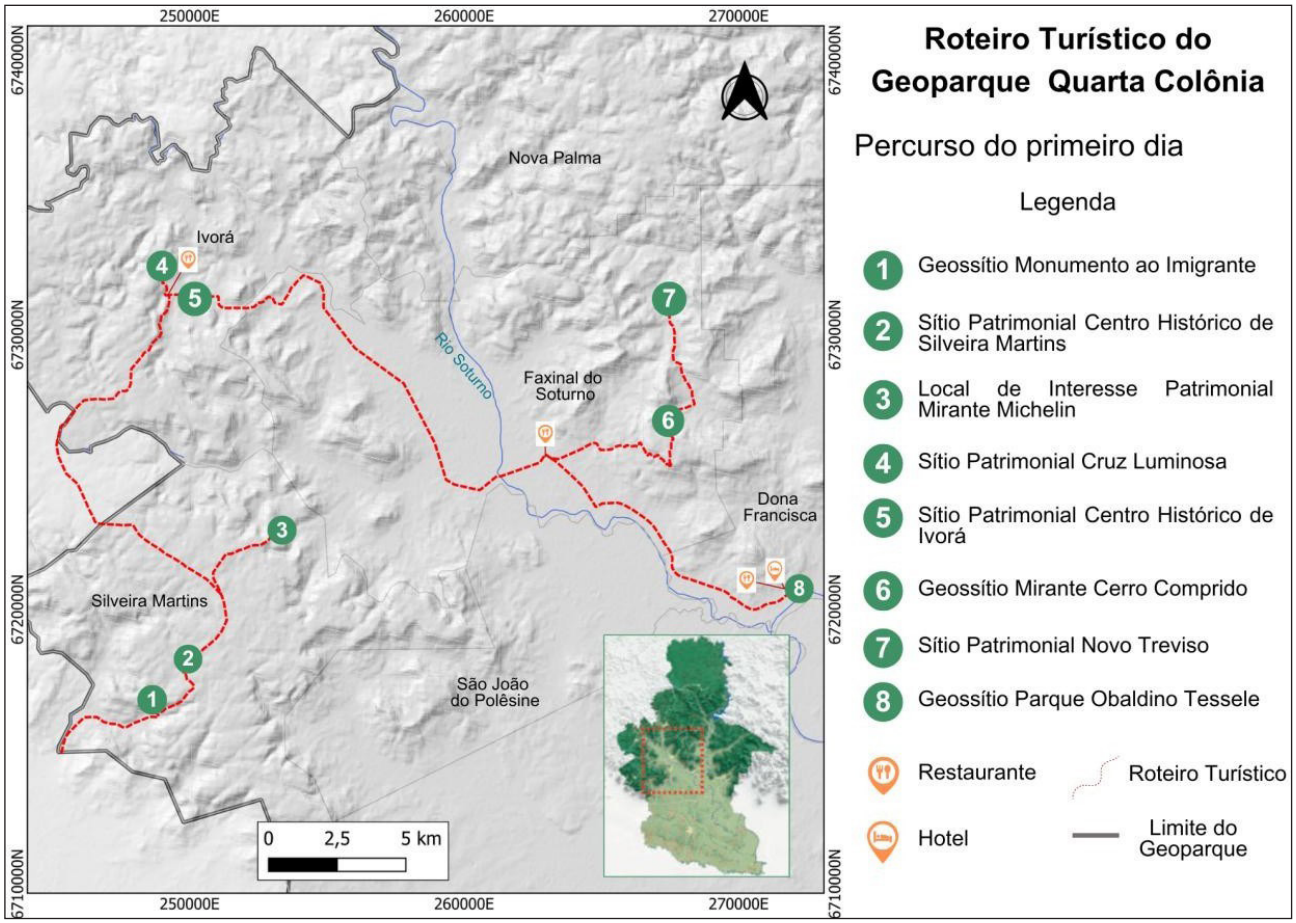
Dia 01								
Objetivo	Realizar um percurso pelos traços da história e cultura Italiana no Geoparque Quarta Colônia, dando a oportunidade para os visitantes conhecerem as diferentes paisagens associadas à dinâmica geomorfológica da Escarpa do Planalto ao mesmo tempo que poderão apreciar um conjunto arquitetônico e um espaço regado pela história e pelas características do rural.							
Direcionamento	Não há distinção de público-alvo.							
Número de Paradas	8 paradas, incluindo 3 geossítios, 4 Sítios e 1 Local de Interesse Paisagístico.							
Transporte	O percurso poderá ser realizado de ônibus ou carro.							
Duração da Visitação	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6	PP7	PP8
	45 min.	1 hora.	30 min.	30 min.	1 hora.	1 hora.	1 hora.	1 hora.
Dia 02								
Objetivo	Realizar um passeio pelas exposições fossilíferas triássicas, ao conhecer o Centro de Apoio à Pesquisa Paleontológica da Quarta Colônia e mergulhar pela cultura do território, introduzida pela cultura alemã, italiana e portuguesa. Além disso, o visitante também irá vislumbrar os lugares mais simbólicos, em termos de diversidade paisagística e geomorfológica.							
Direcionamento	Não há distinção de público-alvo.							
Número de Paradas	9 paradas, incluindo 2 geossítios, 2 Sítios e 5 Local de Interesse Paisagístico.							
Transporte	O percurso poderá ser realizado de ônibus ou carro.							
Duração da Visitação	PP9	PP10	PP11	PP12	PP13	PP14	PP15	PP16	PP17
	1:30 min	45 min.	2 horas.	1 hora.	45 min.	45 min.	20 min	1 hora.	2 horas.
Dia 03									
Objetivo	Realizar uma imersão ao patrimônio fluvial e litológico do Geoparque Quarta Colônia. É possível, em percepção, compreender as dinâmicas de alteração da paisagem em prol do desenvolvimento. Além disso, o visitante conhecerá um dos Quilombos do território e poderá realizar uma imersão, na paisagem, nos costumes e na história dessa comunidade.								
Direcionamento	Não há distinção de público-alvo.								
Número de Paradas	5 paradas, incluindo 2 geossítios, 1 Sítios e 2 Local de Interesse Paisagístico.								
Transporte	O percurso poderá ser realizado de ônibus ou carro.								
Duração da Visitação	PP18		PP19		PP20		PP21		PP22
	45 min.		1:30 min.		2 horas		45 min.		2 horas.

Fonte: Elaboração dos autores.

Primeiro dia de roteiro turístico.

O primeiro percurso possui um caráter religioso e histórico (Figura 01). O visitante iniciará no pórtico de entrada de Silveira Martins, berço da imigração europeia na Quarta Colônia e percorrerá, até o primeiro ponto de parada (PP1), uma das estradas que apresentam uma das paisagens mais didáticas do território, na intrínseca relação entre a sociedade e a natureza. Este trajeto, é denominado de "Estrada dos Imigrantes" e pode ser considerada uma estrada paisagística, por retratar a cultura dos imigrantes adaptada à natureza local, com rodas d'água e a relação geomorfológica da ocupação humana com os vales encaixados.

Figura 1 - Roteiro Turístico do Geoparque Quarta Colônia: Dia 01.



Elaboração: Os autores.

Do Monumento do Imigrante ao Centro Histórico de Silveira Martins, reconhece-se a história e cultura dos imigrantes italianos. O primeiro é o marco que homenageia a imigração europeia para o território, sendo o local onde os primeiros imigrantes foram alojados provisoriamente em 1879. Enquanto o segundo contempla o Patrimônio cultural herdado dos imigrantes e da história local e estadual, em um complexo composto pelo Obelisco do Cinquentenário (1928), o Monumento a Giuseppe Garibaldi (1910), o Monumento em homenagem a Gaspar Silveira Martins (2007) e o Prédio do Antigo Colégio Bom Conselho (2004). Além desses, os casarios do entorno da praça são testemunhos das características arquitetônicas coloniais italianas no município.

Seguindo em direção a norte do território, as paisagens se alteram significativamente, com variação de altitude, presença da floresta estacional decidual nas áreas de declive, presença de escarpas, vales encaixados e morros testemunhos como uma consequência da reativação da plataforma continental no período Jurássico. Um dos pontos que melhor expressa essa diversidade paisagística é o Mirante Michelin, um Local de Interesse Patrimonial. A partir dele, é possível observar as dinâmicas geomorfológicas e biogeográficas da encosta do Planalto, com um intenso processo erosivo e a formação de morros testemunhos.

O deslocamento do município de Silveira Martins, partindo do Mirante Michelin em direção ao município de Ivorá, emancipado de Júlio de Castilhos, ocorre por uma estrada vicinal. Ao chegar à pequena área urbana municipal o legado histórico e cultural da imigração italiana se traduz como uma marca e forma de valorizar a memória local.

O turista, ao visitar o Centro Histórico de Ivorá, conhecerá uma comunidade em que a religiosidade e a fé sempre estarão presentes no dia-a-dia, seja no tocar do sino da Igreja Matriz São José, nas festas dos padroeiros, ou ainda na recepção ao lugar. Além disso, toda essa dinâmica de vida no campo e ruralidade pode ser visualizada ao visitar a cruz luminosa, que possibilita visualizar a área urbana do município e também o patrimônio geomorfológico dos vales e dos morros testemunhos, a exemplo do Monte Grappa, transformado em Parque Natural Municipal em 2020.

O ideal, é que o turista possa realizar uma pausa para o almoço no município de Ivorá, podendo escolher desde opções na área rural como também na área urbana. O turista deve ter o cuidado de, nas opções do interior, realizar o agendamento prévio.

Ao seguir o percurso em direção à Faxinal, e como uma forma de contemplar as paisagens singulares do território, o Mirante do Cerro Comprido vai proporcionar uma visão completa da cidade de Faxinal do Soturno, além de ser um local propício para a prática de voo livre e de passeios ecológicos. No alto, há uma pequena igreja, símbolo da religiosidade católica do território, inaugurada em 2004 em devoção ao santo italiano São Pio de Pietrelcina e um café (Pienezza Café), onde é possível apreciar a culinária italiana assistindo ao pôr do sol.

A próxima parada deste roteiro é o Sítio de Valor Histórico-Cultural Novo Treviso. O local é berço do município de Faxinal do Soturno, onde se estabeleceram os primeiros imigrantes italianos. É um local de acesso por estradas não pavimentadas, cercado de vales e grande sinuosidade. Entretanto compensa visitar, principalmente para conhecer o “Museu Geringonça de Novo Treviso”, que guarda uma coleção de utensílios usados pelas primeiras famílias da região.

O término do primeiro dia de percurso ocorre no município de Dona Francisca, onde há uma concentração de hotéis e pousadas disponíveis. O local destinado à visitação neste município é o Parque Histórico Municipal Obaldino Tessele, que além de possuir um valor histórico-cultural, construído em 1988 para resgatar, preservar e manter ferramentas antigas de trabalho, principalmente agrícolas, também possui um valor geopatrimonial ligado à dinâmica fluvial do rio jacuí. Atualmente, o Parque é destinado a diversas práticas esportivas, tanto em solo como o motocross, quanto em água como a canoagem.

A figura 2 apresenta todos os pontos de parada do primeiro dia de roteiro. As visitações centram-se principalmente na relação da cultura e imigração italiana com a paisagem.

Figura 2 - Pontos de Parada do roteiro turístico do dia 1.

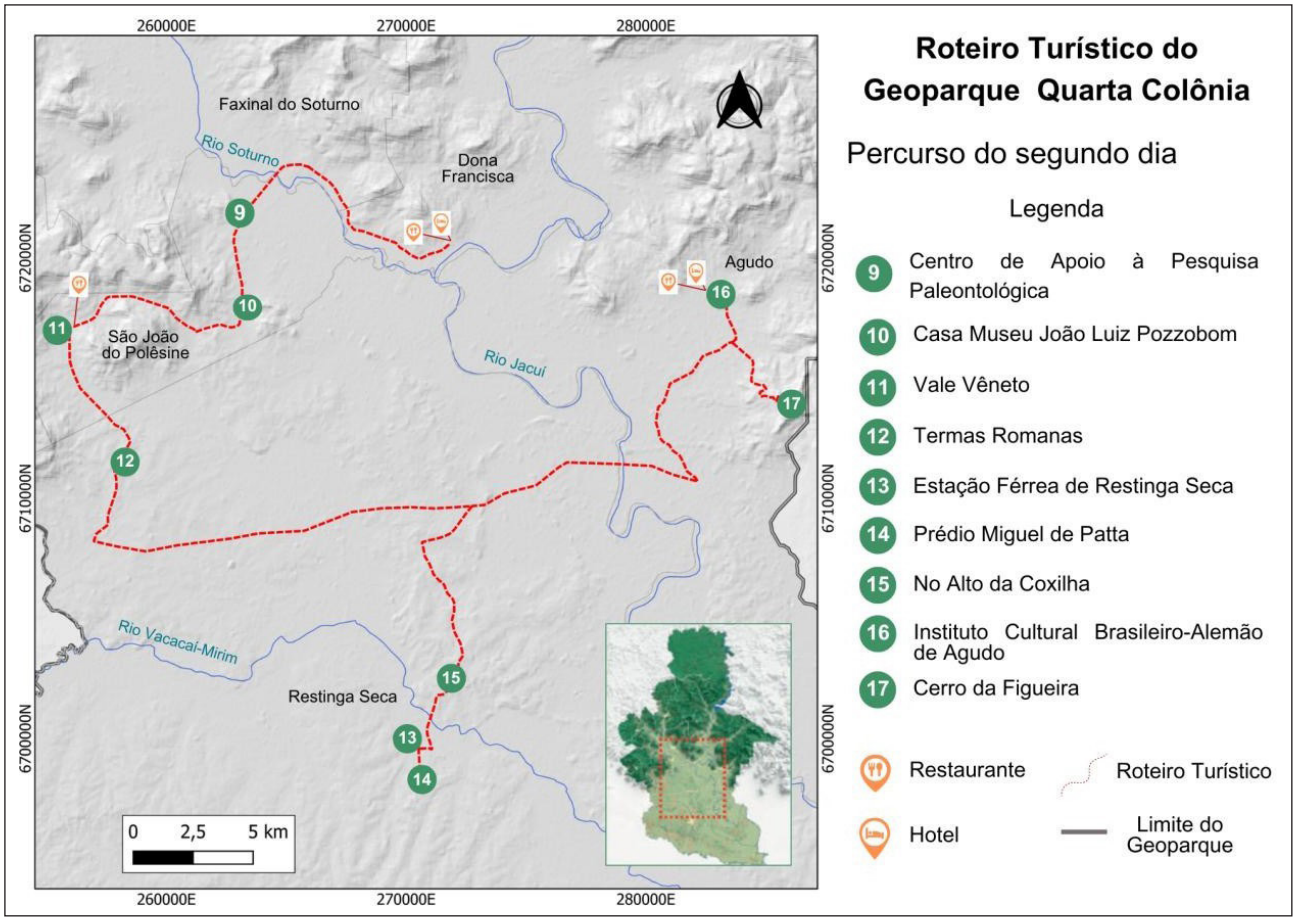


Legenda: PP1 - Monumento ao Imigrante; PP2 - Centro Histórico de Silveira Martins; PP3 - Mirante Michelin; PP4 - Cruz Luminosa; PP5 - Centro Histórico de Ivorá; PP6 - Mirante do Cerro Comprido; PP7 - Novo Treviso; PP8 - Parque Histórico Municipal Obaldino Tessele. As fotografias foram retiradas do site oficial do Geoparque Quarta Colônia.

Segundo dia de roteiro turístico.

Partindo da área urbana de Dona Francisca, a primeira parada do roteiro neste segundo dia (figura 3), inicia no Centro de Apoio à Pesquisa Paleontológica que abriga todos os fósseis coletados na região. O CAPPA recebe atividades de pesquisa e extensão que proporcionam um conhecimento aprofundado sobre o patrimônio fóssil do território. Para visitas guiadas é necessário agendamento prévio, sendo gratuito o acesso ao local.

Figura 3 - Roteiro Turístico do Geoparque Quarta Colônia: Dia 02.



Elaboração: Os autores.

Em seguida e ainda no município de São João do Polêsine, o turista poderá visitar a Casa Museu João Luiz Pozzobon, inaugurada em 1998. O local preserva a história e memória do Diácono João Luiz e sua família, recebendo visitantes e peregrinos oriundos de diversas regiões do Brasil e de diferentes países.

Como já mencionado ao longo deste trabalho, o Geoparque Quarta Colônia é composto, em sua maioria, por descendentes de imigrantes italianos. Um dos locais que melhor guarda esta memória, desde 1878, é a comunidade de Vale Vêneto e que atualmente tornou-se um dos locais mais visitados no Geoparque, sediando eventos religiosos e festivais culturais.

Por ser o primeiro assentamento de imigrantes italianos na região, o turista terá a oportunidade de conhecer inúmeros edifícios históricos que datam da colonização, como a Casa Paroquial (1896) e a Igreja de *Cospus Christi* (1911), a única dedicada ao Espírito Santo em toda a América Latina. A religiosidade está infiltrada na paisagem essencialmente rural e quotidiana desta comunidade, sendo um exemplo dessa relação a *Via Crucis*, construída em 1913.

Vale Vêneto, por sua importância histórica e cultural, ganhou o título de Distrito Turístico do município de São João do Polêsine, onde o turista ainda poderá visitar o Museu do Imigrante Italiano Eduardo Marcuzzo que guarda a história da imigração Italiana no Rio Grande do Sul e desfrutar da gastronomia italiana em um ambiente aconchegante em um dos restaurantes do Distrito.

Surgem no território, alguns empreendimentos de lazer e descanso. Um deles é representado pelas Termas Romanas, que atualmente recebem um expressivo número de turistas, por ser o único balneário do Brasil com água salina hipertermal oriundas da Formação Rio Bonito (mais antiga que os pacotes triássicos). Além desse local, o turista ainda poderá andar pelo Distrito Recanto Maestro e conhecer o Centro Internacional de Arte e Cultura Humanista Recanto Maestro.

O Distrito Recanto Maestro localiza-se no município de Restinga Seca. Atualmente tem atividades volta-

das ao turismo e também à educação, abrigando a Faculdade Antônio Meneghetti que é destino de inúmeros jovens do território que buscam o ensino superior, além de excelentes vinícolas que podem ser visitadas.

Restinga Seca detém significativa influência da cultura gaúcha, sendo o município que possui maior número de CTG's (Centro de Tradições Gaúchas) dentre os municípios do Geoparque. Apenas no perímetro urbano, somam-se dois: O CTG os Vaqueanos e o CTG Estância do Mirim. Além disso, um dos seus patrimônios está intimamente ligado à memória ferroviária, expressa na Estação Férrea e na popularmente conhecida Caixa D'água, uma torre construída em 1885 para abastecimento das locomotivas a vapor, e que é considerada como o ponto de surgimento do aglomerado urbano de Restinga Sêca.

Na área urbana do município há também a oportunidade de visitar o Prédio Dr. Miguel de Patta, inaugurado em dezembro de 2024 e futura sede da Casa de Cultura Iberê Camargo. O prédio passou a ser sede de diversas funções: até 1937 abrigava a Casa de Saúde; a partir de 1954 passou a funcionar no local o Grupo Escolar Francisco Manoel; em 1954 passou a ser a sede do Hospital de Caridade São Francisco; e após a emancipação municipal, tornou-se o centro administrativo de Restinga Seca até meados da década de 1990.

Todo o território de Restinga Seca situa-se na Planície, originada ao longo de milhões de anos, desde o Triássico Inferior. Sua gênese está relacionada ao processo denominado de circundesnudação[2] e em alguns locais é possível observar a nítida delimitação entre a Planície e o Planalto, sendo o LIP no Alto da Coxilha, um destes locais. Ao chegar no local, que se encontra às margens da ERS-149, o turista poderá observar as principais formas de relevo do território, com um amplo campo de visão e uma paisagem singular.

Partindo em direção ao Instituto Cultural Brasileiro Alemão (ICBAA), o turista estará conhecendo o município de Agudo, berço da Colônia Santo Ângelo de imigração alemã, criada em 1855. O território do Geoparque não se destaca apenas pela sua importância geológica e geomorfológica na compreensão da história da Terra, mas também evidencia uma cultura e história singular dos imigrantes e descendentes, tanto alemães quanto italianos, que deixaram e deixam suas marcas na paisagem.

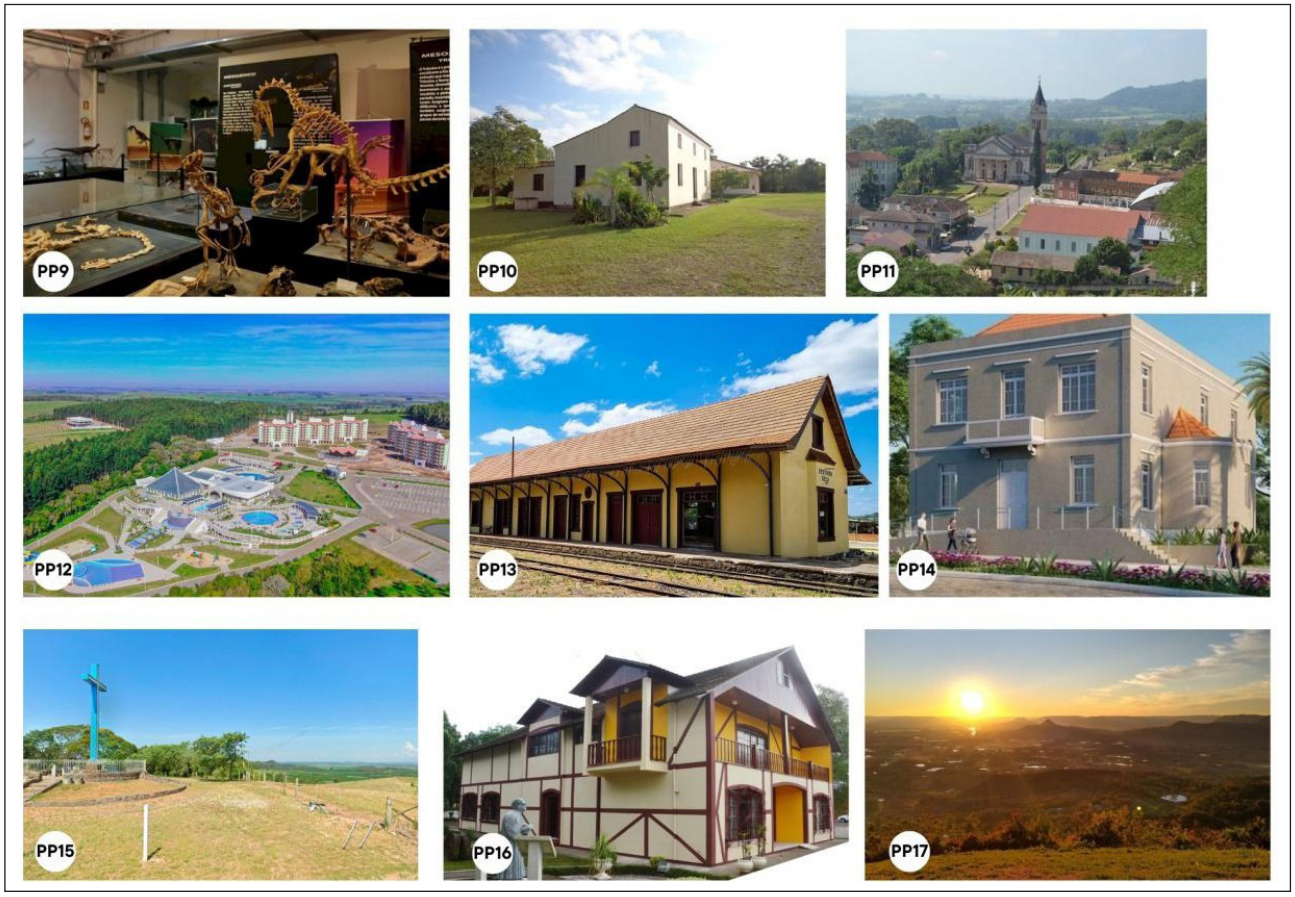
O ICBAA e a Casa Charlote anexa, guardam a memória arquitetônica e de ambientação das construções, além dos traços típicos do estilo pomerano. A singularidade dessas marcas é encontrada também nas comunidades do interior, com a tradução no estilo simples de vida, na tentativa de salvaguardar as memórias dos imigrantes que buscavam construir, nesse território, uma nova história. Ressalta-se apenas, que o turista deve atentar-se aos horários de funcionamento de ambos os museus.

A última parada deste segundo dia de percurso é o Geossítio Cerro da Figueira, que, do alto, permite uma das mais belas vistas da região e uma paisagem única, onde nos dias secos e com pouca nebulosidade é possível admirar o pôr do sol. Além disso, há uma importante particularidade geomorfológica e paisagística do território, ficando perceptível a dinâmica meandrante do rio Jacuí.

O término do percurso ocorre na área urbana de Agudo, com a possibilidade de hospedagem em hotéis e pousadas. Em síntese, os locais visitados neste segundo dia de roteiro turístico são encontrados na figura 4.

[2] O processo denominado de circundesnudação é explicado por Ab'Saber (1949, p.3), onde ocorre " a formação de patamares de erosão, deprimidos e periféricos, que localiza-se nas bordas das bacias sedimentares".

Figura 4 - Pontos de Parada do roteiro turístico do dia 2.

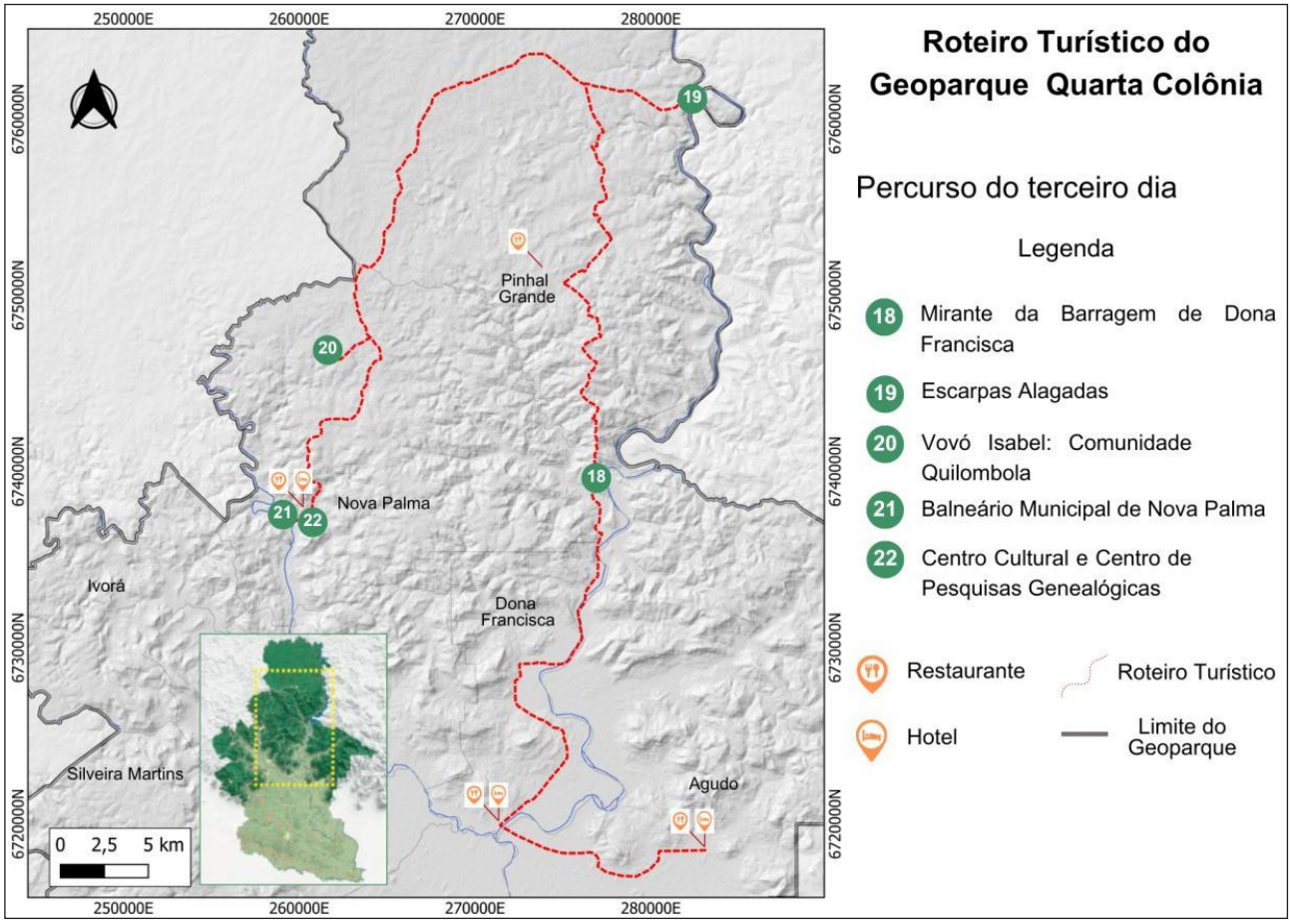


Legenda: PP9 - Centro de apoio à pesquisa paleontológica; PP10 - Casa Museu João Luiz Pozzobon; PP11 - Vale Vêneto; PP12 - Termas Romanas; PP13 - Estação Férrea de Restinga Seca;
PP14 - Prédio Miguel de Patta; PP15 - Alto da Coxilha; PP16 - Instituto Cultural Brasileiro Alemão; PP17 - Cerro da Figueira. As fotografias foram retiradas do site oficial do Geoparque Quarta Colônia.

Terceiro dia de roteiro turístico.

Para finalizar esta expedição pelo território do Geoparque Quarta Colônia, o turista estará, mais uma vez, em contato com a cultura e história das comunidades, além de compreender as alterações na paisagem e a dinâmica implícita da relação entre sociedade e natureza. O percurso (Figura 5), inicia na área urbana do município de Agudo e se dirige para norte, para o Geossítio Mirante da Barragem da Usina de Dona Francisca. No local é possível compreender a formação de vales encaixados e os processos de barramento e utilização hidroelétrica do rio Jacuí.

Figura 5 - Roteiro Turístico do Geoparque Quarta Colônia: Dia 03.



Elaboração: Os autores.

De uma Usina Hidrelétrica a outra, o segundo ponto de parada é a Usina Hidrelétrica de Itaúba, inaugurada em 1978. A Usina, construída no leito do rio Jacuí, mostra a restrita planície de inundação e a presença das áreas de Floresta Estacional Decidual, com uma grande importância para a preservação da biodiversidade, de fauna e flora do território.

É inegável, ao visitar o local, que a sua construção causou grandes impactos ao meio ambiente, como a abertura de estradas e mudanças sobre fauna e flora.

Porém, atualmente há grandes possibilidades de desenvolvimento turístico, principalmente náutico e de natureza.

Ao retornar para a área urbana de Nova Palma, o turista poderá conhecer um pouco mais sobre a cultura quilombola do território, visitando a Comunidade Quilombola Vovó Isabel. Neste espaço, a partir da representação étnica, articulada e enraizada, prevalece o respeito à construção da própria identidade do grupo e dos símbolos de pertencimento (OLIVEIRA; MORTARI, 2006). É importante que o turista entre em contato com o Quilombo para compreender as dinâmicas de visitação e apreciar a construção de uma história que é fruto de uma memória coletiva.

O término do percurso ocorre em Nova Palma, com a visitação ao Balneário Municipal Atílio Aléssio, uma atração natural do rio Soturno e uma excelente opção de lazer e descanso durante o verão. Para além disso, o turista ainda poderá conhecer o Centro Cultural Padre Luiz Sponchiado e o Centro de Pesquisas Genealógicas que abriga um acervo documental de milhares de famílias de imigrantes italianos que vieram para a região da Quarta Colônia. É comum a visitação de pessoas que buscam informações sobre sua genealogia.

Ao finalizar estes três dias de roteiro turístico, o turista não apenas conhecerá sobre a cultura alemã, italiana e Quilombola, mas também conhecerá as principais características geológicas, geomorfológicas e biológicas do território. A experiência do último dia apresenta-se na figura 6.

Figura 6 - Pontos de Parada do roteiro turístico do dia 3.



Legenda: PP18 - Mirante da Barragem de Dona Francisca; PP19 - Escarpas Alagadas; PP20 - Comunidade Quilombola Vovó Izabel; PP21 - Balneário Municipal de Nova Palma; PP22 - Centro Cultural e Centro de Pesquisas Genealógicas. As fotografias foram retiradas do site oficial do Geoparque Quarta Colônia.

Considerações Finais

O turismo, atualmente, tem se constituído como um um importante recurso para o desenvolvimento social, econômico e territorial. Todavia, cada vez mais são imprescindíveis a elaboração de atividades que visem a sustentabilidade, a imersão nas comunidades e o reconhecimento de uma identidade, baseada na história e na cultura, reduzindo a cultura do turismo de massa.

Os roteiros turísticos, como ferramentas metodológicas e práticas de elaboração e conexão de atrativos para visitação, se mostraram como efetivos para a articulação das principais potencialidades e características do território do Geoparque Quarta Colônia. Traduz-se, esta integração em três roteiros turísticos que podem ser realizados de maneira independente e auto-guiados, considerando que a maioria deles possuem painéis interpretativos.

Ao realizar estes roteiros, o turista conhecerá uma parcela importante do patrimônio histórico, cultural e geomorfológico do Geoparque. Com temáticas que atravessam a religiosidade, a diversidade social, a importância fluvial dos principais rios do território e a diversidade paisagística, o turista visitará, em totalidade, 7 geossítios, 7 sítios de valor histórico-cultural e 8 Locais de Interesse Paisagístico, além de ter a oportunidade de se hospedar e desfrutar da culinária típica do território. No prosseguimento dessa pesquisa, sugere-se o desenvolvimento de novos trabalhos que possam abranger a temática de percepção e execução do roteiro turístico, seja a partir de uma iniciativa privada ou pública. Além disso, tendo como base o percurso, realizar um planejamento aprofundado em diálogo com os principais agentes envolvidos, como proprietários de restaurantes e hotéis, guias locais e empresas que realizam atividades de turismo na região.

Referências Bibliográficas

AB'SÁBER, A. N. **Os domínios de natureza no Brasil:** potencialidades paisagísticas. São Paulo. Ateliê Editorial, 2003.

CANDIOTTO, L. Z. P. Considerações sobre o conceito de Turismo Sustentável. **Formação (Online)**, *[S. l.]*, v. 1, n. 16, 2011. DOI: 10.33081/formacao.v1i16.861. Disponível em: https://revista.fct.unesp.br/index.php/formacao/article/view/861. Acesso em: 15 mar. 2025.

CARVALHO, K. D. Lugar de memória e turismo cultural: Apontamentos teóricos para o planejamento urbano sustentável.

Revista de Cultura e Turismo, v. 4, n. 1, 2015. Disponível em: https://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/253. Acesso em: 14 mar. 2025

FERNANDES, T. A., SILVA, A. R. L., MACHADO, F. C. L. A organização da prática dos roteiros turísticos no turismo receptivo. **Cadernos EBAPE.BR,** v. 19, n 4, 2021. Disponível em: https://www.scielo.br/j/cebape/a/RRG8Rr4PPGFkjTTxHvVgCkn/. Acesso em: 17 mar. 2025.

KÖRÖSSY, N. Do turismo predatório ao turismo sustentável: uma revisão sobre a origem e a consolidação do discurso da sustentabilidade na atividade turística. **Caderno Virtual de Turismo**, *[S. l.]*, v. 8, n. 2, 2008. Disponível em: https://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/article/view/238. Acesso em: 15 mar. 2025.

LIU, Z. Sustainable tourism development: a critique. **Journal of Sustainable Tourism**, v.11, n.6, p.459-475, 2003. Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669580308667216. Acesso em: 12 mar. 2025.

Moesch, M. M. **A produção do saber turístico**. Campinas, SP: Editora Contexto, 2000.

OLIVEIRA MARTINS, S. R. Desenvolvimento local e turismo: por uma ética de compromisso e responsabilidade com o lugar e com a vida. **Interações** (Campo Grande), [S. l.], v. 6, n. 10, 2016. Disponível em: https://www.interacoes.ucdb.br/interacoes/article/view/520. Acesso em: 18 mar. 2025.

PAULA, J., BASTOS, L. Fotointerpretação aplicada na optimização de rotas turísticas. *In:* **XII Simpósio Latinoamericano de Percepción Remota**, 2002, Cochabamba, Bolivia, 2002.

REVERTE, F. C.; GARCIA, M. G. M.; BRILHA, J.; MOURA, T. T. Inventário de geossítios como instrumento de gestão e preservação da memória geológica: exemplo de geossítios vulneráveis da Bacia de Taubaté (São Paulo, Brasil). **Pesquisas em Geociências**, *[S. l.]*, v. 46, n. 1, p. e0779, 2019. DOI: 10.22456/1807-9806.93252. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/index.php/PesquisasemGeociencias/article/view/93252. Acesso em: 19 mar. 2025.

SANTIAGO, R. C., NOVAES, M. H. Proposta de elaboração de roteiro turístico para o Litoral sul de Santa Catarina. ***IN*: Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercusul**, 03, 2005, Caxias do Sul, Anais. 1 CD-ROOM.

OLIVEIRA, V.; MORTARI, E. C. M. Quilombos contemporâneos: a memória e o consumo midiático na formação da identidade negra. **In: Np- Intercom - Vi Encontro Dos Núcleos De Pesquisa Da Intercom**: Brasília, 2006. Anais. Brasília: UNB, 6 a 9 de de setembro de 2006.

A TRAJETÓRIA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS FEDERAIS DE TURISMO RURAL

ANA JÚLIA SCORTEGAGNA SOCAL[1], THAÍS GOMES TORRES[2]

[1] Mestre em Patrimônio Cultural (UFSM), Gestora de Turismo (UFSM) e Arquiteta e Urbanista (UFSM) – Universidade Federal do Rio Grande (FURG)
[2] Doutora em Geografia (UFSM) - Docente nos cursos de Turismo, Tec. em Eventos e Hotelaria Universidade Federal do Rio Grande (FURG)

Resumo: O presente estudo tem como objetivo analisar a trajetória das políticas públicas federais voltadas ao turismo rural no Brasil, identificando diretrizes e estratégias adotadas ao longo do tempo. O turismo rural tem se consolidado como uma alternativa de desenvolvimento sustentável, contribuindo para a diversificação da economia no meio rural e a valorização cultural. Para compreender a evolução dessas políticas, foi realizada uma pesquisa qualitativa e exploratória, baseada em fontes bibliográficas e documentais, com análise de conteúdo dos principais marcos institucionais. Os resultados apontam que as primeiras iniciativas governamentais direcionadas ao turismo rural surgiram na década de 1990, com a intensificação das ações a partir da criação do Ministério do Turismo em 2003. A pesquisa evidencia que, apesar dos avanços, o turismo rural ainda carece de maior articulação interinstitucional, investimentos em infraestrutura e estratégias de monitoramento contínuo. A formalização do segmento e a criação de incentivos específicos são essenciais para fortalecer sua sustentabilidade econômica e social. Conclui-se que o fortalecimento do turismo rural como política pública depende da integração entre governos, comunidades e iniciativa privada, além da formulação de diretrizes que garantam sua efetividade como instrumento de desenvolvimento regional.

Palavras-chave: Turismo; Turismo rural; Políticas públicas; Brasil.

Introdução

O turismo rural, entendido como uma modalidade que envolve atividades recreativas no espaço rural, é atravessado por questões relacionadas à sustentabilidade, ao fortalecimento da agricultura familiar e à valorização do patrimônio imaterial. Este segmento tem se consolidado como uma alternativa de desenvolvimento econômico e social para comunidades rurais, contribuindo para a diversificação das atividades produtivas, a valorização da cultura local e a preservação do meio ambiente. A definição de Turismo Rural adotada pelo Ministério do Turismo definiu Turismo Rural como “conjunto de atividade 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” (BRASIL, 2003, p.11).

Segundo Lane (2014), o turismo rural surgiu nas décadas de 1970 e 1980, como resultado da procura dos turistas por novas experiências de férias. O turismo rural diferencia-se do turismo de massa/convencional justamente por oferecer experiências mais peculiares, ligadas ao território, à cultura local e ao ritmo da vida no campo. Enquanto o turismo de massa muitas vezes se baseia em infraestruturas padronizadas e grandes fluxos de visitantes, o turismo rural valoriza a hospitalidade personalizada, a vivência da paisagem e o contato direto com os modos de vida tradicionais.

Ao longo dos anos, o turismo rural foi incorporado em diferentes estratégias governamentais, ou políticas públicas, ainda que de forma não contínua, representando um passo fundamental para sua estruturação. As políticas públicas de turismo desempenham papel essencial no direcionamento das atividades turísticas, contribuindo para que o setor seja não apenas economicamente viável, mas também socialmente justo e ambien-

talmente responsável. Como processo dinâmico, elas requerem constante monitoramento e ajustes, de forma a acompanhar as transformações das demandas turísticas e os desafios globais emergentes.

Diante desse contexto, este artigo tem como objetivo analisar a trajetória das políticas públicas voltadas ao turismo rural no Brasil, identificando as principais diretrizes e estratégias adotadas ao longo dos anos. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa, com base em fontes bibliográficas e documentais, permitindo uma abordagem crítica sobre o tema. A partir da análise das políticas implementadas até os dias atuais, busca-se compreender os avanços e as lacunas que ainda precisam ser superadas para a consolidação do turismo rural como uma estratégia sustentável de desenvolvimento.

Este trabalho está estruturado em cinco partes. Além desta introdução, que traz a contextualização do tema e o objetivo do estudo, na sequência é apresentado o referencial teórico, abordando os principais assuntos que se relacionam com este trabalho, os procedimentos metodológicos, os resultados e discussões e, por último, as considerações finais.

Referencial teórico

As políticas públicas representam o conjunto de decisões e ações implementadas pelo poder público para atender demandas coletivas e solucionar problemas identificados na sociedade, promovendo o bem-estar social. Anderson (2006) afirma que as políticas públicas consistem em um curso de ação intencionalmente formulado para alcançar objetivos específicos, sendo um processo contínuo que abrange desde a identificação de problemas até a avaliação de resultados. Esses objetivos específicos podem estar relacionados a diferentes áreas,como saúde, educação, meio ambiente, segurança, cultura e turismo, sendo orientadas por princípios de legalidade, eficiência, equidade e transparência.

De acordo com Dye (2002), o conceito de políticas públicas envolve tudo o que os governos escolhem fazer ou não fazer, destacando que sua formulação está intrinsecamente ligada a escolhas políticas e técnicas realizadas em diferentes níveis de governo. Além disso, as políticas públicas são influenciadas por contextos sociais, econômicos e culturais, bem como pela participação da sociedade civil e de grupos de interesse, tornando-se um reflexo das prioridades e valores predominantes em determinado período histórico.

No contexto do turismo, as políticas públicas se configuram como o conjunto de regulamentações, regras, diretrizes, objetivos e estratégias que visam planejar, regular e fomentar a atividade turística, promovendo o desenvolvimento sustentável e equilibrado desse setor. Beni (2001, p. 188) define políticas públicas de turismo como “orientações específicas para a gestão diária do turismo, abrangendo os muitos aspectos operacionais da atividade”. Ou seja, elas podem versar sobre diferentes áreas, como infraestrutura, capacitação profissional, promoção de destinos, preservação do patrimônio natural e cultural e gestão de fluxos turísticos.

A formulação de políticas públicas para o turismo deve se basear em informações atualizadas, de forma a nortear a tomada de decisão a longo prazo e a minimizar impactos negativos oriundos da atividade, como os efeitos diretos ao meio ambiente e ao patrimônio cultural. Uma das principais funções das políticas públicas de turismo é atuar como ferramenta de ordenamento territorial e integração entre os diferentes agentes do setor, como governos, empresas, comunidades locais e turistas (DIAS, 2008).

No Brasil, a trajetória das políticas públicas de turismo é recente e se intensificou a partir da criação do Ministério do Turismo em 2003 (DIAS, 2008). Documentos como o Plano Nacional de Turismo (PNT) têm servido como instrumentos de planejamento estratégico, com metas voltadas ao aumento da competitividade dos destinos, geração de empregos e inclusão social.

As políticas públicas de turismo podem ser direcionadas ao desenvolvimento da atividade turística de forma ampla, como é o caso de planos de desenvolvimento turístico, sejam nacionais, regionais ou municipais, por exemplo, ou ainda formuladas de forma a atender demandas específicas, como a plataforma Qualifica Turismo do Ministério do Turismo que disponibiliza cursos online e gratuitos de qualificação para o setor. Da mesma forma, as políticas públicas podem ter como foco os diferentes segmentos do turismo, sendo elaboradas para contemplar as suas particularidades, como é o caso das ações e estratégias que tem como foco o turismo rural.

O turismo rural é um segmento que se desenvolve no ambiente rural, envolvendo atividades que promovem a valorização da cultura, tradições, paisagens e modos de vida do campo. Ele compreende a interação entre visitantes e o espaço rural, oferecendo experiências autênticas que vão além da contemplação da natureza, englobando práticas agrícolas, festas populares e a gastronomia local. Essa forma de turismo contribui tanto para a diversificação da oferta turística quanto para a geração de renda e fortalecimento das comunidades rurais (BRASIL, 2010).

Também é visto como uma forma de turismo alternativo, que contrasta com o turismo de massa ao priorizar experiências personalizadas e o contato direto com a natureza e as comunidades anfitriãs (BENI, 2018). Nesse sentido, o turismo rural é identificado como uma oportunidade de promover a integração entre as atividades econômicas locais e o desenvolvimento do território.

Entre suas principais características, o turismo rural está associado à sustentabilidade e ao desenvolvimento local. De acordo com Beni (2018), ele tem o potencial de preservar o patrimônio natural e cultural ao mesmo tempo que promove a inclusão social e econômica. Isso ocorre porque as atividades turísticas no campo frequentemente demandam mão de obra local, incentivam a comercialização de produtos regionais e estimulam práticas que respeitam os recursos ambientais.

Além disso, o turismo rural é uma importante ferramenta para a valorização da identidade cultural das comunidades envolvidas. A gastronomia típica, as manifestações culturais e o artesanato local tornam-se atrativos que ajudam a construir um diferencial competitivo para os destinos rurais (BRASIL, 2010). A autenticidade dessas experiências é um fator determinante para o engajamento dos turistas, principalmente no contexto do turismo experiencial, que busca uma conexão mais profunda com o destino.

O turismo rural também se apresenta como uma oportunidade para o desenvolvimento sustentável, unindo práticas econômicas, sociais e ambientais. Ele contribui para a preservação de áreas naturais, a valorização da cultura local e a melhoria da qualidade de vida das comunidades do campo. Ao promover o equilíbrio entre os interesses dos visitantes, dos residentes e do meio ambiente, o turismo rural pode se consolidar como um modelo de turismo responsável e transformador (ALMEIDA; VIANA; RIEDL, 2002).

Entretanto, o desenvolvimento do turismo rural enfrenta desafios significativos. A falta de infraestrutura e acessibilidade dos empreendimentos, a capacitação insuficiente de proprietários e trabalhadores e a ausência de uma gestão integrada e de estratégias colaborativas são alguns dos entraves para sua consolidação. Para superar essas barreiras é necessária a implementação de políticas públicas voltadas ao fortalecimento do segmento.

Um dos principais objetivos das políticas públicas para o turismo rural é garantir que os benefícios gerados pelo setor sejam distribuídos de forma equitativa entre as comunidades envolvidas, contribuindo para a redução das desigualdades socioeconômicas. Iniciativas como a formalização de empreendimentos, o incentivo ao associativismo e a valorização da identidade cultural local são estratégias que não apenas fortalecem as bases econômicas das regiões rurais, mas também promovem o senso de pertencimento das populações locais (BRASIL, 2010). Ademais, políticas que priorizam a preservação do meio ambiente e do patrimônio cultural asseguram que o turismo rural seja conduzido de maneira sustentável e em harmonia com os recursos disponíveis.

Por fim, a atuação governamental no turismo rural é imprescindível para a promoção do setor em mercados internos e externos. A criação de roteiros integrados, a divulgação de destinos rurais e o apoio a eventos temáticos são ações que aumentam a visibilidade e atraem visitantes. A articulação entre diferentes níveis de governo, junto à participação da sociedade civil, é determinante para consolidar o turismo rural como uma ferramenta eficaz de desenvolvimento regional. Assim, políticas públicas bem estruturadas não apenas impulsionam o crescimento do segmento, mas também asseguram sua contribuição para o bem-estar social e a preservação cultural e ambiental.

Procedimentos metodológicos

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa e exploratória, com abordagem descritiva, tendo como objetivo analisar a trajetória das políticas públicas voltadas ao turismo rural no Brasil. Para isso, foram

utilizadas fontes bibliográficas e documentais, buscando a compreensão da evolução histórica e das diretrizes que nortearam a formulação dessas políticas.

A pesquisa bibliográfica foi realizada a partir da revisão de literatura em livros e artigos científicos que abordam o turismo rural e as políticas públicas do setor. Essa etapa permitiu identificar conceitos-chave, perspectivas teóricas e estudos anteriores que contribuem para a análise do tema. Já a pesquisa documental envolveu a análise de legislações, planos nacionais de turismo, programas governamentais e outros documentos institucionais que influenciaram o desenvolvimento do turismo rural no Brasil.

A análise dos dados coletados foi realizada por meio da técnica de análise de conteúdo, permitindo a identificação de padrões, tendências e mudanças nas políticas públicas voltadas ao turismo rural ao longo do tempo. A relação entre as fontes bibliográficas e documentais possibilitou uma compreensão mais aprofundada sobre os impactos e desafios enfrentados pelo setor.

Resultados e Discussões

A trajetória das políticas públicas de turismo no Brasil é relativamente recente. Segundo Lopes e Panosso Netto (2021) foi a partir de 1966 que aconteceu efetivamente a criação de uma política nacional de turismo, com o Decreto Lei nº 55, de 18 de novembro de 1966, que instituiu o Conselho Nacional de Turismo (CNTur) e a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur). Outro marco foi a criação do Ministério do Turismo (MTur), que passou a existir somente em 2003, há cerca de duas décadas. Com o MTur, pela primeira vez o turismo passou a contar com estrutura e orçamentos próprios, mostrando a importância do setor e o consolidando enquanto política de Estado.

O cenário não é diferente quando se trata das políticas públicas voltadas ao turismo rural, que apresenta um desenvolvimento também recente. Uma das primeiras iniciativas surgiu a partir do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), criado em 1996 com o objetivo de promover o desenvolvimento rural sustentável e fortalecer a agricultura familiar. Através da concessão de créditos para pequenos produtores, ou seja, aqueles cuja produção é resultado de sua própria força de trabalho ou da mão de obra familiar, o Pronaf busca contribuir com a melhoria da capacidade produtiva, geração de empregos e aumento da renda familiar (PEDRON; KLEIN, 2004).

Ainda em vigência, o programa passou por diversas atualizações ao longo dos anos. Umas das mais significativas, no que tange o turismo, foi a inclusão em 2003 de novas modalidades, incluindo o Pronaf Turismo Rural, com o objetivo de apoiar a implantação de atividades turísticas nas propriedades rurais (SCHNEIDER; CAZELLA; MATTEI, 2020). A partir disso, segundo Santos e Pires (2010, p. 63), “a facilidade e a rapidez no acesso ao Pronaf e programas vinculados viabilizaram o turismo rural como um empreendimento agrícola para o homem do campo”.

A versão atual do programa não conta mais com essa modalidade específica de turismo rural, porém o segmento ainda é contemplado dentro de outras linhas de crédito. É o caso do Pronaf Agroindústria, que tem como objetivo o apoio a atividades que agreguem renda à produção e serviços, e do Pronaf Bioeconomia, voltado, dentre outras finalidades, a projetos que agreguem valor a produtos e serviços da sociobiodiversidade através de infraestrutura e equipamentos para hospedagem, eventos, processamento, acondicionamento e armazenamento de produtos que valorizem a gastronomia local.

O final da década de 1990 é marcado por outro momento importante para o turismo rural. Entre os dias 27 e 29 de maio de 1998 foi realizado na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) o I Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável (CITURDES), evento que reuniu acadêmicos, pesquisadores e profissionais da área em torno de discussões sobre turismo rural e sustentabilidade. Na ocasião foi lançada a Carta de Santa Maria, documento que sintetizou os principais debates e deliberações da primeira edição do CITURDES.

A Carta de Santa Maria reconhece a importância socioeconômica do turismo no espaço rural, destacando a necessidade de alinhar o desenvolvimento turístico às práticas de preservação ambiental, inclusão social e

valorização cultural, promovendo um turismo que beneficie as comunidades locais e reduza impactos negativos. Além disso, o documento aborda a importância da participação de diferentes atores na promoção do desenvolvimento sustentável por meio de atividades turísticas no meio rural, incluindo poder público, iniciativa privada, instituições de ensino e organizações não governamentais.

A Carta traz uma série de recomendações, incluindo: o desenvolvimento de políticas e diretrizes específicas para o turismo rural através da colaboração entre instituições governamentais e a iniciativa privada; a criação de associações locais e regionais conectadas a uma entidade representativa de abrangência nacional, fortalecendo a articulação e representatividade do segmento; a revisão das legislações vigentes que impactam direta ou indiretamente o setor; o estímulo à capacitação de profissionais por meio de ações conjuntas entre instituições públicas e privadas; e o fomento a pesquisas sobre o turismo rural, com a padronização de terminologias (UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA, 1998).

Além de ser um marco no debate sobre turismo rural no Brasil, a Carta de Santa Maria teve um papel propulsor nas discussões institucionais sobre a temática, especialmente no período subsequente ao seu lançamento, pois contribuiu para o reconhecimento do segmento diante dos poderes públicos e privados. Segundo Santos e Pires (2010), a Carta foi o ponto de partida para diversos outros trabalhos desenvolvidos entre 1999 e 2003 pelo Ministério do Esporte e Turismo em parceria com técnicos, agentes e atores da atividade turística com foco no turismo rural no Brasil.

Em 2003, com a criação do Ministério do Turismo, instaura-se uma nova era para a atividade turística, que passa a adquirir um certo status na estrutura administrativa e maior presença nas políticas públicas. No mesmo ano é lançado o Plano Nacional de Turismo: diretrizes, metas e programas (PNT 2003-2007), com o objetivo de ordenar as ações do setor público e orientar o desenvolvimento do turismo. Com vigência de quatro anos, o Plano Nacional de Turismo (PNT) é um instrumento de planejamento elaborado pelo Ministério do Turismo que estabelece as diretrizes e estratégias, bem como os programas e ações a serem desenvolvidos para a implementação da política nacional de turismo. Na sequência foram lançados outros quatro PNTs, 2007-2010, 2013-2016, 2018-2022 e, mais recentemente, o 2024-2027. Uma breve análise dos cinco documentos demonstra que, apesar de não serem mencionados diretamente os programas e ações específicas de turismo rural, o setor acaba sendo contemplado nas diretrizes e estratégias previstas em cada PNT. Além disso, o PNT 2007-2010 aborda, dentro do Macroprograma Regionalização do Turismo, a estruturação dos segmentos turísticos, onde o Turismo Rural aparece como sugestão de segmentação.

Ainda em 2003 é apresentado o Programa de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF), elaborado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), com o objetivo de integrar o turismo rural como estratégia de diversificação econômica para agricultores familiares. O programa buscava promover o desenvolvimento sustentável por meio da implantação e fortalecimento das atividades turísticas, agregando valor às propriedades rurais, gerando novas fontes de renda e contribuindo para a melhoria da qualidade de vida no meio rural (SOUZA; KLEIN, 2019).

Entre as principais ações do PNTRAF, destacavam-se a formação e capacitação de agricultores para atuar no turismo rural, o incentivo à estruturação de propriedades para receber turistas e o desenvolvimento de roteiros turísticos baseados na identidade cultural local. Dessa forma, buscava-se construir experiências autênticas para os visitantes, ao mesmo tempo em que se promovia a inclusão produtiva e social das famílias beneficiadas.

Conforme Santos e Pires (2010, p. 84), “o PNTRAF referencia que os benefícios do Turismo Rural são econômicos - quando ocorre aumento de renda dos agricultores; sociais – quando revitaliza a cultura e resgata valores e; ambientais – pelo uso racional dos recursos naturais”.

A partir do PNTRAF surge a Rede de Turismo Rural na Agricultura Familiar (Rede TRAF), uma organização nacional de articulação entre agricultores, instituições de pesquisa, órgãos governamentais e outras entidades envolvidas no desenvolvimento do turismo rural. A Rede TRAF foi criada como uma forma de organizar e fortalecer as iniciativas de turismo rural apoiadas pelo PNTRAF, conectando os atores envolvidos no turismo rural, promovendo a troca de experiências, a cooperação e a divulgação dos empreendimentos. Dessa forma, a Rede TRAF representou uma continuidade dos princípios do PNTRAF, incentivando os agricultores familiares a se manterem organizados e seguirem desenvolvendo o turismo rural de forma sustentável.

Em 2003 é lançado outro documento norteador para o segmento do turismo rural. Com o objetivo de fortalecer o Turismo Rural como um impulsionador do desenvolvimento sustentável e organizar a estrutura das propriedades rurais que adotaram essa atividade em suas operações, o Ministério do Turismo, em parceria com técnicos, agentes e demais envolvidos no setor, elaborou o documento Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil 2003-2007. Esse material apresenta orientações e estratégias para alinhar políticas e ações voltadas ao conhecimento e à regulamentação do Turismo Rural no país. Em 2007, durante o Salão de Turismo realizado em São Paulo, essas diretrizes foram oficializadas sob o título Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural – Brasil (SANTOS, PIRES, 2010).

O novo documento reforça a importância do turismo rural para o país, especialmente considerando o caráter dinâmico do setor e o número de propriedades rurais que passaram a incorporar atividades turísticas em suas rotinas.

> Este documento tem como base a valorização da ruralidade, a conservação do meio ambiente, os aspectos socioeconômicos do setor, com destaque para a agricultura familiar, e a articulação interinstitucional e intersetorial, definindo algumas ações norteadoras para o envolvimento do poder público, iniciativa privada, organizações não-governamentais e comunidades. (BRASIL, 2003, p. 5).

Primeiramente é apresentado um panorama do turismo rural no Brasil, abordando o histórico recente do segmento e a sua prática enquanto atividade econômica e turística. Também são pontuados os benefícios proporcionados pelo turismo rural, não só para os agricultores mas também para os próprios turistas. Na sequência, o documento traz conceituações relacionadas ao turismo rural, num esforço direcionado à padronização das terminologias e significados. Também são pontuados os objetivos a serem atingidos com as propostas que são explanadas na sequência.

Por fim, o documento Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural – Brasil aborda 7 diretrizes, detalhadas em estratégias específicas, a serem desenvolvidas com o objetivo de fomentar ações regulatórias e integradas que viabilizem a organização e a promoção do turismo rural. São elas: 1) ordenamento; 2) informação e comunicação; 3) articulação; 4) incentivo; 5) capacitação; 6) envolvimento das comunidades; 7) infraestrutura (BRASIL, 2003).

A partir desse modelo institucional, o documento orienta que sejam identificados os principais setores, segmentos e agentes, tanto direta quanto indiretamente ligados à atividade turística no meio rural em cada território, a fim de estruturar grupos representativos que utilizem essas diretrizes como referência para suas ações. Dessa forma, a criação dos arranjos propostos parte do entendimento do turismo rural como um meio de promover o desenvolvimento sustentável, tendo como estratégia central a formação de redes de parceiros em diversos níveis e áreas de atuação, assegurando a contínua troca de informações e um planejamento integrado. Até aqui observa-se que várias ações foram desenvolvidas entre o final da década de 1990 e o início da década de 2000, especialmente no período logo após a criação do Ministério do Turismo em 2003. No entanto, o período subsequente apesenta uma lacuna de novas iniciativas direcionadas ao turismo rural.

Em 2015 é sancionada a Lei nº 13.171, de 21 de outubro de 2015, que inclui a possibilidade de exploração do turismo rural nas atividades agro-econômicas. Com essa medida, muitos empreendedores que atuavam no turismo rural deixaram a informalidade, evitando a bitributação que anteriormente incidia sobre a atividade.

Em 2023 é apresentado o Projeto de Lei 2475/2023, que propõe a criação da Política Nacional de Incentivo ao Turismo Rural, com o objetivo de fortalecer empreendimentos turísticos de base familiar e comunitária no meio rural brasileiro. A proposta busca diversificar a economia das áreas rurais, gerando emprego e renda e elevando as condições de vida no campo, além de promover a utilização sustentável dos recursos naturais.

Entre as diretrizes previstas, estão o fortalecimento da agricultura familiar e dos produtos artesanais, a qualificação da mão de obra para o setor e a promoção de infraestrutura adequada para a recepção de turistas. Além disso, o projeto prevê apoio técnico e financeiro para iniciativas de turismo rural, além da criação de programas

e incentivos que facilitem a integração entre produtores rurais e o setor turístico. A proposta já foi aprovada pela Comissão de Agricultura, Pecuária, Abastecimento e Desenvolvimento Rural da Câmara dos Deputados e segue em tramitação.

Mais recentemente, outro impacto relevante para o segmento de turismo rural ocorreu com a sanção da Lei 14.978, de 18 de setembro de 2024. Dentre outras disposições, a referida legislação traz alterações para a Lei 11.771, de 17 de setembro de 2008, também conhecida como Lei Geral do Turismo (BRASIL, 2024).

No que tange o turismo rural, a alteração mais significativa diz respeito à possibilidade de produtores rurais e agricultores familiares que prestam serviços turísticos se cadastrarem no Cadastur, o Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos do Ministério do Turismo, mesmo como pessoas físicas. Isso permite que esses produtores ofereçam serviços turísticos em suas propriedades, como hospedagem, alimentação e atividades recreativas, além de comercializarem produtos artesanais e agroindustriais diretamente aos visitantes, sem perder a condição de produtor rural.

Essa medida visa diversificar as fontes de renda no meio rural, promovendo o desenvolvimento econômico local e valorizando a cultura e as tradições das comunidades rurais. Além disso, ao se formalizarem no Cadastur, esses prestadores de serviços turísticos passam a ter acesso a benefícios como linhas de crédito específicas, programas de qualificação profissional e maior visibilidade nas ações de promoção turística do governo.

Em resumo, a atualização da Lei Geral do Turismo fortalece o turismo rural ao integrar produtores rurais e agricultores familiares ao setor turístico formal, ampliando suas oportunidades de negócio e contribuindo para o desenvolvimento sustentável das áreas rurais.

Cabe ressaltar brevemente iniciativas que não são direcionadas especificamente para o turismo rural, mas que também impactam o segmento. É o caso, por exemplo, do Programa de Regionalização do Turismo (PRT), lançado em 2004 com o objetivo de organizar e fortalecer o turismo nacional por meio da gestão descentralizada e integrada dos destinos turísticos. Baseado no conceito de turismo como vetor de desenvolvimento regional, o programa incentivou a formação de regiões turísticas, promovendo a articulação entre municípios, setores públicos e privados, e comunidades locais para estruturar e qualificar produtos turísticos. A partir disso o PRT buscou diversificar a oferta turística e aumentar a competitividade dos destinos, incentivando o desenvolvimento, também, do turismo rural.

Considerações Finais

O estudo sobre a trajetória das políticas públicas voltadas ao turismo rural no Brasil evidencia que, apesar do reconhecimento crescente do segmento, sua consolidação como uma estratégia estruturada de desenvolvimento ainda enfrenta desafios. A análise documental e bibliográfica permitiu identificar avanços significativos, como a criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) e do Programa de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF), bem como a formalização de diretrizes específicas para o setor ao longo dos anos.

A recente atualização da Lei Geral do Turismo, que permite a formalização de agricultores familiares no Cadastur, representa um avanço na inclusão desses empreendedores no mercado turístico formal, mas ainda há a necessidade de maior articulação interinstitucional e de incentivos para garantir a sustentabilidade das iniciativas. A sustentabilidade das iniciativas passa por incentivos que vão além do cadastro, como infraestrutura adequada, formação contínua e estratégias de promoção que conectam os pequenos produtores a um público interessado em experiências específicas.

Outro aspecto relevante é o papel da Carta de Santa Maria e de outros documentos institucionais que reforçam a importância da participação de diferentes atores no planejamento do turismo rural. O envolvimento do poder público, da iniciativa privada e das comunidades locais é essencial para garantir que o turismo no meio rural se desenvolva de maneira sustentável, respeitando a identidade cultural e promovendo benefícios socioeconômicos para os agricultores e as regiões onde está inserido.

Apesar dos avanços, a pesquisa também revela lacunas, como a falta de monitoramento e avaliação contí-

nuos, a carência de infraestrutura em áreas rurais e a necessidade de maior articulação entre os diversos atores envolvidos, questões que precisam ser abordadas de maneira prioritária. Estradas precárias, saneamento inadequado e a ausência de serviços essenciais impactam tanto a experiência do visitante quanto a perspectivas de empreendimentos rurais. Além disso, a conectividade digital limitada em muitas áreas rurais pode dificultar o marketing e a visibilidade necessária para atrair turistas. Com a evolução tecnológica e o crescimento das redes sociais, surgiram novas possibilidades para promover o turismo de maneira mais ampla e atraente. O marketing digital se tornou essencial, permitindo que áreas rurais alcancem um público maior e mais diversificado.

Como limitação do estudo, destaca-se que não foram analisadas as iniciativas estaduais e municipais de apoio e fomento ao turismo rural. Tais dados, que podem ser abordados em pesquisas futuras, poderiam fornecer mais embasamento para que um panorama mais completo do turismo rural pudesse ser traçado. Ressalta-se que a continuidade das pesquisas sobre o turismo rural é fundamental para acompanhar as transformações do setor e subsidiar políticas públicas mais assertivas. A articulação entre academia, gestores públicos e agricultores pode fortalecer o turismo rural como uma ferramenta de desenvolvimento sustentável e inclusão produtiva, garantindo sua relevância no contexto das políticas turísticas brasileiras.

Por fim, é importante destacar que as políticas públicas de turismo rural, conduzida de maneira justa entre as esferas federais, estaduais e municipais beneficiam a organização e planejamento da atividade turística, promovendo o protagonismo dos residentes rurais, e fortalecendo o rural no processo de desenvolvimento turístico.

Referências

ALMEIDA, Joaquim Anécio; VIANA, Andyara Lima Barbosa; RIEDL, Mário (orgs.). **Turismo Rural:** Tendências e Sustentabilidade. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.

ANDERSON, James. E. **Public policy making**: an introduction. Boston: Houghton Mifflin, 2006.

BENI, Mário Carlos. A política de turismo. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (org.). **Turismo**: como aprender, como ensinar. São Paulo: Senac, 2001.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 16. ed. São Paulo: Senac, 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural**: Brasil. Ministério do Turismo, 2003.

BRASIL. **Lei nº 14.978, de 18 de setembro de 2024**. Brasília, DF: Presidência da República, 2024. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023- 2026/2024/lei/L14978.htm. Acesso em: 20 jan. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Rural**: Orientações Básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo**: Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2008.

DYE, Thomas. **Understanding public policy**. 7. ed. Englewood Cliffs: Editora Prentice Hall, 1992.

LANE, Bernard. Turismo rural de segunda geração: prioridades e questões de pesquisa. *In*: CRISTÓVÃO, Artur; PEREIRO, Xerardo; SOUZA, Marcelino de; ELESBÃO, Ivo (Org.). **Turismo rural em tempos de novas ruralidades**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2014. (Série Estudos Rurais PGDR). p. 15-48.

LOPES, Mariana Manzano; PANOSSO NETTO, Alexandre. Análise das políticas públicas federais de turismo no Brasil (1930 a 2020). **Ateliê do Turismo**, Campo Grande, v. 5, n. 2, p. 200-224, jul./dez. 2021.

PEDRON, Flávia de Araújo; KLEIN, Angela Luciane. Políticas públicas para a atividade de turismo rural: estudo da utilização dos recursos do PRONAF. **Revista Extensão Rural**, Santa Maria, a. 11, p. 91-103, jan./dez. 2004.

SANTOS, Alessandra Santos dos; PIRES, Paulo dos Santos. Políticas públicas de turismo rural: uma alternativa necessária. *In*: SANTOS, Eurico de Oliveira; SOUZA, Marcelino de. **Teoria e Prática do Turismo no Espaço Rural**. Barueri: Manole, 2010.

SCHNEIDER, Sergio; CAZELLA, Ademir Antonio; MATTEI, Lauro. Histórico, caracterização e dinâmica recente do PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar. **Revista Grifos**, Chapecó, v. 30, n. 51, p. 11- 24, jan./abr. 2020.

SOUZA, Marcelino de; KLEIN, Ângela Luciane. Normativas, regulamentações e políticas públicas para o turismo rural. In: SOUZA, Marcelino de; DOLCI, Tissiane Schmidt (org.). **Turismo rural**: fundamentos e reflexões. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. **Carta de Santa Maria**. UFSM, 1998.

GÊNERO E MERCADO DE TRABALHO: AS MULHERES NO TURISMO RURAL

JESSICA TAVARES DE SOUZA[1], IVO ELESBÃO[2]

[1] Doutoranda em Comunicação, UFSM
[2] Doutor em Geografia, Departamento de Turismo/CCSH/UFSM

Resumo: A partir de uma revisão de literatura, buscamos desenvolver uma melhor compreensão da temática. São abordadas as questões de gênero no trabalho rural e mais especificamente a participação da mulher no turismo rural. A proposta é apresentar um panorama básico, na tentativa de identificar como o gênero está entrelaçado com as relações de trabalho no turismo rural, e analisar como as desigualdades estruturais impactam as mulheres no trabalho turístico. O estudo considera forças e fracos sociais, econômicos e culturais para a análise de diferentes facetas da participação feminina no mercado de trabalho. Em geral, os resultados revelam diversas barreiras enfrentadas pelas mulheres, incluindo falta de oportunidades, discriminação de gênero e baixa autoestima. Conclui-se que é necessário (re)formular estratégias para aumentar as oportunidades e melhorar as condições de trabalho, bem como sensibilizar a população para as questões de gênero.

Palavras-chave: Trabalho feminino; Atividade turística; Dinâmica familiar.

Introdução

A discussão sobre trabalho e gênero tem sido cada vez mais presente no debate acadêmico. É necessário entender como o gênero influencia na distribuição de oportunidades de trabalho, na divisão de tarefas e na remuneração. Por isso, o presente artigo tem como proposta discutir como as relações de gênero se manifestam no turismo rural, considerando seus aspectos sociais, culturais e econômicos.

O turismo rural tem crescido nos últimos anos e é importante entendermos seus contornos de forma mais aprofundada, especialmente no que diz respeito à questão de gênero no trabalho turístico rural. Neste artigo, abordaremos a dinâmica de gênero no mercado de trabalho, no contexto rural e no turismo rural, buscando dimensionar o desequilíbrio existente entre os gêneros, a forma como o sexismo estrutural prejudica as mulheres em diversos ambientes de trabalho e quais estratégias estão sendo desenvolvidas para mitigar essa desigualdade.

O propósito deste artigo é identificar como o gênero está entrelaçado com as relações de trabalho no turismo rural, e analisar como as desigualdades estruturais impactam as mulheres no trabalho turístico. Estabelecemos também como o turismo rural pode ser usado como um vetor para o desenvolvimento econômico, empoderando as mulheres que neles trabalham.

Discutir as questões de trabalho e gênero no turismo rural é fundamental para a ampliação da equidade entre homens e mulheres no mercado. Essa discussão traz visibilidade ao tema e demonstra a importância desse cenário para a melhoria do desenvolvimento econômico e a promoção do equilíbrio de gênero no setor.

A partir de uma revisão de literatura, buscamos desenvolver uma melhor compreensão da temática e assim traçar um mapa de como o empoderamento das mulheres através do turismo pode acontecer.

Primeiramente, são explorados os problemas que as mulheres enfrentam no mercado de trabalho, refletindo sobre os padrões existentes de discriminação. Em seguida, abordamos o trabalho feminino no contexto rural. Por fim, são abordadas possíveis soluções para a melhoria das condições de trabalho e ampliação do empoderamento entre mulheres no turismo rural.

Um breve panorama da divisão sexual do trabalho

Em toda a história a sociedade foi dividida entre aqueles que trabalham e aqueles que não trabalham. Os primeiros são considerados responsáveis, dignos de respeito e merecedores de recompensas. Os segundos são considerados preguiçosos, indignos de respeito e merecedores de punições. De acordo com Oliveira-Cruz (2016, p. 4) "a ideia de realização pessoal, carreira e sucesso a partir do trabalho se fortalece quanto mais distante o trabalho estiver da necessidade econômica e da subsistência".

A divisão sexual do trabalho é uma das principais causas da feminização das tarefas domésticas e de cuidado. Isso acontece porque as mulheres são socialmente "construídas" para serem cuidadoras, enquanto os homens são "construídos" para serem provedores. Como resultado, as mulheres são mais inclinadas a serem responsáveis pelas tarefas domésticas e pelo trabalho de cuidado independente do contexto "qualquer que seja sua situação social, sua posição na família e trabalhe ela ou não fora do lar" (Bruschini; Lombardi, 2000, p. 70), enquanto os homens são mais propensos a serem responsáveis pelo trabalho remunerado. Essa divisão sexual do trabalho tem várias consequências sobre a autonomia financeira e a organização cotidiana das mulheres.

Primeiro, as mulheres são mais propensas a serem economicamente dependentes dos homens, já que tendem a ter menos trabalhos remunerados. Isso significa que as mulheres têm menos controle sobre suas próprias vidas e que são mais vulneráveis ao abuso e à exploração. Além disso, a divisão sexual do trabalho também contribui para a sobrecarga de trabalho das mulheres, já que elas são responsáveis por mais tarefas do que os homens. Isso pode levar à dependência financeira, exaustão e à baixa autoestima, além de dificultar o acesso à educação e à formação profissional. Os arranjos familiares têm sido cada vez mais diversificados ao longo dos anos, com novas formas de família surgindo e se tornando mais comuns. No entanto, ainda existem algumas diferenças significativas entre os homens e as mulheres no que diz respeito às responsabilidades familiares, o que impacta diretamente nas questões do mercado de trabalho. Na nossa sociedade as "atividades ligadas à reprodução social, como é o caso do trabalho doméstico e do trabalho não remunerado, sequer são consideradas como trabalho" (Oliveira-Cruz, 2016, p. 3).

A falta de uma rede de apoio estabelecida e estruturada traz muitas dificuldades para as mulheres, principalmente para as mães, como questiona Biroli (2018, p. 109): "Quem cuida das crianças no horário em que não estão na escola? E o que isso implica para as mulheres, para as próprias crianças e para a renda familiar?". As relações que a maternidade modifica e os espaços que se abrem (e se fecham) são questões centralmente debatidas no debate contemporâneo sobre as relações entre as mulheres.

Quando falamos de família, falamos também de ciclos. A ciclicidade familiar é um termo usado para descrever o fato de que as famílias tendem a repetir os mesmos padrões de comportamento ao longo das gerações. Isso pode incluir coisas como o tipo de relacionamento que as pessoas têm, o tipo de carreira que escolhem, ou até mesmo o tipo de personalidade que elas desenvolvem.

Os comportamentos repetidos são aqueles que são realizados de maneira consistente ao longo do tempo. Podem ser hábitos ou crenças que são difíceis de alterar. Muitas vezes, esses comportamentos são aprendidos na infância e podem ser influenciados pelos pais ou outros adultos significativos. Para Oliveira-Cruz (2016, p. 8) "é dentro da família, por exemplo, que meninos e meninas são iniciados à distinção entre atributos ''femininos" e "masculinos", espelhados nas brincadeiras consideradas adequadas para cada gênero".

Se relacionamentos baseados em abuso de poder, condições de trabalho precárias ou desníveis de funções dentro de casa são situações normalizadas no ambiente familiar, as vítimas tendem a demorar para identificar certos tipos de violência ou injustiças. Claro que não estamos fadados a repetir os ciclos, afinal, percebe-se que há rupturas em diversos âmbitos anteriormente citados.

Quando se trata das diferenças entre homens e mulheres no mercado de trabalho e na vida familiar, as hierarquias de gênero e raça e as relações de poder podem ter consequências significativas para as mulheres, especialmente aquelas que já estão em situação de vulnerabilidade. As mulheres que trabalham em tempo parcial ou em trabalhos considerados de 'baixa qualidade' tendem a ter menos acesso a benefícios

sociais, como seguro-desemprego e aposentadoria, o que pode afetar negativamente a sua situação financeira no longo prazo.

Como dito anteriormente, as mulheres são socialmente construídas como o "sexo frágil". Isso significa que as mulheres são vistas como menos capazes de cuidar de si mesmas e de serem independentes, enquanto os homens são vistos como capazes de ser fortes e protetores. As mulheres são frequentemente sexualizadas e objetificadas, enquanto os homens são vistos como ativos e agentes. As mulheres são frequentemente vistas como emocionais e irracionais, enquanto os homens são vistos como racionais e lógicos.

Com índice elevado de desemprego, 8,7% no 3º trimestre de 2022 (IBGE, 2022), as mulheres têm enfrentado muitas dificuldades no mercado de trabalho, especialmente em relação às mulheres negras e às mulheres de baixa renda. As mulheres têm menos acesso a empregos de qualidade, são mais vulneráveis ao desemprego e têm salários menores que os homens. Além disso, por muitas vezes as mulheres têm dificuldade no acesso às políticas públicas de assistência social, como o antigo Bolsa Família, e têm menos acesso às políticas de proteção social, como o Seguro- Desemprego, fatores que juntos afetam negativamente a qualidade de vida.

O Brasil é um país com uma população majoritariamente feminina. Em 2021, o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) através da PNAD Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua) apontou que as mulheres representavam 51,1% da população total do país (IBGE, 2021). De acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV-IBRE), a participação feminina no mercado de trabalho cresceu de 34,8% em 1990 para 54,3% em 2019. Devido (em partes) a pandemia da Covid-19 a média anual recuou um pouco em 2021, atingindo 51,6% (Feijó; Neto; Cardoso, 2022). Apesar do crescimento, as mulheres ainda enfrentam dificuldades para conciliar a vida profissional e pessoal.

As mulheres ainda são responsáveis pela maior parte das tarefas domésticas e cuidados com os filhos. De acordo com o IBGE, em 2019, as mulheres são responsáveis pelas atividades ligadas à alimentação, limpeza de roupas e sapatos e arrumação do domicílio, enquanto dentro de casa, os homens são mais responsáveis pela realização de pequenos reparos.

A atividade com a maior taxa de participação pelas mulheres foi preparar ou servir alimentos, arrumar a mesa ou lavar a louça (81,0%), seguida pela limpeza ou arrumação do domicílio e arredores (77,4%), pelas compras ou pesquisa de preços (76,2%) e pela limpeza ou manutenção de roupas e sapatos (75,3%), a pesquisa demonstra que mulheres dedicam 10,4 horas por semana a mais que os homens aos afazeres domésticos ou ao cuidado de pessoas (IBGE, 2020).

A falta de políticas públicas voltadas para a conciliação da vida profissional e pessoal das mulheres é um dos principais problemas enfrentados pelo país. De acordo com dados da Agência Brasil em 2022, a pontuação do país no Índice de Gênero dos ODS 2022 chegou a 66,4, o que colocou o Brasil como o 78º (78/144) país em termos de igualdade de gênero, atrás de países como Uruguai (31º), Argentina (44º), Chile (49º) e Paraguai (74º). Na edição anterior, em 2019, o Brasil era o 77º colocado (Cristaldo, 2022).

A divisão sexual do trabalho e suas consequências sobre a autonomia financeira e organização cotidiana das mulheres se mostra um tema de debate intenso. Enquanto alguns defendem que a divisão sexual do trabalho é uma forma de discriminação contra as mulheres, outros argumentam que ela pode ser uma forma de libertação das mulheres. No entanto, a verdade é que a divisão sexual do trabalho tem consequências terrivelmente significativas sobre a independência e rotina das mulheres.

Uma das principais consequências da divisão sexual do trabalho é o fato de que as mulheres têm menos autonomia financeira do que os homens. Isso se deve ao fato de que as mulheres tendem a ganhar menos que os homens e também são mais propensas a trabalhar em setores da economia que são menos bem remunerados.

"O trabalho que as mulheres fornecem sem remuneração, como a criação dos filhos e atividades domésticas do cotidiano, deixa os homens livres para se engajar no trabalho remunerado" (Biroli, 2018, p. 28). Além disso, o trabalho doméstico do cuidado da casa e dos filhos é, geralmente, delegado às mulheres, o que significa que elas têm menos (ou nenhum) tempo para trabalhar ou se dedicar a outras atividades e, consequentemente, ganham menos (ou são privadas de certas políticas públicas). A divisão sexual do trabalho também tem consequências sobre a autonomia organizacional das mulheres. Isso se deve ao fato de que as mulheres

tendem a ter menos poder de decisão (no trabalho e fora dele) do que os homens. Além disso, há uma predisposição social que submete as mulheres a jornadas de trabalho mais longas por terem que lidar com as tarefas domésticas e outros trabalhos de cuidado. Isso significa que as mulheres têm menos "tempo útil" e energia para se dedicar aos seus interesses e, consequentemente, têm menos chances de serem (ou se sentirem) bem-sucedidas ou realizadas.

O gênero é um importante fator de análise das relações de trabalho. As mulheres são afetadas de diferentes maneiras pelas relações de trabalho, e a perspectiva interseccional deve ser considerada na análise, uma vez que se torna uma ferramenta importante para a compreensão dos diversos marcadores que atravessam as relações de mulheres de diferentes grupos sociais.

Ainda há muito a ser feito para que a equidade de gênero seja uma realidade. As políticas públicas e de assistência social são importantes instrumentos para promover grandes mudanças, mas elas precisam ser seriamente aprimoradas e ampliadas. É importante reconhecer que as políticas podem ter um impacto significativo na vida de diversas famílias e, portanto, devem ser abordadas de forma cuidadosa e criteriosa.

O trabalho das mulheres no contexto rural

É sabido que as mulheres desempenham um papel importantíssimo na agricultura desde o início dos tempos. O trabalho feminino dentro dos contextos rurais é essencial para a garantia da saúde e bem-estar dos grupos familiares. Na economia rural, a mulher participa ativamente de todas as fases do ciclo de produção e comercialização dos produtos, desde a seleção de sementes até o momento da venda dos produtos, além de ser responsável pelo trabalho doméstico e de cuidado.

Porém, as agricultoras, ao mesmo tempo que têm grande participação na produção agrícola, principalmente na de alimentos, "tem seu trabalho pouco reconhecido, e como consequência, pouca visibilidade nas estatísticas oficiais, formando um dos grupos mais esquecidos pelas políticas públicas" (Brumer; Paulilo, 2004, p. 171).

Diversos estudos mostram como a renda e os serviços relacionados ao trabalho feminino no contexto rural são cruciais para a estabilidade econômica entre as famílias e comunidades. Ainda assim, o trabalho feminino no campo encontra dificuldades de ser reconhecido, ficando em um campo secundário. Muito porque, geralmente, as tarefas femininas são atribuídas como "cuidado", e quando se trata de tarefas domésticas, não há atribuição de valor.

Claro que a importância do trabalho feminino no contexto rural excede o que está listado acima, pois sua experiência na agricultura não está apenas *linkada* ao trabalho de cuidado ou tarefas domésticas. Apesar disso, a "divisão do trabalho por sexo na agricultura permite concluir que as mulheres ocupam uma posição subordinada" e que, por consequência, seu trabalho é sempre considerado uma "ajuda", "mesmo quando elas trabalham tanto quanto os homens ou executam as mesmas atividades que eles" (Brumer; Paulilo, 2004, p. 210).

Mesmo diante das desigualdades históricas de gênero, o trabalho da mulher é e sempre foi imprescindível para o desenvolvimento das regiões rurais. Mesmo assim, é comum que mulheres não tenham acesso à mesma quantidade de terra e capital como os homens. Dados do Censo Agropecuário de 2017 apontam que de "5,07 milhões de estabelecimentos agropecuários, apenas 18,7% (946 mil) estavam sob gestão feminina, enquanto 81,3% (4,11 milhões) estavam sob gestão masculina" (Hora; Nobre; Butto, 2021, p. 13).

Esta desigualdade na gestão dos estabelecimentos rurais revela a desigualdade de gênero que ainda prevalece no campo brasileiro. Embora exista uma presença crescente de mulheres no campo, elas ainda têm menos acesso a meios de produção e ao controle sobre os bens agrícolas, que é considerado um importante meio de garantir a subsistência de diversas famílias.

A baixa participação feminina na gestão de estabelecimentos rurais pode estar relacionada à mentalidade de exclusão que prevalece na sociedade brasileira, onde mulheres e meninas não têm o mesmo acesso à educação, terra, financiamento e serviços para o desenvolvimento rural. Há também o fato de que as mulheres nem sempre são contempladas na herança da terra, por não serem consideradas diretamente responsáveis por nada que envolva a terra ou trabalho de produção. Geralmente, as mulheres "recebem" a terra por inter-

médio de um homem (irmão ou marido), limitando assim o direito de negociar e serem proprietárias de terras (Moura, 1978; Heredia, 1979).

Dos estabelecimentos do Censo Agropecuário 2017, foram classificados como Agricultura Familiar o total de 77,1%, que correspondem a 3,89 milhões, e 22,9% (1,16 milhões) como Não Agricultura Familiar. No ano de 2017 os estabelecimentos da Agricultura Familiar dirigido por mulheres representavam 19,7% enquanto os Não Agricultura Familiar eram de 15,2% (Hora; Nobre; Butto, 2021, p. 13).

Dados da Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (CONTAG), apontam que no ano de 2020 a população urbana representava 85% da população total do país, enquanto a população rural representava 14%. Quanto a distribuição da população rural segundo sexo ou gênero, os estados que representaram a maior porcentagem de mulheres foram: Pernambuco (51%), Acre (50%), Paraíba (50%) e Rio de Janeiro (50%). Já os estados com as menores porcentagem de mulheres eram: Amazonas (43%), Roraima (45%), Tocantins (45%) e Mato Grosso (45%) (Anuário Estatístico da Agricultura Familiar, 2022, p. 10).

A faixa de rendimento recebido pelos trabalhadores rurais no Brasil varia de acordo com o tipo de atividade desenvolvida. De acordo com o Anuário Estatístico da Agricultura Familiar (2022, p. 46) em 2022 cerca de 29,3% da população rural ocupada de 14 anos de idade ou mais recebiam até meio salário mínimo. Similarmente, 31,8% recebiam mais de meio até um salário mínimo e 25,1% de 1 até 2 salários mínimos. Por outro lado, apenas 3,9% recebiam de 3 até 5 salários mínimos e 1,4% de 5 até 10 salários mínimos.

Os baixos rendimentos no campo e a falta responsabilidade do Estado resultam na precarização do trabalho rural. Nesse sentido, existem diversos fatores que contribuem para a precarização do trabalho rural, como: redução de salário, ausência de estabilidade contratual, uso indiscriminado da terceirização, jornadas exaustivas, ausência de equipamentos de segurança, entre outras. Essas condições de trabalho contribuem para o aumento da exploração dos agricultores assalariados, tendo como consequência um maior estresse, doenças, acidentes e índices de mortalidade elevados.

No decorrer dos anos a precarização do trabalho rural foi potencializada pela aprovação da Reforma Trabalhista (Lei nº 13.467/2017), que alterou 201 pontos da CLT e a Lei da Terceirização (Lei 13.429/2017), que legaliza a terceirização ilimitada, alterando a garantia de direitos trabalhistas ligados ao trabalho rural, como o Seguro Acidente do Trabalho, o índice igual ou superior ao do salário mínimo para o pagamento do empregado agrícola, a obrigatoriedade de pagamento de vale- alimentação, a obrigatoriedade de repouso semanal remunerado.

Estas leis possibilitaram a alteração das relações trabalhistas em quase todos os seus aspectos, como a diminuição de direitos trabalhistas básicos, a ampliação da terceirização, o enfraquecimento das negociações coletivas, a evasão fiscal, a possibilidade da contratação por tempo determinado sem limitação de número de renovações, entre outros. A desregulamentação de direitos trabalhistas, permite que as empresas reduzam os custos de produção, externalizando os serviços e que aumentem o lucro.

Ambas as leis levaram à redução dos direitos trabalhistas para trabalhadores rurais, com o objetivo de estimular o empreendimento privado no campo. Outros fatores, como a redução dos subsídios governamentais à agricultura familiar, desregulamentação dos preços dos insumos e a agricultura de precificação contribuíram ainda mais para a precarização das e dos trabalhadores rurais.

As mulheres, especialmente no meio rural brasileiro, ainda enfrentam barreiras persistentes relacionadas à desigualdade de direitos, à vulnerabilidade ao trabalho precário (e muitas vezes forçado) e a outras formas de exploração de mão de obra. A falta de apoio à inovação e a oportunidades de emprego para mulheres no campo também contribuem para a desigualdade de gênero, ao mesmo tempo que contribuem para a vulnerabilidade das agricultoras, que têm menos acesso a produtos e outros serviços que hoje são básicos para agricultura, além sofrem com o excesso de “trabalho de cuidado” e tarefas domésticas.

Conclui-se, portanto, que o trabalho feminino no contexto rural ainda é muito desvalorizado, mesmo sendo possível compreender que as mulheres desempenham papéis decisivos na produção de alimentos, na transmissão cultural e na dinâmica social e econômica das comunidades rurais. É extremamente importante reconhecer o trabalho feminino em contextos rurais como fundamental para garantir o progresso e o bem-estar desses grupos. Com isso, espera-se que as mulheres no meio rural sejam reconhecidas como trabalhadoras,

consideradas como sujeitos ativos na economia brasileira, permitindo-as desenvolver suas potencialidades e ocupando o lugar de destaque que merecem.

A mulher no turismo rural

Entre os impactos positivos que o turismo proporciona no espaço rural está o protagonismo das mulheres (Barrera, 2000), sendo que na esteira das atividades turísticas seriam originados outros benefícios, entre eles a ocupação com rendimentos para as mulheres (Calvente, 2001).

De acordo com Ribeiro (2001) a participação das mulheres nos empregos turísticos seria muito variável entre os diferentes países, representando, no entanto, a maior percentagem do emprego do turismo no espaço rural.

Em pesquisa realizada no município de São Martinho/SC a grande maioria dos empregos permanentes que haviam sido criados com o desenvolvimento das atividades turísticas eram ocupados por mulheres (Elesbão, 2007).

Talavera (2001) destaca o papel da mulher na atividade turística rural, que além da tradicional participação nas atividades agrícolas, tem agora mais valorizadas suas atividades de “dona de casa”.

De acordo com Elesbão (2007), as atividades de turismo no espaço rural se caracterizam pela importante utilização da mão-de-obra familiar, tendo assim uma repercussão natural em termos de trabalho feminino, pois as oportunidades de trabalho contemplam as mulheres e filhos(as).

Dados da Espanha analisados por González (2005) demonstraram a predominância de ocupações não remuneradas sobre o total de pessoal ocupado no turismo rural, bem como também prevalecia as mulheres em relação aos homens.

Em pesquisa realizada por Elesbão (2007) entrevistadas colocaram que o emprego da mão-de-obra feminina seria bastante significativo não somente em relação ao que acrescentaria na receita familiar, mas principalmente, propiciando maior autonomia para as mulheres, pois com a atividade turística elas recebem pelo trabalho que desenvolvem.

Pin e Carnielli (2005) constataram, com base no agroturismo em Venda Nova do Imigrante/ES que ocorreu uma grande mudança no contexto familiar, com a inclusão das mulheres na atividade, sendo as mesmas responsáveis por grande parte dos empreendimentos.

Portanto, não há como negar que a contribuição da mulher é significativamente importante no turismo rural (González, 2005).

No entanto, Rodríguez (2006) traz uma questão importante, de que muitos dos empregos originados com a atividade turística seriam temporários ou em tempo parcial e de baixa qualificação.

Considerações Finais

Ainda existem desigualdades quanto à divisão do trabalho e as oportunidades profissionais, em termos de emprego, remuneração e beneficiários de serviços de desenvolvimento turístico. É fundamental identificar as diferentes formas de discriminação de gênero dentro do turismo rural para criar soluções inclusivas que promovam a equidade a todos os níveis.

Em termos culturais, as relações de gênero são influenciadas pelos interesses culturais do local. É evidente que os padrões de gênero podem limitar as oportunidades profissionais disponíveis. A discriminação de gênero também está presente na forma de salários desiguais, que resultam em um menor rendimento a longo prazo para as mulheres.

A redução da desigualdade de gênero é essencial para criar um mercado de trabalho equilibrado e minimamente justo. Em áreas sociais, culturais e econômicas, é fundamental preparar mulheres para assumir cargos de liderança e gestão, promover igualdade salarial e acesso aos recursos.

Assim, é necessário respeitar a diversidade de culturas e valorizar as contribuições do trabalho feminino, garantindo que todos tenham acesso às mesmas oportunidades. A implementação de políticas mais inclusivas

e equitativas tem o potencial de melhorar significativamente as condições de trabalho dos indivíduos de todas as comunidades em áreas rurais, moldando assim um futuro saudável para o turismo rural.

É evidente a necessidade de políticas públicas que atendam a necessidade da diversidade de mulheres e de famílias. A violência contra a mulher, em qualquer de suas manifestações, é um problema de saúde pública, e deve ser tratado como tal, pois é um problema que afeta a sociedade como um todo.

Para além das questões sociais, como a violência contra a mulher, o racismo, o machismo, o extermínio de jovens negros, as questões de gênero, a violência contra a população LGBTQIA+, o tema da pobreza, o desemprego, as condições de trabalho, que são questões sociais, temos que pensar as questões políticas, que são as que dão sustentação às políticas públicas. A questão é que não basta existirem políticas públicas, é preciso que elas sejam eficazes, eficientes, efetivas, legítimas, transparentes, e que possam ser fiscalizadas, monitoradas e avaliadas.

Além disso, é necessário abordar questões relacionadas aos direitos trabalhistas, tanto das mulheres como dos homens, de forma a garantir a saúde e o bem estar do trabalhador rural. Outro ponto que deve ser tratado é a necessidade de se garantir que mulheres tenham uma maior visibilidade nos setores estratégicos do mercado de trabalho, bem como oportunidades de emprego em condições salubres.

O turismo rural é uma atividade que pode oferecer inúmeros benefícios sociais, culturais e econômicos para comunidades em áreas rurais. No entanto, questões de gênero ainda persistem neste mercado, por meio dos papéis e expectativas sociais que induzem diferentes responsabilidades para homens e mulheres.

Assim, percebe-se que grandes passos podem ser dados para tornar o ambiente de trabalho rural mais inclusivo, beneficiando a todos, independente de gênero. Não há dúvida de que, com uma abordagem equilibrada a questões de gênero e práticas justas no trabalho, tanto homens quanto mulheres podem contribuir para a construção de um cenário mais favorável no setor do turismo rural. Enfim, trata-se de um desafio contínuo e de larga escala. Contudo, uma vez desenvolvidas com prudência, as iniciativas e providências destinadas ao equilíbrio de gênero no trabalho rural são fundamentais para promover a justiça de gênero no mercado de trabalho.

Referências

Brites, J.; Picanço, F. O emprego doméstico no Brasil em números, tensões e contradições: alguns achados de pesquisas. **Revista Latino-americana de Estudos do Trabalho.** n. 31, p. 131-158. 2014.

Barrera, E. Situação do turismo rural na Argentina. In: Almeida, J. A.; Froehlich, J. M.; Riedl, M. (Org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável.** Campinas: Papirus. 2000. p. 181-208.

Biroli, F. Divisão sexual do trabalho. In*:* **Gênero e desigualdades:** limites da democracia no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2018.

Brumer, A.; Paulilo, M. I. As agriculturas do sul do Brasil. **Estudos Feministas**, [S.L.], v. 12, n. 1, p. 171-174. 2004.

Bruschini, C.; Lombardi, M. R. A. Bipolaridade do trabalho feminino no Brasil contemporâneo. **Cadernos de Pesquisa**, [S.L.], n. 110, p. 67-104. 2000.

Calvente, M. del C. M. H. **Turismo e excursionismo**: o qualificativo rural - um estudo das experiências e potencialidades no norte velho do Paraná. 2001. 264 f. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

Cristaldo, H. Brasil registra 78ª posição em ranking sobre igualdade de gênero. **Agência Brasil**. Brasília. 2022. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-03/brasil-registra-78a-posicao- em-ranking-sobre-igualdade-de--genero. Acesso em: 22 nov. 2022.

Elesbão, I. **Transformações no espaço rural a partir do turismo:** um olhar sobre São Martinho (SC). 2007. 328 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, São Paulo, 2007.

Feijó, J.; Neto, P. V.; Cardoso, L. Maternidade e a participação feminina no mercado de trabalho. **Blog do IBRE**. Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro. 2022. Disponível em: https://blogdoibre.fgv.br/posts/maternidade-e-participacao-feminina-no-mercado-de- trabalho. Acesso em: 22 nov. 2022.

González, M. R. El turismo como nueva fuente de ingresos para el medio rural de Castilla y León. **Cuadernos de Turismo**, Murcia, n. 16, p. 175-195. 2005.

Heredia, B. M. A. **A morada da vida**: trabalho familiar de pequenos produtores do nordeste do Brasil. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1979.

Grimm, S.; Estevam, D. de O. A divisão sexual do trabalho em unidades de produção familiar de uma cooperativa organizada por mulheres rurais. **Multitemas**, *[S. l.]*, v. 27, n. 66, p. 5–27. 2022. Disponível em: https://www.multitemas.ucdb.br/multitemas/article/view/3565. Acesso em: 4 mar. 2023.

Hora, K.; Nobre, M.; Butto, A. **As mulheres no censo agropecuário 2017**. São Paulo: Embrapa. 2021.

Moura, M. M. **Os herdeiros da terra**: parentesco e herança. São Paulo: HUCITEC. 1978.

Oliveira-Cruz, M. **Dona de casa e da própria vida?** Leituras sobre o trabalho feminino na publicidade por mulheres da nova classe trabalhadora. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação) - Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2016.

Pin, J. V.; Carnielli, D. Agroturismo: impactos do turismo no espaço rural. In: Caliman, O. (Coord.). **Impactos sobre o turismo no Espírito Santo**. Vitória: SEBRAE/ES, 2005. p. 33-43.

Ribeiro, M. Oportunidades empresariais no sector do turismo em regiões do interior de Portugal. **Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], n. 10, p. 319-332. 2001.

Rodríguez, B. B. El turismo rural en Galicia: análisis de su evolución en la última década. **Cuadernos de Turismo**, Murcia, n. 17, p. 25-49. 2006.

Talavera, A. S. O rural como produto turístico: algo de novo brilha sob o sol? In: Serrano, C.; Bruhns, H. T.; Luchiari, M. T. D. P. (Org.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. 2. ed. Campinas: Papirus, p. 151-170. 2001.

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE TERRITORIAL RURAL: UMA PROPOSTA METODOLÓGICA A PARTIR DOS INDICADORES DA CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS[3]

GABRIEL BERTIMES DI BERNARDI LOPES

Pós-Doutorado em Geografia, Universidade de São Paulo

Resumo: A cesta de bens e serviços territoriais é caracterizada pela oferta de produtos e serviços com renda de qualidade territorial, que priorizam os circuitos curtos de comercialização, estimulando o reconhecimento da qualidade dos produtos e serviços específicos da parte dos consumidores, sendo construída por um sistema de governança local, compartilhada por atores públicos, privados e associativos, colocando no centro do processo de desenvolvimento territorial os produtos e serviços associados às características peculiares de determinados territórios, demonstrando a valorização dos recursos territoriais específicos, que representam o principal eixo norteador das ações de desenvolvimento territorial em zonas rurais europeias. É possível avaliar e monitorar a construção de uma cesta de bens e serviços territoriais a partir de um painel de indicadores. Contudo o objetivo geral desta pesquisa é elaborar um índice de sustentabilidade territorial rural a partir dos indicadores da cesta de bens e serviços territoriais. Para tanto foi realizada uma pesquisa de metodologia quali-quantitativa, com abordagem de caráter exploratório e explicativo.

Palavras-Chave: Cesta de Bens e Serviços Territoriais; Desenvolvimento Territorial Sustentável; Índice de Sustentabilidade Territorial Rural.

Introdução

O monopólio da terra no Brasil teve a sua gênese com a instituição das políticas de planejamento territorial do sistema colonial português, inspiradas em leis feudais inglesas e francesas. Com fim do controle do sistema feudal português no Brasil, o monopólio da terra foi reproduzido a partir do surgimento da monarquia brasileira, apoiada pelo latifúndio escravista.

O agronegócio brasileiro pertence ao latifúndio capitalista e é orientado pela ideologia neoliberal, que apresenta uma série de especificidades quando comparada ao neoliberalismo do centro do sistema capitalista. As políticas públicas de fomento ao agronegócio brasileiro vêm solapando qualquer possibilidade de alavancar a competitividade da agricultura familiar e o desenvolvimento das microrregiões rurais brasileiras. O fato é que a pequena propriedade rural no Brasil carece de alternativas para incorporação de inovações tecnológicas e inovações sociais.

No atual contexto da globalização, como ancorar o desenvolvimento territorial? Como criar valor econômico e humano de forma sustentável para o território? Como podemos mensurar o nível de sustentabilidade de um território rural?

No âmbito mundial, as discussões sobre a necessidade de construção de novas estratégias de desenvolvimento rural têm marcado os espaços acadêmicos e políticos. Fica evidenciada a urgência de soluções que contribuam para a inserção de regiões marginalizadas ou periféricas e permitam a construção de novas bases para o desenvolvimento.

[3] Pesquisa realizada no Programa de Pós-Doutorado da Universidade de São Paulo (USP), vinculada ao Laboratório de Geografia Política e Planejamento Territorial e Ambiental (LABOPLAN), sob supervisão da Profa. Dra. Rosa Ester Rossini.

No Brasil faltam políticas de apoio técnico e financeiro às articulações intermunicipais promovidas por universidades, centros de pesquisa e organizações da sociedade civil, visando diagnósticos territoriais que incluam as necessidades da população rural afetada, possibilitando a formação de agentes, diálogo entre interlocutores locais e a elaboração de planos locais de desenvolvimento rural sustentável.

Neste sentido, as iniciativas que apregoam o fortalecimento das identidades territoriais, a cooperação e solidariedade e a valorização de atributos intangíveis de produtos e serviços, constituem-se em temas relevantes de pesquisa científica.

As estruturas de intercâmbio entre pesquisadores, associações civis, empresas privadas e órgãos públicos, são fundamentais para estimular a reflexão e aplicação desses projetos nas microrregiões rurais do Brasil.

Trata-se de uma oportunidade para estimular a construção de um enfoque teórico- metodológico adaptado para as condições brasileiras, que oriente ações de desenvolvimento territorial sustentável, visando a valorização das especificidades territoriais e, com isso, melhorias de índices socioeconômicos dos territórios.

O objetivo geral desta pesquisa consiste na elaboração do Índice de Sustentabilidade Territorial Rural (ISTR). Visando alcançar o objetivo geral, os objetivos específicos desta pesquisa foram aplicar o ISTR no Município de São Joaquim, localizado na serra catarinense, além de analisar o estado da arte referente às teorias do Desenvolvimento Territorial Sustentável (DTS) e da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST).

Este estudo requer um referencial teórico e metodológico que possibilite a compreensão das relações socioambientais, responsáveis pelas políticas públicas que determinam na prática a garantia do desenvolvimento sustentável nos territórios rurais.

Para tanto foram adotados os referenciais teóricos do Desenvolvimento Territorial Sustentável (DTS) e da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST), por apresentarem-se como categorias de análise com características endógenas, ou seja, baseadas nas potencialidades locais, sem criar dependência externa, buscando harmonização dos objetivos sociais e econômicos de desenvolvimento, gerindo de forma prudente e ecológica o meio ambiente e seus recursos naturais.

Procedimentos Metodológicos

A metodologia desta pesquisa está ancorada em uma abordagem quali- quantitativa, apresentando o caráter exploratório e explicativo.

A metodologia quali-quantitativa prioriza o processo da pesquisa e não apenas os resultados, que são a preocupação essencial na abordagem qualitativa, porém, sem deixar de derivar índices e quantificar os eventos estudados, contudo, sem empregar instrumentos estatístico na análise dos dados (SCHNEIDER et al., 2017). Por definição a pesquisa exploratória tem como função preencher as lacunas que costumam aparecer em um estudo, podendo envolver levantamento bibliográfico, trabalho de campo com visitas técnico-científicas, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas do problema pesquisado e análise de casos que estimulem a compreensão (CRESWELL, 2007).

O caráter explicativo desta pesquisa tem como objetivo tornar certo fenômeno compreensível, podendo ser utilizado para explicar por que dado fenômeno ocorreu, esclarecendo suas causas. Visa, portanto, esclarecer quais fatores contribuíram para a ocorrência de determinado fenômeno (VERGARA, 2000).

Trata-se de um processo metodológico em que o estudo de caso contribui com a percepção contextual, sem negligenciar a representatividade e focado na compreensão dinâmica da realidade local, apresentando valor quando as conjunturas são complexas e podem mudar, quando as condicionantes não foram encontradas antes, quando as situações são demasiadamente políticas e quando existem muitos interessados. Portanto o estudo de caso, na condição de ferramenta de investigação científica, facilita a compreensão de processos perante a complexidade social nas quais estes se manifestam. Tanto em situações de limitações quanto na análise de obstáculos, sobretudo, em situações de potencialidades, para a validação de modelos exemplares (PARKER; NORTHCOTT, 2016).

Para a revisão bibliográfica foi adotada a bibliometria, que contou com a utilização do software Endnote X7.5 para auxiliar na sistematização da análise bibliográfica. A seleção dos artigos ocorreu mediante a leitura e análise, sendo considerados aqueles mais consistentes com o escopo e os objetivos da revisão.

Os procedimentos metodológicos foram divididos em duas etapas, objetivando primeiro a análise das teorias do Desenvolvimento Territorial Sustentável (DTS) e da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST), seguida da elaboração do Índice de Sustentabilidade Territorial Rural (ISTR) e a sua aplicação no Município de São Joaquim/SC.

Na primeira etapa dos procedimentos metodológicos foi realizada uma revisão bibliométrica com a utilização das bases de dados da Scopus e da Scielo.

A busca na base de dados da Scopus foi configurada em todos os índices, utilizando os termos de busca "sustainable territorial development OR basket of territorial goods and services". O resultado da busca foi de 566 artigos. Utilizando na base de dados da Scopus os termos de busca "sustainable territorial development AND basket of territorial goods and services", o resultado apresentados foi de 2 artigos, indicando a originalidade do tema adotado. Os 2 artigos foram citados no referencial teórico desta pesquisa. Foram citados no referencial teórico desta pesquisa 9 artigos da base de dados da Scopus. As buscas na Scopus foram realizadas no dia 13 de setembro de 2024.

Já na base de dados da Scielo, a busca foi configurada em todos os índices, utilizando os termos de busca "sustainable territorial development OR basket of territorial goods and services". O resultado da busca foi de 16 artigos. Utilizando na base de dados da Scielo os termos de busca "sustainable territorial development AND basket of territorial goods and services", o resultado apresentados foi de 0 (zero) artigos, ressaltando a originalidade do tema adotado, conforme a indicação do Quadro 1. Foram citados no referencial teórico desta pesquisa 4 artigos da base de dados da Scielo. As buscas na Scielo foram realizadas no dia 14 de setembro de 2024.

Quadro 1 - Bibliometria do Referencial Teórico

BIBLIOMETRIA	Sustainable Territorial Development OR Basket of Territorial Goods and Services	Sustainable Territorial Development AND Basket of Territorial Goods and Services
SCOPUS	566	2
SCIELO	16	0

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

A base de dados da Crossref foi utilizada para complementar a bibliometria. Foram citados no referencial teórico desta pesquisa 8 artigos da Crossref e as buscas foram realizadas no dia 15 de setembro de 2024.

Na segunda etapa dos procedimentos metodológicos foi feito o levantamento de dados estatísticos, além do trabalho de campo com a realização de visitas técnico- científicas.

O levantamento de dados estatísticos foi efetuado no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mais especificamente no site do IBGE Cidades, sendo realizada a busca pelo Município de São Joaquim/SC no dia 16 de setembro de 2024.

O trabalho de campo foi feito no Município de São Joaquim/SC, com realização de 12 visitas técnico-científicas. Foram realizadas visitas técnico-científicas no dia 28 de outubro de 2022 na Vinícola Boutique D'alture, na Agro Suzin e no São Joaquim Park Hotel. No dia 29 de outubro de 2022 na Vinícola Villaggio Bassetti, na Queijaria Serrana e na Casa do Vinho. No dia 18 de maio de 2023 na Sanjo Cooperativa Agrícola de São Joaquim, na Vinícola Leone di Venezia e no Apiários Real. E no dia 19 de maio de 2023 na Estação Experimental de São Joaquim da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina, na Cooperativa Regional Agropecuária Serrana e na Villa Francioni Vinhos e Vinhedos.

A matriz teórico-metodológica adotada nesse estudo foi orientada pelo esforço de elucidação das relações de interdependência entre as dimensões conceituais e empíricas do estudo. Desta forma, mobilizou para efeitos da análise em torno do ISTR, as variáveis de contexto, processo e resultado, conforme apresentado no Quadro 2.

Quadro 2 - Dimensões da pesquisa

DIMENSÃO CONCEITUAL	VARIÁVEIS	DIMENSÕES EMPÍRICAS
Desenvolvimento Territorial Sustentável	Contexto	Conjuntura em que as iniciativas de sustentabilidade territorial rural emergem
Cesta de Bens e Serviços Territoriais	Processo	Estratégias para mobilizar recursos e formar redes de articulação com o território
Índice de Sustentabilidade Territorial Rural	Resultados	Novas abordagens que permitam criar um sistema de sustentabilidade territorial rural

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Desenvolvimento Territorial Sustentável no Contexto da Cesta de Bens e Serviços Territoriais

As terras do continente americano conquistadas pelas nações europeias foram incorporadas imediatamente ao patrimônio das respectivas coroas, obedecendo ao dispositivo jurídico feudal inglês all land is king's land. Tratava-se da propriedade divisível entre a propriedade direta da coroa e o domínio útil, concedido aos vassalos do rei, com o objetivo de aproveitamento imediato das terras, obedecendo o dispositivo feudal francês nulle terre sans seigneur, garantindo o pagamento de tributos ao rei (MAMIGONIAM, 1988).

As crises cíclicas na economia global estimularam transformações sociais, políticas e econômicas no Brasil, sempre apoiadas por pactos de poder que tiveram o latifúndio como sócio maior ou sócio menor do pacto, reproduzindo a estrutura latifundiária monopólica. Por conta da histórica estrutura latifundiária brasileira apresentar o caráter monopólico, o efeito especulativo é gerado, atuando diretamente na elevação da renda da terra, inviabilizando a aquisição de terras por parte do governo para políticas redistributivas (RANGEL, 2000).

O neoliberalismo brasileiro é a favor das políticas de equilíbrio monetário e financeiro, evitando a discussão dos seus efeitos sobre o nível de renda e emprego, assim como é contrário às medidas de suporte ao processo de industrialização, com a exceção do incentivo à agroindústria, representando os interesses do latifúndio capitalista brasileiro (BIELSCHOWSKY, 2012).

Os defensores do agronegócio como estratégia de desenvolvimento rural dizem que o Brasil poderia chegar em menos de duas décadas com uma renda per capita superior à de Portugal e significativa redução da pobreza, porém, a verdade é que esta estratégia vem causando aumento exponencial no desemprego, além de se apoiar em pacotes tecnológicos que produzem alimentos insalubres para o consumo humano. A estratégia de fomento à agricultura familiar, de pequena propriedade rural, traria mais chances de tornar o Brasil uma potência econômica sólida e moderna em menos de duas décadas, atingindo um índice de desenvolvimento humano comparável ao da Espanha, com forte redução da pobreza (VEIGA, 2001).

São evidenciadas raríssimas iniciativas que buscam dinamização rural microrregional seletiva, orientadas por iniciativas inovadoras no contexto local, com possibilidade de transferência, sejam elas de método, produto, procedimento, fabrico ou de mercado. Inexiste a formação de redes solidárias entre as microrregiões rurais, com intercâmbio de experiências, conquistas e conhecimentos, capazes de transferir as inovações surgidas no meio rural sem o elemento mercadológico inserido (VEIGA, 2002).

O desenvolvimento brasileiro se contrapõem a ideia de soberania nacional, de transição para uma matriz energética alternativa aos combustíveis fósseis e de desenvolvimento técnico-científico alinhado com os imperativos ecológicos. As contradições do modelo de desenvolvimento nacional são marcadas pela concentração fundiária, pela exploração exacerbada da mão de obra e pela degradação dos recursos naturais (SAMPAIO et al., 2020).

A sociedade se transforma em espaço através de sua redistribuição sobre as formas geográficas. Isto se dá em benefício de alguns, em detrimento da maioria, e ocorre com o objetivo de separar os homens entre si, atribuindo-lhes uma localização segundo o valor comercial. O espaço é uma mercadoria e é direcionado aos consumidores de acordo com seu poder de compra (SANTOS, 2014).

O Desenvolvimento Territorial Sustentável (DTS) é orientado pelo critério de melhoria dos espaços rurais e urbanos, propondo configurações rurais e urbanas balanceadas, com a eliminação das inclinações urbanas nas alocações dos investimentos públicos, com o objetivo de superar as disparidades inter-regionais, através de estratégias de desenvolvimento ambientalmente seguras para áreas ecologicamente frágeis, com a conservação da biodiversidade pelo ecodesenvolvimento (SACHS, 2009).

Novas estratégias para o desenvolvimento de sistemas produtivos estão emergindo em nível territorial. De um ponto de vista histórico, elas constituem uma nova forma de organização do setor econômico, objetivando enfrentar as mudanças na era da globalização. Essas possibilidades indicam um modelo de desenvolvimento territorial baseado nos conceitos de qualidade e especificidade. O território torna- se um espaço central de coordenação entre os atores interessados na resolução de problemas produtivos inéditos. As autoridades governamentais têm um papel fundamental neste processo, no entanto, num contexto de globalização assimétrica, a governança parece, ainda, fortemente condicionada pela ideologia economicista, colocando em segundo plano o enfrentamento dos dilemas colocados pela visão ecológica dos limites do crescimento material. Em contrapartida a ética da convivência ecológica levanta a questão do compartilhamento de territórios e de recursos naturais. O território é um fator vital, fundamental para promover políticas de desenvolvimento (MARTÍNEZ; TUR, 2016).

O planejamento territorial sustentável é fundamental para que nossas sociedades enfrentem o desafio da sustentabilidade, principalmente, de sua interpretação nas escalas regional e local. Território é um fator vital, fundamental para promover políticas de desenvolvimento, pois não incorporar essa matriz biofísica nas fórmulas de desenvolvimento seria um erro de grande magnitude e difícil de compensar. É importante identificar como principal protagonista dos processos de planejamento territorial sustentável, o referido fator território, reconhecendo o seu funcionamento como um sistema, e no qual o espaço livre deve ser um bem a ser preservado (FLORIT, 2019).

O DTS é extremamente desafiador devido às complexas questões levantadas por todas as suas três dimensões, ou seja, a econômica, a social e a ambiental. As autoridades governamentais têm um papel fundamental neste processo, estabelecendo os objetivos do desenvolvimento territorial, atuando em colaboração com outras partes relevantes dos diferentes setores da sociedade envolvidos no enfrentamento dos desafios da sustentabilidade (DRAGOMIR et al., 2020).

Para caracterizar o desenvolvimento territorial de base local, ecológica e cultural, torna-se necessário partir da premissa de construção de um modelo de análise territorial para interpretar as variedades de situações concretas que substantivam certa formação territorial e os seus processos de desenvolvimento, identificando limites, avanços, contradições, desigualdades, diferenças, cooperações e identidades, que possam subsidiar diretamente a participação do analista em tais processos dialógicos, participativos, ecológicos e culturais, que podem conduzir ao desenvolvimento sustentável (SAQUET, 2018).

Entende-se o DTS como uma estratégia de planejamento e gestão participativa, que leva em conta os recursos patrimoniais de cada território, considerando tanto os aspectos (SPERB; SERVA, 2018).

O DTS é um processo de transformação econômica, social e política, cuja dinâmica deve ser construída a partir do local e com participação ativa de seus atores, sendo imprescindível a interação entre eles. A partir dessa abordagem, podem ser estruturadas estratégias de desenvolvimento regional considerando seus ativos regionais, os quais

são geralmente intangíveis, difíceis de serem transferidos de uma região a outra e materializados principalmente em aspectos culturais e naturais. Trata-se de atribuir valor a região, diferenciando-a de outras regiões, utilizando essa diferenciação para o desenvolvimento econômico, social, ambiental e cultural (SAQUET, 2018).

O desenvolvimento é um processo dinâmico que se entrelaça ao território, ou seja, o desenvolvimento é localizado e apresenta características específicas. Normalmente é dentro desse contexto de diferenciação de produtos e serviços que emergem discussões relacionadas a contribuições que as Indicações Geográficas (IGs) oferecem ao desenvolvimento territorial, a partir do reconhecimento de produtos e serviços que possuem forte relação com a sua região de produção (PELLIN, 2019).

Apesar das IGs estarem ainda em estágio incipiente no Brasil, já se encontram amparadas juridicamente desde a criação da Lei N°. 9.279 em 1996, e podem ser reconhecidas pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), que as classificam em Indicação de Procedência, que exige notoriedade do local de origem do produto ou serviço e Denominação de Origem, que exige comprovação de que o produto ou o serviço possui qualidade ou características que se devem essencialmente à região geográfica de origem (PRADO et al., 2022).

Entretanto o reconhecimento das IGs, por si só, não garante o sucesso comercial e, por consequência, o desenvolvimento da região. Muitas variáveis precisam ser consideradas, entre elas, as características do produto, da cadeia produtiva, do mercado, do nível de estruturação dos produtores e dos canais de distribuição (MAIORKI; DALLABRIDA, 2015).

Portanto as IGs permitem que regiões promovam seus produtos criando valor local, beneficiando a comunidade, tornando-se ferramenta de desenvolvimento. Seu papel é ainda mais importante em áreas onde há baixos volumes de produção e escala, geralmente em função da tradicionalidade da produção. Nesse caso, busca- se agregar valor a essa tipicidade. As IGs figuram também como ferramentas para a preservação da biodiversidade, do conhecimento regional e dos recursos naturais (KAKUTA, 2006).

Conforme a teoria da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST), um bem tem características que determinam a sua utilidade, certas características podem ser compartilhadas e as mercadorias combinadas têm características diferentes delas separadas. O papel dos atores sociais é determinante na configuração de projetos de desenvolvimento territorial, que desviem de formas convencionais, puramente economicistas (MOLLARD, 2001; PECQUEUR, 2001).

O enfoque da CBST tem uma intrínseca correlação com o tema da sustentabilidade rural. A complexidade do sistema de governança necessário para alcançar o ideal desenvolvimento territorial sustentável pressupõe a superação da visão setorial hegemônica em ações de desenvolvimento agrícola e do seu corolário de gestão focada nas principais cadeias produtivas, assim como a existência de um cenário constituído pela presença de atributos ambientais preservados. A sua perpetuação ao longo do tempo exige um monitoramento constante que assegure a manutenção desses atributos e promova melhorias em práticas deficitárias correlacionadas ao meio ambiente. Determinados manejos, mesmo que tradicionais, exigem ações de formação e convencimento de atores locais, visando alterar comportamentos e tradições construídos ao longo do tempo (MILANO; CAZELLA, 2022).

O turismo rural associado ao cenário do território, com as especificidades de suas paisagens, clima, patrimônio histórico, gastronômico e cultural, tem demonstrando seu potencial de promover a interligação entre os produtos da CBST. Portanto o turismo rural exerce uma ação de elo entre os diferentes serviços e produtos específicos do território, o que reforça o seu potencial como um importante vetor para a formação de uma CBST (MOLLARD, 2001; PECQUEUR, 2001).

O ponto central, dessa abordagem, consiste no processo de especificação e diferenciação de produtos e serviços, tornando-os intransferíveis para outras regiões e tornando-os mutuamente complementares. Dessa forma, essa abordagem consiste em transformar empreendimentos isolados, uns dos outros, em uma oferta conjunta e coerente de ativos territoriais (RIBEIRO et al., 2015).

Mesmo porque a especificidade de um local influencia a natureza dos recursos produzidos, o contexto da produção faz parte do próprio processo produtivo, enraizado em um espaço físico e em práticas historicamente constituídas. Assim, uma estratégia promissora seria melhorar e promover conjuntamente os produtos e serviços desses territórios, elevando aqualidade das suas rendas (HIRCZAK et al., 2008).

A Renda de Qualidade Territorial (RQT) corresponde à renda adicionada pela valorização articulada dos bens e serviços específicos do território, sobretudo, aqueles que geram externalidades positivas. Pode-se dizer que, enquanto a cesta congrega os bens e serviços específicos de um território, a renda de qualidade territorial é o resultado econômico que deriva da otimização e valorização desses recursos (MOLLARD; RAMBONILAZA; VOLLET, 2006).

A RQT não pode ser explicada apenas pela qualidade intrínseca do bem ou do serviço, mas pela sua associação com outros bens e serviços propiciados pela CBST e pela preferência do consumidor pelo território em que a renda é gerada. Trata-se das externalidade positivas propiciadas pela oferta de produtos e serviços relacionados ou complementares, em que os atores envolvidos se beneficiam da qualidade territorial (ROUX; VOLLET; PECQUEUR, 2006).

Os mecanismos mobilizados para criar uma CBST se estruturam sobre três princípios básicos: 1) A constituição de uma imagem específica, caracterizando os produtos e serviços do território, ou seja, a incorporação do simbólico e do material;

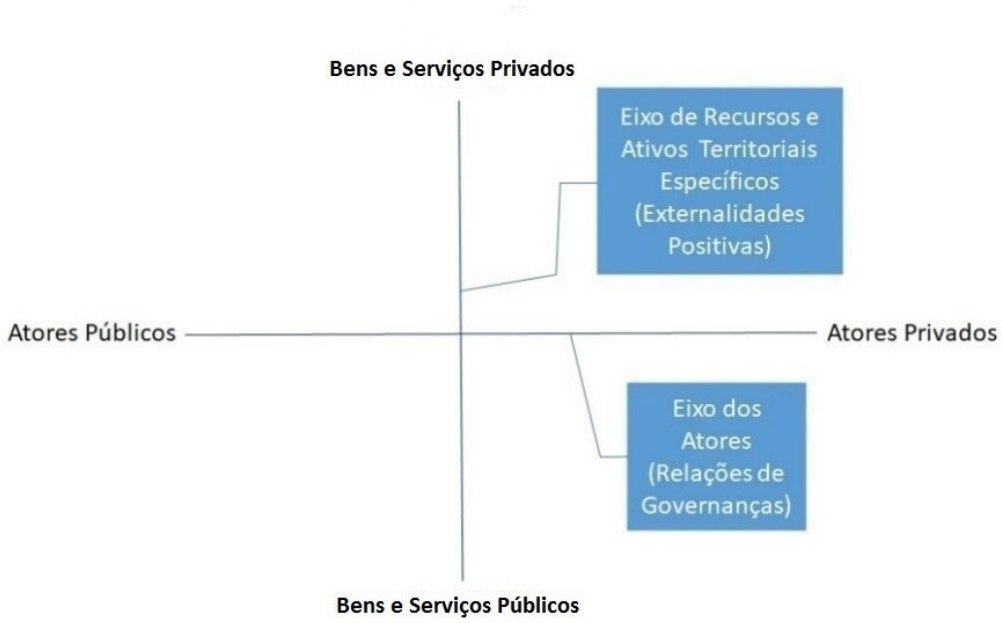
2) A priorização dos mercados locais e regionais em detrimento dos mercados distantes, para forçar o consumo in situ, com o propósito de promover o reconhecimento dos produtos e serviços da CBST pelos consumidores, turistas, moradores locais e de residências secundárias; 3) A construção de um sistema de governança territorial (CAZELLA et al., 2019; CAZELLA et al., 2020; MILANO; CAZELLA, 2022).

As diferentes formas de governança territorial são confrontadas com políticas públicas determinantes para a efetividade do modelo da cesta, cuja tipicidade está ligada à região, precisando de governança privada quando as organizações de produtores são os atores principais no território, de governança pública quando as instituições públicas são os principais atores e governança mista quando atores públicos e privados cooperam (PECQUEUR, 2001).

Matriz e Equação do Índice de Sustentabilidade Territorial Rural

Na abordagem da CBST, são apresentados dois eixos, um vertical, dos bens e serviços, e um horizontal, dos atores, que possibilitam a análise em quatros dimensões. No eixo vertical são representados os recursos e ativos territoriais específicos, que indicam as externalidades positivas e rendas, enquanto no eixo horizontal procura-se representar as relações de governança, conforme indicado na Figura 1.

Figura 1 - Modelo Teórico da Cesta de Bens e Serviços Territoriais



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

As quatro dimensões analíticas propostas estão apoiadas em 39 indicadores. Cada indicador apresenta um grau de força que pode variar de 0 a 5. São 15 indicadores para a dimensão dos Produtos e Serviços Privados, 7 indicadores para os Bens Públicos, 12 indicadores para os Atores Públicos e 5 indicadores para os Atores Privados. Esta metodologia foi adaptada de Turnes et al., (2022).

Justifica-se a necessidade de alocação dos indcadores das relações público- privadas na dimensão dos atores públicos, porque a formação socioespacial da estrutura agrária brasileira nunca proporcionou políticas públicas que promovessem a competitividade dos pequenos e médios produtores rurais, portanto, no Brasil a construção de uma CBST carece da liderança do poder público.

Indicadores dos Bens e Serviços Privados: 1) Bens específicos associados ao território; 2) Bens complementares correlacionados aos bens específicos; 3) Bens complementares insubstituíveis por bens genéricos; 4) Terroir dos bens específicos; 5) Reconhecimento da produção de bens ou prestação de serviços específicos; 6) Atrativos da paisagem; 7) Inovação econômica, social e ambiental;

8) Articulação entre os componentes da CBST; 9) Articulação entre os componentes da CBST, atividades turísticas e de lazer; 10) Reconhecimento dos bens e serviços da CBST nos mercados urbanos próximos; 11) Valorização dos produtos da CBST em circuitos curtos de comercialização; 12) Serviços de gastronomia e visitação associados à CBST; 13) Inserção em rotas turísticas regionais; 14) Impactos dos preços sobre a demanda pelos bens da CBST; 15) Procura por produtos ligados à qualidade ou reputação do território.

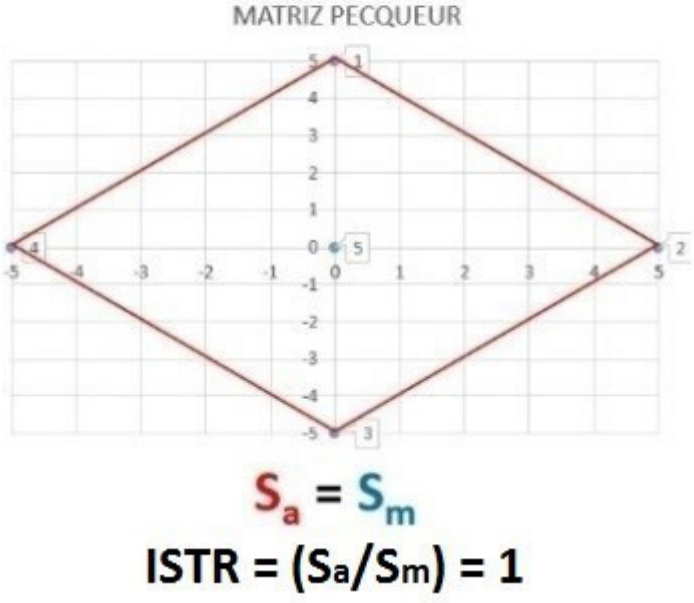
Indicadores dos Bens e Serviços Públicos: 16) Especificidade climática e de paisagens típicas; 17) Reconhecimento da preservação do ambiente natural; 18) Associação do patrimônio arquitetônico com a identidade territorial; 19) Valorização dos monumentos e sítios históricos; 20) Reconhecimento da história do território; 21) Valorização das tradições territoriais; 22) Qualidade nas infraestruturas de acesso.

Indicadores dos Atores Privados: 23) Representatividade dos atores envolvidos na construção da CBST; 24) Concordância sobre os limites geográficos do território representado na CBST; 25) Clareza entre produtores, prestadores de serviços e consumidores sobre as características de qualidade da CBST; 26) Nível de confiança entre os atores envolvidos na conformação da CBST; 27) Grau de cooperação e solidariedade entre os atores envolvidos na constituição da CBST. Indicadores dos Atores Públicos: 28) Composição das instâncias de governança representativa dos setores públicos envolvidos na construção da CBST; 29) Ocorrência de eventos técnico-científicos associados à CBST; 30) Promoção de eventos sociais, culturais, turísticos, esportivos e religiosos; 31) Qualidade da sinalização turística; 32) Importância das políticas públicas locais de fomento à CBST; 33) Importância de políticas públicas estaduais e federais de fomento à CBST; 34) Fóruns territoriais que reúnam atores públicos para tratar da CBST; 35) Grau de coordenação entre atores públicos e privados; 36) Bens e serviços de qualidade territorial não correlacionados com a CBST; 37) Objetivos de desenvolvimento partilhados no médio e longo prazo; 38) Identificação de marcas coletivas e demais selos de qualidade territorial; 39) Cursos, palestras, visitas técnicas e espaços de compartilhamento para múltiplos atores.

Cada uma das quatro dimensões da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) deve ser analisada qualitativamente e quantitativamente no modelo proposto, possibilitando verificar o potencial de sustentabilidade em um território rural através do cálculo do Índice de Sustentabilidade Territorial Rural (ISTR), conforme a matriz e equação apresentada na Figura 2, que representa o exemplo de uma avaliação territorial em que todas as quatro dimensões receberam o valor máximo de 5.

Figura 2 - Matriz e equação do Índice de Sustentabilidade Territorial Rural (ISTR)

PONTOS	NOTA	NOTA	
1	0	5	B & S PRIVADOS
2	5	0	ATORES PRIVADOS
3	0	-5	B & S PÚBLICOS
4	-5	0	ATORES PÚBLICOS



$$S_a = S_m$$

$$ISTR = (S_a/S_m) = 1$$

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

No eixo vertical, dos bens e serviços (públicos e privados), são inventariados os ativos e recursos territoriais, com vistas a identificar as suas externalidades positivas. No eixo horizontal, dos atores (públicos e privados), são inventariados os atores territoriais, verificando os modelos de governança e o engajamento dos atores. Salienta-se que os atores cooperativos e associativos foram incorporados na dimensão de atores privados, assim como as ações público-privadas foram incorporadas na dimensão dos atores públicos.

As 4 dimensões variam quantativamente de 0 a 5, conforme a qualificação do grau de força dos 39 indicadores. A soma das médias dos graus de força das dimensões 1 e 2, multiplicado pela soma das médias dos graus de força das dimensões 3 e 4, dividido por 2, indica o valor da área avaliada (*Sa*), expressa pela equação da área do losango:

$$A=D.d/2 \quad (1)$$

Uma região com máximo desenvolvimento territorial sustentável é avaliada em 50

unidades quadradas, sendo equivalente à área máxima (*Sm*). A razão entre a área avaliada (*Sa*) e a área máxima (*Sm*), é o ISTR, expresso pela equação:

$$ISTR=Sa/Sm \quad (2)$$

Esse índice, estabelecido exclusivamente em bases geométricas, pode variar de 0 (mínimo potencial de sustentabilidade) até 1 (máximo potencial de sustentabilidade). A aplicabilidade metodológica do ISTR é replicável e se estende para qualquer território rural.

Os ISTR foi classificado em cinco níveis, sendo eles muito baixo, baixo, médio, alto e muito alto. O nível muito baixo fica entre 0 e 0,499. O nível baixo fica entre 0,5 e 0,599. O nível médio fica entre 0,6 e 0,699. O nível alto fica entre 0,7 e 0,799. E o nível muito alto fica entre 0,8 e 1.

Índice de Sustentabilidade Territorial Rural no Município de São Joaquim/SC

O Município de São Joaquim, localizado na serra catarinense, tem a população estimada em 27.322 habitantes, com o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0.687 e um Produto Interno Bruto (PIB) per capi-

ta de R$ 33.206,44. A produção de maçãs se destaca, movimentando mais de 50% da economia local (IBGE, 2022). O cultivo da maçã está fortemente conectado aos serviços públicos de pesquisa e extensão rural do Governo Estadual, que motivou a criação do Programa de Fruticultura de Clima Temperado em 1969. Dentre os principais produtos de qualidade territorial encontrados na economia de São Joaquim, destacam-se como geradores de renda, além da maçã, a uva, a goiaba serrana, os vinhos de altitude, o queijo artesanal serrano e o mel de melato de bracatinga, contendo características específicas ligadas ao território.

A maçã Fuji da Região de São Joaquim foi a sexta Indicação Geográfica (IG) conquistada por Santa Catarina. A certificação, na categoria de Denominação de Origem (DO), foi anunciada em 2021, pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e abrange uma área de 4.928 km² nos municípios de São Joaquim, Bom Jardim da Serra, Urupema, Urubici e Painel. A maçã Fuji produzida na região de São Joaquim destaca-se por suas características únicas de cor, formato e sabor, entre outras. Por isso, ela foi objeto de pedido de IG. A elevada altitude da região delimitada pela IG (acima de 1.100 metros) é fator determinante para essas diferenciações.

Outro produto serrano que contém características específicas da região é o vinho de altitude. Em 1999 teve início um projeto de pesquisa da EPAGRI que identificou o clima e a altitude de São Joaquim como propícios ao amadurecimento tardio das uvas. Essa particularidade proporciona frutos mais escuros, o que permite uma maior qualidade no processo de vinificação.

A vitivinicultura concentrada na produção de vinhos finos, ajudou no desenvolvimento do município. Os Vinhos de Altitude de Santa Catarina conquistaram o selo de IG em 2021. Esse reconhecimento começou há cerca de nove anos, quando o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), em parceria com a Associação dos Municípios da Região Serrana (AMURES), a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI), a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), a Secretaria Estadual de Agricultura da Pesca e do Desenvolvimento Rural (SEAPDR) e a Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos de Altitude (ACAVITIS) iniciaram o processo para conquista da IG.

O queijo artesanal serrano tem sido produzido desde meados do século XVII, tem a sua tradição mantida por pequenos produtores, tornando-se parte da identidade cultural da região serrana. É um alimento feito em pequena escala por famílias de agricultores, cujo processo de maturação ocorre sobre a madeira de araucária por um tempo mínimo de 30 dias. A produção ocorre em propriedades que se dedicam à pecuária de corte, com métodos tradicionais, mão de obra familiar e reduzido padrão tecnológico. Há uma relação de proximidade entre os agricultores, produtores, consumidores, varejistas e comerciantes. Isso fortalece diversas vantagens associadas à especificidade do queijo artesanal serrano, que foi o primeiro produto da serra catarinense com capacidade de mobilizar os atores locais e conquistar uma IG junto ao INPI.

Já o mel de melato de bracatinga, produzido em São Joaquim, também possui características territoriais. Esse tipo de mel é produzido durante o inverno a partir da bracatinga, uma planta nativa de zonas frias do sul do país, quando as floradas naturais de outras espécies são inexistentes e possui qualidade diferenciada dos demais tipos de méis. A maior parte do mel de melato de bracatinga vem sendo exportado para a Alemanha. Este produto foi certificado com a sua IG em 2021. O mel de canudo-de-pito também está em processo de certificação de indicação geográfica e é reconhecido desde quando ganhou o concurso de melhor e mais doce mel do mundo no Congresso Internacional de Apicultura em Atenas, na Grécia, em 1979.

Externalidades positivas estão relacionadas à cultura da colonização tropeira e a paisagem privilegiada da região, com vegetação de campos nativos e matas de araucárias, cientificamente conhecida por Floresta Ombrófila Mista. O município é rico em recursos naturais, com ambientes bastante preservados, e com baixa densidade populacional, o que implica em um baixo impacto antrópico e na paisagem. O clima frio predomina, e tende a manter-se, aproximadamente, por um período de quatro a seis meses por ano, podendo alcançar temperaturas abaixo de zero grau, ocasionando geadas e até neve. Durante esta estação de inverno, a região recebe turistas de várias partes do Brasil. O enoturismo surgiu como um novo atrativo em São Joaquim, uma vez que envolve visitas às vinícolas, na qual oferecem a possibilidade de realizar degustação de vinhos com harmonização gastronômica, atraindo turistas durante todo o ano.

O enoturismo se beneficia do clima, da paisagem e o meio ambiente, além do patrimônio histórico, cultural e gastronômico. Em contrapartida promove ações que valorizam os produtos agrícolas e a culinária típica da região, servidas nas vinículas, pousadas e restaurantes, a exemplo da paçoca de pinhão, do entrevero e da carne frescal. Algumas vinícolas têm criado pequenas pousadas e restaurantes dentro das vinícolas.

Observa-se que em São Joaquim a qualidade dos bens públicos são notáveis, embora ainda apresente deficiêncisa em relação às infraestruturas públicas voltadas para o turismo rural. A dimensão de Bens e Serviços Privados também apresentem diversificação e qualidade, porém, ainda tem potencial para avançar, já que o pinhão, a goiaba serrana, o frescal e o artesanato de vime podem ser valorizados.

Em relação aos atores públicos, existem diversas Instituições Públicas Territoriais. Algumas instituições atuam na promoção da IG da maçã Fuji, queijo artesanal serrano, mel de melato e vinho de altitude. Outras instituições atuam na subvenção do SEBRAE para valorização dos produtos específicos através da IG. Existem articulações embrionárias entre o SEBRAE, a EPAGRI, a AMURES e a UFSC, que devem ser consideradas.

Também existem subsistemas de governança correlacionados aos atores envolvidos, com ações de diferenciação da qualidade de produtos e serviços. A grande expectativa existente é que, através dos processos IG, exista uma maior articulação entre os atores. Apenas o subsistema de governança do turismo rural tem propiciado este benefício de valorização dos produtos específicos da serra catarinense.

Percebe-se um maior engajamento dos atores privados em relação aos atores públicos, principalmente na subcategoria de atores associados, por serem atuantes na defesa dos seus setores específicos, contribuem diretamente com o desenvolvimento de várias atividades, mas ainda carecem de uma gestão compartilhada do território, conforme as diretrizes propostas pela metodologia da CBST.

Considerando as ações de governança compartilhada promovidas pelos atores privados, podemos dividi-las em coordenações privadas locais e coordenações dos atores associativos.

Entre as coordenações privadas locais destacam-se as políticas de qualidade iniciadas pelos processos de indicações geográficas, a criação da Área de Desenvolvimento Regional de São Joaquim e ligações incipientes de turismo rural com a maçã Fuji, o queijo artesanal serrano, o mel de melato de bracatinga e os vinhos de altitude.

Em relação aos atores associativos e as suas ações de governança compartilhada destacam-se a Sanjo Cooperativa Agrícola de São Joaquim, a Cooperativa Regional Agropecuária Serrana, a Cooperativa Agrícola Frutas de Ouro, a Cooperativa Rural Macieira, a Cooperativa Econeve, a Associação de Produtores de Queijo Artesanal Serrano da Serra Catarinense, a Federação das Associações de Apicultores de Santa Catarina, a Associação dos Apicultores e Agricultores de Bom Jesus, a Associação de Vinhos de Altitude de Santa Catarina, o Projeto Acolhida na Colônia e o Conselho Regional de Turismo.

O diagnóstico territorial realizado no Município de São Joaquim analisou o grau de força de cada um dos 39 indicadores da CBST. Os resultados do diagnóstico territorial são apresentados no Quadro 3.

Quadro 3 - Metadados com os graus de força dos indicadores da CBST de São Joaquim

Graus de força dos indicadores da CBST de São Joaquim		
1	Bens específicos associados ao território	5
2	Bens complementares correlacionados aos bens específicos	4
3	Bens complementares insubstituíveis por bens genéricos	4
4	Terroir dos bens específicos	5
5	Reconhecimento de bens ou prestação de serviços específicos	4
6	Atrativos da paisagem	5
7	Inovação econômica, social e ambiental	5
8	Articulação entre os componentes da CBST	4
9	Articulação entre a CBST, atividades turísticas e de lazer	4
10	Reconhecimento da CBST nos mercados urbanos próximos	4
11	Valorização da CBST em circuitos curtos de comercialização	4
12	Serviços de gastronomia e visitação associados à CBST	4
13	Inserção em rotas turísticas regionais	4
14	Impactos dos preços sobre a demanda pelos bens da CBST	4
15	Procura por produtos ligados à qualidade ou reputação do território	5
16	Especificidade climática e de paisagens típicas	5
17	Reconhecimento da preservação do ambiente natural	4
18	Associação do patrimônio arquitetônico com a identidade territorial	4
19	Valorização dos monumentos e sítios históricos	4
20	Reconhecimento da história do território	5
21	Valorização das tradições territoriais	5
22	Qualidade nas infraestruturas de acesso	4
23	Representatividade dos atores envolvidos na construção da CBST	3
24	Concordância sobre os limites geográficos do território da CBST	4
25	Clareza sobre as características de qualidade da CBST	3
26	Nível de confiança entre os atores envolvidos na conformação da CBST	4
27	Grau de cooperação e solidariedade entre os atores da CBST	3
28	Composição das instâncias de governança pública da CBST	4
29	Ocorrência de eventos técnico-científicos associados à CBST	3
30	Promoção de eventos sociais, culturais, turísticos, esportivos e religioso	3
31	Qualidade da sinalização turística	4
32	Importância das políticas públicas locais de fomento à CBST	4
33	Importância das políticas públicas estaduais e federais para a CBST	4
34	Fóruns territoriais que reúnam atores públicos para tratar da CBST	4
35	Grau de coordenação entre atores públicos e privados	5
36	Bens e serviços de qualidade territorial não correlacionados com a CBST	4
37	Objetivos de desenvolvimento partilhados no médio e longo prazo	5
38	Identificação de marcas coletivas e demais selos de qualidade territorial	3
39	Cursos, palestras, visitas técnicas e espaços de compartilhamento	5

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Considerando as análises empíricas da qualidade das 4 dimensões analíticas e dos 39 indicadores da CBST, verificou-se o grau de força 4,33 para os Bens e Serviços Privados, o grau de força 4,42 para os Bens e serviços

Públicos, o grau de força 4,40 para os Atores Privados e o grau de força 3,58 para os Atores Públicos, conforme indicado no Quadro 4.

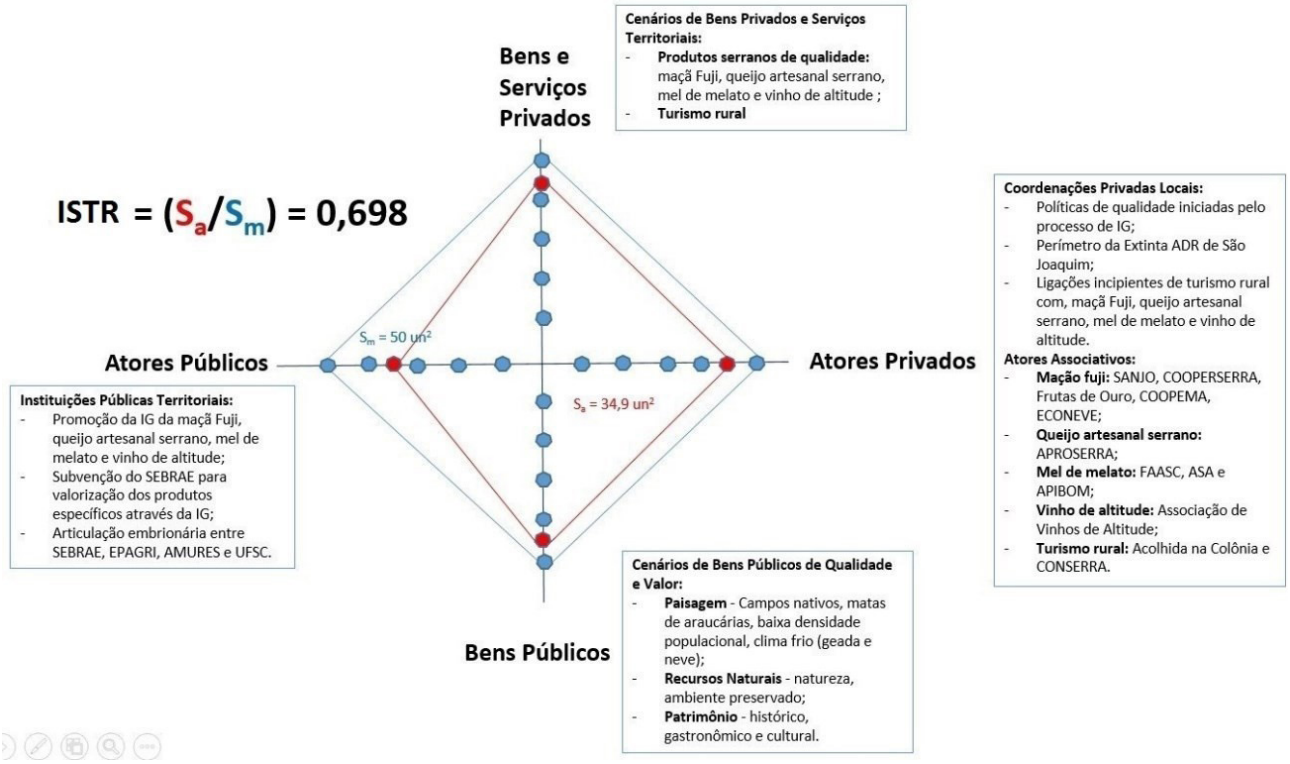
Quadro 4 - Graus de força das dimensões analíticas da Cesta de Bens e Serviços Territoriais de São Joaquim

DIMENSÃO	GRAU DE FORÇA	JUSTIFICATIVA
Bens e Serviços Privados	4,33	O pinhão, a goiaba serrana, o frescal e o artesanato de vime podem ser valorizados
Bens e Serviços Públicos	4,42	Deficiência em relação às infraestruturas públicas voltadas para o turismo rural
Atores Privados	4,40	Podem avançar na criação de outras indicações geográficas e marcas coletivas
Atores Públicos	3,58	Não lideram a gestão compartilhada do território e não institucionalizaram a CBST

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

O cálculo do Índice de Desenvolvimento Territorial para o Município de São Joaquim, utilizando a equação *IS-TR=Sa/Sm* (2), obteve o valor do ISTR igual a 0,698. Este valor estimado indica o grande potencial do Município em atingir o DTS. O resultado do IDTS da CBST de São Joaquim é apresentado gráfica e numericamente na Figura 3.

Figura 3 - ISTR do Município de São Joaquim



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Considerações Finais

Esta pesquisa inovou ao propor o Índice de Sustentabilidade Territorial Rural (ISTR), orientado pelos indicadores de avaliação e monitoramento da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST), possibilitando mensurar o nível de Desenvolvimento Territorial Sustentável (DTS) em territórios rurais, assim como comparar o nível de sustentabilidade entre distintos territórios rurais.

Verificou-se em São Joaquim como externalidade e rendas positivas, por um lado, as especificidades da paisagem, com seus recursos naturais e culturais, como campos de altitude, mata de araucária, baixa densidade populacional, clima frio com geada e neve, gastronomia e arquitetura de colonização tropeira. Por outro lado, a especificidade territorial dos produtos serranos de qualidade, a exemplo da maçã Fuji, do queijo artesanal serrano, do mel de melato de bracatinga e dos vinhos finos de altitude da serra catarinense.

O turismo rural tem demonstrado seu potencial, promovendo a interligação espontânea dos produtos da CBST em São Joaquim, contribuindo com a promoção do DTS nos territórios rurais, embora ainda desarticulado em relação às diretrizes metodológicas da governança participativa entre os atores públicos, os atores privados e os atores da sociedade civil organizada.

Através da análise da CBST verificou-se o grande potencial do Município para atingir o ideal DTS. Observou-se que é possível avançar na construção de outras indicações geográficas e marcas coletivas, as infraestruturas voltados para o turismo rural podem ser melhoradas e ampliadas, além das relações de governança, que carecem de gestão territorial mais compartilhada e de políticas públicas municipais integradoras.

O cálculo ISTR apontou o valor de 0,698 para o Município de São Joaquim, indicando o limiar do processo de transição do nível médio para o nível alto de sustentabilidade territorial rural.

Referências

BIELSCHOWSKY, R. *Pensamento econômico brasileiro*: o ciclo ideológico do desenvolvimentismo. Rio de Janeiro: Contratempo, 2012.

CAZELLA, A.; PAULA, L. G. N.; MEDEIROS, M.; TURNES, V. A construção de um território de desenvolvimento rural: recursos e ativos territoriais específicos. *Redes*, Santa Cruz do Sul, v. 24, n. 3, p. 49-74, 2019.

CAZELLA, A. A.; MEDEIROS, M.; DESCONSI, C.; SCHNEIDER, S.; PAULA, L. G. N. O enfoque da cesta de bens e serviços territoriais: seus fundamentos teóricos e aplicação no Brasil. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, Taubaté, v. 16, n. 3, p. 193-206, 2020.

CRESWELL, J. *Qualitative inquiry and research design*: choosing among five approaches. Thousand Oaks: Sage, 2007.

DRAGOMIR, C. C.; FORIS, D.; TITU, A. M.; FORIS, T. The Role of Intermediaries in Supporting Collaboration for Sustainability: A Model of Commissioning Intervention in the Multi-Stakeholder Collaboration for Sustainable Territorial Development. *Sustainability*, Switzerland, v.12, n. 6769, p. 1-15, 2020.

FLORIT, L. F. Dos conflitos ambientais à ética socioambiental: um olhar a partir dos povos e comunidades tradicionais. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, Curitiba, v. 52, p. 261-283, 2019.

HIRCZAK, M.; PECQUEUR, B.; VOLLET, D; MOALLA, M; MOLLARD, A.; RAMBONILAZA, M. From the basket of goods to a more general model of territorialized complex goods: concepts, analysis grid and questions. *Canadian Journal of Regional Science*, Canada, v. 31, n. 2, p. 241-260, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA . *IBGE Cidades*. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

LACROIX A.; MOLLARD A.; PECQUEUR, B. Origine et produits de qualitéterritoriale: dusignal à l'attribut? Revue d'ÉconomieRégionale et Urbaine, Armand Colin, p. 683- 705, 2000.

MAIORKI, G. J.; DALLABRIDA, V. R. A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. *Interações*, Campo Grande, v. 16, n. 1, p. 13-25, 2015.

MAMIGONIAN, A. As conquistas marítimas portuguesas e a incorporação do litoral de Santa Catarina. *In*: *O mundo que o português criou*: Brasil: século XVI. ANDRADE, M. C.; FERNANDES, E. M.; CAVALCANTI, S. M. (orgs.). Recife: CNPq/FJN, 1998.

MARTÍNEZ, A. F.; TUR, J. N. Planeamiento territorial sostenible: un reto para el futuro de nuestras sociedades; criterios aplicados. *Cadernos Metrópole*, São Paulo, p. 18, n.37, p. 743- 763, 2016.

MILANO, M. Z.; CAZELLA, A. A. Da governança da indicação geográfica à governança da Cesta de Bens e Serviços Territoriais. *Raízes*, Campina Grande, v. 42, p. 74-92, 2022.

MOLLARD, A. Qualité et développement territorial: une grille d'analyse théorique à partir de la rente. Économie Rurale, France, n. 263, p. 16-34, 2001.

MOLLARD, A.; RAMBONILAZA, M.; VOLLET, D. Aménités environnementales et rente territoriale sur un marché de services différenciés: le cas du marché des gîtes ruraux labellisés en France. *Revue d'économie politique*, France, v. 116, n. 2, p. 251- 275, 2006.

KAKUTA, S. M. *Indicações geográficas*: guia de respostas. Porto Alegre: SEBRAE, 2006.

PARKER, L.; NORTHCOTT, D. Qualitative generalising in accounting research: concepts and strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Bradford, v.29, n. 6, p. 1100-1131, 2016.

PECQUEUR, B. Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. Économie *Rurale*, France, n. 261, p. 37-49, 2001.

PELLIN, V. Indicações Geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho. *Interações*, Campo Grande, v. 20, n. 1, p. 63-78, 2019.

PRADO, F. H.; MILANO, M. Z.; DORTZBACH, D.; CAZELLA, A. A.; DESCONSI, C. O processo social de construção de indicação geográfica: desenvolvimento territorial sustentável no Planalto Norte Catarinense. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, Curitiba, v. 59, p. 110-133, 2022.

ROUX, E.; VOLLET, D.; PECQUEUR, B. Coordinationsd'acteurs et valorisation des ressourcesterritoriales. Lescas de l'Aubrac et des Baronnies. Économie Rurale, France, n. 293, p. 20-37, 2006.

RANGEL, I. *Questão agrária, industrialização e crise urbana no Brasil*. Porto Alegre: UFRGS, 2000.

RIBEIRO, A. C.; ANDION, C.; BURIGO, F. Ação coletiva e coprodução para o desenvolvimento rural: um estudo de caso do Colegiado de Desenvolvimento Territorial da Serra Catarinense. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 49, n. 1, p. 119-140, 2015.

SACHS, I. *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SAMPAIO, M. A. P. ; GIRARDI, E. P. ; ROSSINI, R. E. A expansão do agronegócio no Brasil: um dossiê composto por olhares diversos. *Confins*, São Paulo, n. 45, p. 1- 24, 2020.

SANTOS, M. *A natureza do espaço*: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2014.

SAQUET, M. A descoberta do território e outras premissas. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, São Paulo, v. 20, n. 3, p. 479-505, 2018.

SCHNEIDER, E. M.; FUJII, R. A. X.; CORAZZA, M. J. Pesquisas quali-quantitativas: contribuições para a pesquisa em ensino de ciências. *Revista Pesquisa Qualitativa*, São Paulo, v. 5, n. 9, p. 569-584, 2017.

SPERB, M.; SERVA, M. Economia social e solidária, governança e turismo no âmbito do desenvolvimento territorial sustentável. *Revista de Ciências da Administração*, Florianópolis, v. 20, n. 50, p. 93-109, 2018.

TURNES, V.; CAZELLA, A. A.; PECQUEUR, B.; GUZZATTI, T. C. Monitoramento de uma Cesta De Bens e Serviços Territoriais: a construção de um painel de indicadores. *Raízes*, Campina Grande, v. 42, n. 1, p. 224–240, 2022.

VEIGA, J. E. *Cidades Imaginárias*: O Brasil é menos urbano do que se calcula. Campinas: Autores Associados, 2002.

VEIGA, J. E. O Brasil rural ainda não encontrou seu eixo de desenvolvimento. *Estudos Avançados*, São Paulo, v. 15, n. 43, p. 51-67, 2001.

VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 2000.

UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA EM PERIÓDICOS NACIONAIS SOBRE ARTIGOS EM TURISMO RURAL (1994-2024)

TATIANE DE OLIVEIRA PINTO[1], DÉBORA PIRES TEIXEIRA[2], DAN GABRIEL D'ONOFRE[3], GLAUBER SOARES JÚNIOR[4]

[1] Doutora em História, Política e Bens Culturais pelo CPDOC - FGV / RJ. Mestra em Economia Doméstica pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Graduada em Economia Doméstica pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Docente do Departamento de Hotelaria e Serviço Social (UFRRJ).
[2] Doutora, Mestra e Graduada em Economia Doméstica pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Docente do Departamento de Hotelaria e Serviço Social (UFRRJ). Docente permanente do Programa de Pós-Graduação Patrimônio, Cultura e Sociedade - PPGPACS/UFRRJ.
[3] Doutor em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Mestre em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Técnico em Agropecuária Orgânica pelo Colégio Técnico da UFRRJ. Professor do Programa de Pós Graduação em Ecoturismo e Conservação da UNIRIO e do Programa de Pós Graduação em Educação Agrícola da UFRRJ.
[4] Professor do Curso de Bacharelado em Design na Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG, Ubá (2024). Doutorando em Processos e Manifestações Culturais (Feevale). Possui graduação em Design de Moda (IF Sudeste MG, Muriaé).

Resumo: Com o objetivo de apresentar a produção bibliográfica sobre o Turismo Rural dos periódicos relacionados à área do Turismo, foi realizada uma análise bibliométrica, cuja coleta partiu do acervo dos sites das revistas científicas nacionais e indexadas, pertencentes ao estrato "A" do Qualis- periódicos da Plataforma Sucupira/CAPES (2017-2020), entre os anos de 1994 a julho de 2024. Pela utilização do descritor "Turismo Rural" em oito revistas que atendiam aos critérios de seleção, foram detectados 71 artigos. Utilizando-se o editor de planilhas Microsoft Excel foram tabulados os periódicos com maior número de publicações, autores, temáticas de investigação, bem como as instituições de vinculação dos autores e o ano das publicações. Em uma segunda etapa de análise por meio do uso do software de análise de conteúdo Iramuteq foram apontadas as principais tendências temáticas, bem como as carências de abordagem nas revistas. A análise bibliométrica indicou o periódico Turismo em Análise como o local de maior concentração de textos. O ano de 2015 foi o ano em que mais foram publicados trabalhos, totalizando 10 artigos, com destaque para a década de 2010. Foi identificado um autor com destacada produção acadêmica sobre o tema, como também sua respectiva instituição de vinculação. Sobre as temáticas, destacaram-se as questões da "Sustentabilidade" e da "Agricultura". "Hospitalidade", "Família Acolhedora", "Turismo Rural-Indígena", "Comunidades Quilombolas", "Gênero" e "Turismo Étnico" também estiveram presentes. Os resultados produzidos pelo Iramuteq confirmam esses resultados indicando como tendências de publicação o desenvolvimento local/regional, as culturas familiares e a sustentabilidade.

Palavras-chave: Bibliometria, Turismo Rural, Levantamento Bibliométrico.

Introdução

O Turismo Rural tem se consolidado como uma importante alternativa de desenvolvimento econômico e social em diversas regiões do mundo, promovendo a valorização do patrimônio cultural e natural. No Brasil, essa modalidade turística tem ganhado cada vez mais destaque, impulsionada por políticas públicas e pela crescente demanda por experiências autênticas e contato com a natureza.

Embora existam diversos estudos sobre o Turismo Rural, ainda há uma carência de pesquisas que investiguem em profundidade as tendências temáticas e as abordagens metodológicas utilizadas pelos pesquisadores brasileiros. Diante dessa lacuna, este estudo tem como objetivo analisar a produção científica sobre o Turismo Rural publicada em periódicos brasileiros nos últimos 30 anos, identificando os principais autores

e instituições, e analisando as tendências temáticas e metodológicas. O objetivo do capítulo é apresentar a produção bibliográfica sobre o Turismo Rural publicada em revistas nacionais de Turismo contempladas no estrato Qualis-periódico A, durante o período de 1994 a julho de 2024.

Torna-se pertinente conhecer os estudos sobre o Turismo Rural, pois, estudos desta natureza contribuem para reconhecer os avanços, as prioridades de pesquisa dentro das diversas abordagens que o Turismo Rural apresenta, e mesmo identificar os pesquisadores que têm se dedicado a determinadas questões e sinalizar novas abordagens (Klimeck et al., 2022).A pesquisa contribui para o avanço do conhecimento científico sobre o Turismo Rural, fornecendo subsídios para a formulação de políticas públicas e para o desenvolvimento de novas pesquisas na área. Além disso, os resultados obtidos podem auxiliar os gestores turísticos e os empreendedores rurais a melhor compreenderem as dinâmicas do setor e a desenvolverem estratégias de atuação mais eficazes.

Referencial Teórico e Procedimentos Metodológicos

O presente artigo se constitui enquanto um estudo quantitativo, do tipo bibliométrico e descritivo. Segundo Santos (2003), a bibliometria é uma metodologia aplicada para a obtenção de indicadores de avaliação da produção científica, tendo como princípio norteador a análise da atividade científica ou técnica das publicações. A bibliometria como área e como técnica de pesquisa tem alcançado resultados que possibilitam uma maior compreensão da forma, estrutura e volume da comunicação científica e, portanto, da forma de recuperar as informações que se constituem em subsídios para planejamento, organização e gerência de sistemas de informação. Por meio do método bibliométrico, consegue-se averiguar o crescimento e a distribuição da bibliografia em determinado assunto e, por ser interdisciplinar, relaciona diferentes subtemas, podendo delinear novos conhecimentos (Lima, 1986). Outra característica da bibliometria é que ela aponta tendências de pesquisa, que ajudam a entender como o conhecimento científico é difundido e incorporado entre os atores e seus pares, bem como entre o público em geral (Carvalho, 2005). Ainda que haja alguns estudos bibliométricos sobre pesquisas em Turismo Rural (Bagega; Werlan, 2017; Klimeck, 2022; De Lourdes, 2022), a presente comunicação apresenta um viés distinto dos demais trabalhos, sobretudo no que diz respeito à sua atualização.

De acordo com Rodrigues e Vieira (2016), os estudos bibliométricos estão fundamentados em três leis básicas: Lei de Bradford (trata-se dos periódicos de maior publicação em determinada temática); Lei de Lotka (baseia-se nos autores que mais produzem sobre determinada área de conhecimento) e Lei de Zipf (representa a relação e a frequência entre as palavras do texto, relacionando com as principais abordagens que norteiam o tema).

Para tanto foi realizada uma coleta no acervo dos sites das revistas científicas nacionais e indexadas na área temática do Turismo, instada por sua vez junto à área de Avaliação “Administração Pública, de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo” que compõem o estrato “A” (A1, A2, A3 e A4) do Qualis-Periódicos da Plataforma Sucupira/CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior). Cabe destacar que outros critérios de inclusão inseridos nesta análise foram definidos pelo recorte temporal, incluindo as publicações avaliadas no quadriênio de 2017-2020, publicadas no Brasil, em língua portuguesa. O recorte foi escolhido a partir da busca primária da publicação mais antiga na área do Turismo (Revista Turismo em Análise). Toda a coleta de dados foi realizada de maneira virtual e gratuita.

O Qualis-Periódicos é um sistema para avaliar os programas de pós- graduação no Brasil. O processo se dá por meio de um aplicativo em que os dados sobre a produção científica publicada em forma de artigos científicos são informados, os resultados são disponibilizados por meio de uma listagem com a classificação dos veículos utilizados pelos programas de pós-graduação, ou seja, publicações fora dos programas de pós-graduação não são avaliados pela CAPES (Barata, 2016).

A seleção de periódicos avaliados dentro do estrato “A” refere-se à seleção de revistas que figuram entre os maiores fatores de impacto, destacando sua relevância para a comunidade científica da área do Turismo. No total, foram identificados oito periódicos que atendiam aos critérios de inclusão, a saber: Caderno Virtual de

Turismo (A4), PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review (A4) , Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (A3), Revista Turismo em Análise (A4), Revista de Turismo Contemporâneo (A4), Reuna - Revista de Economia, Administração e Turismo (A4) e Turismo: Visão e Ação (A3). É relevante destacar que a nomenclatura do periódico com o termo "Turismo", também foi fator relevante para sua inclusão junto à base de dados analisada.

Para a seleção dos artigos foi utilizado o descritor "Turismo Rural" inserido na busca dos acervos dos periódicos selecionados. O recorte temporal compreende o período entre os anos de 1994 até julho de 2024. A revista Turismo em Análise tem sido publicada desde 1990 e, no que diz respeito à publicação de artigos sobre "Turismo Rural", identificou-se um exemplar em 1994. Ou seja, esse é o período de começo do aparecimento das publicações em formato de artigo levantadas e analisadas aqui, ainda que seja relevante destacar que foram detectados artigos publicados no ano de 2024, perfazendo um total de 30 anos de publicações analisados.

Os critérios de exclusão dos artigos referem-se a textos que não apresentaram a temática proposta e estavam fora do recorte temporal abordado, ainda que tenham sido filtrados pelos motores de busca das revistas. Foram excluídos também os editorias, entrevistas e as resenhas, totalizando 71 artigos para a composição do corpus da pesquisa.

Em atendimento as leis da análise bibliométrica (Lei de Bradford e Lei de Lotka), considerou-se o número de artigos por periódicos, os autores com maior quantitativo de publicações, bem como as instituições de vinculação dos autores e o ano das publicações. Utilizando o editor de planilhas Microsoft Excel, esses dados foram analisados e agrupados em gráficos e quadros.

Para alcançar a Lei de Zipf e apontar as principais tendências temáticas reveladas, bem como as carências de abordagem nas revistas, o corpus selecionado foi tratado pelo software de análise de conteúdo Iramuteq.

Segundo Gibbs (2009) citado por Nodari (2014, p.4), "os Softwares de Análise de Dados Qualitativos (SADQ) são programas que utilizam bancos de dados que possibilitam uma extensão na forma com que textos podem ser trabalhados, proporcionando maneiras de administrar e estruturar os aspectos da análise qualitativa". Falando especificamente do Iramuteq, trata-se de um software gratuito, ancorado no sistema R – linguagem de programação – que oferece algumas opções para a organização de análises estatísticas de corpus textuais e tabelas de indivíduos por palavras (Camargo; Justo, 2013). Para esse texto, foram manuseadas especificamente as ferramentas nuvem de palavras para organização e agrupamento de vocábulos em relação a sua frequência e a análise de similitude para identificação das concorrências existentes entre as palavras.

Resultados e Discussão

Seguindo a primeira das três leis básicas dos estudos bibliométricos, Lei de Bradford, o Quadro 1 apresenta os periódicos de maior publicação, bem como seus principais períodos de publicação.

Quadro 1: Períodos de concentração de publicações (1994 a 2024)

Título do Periódico	Início das publicações	Fim das publicações	Período de concentração das publicações	Número de artigos
Caderno Virtual de Turismo	2002	2022	2002 a 2022 (2018 a 2020 sem publicações)	19
Hospitalidade	2013	2024	2018, 2020 e 2023	3
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	2007	2024	2008 a 2024 (2009, 2011, 2015, 2016, 2017, 2019,2020, 2021, 2023 sem publicações)	10

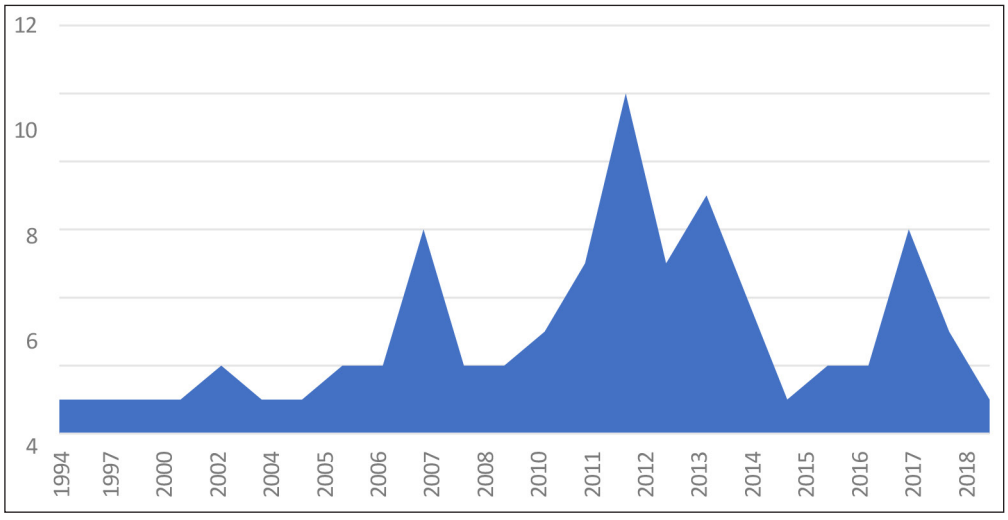
Revista Turismo em Análise	1990	2023	1994 a 2022 (95, 96, 98, 99, 2001 a 2009, 2011, 2012, 2014 sem publicações)	20
Revista de Turismo Contemporâneo	2015	2024	2015 a 2022 (2016, 2019, 2021 e 2023 sem publicações)	8
Reuna - Revista de Economia, Administração e Turismo (A4)	1996	2023	2005	1
Turismo: Visão e Ação (A3)	2014	2024	2014 a 2023 (2017, 2018, 2019, 2020 sem publicações)	10

Fonte: Dados da pesquisa, os autores, 2024.

O Quadro 1 revela que as revistas *Revista Turismo em Análise* (20) e *Caderno Virtual de Turismo* (19) foram as que mais publicaram artigos sobre o tema durante o período analisado, com textos em português, inglês e em espanhol. Segundo o site do periódico, a *Revista Turismo em Análise* é um periódico científico quadrimestral de livre acesso voltado, com escopo na área do Turismo a partir de sua própria perspectiva ou de áreas afins. Editada pelo Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo desde 1990, a RTA é o mais antigo periódico científico de turismo do Brasil. Já o *Caderno Virtual de Turismo* é publicado desde 2001 pelo Laboratório Tecnologias, Diálogos e Sítios (LTDS), vinculado ao Programa de Engenharia de Produção da (COPPE) da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

A respeito dos anos de publicação dos artigos que constituíram a base desse estudo, a Figura 1 mostra a concentração das publicações por ano base:

Figura 1: Concentração das publicações por ano (1994-2024)



Fonte: Dados da pesquisa, os autores, 2024.

Observou-se que 2015 foi o ano em que mais foram publicados trabalhos, totalizando 10 artigos. Em seguida constam os anos 2017 (7), 2010 (6), 2022 (6). Pela análise do gráfico, percebe-se uma concentração de estudos a partir de 2010, com destaque para essa década. Conforme Bagega e Werlang (2022), os dados confirmam a relevância e a importância que os estudiosos têm dado ao tema, considerando as eventuais mudanças e possiblidades da atual situação. Diante do exposto, pode-se considerar que os estudos acerca do Turismo Rural ainda são incipientes no Brasil, e começaram a se desenvolver com maior intensidade a partir

dos anos 2010. Aqui abre-se margem para que, em pesquisas futuras, associe-se se porventura o cenário do desenvolvimento e aplicação de políticas públicas voltadas ao campo, em certo grau, incentivaram o surgimento de investigações sobre Turismo Rural, sobretudo derivado dos desdobramentos do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF (Duarte, 2012).

Na sequência das análises, de acordo com a Lei de Lotka, o Quadro 2 apresenta os autores que mais publicaram sobre a temática do "Turismo Rural", bem como as suas respectivas instituições de vinculação.

Quadro 2: Autores e Instituições

Título do Periódico	Nome dos autores	Instituições de vinculação
Caderno Virtual de Turismo	Fabio Nobuo Nishimura, Raul Quintino Sebold e Weberth Leal Miranda; Liliane Cristine Schlemer Alcântara e Carlos Alberto Cioce Sampaio; André Luís Martin de Araújo, Eduardo Trindade Bahia e Wanyr Romero Ferreira; Raimunda Maria Marques de Azevedo e Camila Gonçalves de Oliveira Rodrigues; Fernando Cesar Manosso, Marcelo Vinícius Salomé e Ayrton Tomilheiro de Carvalho; Nivaldo Pereira da Silva, Antônio Carlos de Francisco e Marcos Surian Thomaz; Ladjane Milfont Rameh e Maria Salett Tauk Santos; Teresa Costa, Simone Vasconcelos Ribeiro Galina e Maria Isabel Sanches-Hernandez; Edvanda Maria Melo Maia; Angela Luciane Klein, Ivo Elesbão, Marcelino de Souza; Bianca Pugen, Cidonea Machado Deponti e Marco André Cadoná; Enrique Sergio Blanc; Fagno Tavares de Oliveira, Ivan Crespo Silva, Julio César Rodrigues Tello e Raimundo Paiva Souza; Mauricio Cesar Delamaro, Simone Saviolo Rocha, José Henrique de Oliveira Santos, Ivan Bursztyn, Enilson D´Oliveira, Lucelena Delamaro e Tereza Mudado; Morgana Targino Rojas, Mabel Simone Guardia e José Wallace Nascimento; Miriam de Oliveira Santos; Marco Antônio Vezzani; Valdinho Pellin; Antenor Roberto P. da Silva e Maria Geralda de Almeida	UFMT; UFSCAR; FURB; Centro Universitário Uma; UERN; UFRRJ; UEM Apucarana; UTFPR; UFRPE; Instituto Politécnico de Setúbal; USP; Universidade de Extremadura; FANOR; UFPR; UFSM; UFRGS; IFRS; UNISC; UFAM; UFPR; UFRJ; UNESP-Guaratinguetá; UFCG; FSMA; Faculdade Latino Americana; FURB; UFG
Hospitalidade	Beatriz Carvalho Tavares, Marcello de Barros Tomé Machado e Vander Valduga; Helena Catão Henriques Ferreira; Donária Coelho Duarte e Gleiton Alves de Oliveira	UFPR; UFF; UnB;
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	Clóvis Reis e Marco Aurélio Vavassori; Isabel Angelica de Andrade Bock e Janaina Macke; Joao Paulo Silva e Maria Salett Tauk Santos; José Ramón Cardona; Eduardo Silva Sant'Anna e Aguinaldo Cesar Fratucci; Rodrigo Figueroa Sterquel, Jorge Negrete Sepulveda e Manuel Fuenzalida Díaz; Eduardo Jorge Costa Mielke; Rebeca Osorio González; Donária Coelho Duarte e Ana Darc Jesus Pereira; Natanael Reis Bomfim e Djaneide Silva Argolo	FURB; UCS; UFRPE; Universidad de las Islas Baleares; USP UFF; PUC Valparaiso; Universidad Alberto Hurtado; Instituto Integra; UAEM; UnB; UESC
Revista Turismo em Análise	Cláudio Damacena, Flávio Régio Brambilla e Ana Laura Barcelos Correa; Angela Luciane Klein e Marcelino de Souza; Luciano Zanetti Pessôa Candiotto; Andrei Bonamigo e Carlos Alberto Lidizia Soares; Lúcia Pato; Mayara Roberta Martins e Célia Futemma; Raquel Lunardi; Marcelino de Souza e Fátima Perurena; Marlene Huebes Novaes, Maria Jaqueline Elicher e Telma Bittencourt Bassetti; Alissandra Nazareth de Carvalho; Pedro de Alcântara Bittencourt César e Beatriz Veroneze Stigliano; Daniel Lanna Peixoto; Andrea Claudia Giangiordand; Maria Genoveva Milán de la Torre, Eva Maria Agudo Gutiérrez, Luana de Oliveira Alves, Luana Alexandre Silva e Viviane Santos Salazar; Elisângela da Silva Rocha, Luiz Carlos da Silva Flores e Raquel Maria Fontes do Amaral Pereira; Josemara Marques dos Rêis e Juliana Teixeira; Alexandre Mendes de Pinho e Andrea Rabinovici; Andiara de Souza Valentini, Eurico de Oliveira Santos, Silvio Luiz Gonçalves Vianna e Humberto Thomé- Ortiz	UNISC; PUC – RS; UFRGS; UNIOESTE; Universidade de Aveiro; Unicamp; IF Farroupilha; UFSM; UNIVALI; UNIRIO; UFSCAR; USP; IFES UFES; Universidad de Córdoba; UFPE; UNIVALI; UNESPAR; UFSCAR; USP; UCS; Universidad Autónoma del Estado de México

Revista de Turismo Contemporâneo	Cristian Bagega e Nathalia Berger Werlang; Karoliny Diniz Carvalho; Tatiana Porto de Souza, Liciane Oliveira da Rosa, Carolina da Silva Gonçalves, Luciara Bilhalva Corrêa e Gisele Silva Pereira; Ivan Rêgo Aragão e Gabriela Nicolau dos Santos; Leidh Jeane Sampietro Pinto, Eurico De Oliveira Santos, Humberto Thomé-Ortiz, Noe Antonio Aguirre- González e Juliana Rose Jasper; José Maria Alves da Cunha; Ricardo Rayan Nascimento Rocha; André Riani Costa Perinotto; Natália Araújo de Oliveira, Priscilla Teixeira da Silva e Ketrin Cristina Gabriel; Gerson Jonas Schirmer e Marisa Dal'Ongaro	FAI; UFMA; UFPel; IFSE; Cobrape; UCS; Universidad Autónoma del Estado de México; UFPI; UFSM
Reuna - Revista de Economia, Administração e Turismo (A4)	Roberta C. L.Gontijo de Lacerda, Jersone Tasso Moreira Silva e José Euclides Alhadas Cavalcante	UNA
Turismo: Visão e Ação (A3)	Manoela Carrillo Valduga; Romário Loffredo de Oliveira; Eduardo Silva Sant'Anna e Osíris Ricardo Bezerra Marques; João Pedro Machado e Souza e Rafael Eduardo Chiodi; Carina Cipolat e Marcos Vinicius Dalagostini Bidarte; Rodrigo Olavo Costa Sousa e Karoliny Diniz Carvalho; Marlen Maria Cabral Ramalho; Marta Isabel Casteleiro Amaral; Marielen Aline Costa da Silva e Marcelino do Souza; Raquel Lunardi, Marcelino do Souza e Fátima Perurena; Eurico de Oliveira Santos; Magda M. Spindler; Andiara S. Valentini e Lisiane Scherer; Andrés Burgos Delgado e Cristina de la Torre.	UFF; UFLA; UFRGS; Unipampa; UFMA; UFRRJ; Instituto Politécnico de Beja; IF Farroupilha; UFSM; FACCAT; UCS; UnB; Universidad Tecnológica de San Miguel de Allende

Fonte: Dados da pesquisa, os autores, 2024.

Sobre o Quadro 2, verificou-se que Marcelino de Souza é o autor que detém o maior número de publicações no corpus investigado (5), confirmando a análise bibliométrica realizada por Bagega e Werlang (2022). Marcelino do Souza é professor titular do Departamento de Economia e Relações Internacionais e do Programas de Pós-graduação de Agronegócio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, tendo também tido destaque junto ao Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Rural (PGDR/UFRGS).

Além de Marcelino Souza, outros autores estiveram presentes em mais de uma publicação, são eles: Eurico de Oliveira Santos (UCS) com três artigos e Ângela Luciane Klein (doutora pela UFPR), Donária Coelho Duarte (UNB), Eduardo Silva Sant'Anna (Mestre pela UFF), Eurico de Oliveira Santos (UCS), Fátima Perurena (UFSM), Karoliny Diniz Carvalho (UFMA), Maria Salett Tauk Santos (UFRPE) e Raquel Lunardi (IF Farroupilha), com dois artigos cada. Dentre os autores internacionais se destaca Lucia Pato (2), da Universidade de Aveiro e Humberto Thomé-Ortiz (2) da Universidad Autónoma del Estado de México.

Concernente às instituições de ensino e pesquisa nas quais os autores se vinculam, tem-se que a Universidade Federal do Estado do Rio Grande do Sul - UFRGS, presente em 9,9% dos artigos, seguida pela Universidade Federal Fluminense - UFF (7%) e Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Bagega e Werlang (2022) revelam que embora a UFRGS não possua curso de graduação em Turismo, contudo, registra cursos de doutorado na área de Desenvolvimento Rural e Desenvolvimento Rural Interinstitucional.

A UFSM, por sua vez, oferece cursos de pós-graduação em Extensão Rural e doutorado em Extensão Rural. Além disso, Marcelino Souza, destaque na produtividade relacionada a temática, possui vínculo com a UFRGS. No que se refere as instituições de ensino de fora do país, tem-se entre as mais citadas: *Universidad Autónoma del Estado de México* e Universidade de Aveiro.

Por fim, atendendo a terceira e última lei básica da análise bibliométrica, Lei de Zipf, (relação e frequência entre as palavras do texto), foram realizados dois tipos de análise. A primeira foi realizada a partir da leitura do título e das palavras-chave dos artigos, cujos resultados foram apresentados no Quadro 3. A segunda foi realizada com a utilização do *Iramuteq.*

Quadro 3: Temáticas trabalhadas

Título do Periódico	ISSN	Temáticas
Caderno Virtual de Turismo (A4)	1677-6976	Mercado turístico; Desenvolvimento territorial; Agricultura familiar; Políticas Públicas; Agronegócios; Geração de Renda; Tríplice obrigação socioantropológica; Novas ruralidades; Ecoturismo; Sustentabilidade; Construções Rurais; Turismo Étnico; Responsabilidade Ambiental
Hospitalidade (A4)	1807-975X	Produtos agrícolas; Acessibilidade; Juventude rural
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (A3)	1982-6125	Família acolhedora; Redes Colaborativas; Trabalho e desenvolvimento; Atitudes de residentes; Produto turístico; Cooperativas; Raça e Turismo Indígena; Gênero; Planejamento Sustentável
Revista Turismo em Análise (A4)	1984-4867	Cocriação de valor, Olivicultura; Turismo Pedagógico, Multifuncionalidade da agricultura; Agroturismo; Oferta turística; Legislação; Juventude, Assentamento; Gênero, Trabalho; Campesinato; Hospitalidade; Parque Natural; Comunidade Europeia; Hotéis Fazenda; Festas Tradicionais; Extensão Rural; Estudo comparado
Revista de Turismo Contemporâneo (A4)	2357-8211	Bibliometria; Comunidades quilombolas; Práticas Ambientais; Gestão dos Resíduos Sólidos; Agricultura familiar, Antigos engenhos de açúcar; Gastronomia regional; Desenvolvimento Sustentável; Gênero e trabalho; Paisagens planejadas
Reuna - Revista de Economia, Administração e Turismo (A4)	2179-8834	Permacultura, Marketing, Desenvolvimento Sustentável
Turismo: Visão e Ação (A3)	1415-6393	Agricultura familiar; Efeitos socioeconômicos; Sustentabilidade; Cicloturismo; Região do Café; *Stakeholders*; Divisão sexual do trabalho; Agroturismo; Tecnologias da Informação; Trabalho feminino

Fonte: Dados da pesquisa, os autores, 2024.

Observando o Quadro 3, uma das temáticas mais recorrentes foi a Sustentabilidade (“planejamento sustentável”, “sustentabilidade”, “desenvolvimento sustentável”, “práticas ambientais”; “gestão dos resíduos sólidos”). De acordo com De Lourdes (2022), essa aproximação se deve ao fato do Turismo Rural contribuir de maneira significativa para a implementação de projetos sustentáveis que valorizam o ambiente e a cultura local através das vivências que em fluxo continuo as pessoas tem ao visitarem estes espaços que mostram de forma prática as experiências do campo.

Outra temática recorrente nos artigos analisados foi a Agricultura (“agricultura familiar”; “políticas públicas”; “agronegócios”; “agroturismo”; “multifuncionalidade da agricultura”; “produtos agrícolas”), pois o Turismo Rural compreende um conjunto de atividades que são desenvolvidas no meio rural e isso inclui a produção agropecuária, de modo a mobilizar investimentos e gerar mais renda aos produtores.

Entre os construtos identificados e relacionados ao Turismo Rural, a “complementação de renda” é o mais utilizado, constatado em 4,93% dos estudos. Em seguida, em oito oportunidades (3,94%) consta o “desenvolvimento local”, seguido da “atividade turística”, em seis (2,96%) ocasiões; “desenvolvimento turístico”, em cinco (2,46%) ocasiões; “agricultura familiar”, em quatro (1,97%) ocasiões, e os demais construtos, em um total de 170 identificações, representam 87,14% (Bagega; Werlang, 2022). Na bibliometria conduzida por Klimeck *et al*. (2022), as principais temáticas eram o “desenvolvimento rural”, “ecoturismo”, “agroturismo”, “planejamento regional” e “comportamento turístico”.

Outras temáticas como a “hospitalidade”, a “família acolhedora”, o “Turismo Rural-indígena”, as “comunidades quilombolas”, “gênero” (trabalho feminino, divisão sexual do trabalho) e o “turismo étnico” também estiveram presentes. Sobretudo os temas com aderência social foram retratados mais recentemente nas revistas.

Como uma possibilidade de ampliação nos estudos no âmbito Turismo, despontaram os estudos sobre a hospitalidade como uma forma de particularizar os acontecimentos ocorridos na relação entre viajantes/hóspedes e anfitriões Camargo (2021, p. 02) compreende a hospitalidade como uma noção diretamente relacionada com o “acolhimento ao desconhecido”. O referido autor explora o que considera como “leis não escritas” da hospitalidade, a saber: A incondicionalidade dada na premissa de que o pedido de hospitalidade deve ser aceito; A reciprocidade, onde anfitrião e hóspede se dignificam mutualmente; A assimetria, quando o hóspede preserva o direito do anfitrião ao espaço; E, por último, a compensação, resumida na retribuição do hóspede à hospitalidade.

Sobre a temática da hospitalidade no meio rural, a expressão “família acolhedora” traz em si a possibilidade de desvelar estudos e pesquisas que contribuam para compreender as relações sociais e da memória que reforçam esse caráter. Isso se deve, pois, ao passo que reifica a noção de boa acolhida por famílias rurais, abre margem para antagonismos ao equivalente junto às cidades, permitindo assim não somente contribuições sobre estudos relativos ao campo e à cidade, como também desmistificar questões que podem estar alinhadas a territorialidades específicas, bem como a condição de turistas de quem é acolhido. Conflitos no campo, por exemplo, não permitiriam o desvelar dessa ideia de acolhimento, da mesma maneira como paira em diversas comunidades rurais pelo Brasil o medo do outro, posto a quantidade de assaltos e furtos que ocorrem em localidades interioranas que se abrem ao turismo, como identificado por D’Onofre (2017) no Vale do Café Fluminense.

Nas últimas décadas, com os esforços do feminismo (Otto e Pinto, 2004), bem como dos movimentos negros (Gomes, 2011), potencializou-se o processo de dar visibilidade às questões de gênero e raça/etnia (dentre outras) que contribuíram na provocação de um debate acadêmico, no sentido de questionar as desigualdades e buscar uma sociedade mais equânime para mulheres, bem como para a comunidade negra e indígena.

Além disso, cabe registrar um importante marco no campo dos direitos universais, por meio da Constituição de 1988, que assegura em seu artigo 5º que “todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade (...)” (Brasil, 1988, p. 13). De igual importância são as legislações e políticas públicas criadas pela reivindicação concernentes a essas temáticas, alterando de igual modo várias instâncias dos diferentes campos do saber e os espaços de trabalho.

No campo do turismo já é possível observar a problematização das categorias gênero e raça, considerando que na particularidade dos serviços de alojamento, alimentação e turismo (agências e operadores), são observadas práticas de salários muito baixos, segundo Bianca Briguglio (2021). E na discussão específica do Turismo Rural, as reflexões sobre a divisão sexual do trabalho e/ou sobre o trabalho da mulher dão luz ao trabalho doméstico como uma atribuição “natural” feminina, nos termos de Paulilo (2004) enquanto um espaço de responsabilidade feminina, ou que no meio rural as relações de trabalho são marcadas pelas construções sociais de gênero (Scott, 1995) atribuindo-lhes as atividades considerados ‘leves’, enquanto aos homens restam o trabalho ‘pesado’, ou mesmo a execução de um trabalho feminino com a conotação de ‘ajuda’, conforme afirma Tedeschi (2004).

E sobre o turismo étnico, o turismo indígena e a possibilidade em se pensar as comunidades quilombolas na dimensão do Turismo Rural, são notórias as novas abordagens sobre os temas da etnicidade e da identidade de povos negros e indígenas e assim, conforme explica Grünewald (2003), denotam uma análise da dinâmica de renovação dos grupos de hóspedes, promovendo a interação com o Turismo e toda a sua complexidade.

No que se refere a segunda etapa de análise, depois da leitura dos artigos selecionados, os respectivos resumos das 71 pesquisas e suas palavras-chave foram organizados para compor o *corpus* textual analisado com o auxílio do software *Iramuteq*. Em relação às definições de processamento, foram determinados como caracteres o idioma inglês (Utf 8 – all languages) em dicionário padrão. Quanto a descrição do corpus, foram analisados dez textos, 65 segmentos de textos, 2291 ocorrências e 774 formas. 437 palavras aparecem apenas uma vez (correspondendo por 56,45% das formas). No que diz respeito as análises, para a formulação

dos gráficos, foram consideradas principalmente os adjetivos, advérbios, nomes comuns e verbos, enquanto classes gramaticais.

Essa etapa permitiu constatar a frequência com que determinadas palavras foram utilizadas, o que auxilia na compreensão das principais categorias investigadas e, consequentemente, permite elencar as maiores tendências de publicações (Figura 2).

Figura 2 – Nuvem de palavras dos resumos dos artigos analisados



Fonte: dados da pesquisa, 2024.

Como pode ser visto na Figura 2, a nuvem de palavras desses textos destaca os termos “rural” (com frequência de 315) e “turismo” (com frequência de 287) como os mais utilizados. Esses termos são acompanhados por outros vocábulos que indicam o Turismo Rural como uma atividade econômica e empregatícia importante em âmbito local e regional. Entre essas palavras, destacam-se: “desenvolvimento” (97), “turístico” (97), “atividade” (95), “local” (61), “meio” (49), “trabalho” (48), “região” (39), “município” (39), “renda” (26) e “social” (25).

Outra tendência verificada é a condução de estudos que investigam o Turismo Rural como parte de culturas familiares. A frequência de termos como “familiar” (40), “propriedade” (34), “comunidade” (33), “experiência” (32), “agricultura” (29), “cultura” (16), “família” (16) e “cultural” (16) indica essa linha temática. Além disso, outros vocábulos sugerem que a sustentabilidade também é uma corrente analítica dentro da amostragem selecionada. A repetição das palavras “ambiental” (26), “natural” (19), “sustentável” (16), “sustentabilidade” (15) e “ambiente” (14) reforça essa compreensão.

A nuvem de palavras também evidenciou que esses artigos utilizam diversos desenhos metodológicos, com predominância de abordagens descritivo-exploratórias, onde os problemas são tratados majoritariamente de maneira qualitativa. As técnicas de coleta de dados mais destacadas incluem o uso de materiais bibliográficos, a aplicação de questionários, a realização de entrevistas e a observação.

Por meio da análise de similitude (Figura 3), é possível notar as separações entre categorias que apresentam o turismo como uma atividade econômica geradora de renda. Mais especificamente, destaca-se o Turismo Rural como um fator de desenvolvimento local e regional, sendo frequentemente executado em comunidade e no âmago familiar.

Essa representação gráfica evidencia a importância do Turismo Rural como uma fonte de renda, mas também como um meio de preservar e promover a cultura local e as tradições familiares. Para além, a análise de

similitude permitiu identificar com mais precisão os principais enfoques metodológicos adotados nesses estudos. A predominância de abordagens qualitativas, muitas vezes descritivo-exploratórias, indica uma tendência de explorar em profundidade os aspectos culturais e sociais do Turismo Rural.

Figura 3 – Análise de similitude dos resumos dos artigos analisados



Fonte: dados da pesquisa (2024).

Entretanto, da mesma maneira como diversas temáticas emergem enquanto veios condutores de pesquisas sobre Turismo Rural, ainda há aquelas temáticas que estão em condição coadjuvante junto ao campo. Nesse sentido, destacam-se como estudos de fronteira em Turismo Rural aqueles que porventura venham a se dedicar à perspectiva da acessibilidade, das mobilidades, dos impactos da pandemia da COVID 19, do bem estar animal e integral, dentre outros. Ainda assim, mesmo que sobre as mesmas questões que foram discorridas nos achados no Quadro 3 e nas Figuras 2 e 3, abre-se margem para inferir possibilidade de estudos que sejam orientados por outras perspectivas metodológicas, com destaque aos estudos críticos.

Considerações Finais

O presente estudo, por meio de uma análise bibliométrica, buscou mapear a produção científica sobre turismo rural no Brasil. Os resultados revelaram um crescente interesse pela temática, com destaque para a sustentabilidade, o desenvolvimento local e a relação com a agricultura familiar. A análise dos artigos permitiu identificar os principais autores e periódicos que contribuem para a construção desse campo de conhecimento, bem como as principais temáticas abordadas.

Os achados desta pesquisa corroboram com a importância do turismo rural como uma estratégia para o desenvolvimento socioeconômico de áreas rurais, promovendo a geração de renda, a preservação do meio ambiente e a valorização da cultura local. No entanto, a pesquisa também evidenciou a necessidade de aprofundar os estudos sobre temas como a inclusão social, a governança e a gestão sustentável do turismo rural.

A análise bibliométrica indicou o periódico *Turismo em Análise* como o local de maior concentração de publicação, reunindo um total de 20 textos. O ano de 2015 foi o ano em que mais foram publicados trabalhos, totalizando 10 artigos, com destaque para a toda a década de 2010. Marcelino de Souza liderou o ranking de publicações confirmando outras análises bibliométricas sobre o tema e UFRGS é a principal instituição de vinculação dos autores, presente em 9,9% dos artigos.

Outro aspecto revelado pelo corpus investigado e confirmado pela bibliografia vigente esteve atrelado ao ranqueamento das instituições de vinculação dos autores que não possuem cursos de graduação em Turismo, indicando a necessidade de investimento da área dessa de concentração no estudo da temática, sobretudo quanto ao caso da UFRGS.

Sobre as temáticas, destacaram-se as questões da “Sustentabilidade” e da “Agricultura”. “Hospitalidade”, “Família Acolhedora”, “Turismo Rural-Indígena”, “Comunidades Quilombolas”, “Gênero” e “Turismo Étnico” também estiveram presentes. Os resultados produzidos pelo *Iramuteq* confirmam esses resultados indicando como tendências de publicação o desenvolvimento local/regional, as culturas familiares e a sustentabilidade.

Para pesquisas futuras sugere-se a contemplação dos demais estrados dentro do Qualis Periódico (B) perfazendo uma análise completa das publicações, visando a produção de um mapeamento da produção científica nacional sobre o Turismo Ruralem periódicos acadêmicos da base Qualis Sucupira. Em conclusão, o turismo rural se configura como um campo de pesquisa promissor e com grande potencial para contribuir para o desenvolvimento sustentável do país. Os resultados deste estudo podem servir como base para o desenvolvimento de políticas públicas, novas agendas de pesquisas com temáticas ainda não desenvolvidas, bem como projetos que promovam o turismo rural de forma responsável e equitativa.

Referências

BARATA, Rita de Cássia B. Dez coisas que você deveria saber sobre o Qualis. **Revista Brasileira de Pós-Graduação**, v. 13, n.1, 2016. Disponível em: https://rbpg.capes.gov.br/index.php/rbpg/article/view/947. Acesso em: 18 mai. 2024.

BAGEGA, Cristian Szpanic; WERLAN, Nathalia Berger. Turismo rural: perspectivas teóricas e agenda de pesquisa. **Revista de Turismo Contemporâneo – RTC**, Natal, v. 5, n. 2, p. 278-300, jul./dez. 2017. Disponível em: https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/12864. Acesso em: 18 mai. 2024.

BRASIL. [Constituição (1988)] **Constituição da República Federativa do Brasil:** texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com as alterações determinadas pelas Emendas Constitucionais de Revisão nos 1 a 6/94, pelas Emendas Constitucionais nos 1/92 a 91/2016 e pelo Decreto Legislativo no 186/2008. Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2016.

BRIGUGLIO, Bianca. Desigualdades de gênero e cor/raça no trabalho em Turismo no Brasil. **Anais do 2º Seminário Virtual: perspectivas críticas sobre o trabalho no Turismo**, de 18 a 20 de agosto de 2021. / Coordenação Geral: Angela Taberga de Paula e Ireneide Pereira da Silva. – Arraias, TO: UFT, 2021.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. As leis da hospitalidade. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, *[S. l.]*, v. 15, n. 2, p. 2112, 2021. Disponível em: https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/2112 . Acesso em: 21 jul. 2024.

CARVALHO, Leandro Ferreira. Bibliometria e saúde coletiva: análise dos periódicos Cadernos de Saúde Pública e Revista de Saúde Pública. **Dissertação** (Mestrado) - Rio de Janeiro (RJ): Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca; 2005. Disponível em: https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/4627/leandro_ferreira_carvalho_en sp_mest_2005.pdf?-sequence=2&isAllowed=y. Acesso em: 18 abr. 2024.

DE LOURDES, Ivonete do Carmo. Turismo rural, sustentabilidade e educação ambiental: uma revisão sistemática. **Cenário – Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, Brasília, v. 10, n.2, 2022, p- 225-239. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/39150. Acesso em: 18 abr. 2024.

DUARTE, Alcino Alcibíades. **Crédito agrícola e pecuário a pequenos produtores rurais: uma revisão bibliográfica sobre o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF**. 2012. 33 f. Monografia (Graduação) – Curso de Tecnologia em Agronegócio, Universidade Federal do Pampa, Dom Pedrito, RS.

D'ONOFRE, Dan Gabriel. **Hospitalidade como tecnologia no Vale do Café fluminense do século XXI: produção e consumo**. 2017. 426p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2017.

GOMES, Nilma Lino. O movimento negro no Brasil: ausências, emergências e a produção dos saberes. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v. 10, n. 18, p. 133-154, abr. 2011.

GRÜNEWALD, Rodrigo de Azeredo. Turismo e etnicidade. **Horizontes antropológicos**, v. 9, p. 141-159, 2003. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ha/a/wL5drZ99NFQhhjdFzMyyyMd/?lang=pt. Acesso em: 19 jul. 2024.

KLIMECK, Beatriz *et al.* Turismo Rural: um estudo bibliométrico. In: Colóquio Nacional, 5 e Internacional, 1, de Pesquisas em Agronegócios. **Anais [...].** Universidade Federal de Santa Maria – Campus Palmeira das Missões, 2022. Disponível em: https://www.ufsm.br/cursos/pos-graduacao/palmeira-das-missoes/ppgagr/turismo- rural-um-estudo-bibliometrico. Acesso em: 15 julho. 2024.

LIMA, Regina Célia Montenegro. Bibliometria: análise quantitativa da literatura como instrumento de administração em sistemas de informação. Revista Ciência da Informação, Brasília, v.15, n.2, p.127-33, 1986. Disponível em: https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/233. Acesso em: 24 mai. 2024.

NODARI, Felipe *et al*. Contribuição do Maxqda e do NVivo para a Realização da Análise de Conteúdo. Encontro da ANPAD – EnANPAD, 38, 2014. **Anais [...],** Rio de Janeiro/RJ, 2014. Disponível em: https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/10235/2/Contribuicao_do_Maxqd a_e_do_NVivo_para_a_Realizacao_da_Analise_de_Conteudo.pdf. Acesso em: 18 mai. 2024.

OTTO, Claricia. PINTO, Céli Regina Jardim. Uma história do feminismo no Brasil. **Revista Estudos Feministas**, *[S. l.]*, v. 12, n. 2, p. 238, 2004. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2004000200015 . Acesso em: 21 jul. 2024.

PAULILO, Maria Ignêz S. Trabalho familiar: uma categoria esquecida de análise. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v.12, n.1, p.229-52, 2004. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ref/a/fngwsjnkZHvKMD7Ly3T6gks/?lang=pt. Acesso em: 19 jul. 2024.

RODRIGUES, Charles; VIERA, Angel Freddy Godoy. Estudos bibliométricos sobre a produção científica da temática Tecnologias de Informação e Comunicação em bibliotecas. **InCID**: Revista de Ciência da Informação e Documentação, v. 7, n. 1, p. 167-180, 2016. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/incid/article/view/98761 10. Acesso em: 05 de maio de 2024.

SANTOS, Raimundo Nonato Macedo dos. Produção científica: por que medir? o que medir?. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v . 1, n. 1, p. 22-38, jul./dez.. 2003. Disponível em: https://brapci.inf.br/index.php/res/v/39961. Acesso em: 18 jun. 2024.

SCOTT, J. "Gênero: uma categoria útil de análise histórica". **Revista Educação e Realidade**. Porto Alegre, 16 (2), jul./dez. 1995.

TEDESCHI, Losandro Antônio. Meu nome é ajuda: a vida cotidiana e as relações de poder, gênero e trabalho das mulheres trabalhadoras rurais na região noroeste do Rio Grande do Sul. **Contexto & Educação**, v. 1, n. 1, p. 45-64, 2006. Disponível em: https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/contextoeducacao/article/view/1132.
Acesso em: 21 jul. 2024.

ANÁLISE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O ENOTURISMO NO PARANÁ

TEREZINHA BUSANELLO FREIRE[1], VANDER VALDUGA[2]

[1] Mestra em Turismo. Universidade Federal do Paraná. Integrante do grupo de pesquisa Terroirtur e coordenadora do Programa de Turismo Rural do Instituto de Desenvolvimento Rural IAPAR-EMATER (IDR-Paraná
[2] Docente do Mestrado em Turismo e do Mestrado e Doutorado em Geografia da Universidade Federal do Paraná - UFPR. Líder do grupo de pesquisa Terroirtur.

Resumo: O desenvolvimento da vitivinicultura no Paraná relaciona-se com a oferta do enoturismo nas regiões produtoras do Estado. Há carência de estudos sobre o tema e a presente pesquisa contribui à medida que avalia como os programas e políticas públicas existentes incentivam o desenvolvimento do enoturismo no Paraná. O objetivo do estudo foi analisar os programas e políticas públicas de incentivo governamental para a estruturação da vitivinicultura e do enoturismo no território paranaense. Especificamente, descreveu-se as políticas públicas em nível federal e estadual relacionadas à vitivinicultura e ao enoturismo, identificou-se os programas e políticas públicas existentes para o desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo e analisou-se os programas e políticas públicas identificadas sob a perspectiva dos vitivinicultores, técnicos e gestores municipais de agricultura e turismo. O recorte temporal concentrou-se nas políticas públicas efetivadas após a criação do Ministério do Turismo em 2003. Seu universo englobou as principais regiões vitícolas do Paraná: Região Metropolitana de Curitiba, Região Sudoeste, Região Oeste, Região Centro Sul e, Região Norte. Como critério de seleção estabeleceu-se ter oferta de serviços de enoturismo. Metodologicamente, o estudo é qualitativo, com pesquisa documental e de campo. Os resultados apontaram que existem programas e políticas públicas direcionadas à vitivinicultura e ao enoturismo, com destaque para o Programa de Revitalização da Viticultura Paranaense (REVITIS) e o Programa de Regionalização do Turismo (PRT). Os dados coletados identificaram 17 vinícolas com serviços de enoturismo e demonstraram a necessidade de fortalecer a governança de turismo, além de melhorar a sinergia entre os atores envolvidos para a celeridade das ações de fortalecimento do enoturismo. O fomento para formação de novos vinhedos via Programa REVITIS, associado a outras ações estruturantes, pode impulsionar a oferta enoturística no Paraná.

Palavras-chave: vitivinicultura; enoturismo; vinícolas; políticas públicas; Paraná.

Introdução

A vitivinicultura tem conquistado notoriedade quanto à qualidade de seus produtos e valor econômico quanto à cadeia produtiva. Na esteira dessa notoriedade, encontra-se o enoturismo, que conquista cada vez mais importância em diversos países produtores, gerando incrementos tanto na base da produção vitícola quanto na cadeia produtiva do turismo.

A superfície ocupada com vinhendos mantém-se relativamente estável desde 2017. Essa estabilidade na área plantada, segundo a OIV (2023), ocorre devido às tendências opostas observadas em três grandes blocos de países. Enquanto países como a Moldávia, a Turquia, a Espanha, a Argentina e os EUA reduziram a área vitivinícola, a França, juntamente com outros grandes vinhedos como a Índia, a Rússia e o Brasil, registaram aumento na sua área plantada e os demais principais países vitivinícolas, como a China, Itália, Chile e Austrália, registam áreas estáveis, sem alterações significativas. Estas tendências opostas equilibraram assim os seus efeitos a nível mundial.

No Brasil, a área plantada com videiras em fevereiro de 2023 foi de 75.537 hectares, 2,37% superior à de 2020. A Região Sul, maior produtora de uvas, representou em média 73% da área total nos últimos 4 anos, lide-

rada por Rio Grande do Sul, principal estado produtor, com 62,15% da área vitícola nacional, o que corresponde a 46.952 hectares neste último ano. O Paraná apresentou uma área de 4.000 hectares, seguido por Santa Catarina com uma área de 3.849 hectares. Os três estados do Sul apresentaram estabilidade na área cultivada entre 2020 e 2023, sofrendo pequenas variações entre um ano e outro (IBGE, 2023). Quanto à produção de uvas em toneladas (t) no território nacional, o crescimento foi de 13,21% nos últimos quatro anos (IBGE, 2023).

Em 2019, a Associação dos Vitivinicultores do Paraná – VINOPAR, identificou que 97,86% da demanda de matéria-prima para sucos e vinhos coloniais e 84% das uvas vitiviníferas para vinhos finos processados no Paraná teve origem do Rio Grande do Sul. Também apresentou projeção de crescimento até 2024 de 57% no processamento de uva para sucos e vinhos coloniais e de 342% para uvas de vinhos finos (VINOPAR, 2019). Os dados refletem a necessidade de criar estratégias e políticas públicas que promovam a cadeia produtiva da uva no Paraná, fortalecendo assim o setor produtivo, agroindustrial e turístico nas diferentes regiões do estado (PARANÁ, 2020).Diante desse panorama, a pesquisa partiu da seguinte questão: Como os programas e políticas públicas existentes incentivam o desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo no Paraná? Teve, portanto, o objetivo de analisar os programas e políticas públicas de incentivo governamental para a estruturação da vitivinicultura e enoturismo no território paranaense. Especificamente, objetivou-se:

a) Descrever as políticas públicas em nível federal e estadual relacionadas à vitivinicultura e ao enoturismo; b) Identificar os programas e políticas públicas existentes para o desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo no Paraná; c) Analisar as ações dos programas e políticas públicas sobre a vitivinicultura e enoturismo no Paraná sob as perspectivas de vitivinicultores, técnicos e gestores municipais de agricultura e turismo.

Para analisar as políticas públicas no âmbito do enoturismo no Paraná e responder à problemática da pesquisa, optou-se por uma abordagem qualitativa, descritiva e avaliativa. O método qualitativo de pesquisa é descrito por Minayo (2013) como aquele que se ocupa do nível subjetivo e relacional da realidade social e é tratado por meio da história, do universo, dos significados, dos motivos, das crenças, dos valores e das atitudes dos atores sociais. Já a pesquisa avaliativa, segundo Veal (2011), surge da necessidade de julgar o sucesso ou a eficácia de políticas ou programas, e considera os diferentes níveis de detalhamento, complexidade e formalidade entre políticas e planos.

O recorte temporal concentrou-se nas políticas públicas efetivadas após a criação do Ministério do Turismo no Brasil em 2003. A investigação contou com pesquisa bibliográfica em bases de dados Periódicos Capes e Web of Science, análise documental sobre os programas governamentais relacionados ao enoturismo no Paraná, entrevistas semiestruturadas com representantes de vinícolas com atuação no segmento de enoturismo e com técnicos e gestores públicos municipais de agricultura e turismo.

A base territorial foram as principais regiões vitícolas do Paraná: Região Metropolitana de Curitiba (Balsa Nova, Campo Largo, Colombo, Quatro Barras, Piraquara, Rio Negro e São José dos Pinhais), Região Sudoeste (Mariópolis e Francisco Beltrão), Região Oeste (Toledo e Palotina), Região Centro Sul (Bituruna), Região Norte (Apucarana e Bandeirantes). As vinícolas selecionadas foram as com serviços de enoturismo identificadas a partir de documentos internos de divulgação da VINOPAR, SEAB e IDR- Paraná.

O estudo apresenta aspectos introdutórios, nos quais se buscou justificar e contextualizar a escolha do tema, da abordagem teórica e da delimitação da pesquisa, seguidos da exposição da problemática e dos objetivos estabelecidos para a investigação, finalizando com a estrutura do artigo. Em seguida o referencial téorico abordou as questões relacionadas ao desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo e sua relação com as políticas públicas, da efetividade para o segmento de turismo e do enoturismo. O procedimento metodológico relata os instrumentos de coleta de informações utilizados, bem como o processo de investigação, detalhando os procedimentos relativos à sistematização, tratamento e análise dos dados.

Na sequencia foi apresentado os resultados, identificados no âmbito das políticas para o desenvolvimento do enoturismo, os principais programas existentes na esfera federal e estadual, bem como o resultado das entrevistas com as percepções dos vitivinicultores, técnicos e gestores de agricultura e turismo. E por fim, nas considerações finais, os principais resultados foram destacados, identificado as limitações, implicações e possibilidades para estudos futuros.

Referencial teórico

O desenvolvimento da vitivinicultura

Os registros sobre a produção de vinhos no mundo, segundo Pereira et al. (2020), são seculares. Destaca-se que a tradição da viticultura, a mitologia do vinho e sua vinculação com o cristianismo favoreceram a difusão mundial do cultivo da videira, sendo que a Europa concentra os principais países produtores que compõem o "Velho Mundo" do vinho e que posteriormente influenciaram outros países como Estados Unidos, Chile, Argentina, Uruguai, África do Sul, Austrália, Nova Zelândia e Brasil, nominados como "Novo Mundo" vitivinícola (Pereira et al., 2020).

Segundo relatório da Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV), a dimensão da superfície mundial ocupada com vinhedos em 2022 foi de 7,3 milhões de hectares, registrando um pequeno decréscimo de (-0,4%) comparada com 2021. Os dados consideram o total de vinhas para todas as utilizações (vinho e sumo de uva, uvas de mesa e passas), incluindo vinhas jovens ainda não em produção (OIV, 2023).

No Brasil, a área plantada com videiras em fevereiro de 2023 foi de 75.537 hectares, 2,37% superior à verificada no ano de 2020. A Região Sul, maior produtora de uvas, representou em média 73% da área total nos últimos 4 anos, liderada pelo Rio Grande do Sul, principal estado produtor, com 62,15% da área vitícola nacional, o que corresponde a 46.952 hectares neste último ano. O estado do Paraná apresentou uma área de 4.000 hectares, seguido por Santa Catarina com uma área de 3.849 hectares. Os três estados do Sul apresentaram estabilidade na área cultivada entre 2020 e 2023, sofrendo pequenas variações entre um ano e outro (IBGE, 2023).

Quanto à produção de uvas em toneladas (t) no território nacional, o crescimento foi de 13,21% nos últimos quatro anos. Há destaque para a região Sul, maior produtora nacional, que representa em média 61% da produção total nacional em toneladas. Com exceção da região Norte, que teve uma queda expressiva de 2020 para 2023 na produção de uvas, as demais regiões tiveram ligeiro acréscimo, seguindo a tendência nacional (IBGE, 2023).

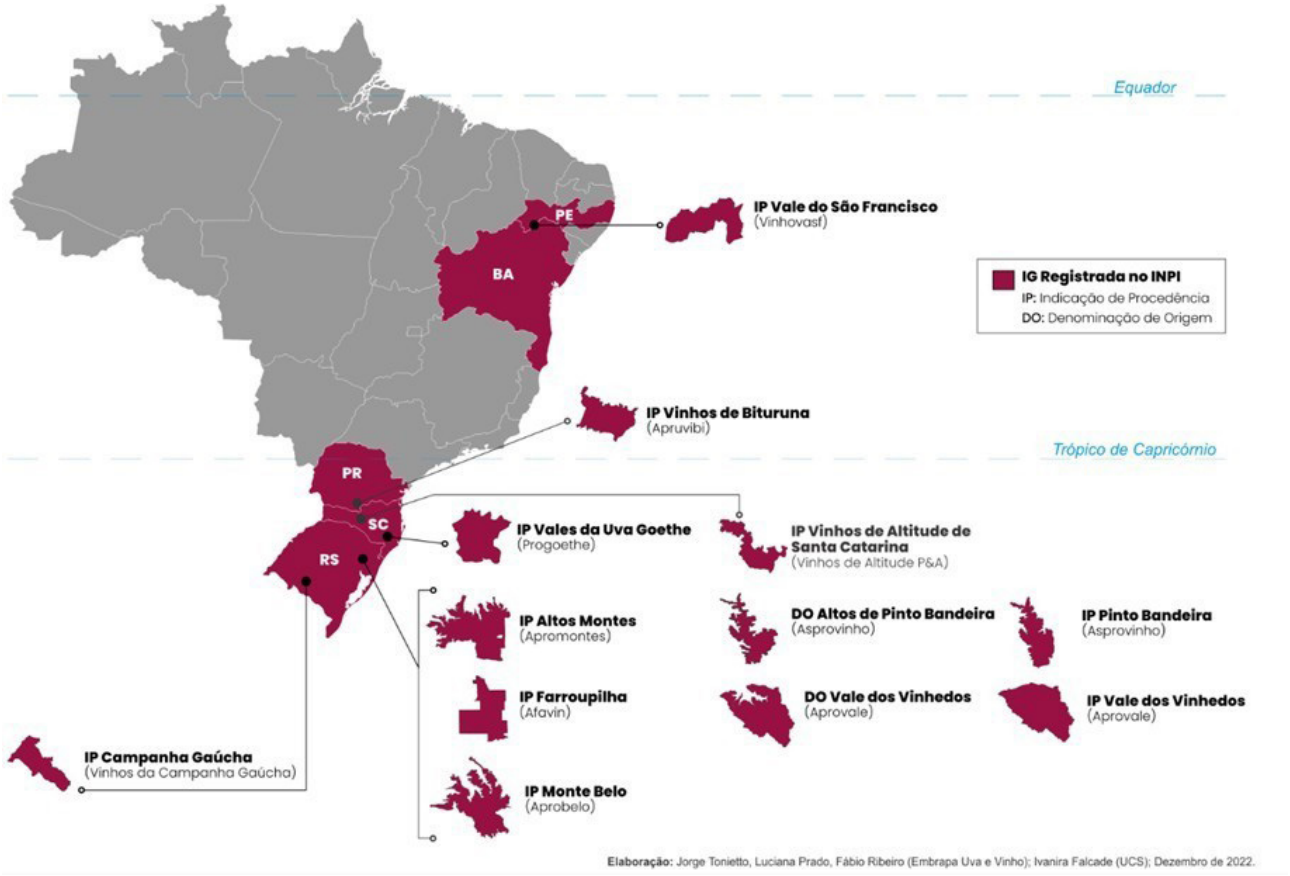
A União Brasileira de Vitivinicultura (UVIBRA) registrou aumento de 53% no consumo de vinhos finos, espumantes e suco de uva em janeiro e fevereiro de 2022 no Brasil comparado ao mesmo período de 2021. O consumo de suco de uva cresceu 60,15%, enquanto os vinhos finos e espumantes atingiram 34,39% e 89,16% respectivamente. O cenário promissor, segundo a UVIBRA, está amparado em diversas variáveis. Destacam-se, dentre os fatores, questões relacionadas à logística, tributação, preço, qualidade, surgimento de novas regiões produtoras, desenvolvimento do enoturismo e valorização dos produtos locais (UVIBRA, 2022).

Além disso, há um novo olhar do consumidor que considera não só o quanto os produtos satisfazem suas necessidades, mas como podem afetar o meio ambiente (Romano et al., 2019). Este olhar adiciona ao mundo do vinho mais uma porção de complexidade, incorporando premissas de produção responsável, práticas que respeitem a natureza, origem e procedência do produto, entre outras questões que sustentam as escolhas do consumidor.

As Indicações Geográficas (IGs) são ferramentas de valorização da vitivinicultura, que possibilita a proteção da região produtora e a elaboração de vinhos diferenciados. As IGs identificam vinhos originários de uma área geográfica delimitada que apresenta determinada qualidade em função de seus recursos naturais (terroir) e o saber fazer característico do seu local de origem (Embrapa Uva e Vinho, 2023; Brasil, 2023).

No Brasil, o marco legal das Indicações Geográficas é a Lei da Propriedade Industrial nº 9.279/1996 que regula os direitos e obrigações sobre propriedade industrial e intelectual. Conforme essa lei, a Indicação Geográfica se constitui sob duas formas: a Indicação de Procedência e a Denominação de Origem. A Figura 1 apresenta a localização das IGs de vinhos no Brasil.

Figura 1- Indicações Geográficas (IG) de vinho no Brasil.



Fonte: Embrapa Uva e Vinho, (2023).

A vitivinicultura é uma atividade que apresenta importância socioeconômica para o Brasil, especialmente para a sustentabilidade da agricultura familiar e com alto impacto no desenvolvimento regional (Pereira et al., 2020). Entretanto, necessita percorrer um longo caminho para enfrentar questões delicadas como o uso abusivo de agrotóxicos em outras culturas que derivam para áreas de cultivo de uvas, mão- de-obra pouco qualificada e mal remunerada, assim como o lento processo de automação e tecnologias acessíveis aos vitivinicultores familiares.

No Paraná, historicamente, a área plantada de vinhedos até 2009 se aproximava a 6.000 hectares. No entanto, esse cenário sofre influências cíclicas. Segundo dados do Departamento de Economia (DERAL) da Secretaria da Agricultura e do Abastecimento do Paraná, a área de produção para uvas tem diminuído gradativamente, chegando em 2021 a menos de 4.000 hectares (Seab, 2022).

A Associação dos Vitivinicultores do Paraná (VINOPAR) identificou, por meio de levantamento interno com seus associados, a escassa produção paranaense de matéria-prima para a elaboração de vinhos finos e de mesa (Tabela 01).

Tabela 1- Processamento de uvas de vinícolas paranaenses em 2019.

Uvas de mesa (sucos/vinhos coloniais)	Toneladas	%
Produção própria do Paraná	213	0,8%
Uvas compradas no Paraná	334	1,3%
Uvas compradas no Rio Grande do Sul	25100	97,86%
Total uvas processadas em 2019	25647	
Projeção para 2024	40211	57,00%
Uvas viníferas (vinhos finos)	**Toneladas**	**%**
Produção própria do Paraná	51	7,6%
Uvas compradas no Paraná	11	1,6%
Uvas compradas no Rio Grande do Sul	562	84%
Total uvas processadas em 2019	668	
Projeção para 2024	2959	+342%

Fonte: VINOPAR, (2019)

Diante da demanda de produção de uvas no Paraná para elaboração de sucos e vinhos apresentada pela VINOPAR, parece que o estado demanda um olhar mais atento para criar incentivos que promovam o aumento da área plantada e da produtividade. Nesse contexto, o governo paranaense criou em 2019 o Programa de Revitalização da Viticultura Paranaense (REVITIS), com a finalidade de apoiar a cadeia produtiva da cultura da uva, através do fortalecimento do setor produtivo, agroindustrial e turístico nas diferentes regiões do estado. O REVITIS foi um dos programadas identificados como política pública para o desenvolvimento do enoturismo e consta na apresentação dos resultados.

Enoturismo: a cultura do vinho e o turismo

O segmento de enoturismo explorado em diferentes regiões vitivinícolas mundiais (Lavandoski, 2008) apresenta crescente evolução (Pina, 2009). Tornou-se um dos produtos turísticos que mais rapidamente conseguiu se ajustar ao panorama turístico das últimas décadas (Zamarreno Aramendia, Cruz Ruiz & Hernando Neto, 2021). O enoturismo é reconhecido como um "construto moderno, de base econômica, embutido no comportamento de consumo e visto pelos produtores como uma oportunidade de venda direta de vinho" (Bruwer, 2002; Dodd & Gustafson, 1997; Hall et al., 2000 apud Alant & Bruwer, 2010, p. 192).

Segundo Bernier et al. (2020) a expansão da produção científica sobre o enoturismo segue acompanhada pelo aumento da oferta turística e estabelecimento de novas regiões vinícolas. Corrobora com essa discussão um estudo de Hall et al., (2004), que destaca que o vinho é um componente importante da atratividade de um destino turístico, podendo ser um fator motivacional para os visitantes, assim como um diferencial para governos, pesquisadores e pelas próprias indústrias do vinho.

O enoturismo é utilizado como uma ferramenta de vantagem competitiva, com ênfase nas perspectivas da indústria e do destino (Getz & Brown, 2006). Nesse sentido, são muitas as possibilidades vinculadas ao cenário do vinho que podem ser utilizadas para ofertar um produto diferenciado.

Byrd et al. (2016) relacionam os atributos de destino predominantes que influenciam as visitas a uma região vinícola. Entre eles, estão a experiência de consumo e produto vitivinícola; a paisagem vinícola, que envolve vinhas, adega, instalações de produção, sala de degustação; oportunidades educacionais; entretenimento e eventos; ambiente natural e paisagem rural; relaxamento e lazer; atendimento ao cliente; clubes de convívio e vinho; e outros serviços de turismo e hospitalidade.

A paisagem na construção da experiência enoturística é considerada um forte diferencial de atrativo. O termo paisagem vinícola descrito por Minasi, Lohmann e Valduga (2020, p.3) refere-se a uma ampla compreensão da geografia de uma região vitivinícola e não se limita à dimensão do olhar, mas inclui também a apreciação das cores, cheiros, sensações e sabores do vinho, configurando a noção difundida de terroir.

Byrd et al. (2016) destacam que a noção de que os enoturistas se concentram apenas em beber vinho foi refutada por pesquisadores que sugeriram que esses turistas desejam um conjunto mais amplo de experiências de vinho e turismo. Segundo os autores, entender quais "benefícios de uma paisagem vinícola levam um turista a visitar, revisitar ou recomendar o destino a outras pessoas é um elemento fundamental para o desenvolvimento de estratégias bem-sucedidas de marketing de destino para vinícolas e regiões vinícolas" (Byrd et al., 2016, p.20).

Nessa perspectiva, a paisagem vitícola é um elo potencial da experiência enoturística. A experiência com o enoturismo, defendida por Hall (1996) apud Ramos e Santos (2021) não se limita a um único local ou atração específica, pois a experiência completa tem um impacto positivo e significativo durante a pré-visita, visita e após a visita a uma região vinícola.

A experiência turística é caracterizada por momentos da viagem que supõem inúmeras sensações e emoções vivenciadas pelo turista (Tonini, Lavandoski, 2010). A natureza da experiência enoturística pode ser compreendida a partir de diferentes perspectivas (Valduga, Gabardo e Minasse, 2022), relacionadas diretamente com o vinho, capaz de proporcionar uma experiência dinâmica e versátil (Ramos e Santos, 2021).

Ramos e Santos, (2021) defendem que o enoturismo deve ser visto como um sistema centrado em experiências e atividades, que integra a cultura e o patrimônio do vinho, cria emoções, sensações, apego e impressões sensoriais através da visita, permitindo, deste modo, que o enoturista se torne um defensor do produtor, da marca e da região vinícola. Para Dixit (2022, p. 02) "vinho, gastronomia, recursos turísticos e atividades culturais formam os elementos centrais da experiência enoturística e oferecem aos enoturistas a oportunidade de experimentar o vinho, os *terroirs* e interagir com a comunidade local".

Considerando a imbricação das abordagens dos sistemas de turismo e de enoturismo, diferentes autores trataram do sistema do enoturismo, assim como a trajetória evolutiva para um ecossistema. Hall et al., (2004) apresentaram um modelo de sistema do enoturismo com o objetivo de demonstrar a complexidade e diferentes perspectivas da experiência enoturística. O modelo considerou a percepção do visitante, criada a partir da imagem produzida por experiências passadas e informações adquiridas, levando em conta a cultura, a motivação, a expectativa do enoturista, a interação com a indústria vinícola e o setor turístico (público e privado), além da paisagem e características regionais.

Salvado (2016) defende que o ecossistema do enoturismo deve ser visto como um modelo do ecossistema de negócios, em que a coopetição entre diferentes instituições e parceiros possibilita a construção de um destino enoturístico, gerando benefícios mútuos aos envolvidos. Segundo essa autora, o enoturismo é um ecossistema em crescimento, composto pelos subsistemas Território, Turismo e Cultura do Vinho, que envolve mais que apenas visitar adegas e comprar vinhos, mas sim todo um conjunto de fatores que se relacionam com a paisagem, patrimônio e identidade do território.

Como o vinho tem uma base agrícola, pode oferecer ligações horizontais e verticais no ambiente do turismo rural. Também pode ajudar as comunidades rurais a redesenharem os cenários de produção de vinho, oferecer hospitalidade, produtos locais, gastronomia, paisagens e outras atividades ao ar livre, expandindo assim os benefícios do enoturismo para a economia local (Dixit, 2022). Para tanto, o desenvolvimento do enoturismo demanda uma articulação de forma sistêmica, que para além das propriedades vitivinícolas, os atores e as partes interessadas possam interagir e trabalhar juntos para alcançar objetivos comuns.

Políticas públicas e o turismo

As políticas públicas são consideradas como um campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, "colocar o governo em ação" ou analisar essa ação e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações para produzir resultados ou mudanças no mundo real. Podem ser tratadas como um conjunto de ações implementadas pelo Estado e assumem, em geral, uma visão holística do tema, uma perspectiva de que o todo é mais importante do que a soma das partes e que indivíduos, instituições, interações, ideologia e interesses contam, mesmo existindo diferenças sobre a importância relativa destes fatores (Souza, 2006).

É, portanto, um campo multidisciplinar, e seu foco está nas explicações sobre a natureza da política pública e seus processos e apresenta inter-relações entre Estado, política, economia e sociedade (Marques

e Faria, 2013; Souza, 2006). Conforme menciona Hall (2004, p. 101), "a política pública é influenciada por características econômicas, sociais e culturais da sociedade, assim como pelas estruturas formais do governo e outras características do sistema político".

No ambiente do turismo, as narrativas sobre o papel das políticas públicas têm sido abordadas em diferentes estudos e publicações, com foco na literatura especializada (Lima, Irving e Oliveira, 2022). Considerado como um setor promissor, capaz de proporcionar desenvolvimento, o turismo subsidia benefícios expressivos à sociedade em geral e demanda ações planejadas e políticas públicas estruturantes para seu desenvolvimento e evolução (Galdino e Costa, 2011).

Na revisão da história evolutiva das políticas públicas de turismo no Brasil, Fratucci (2008) define dois períodos distintos nos processos de institucionalização: o primeiro a partir de 1966 até 1986, quando o país passa a estabelecer algumas diretrizes políticas para o setor, mesmo que forma desarticulada entre os projetos e programas estabelecidos; o segundo, a partir de 1994, caracterizado pela descentralização, com mudanças estruturais e institucionais significativas no sistema turístico nacional e com foco na demanda do mercado. Fratucci (2008) chama o espaço entre 1986 e 1994 de "período de transição" em que o modelo neoliberal foi a opção adotada para as políticas públicas brasileiras, sendo recomendado pela OMT como o mais adequado para o setor turístico mundial.

O Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT - implantado no Brasil entre 1994 e 2001, foi criado com o propósito de implementar um novo modelo de gestão da atividade turística, integrado aos municípios, de forma participativa e valorizando as especificidades locais e regionais dos municípios (Fino e Matheus, 2010). Previa uma abordagem comunitária participativa por meio de iniciativas de caráter endógeno, formação de Conselhos e Planos de Turismo, cooperação entre os diferentes níveis de governo, em uma perspectiva de dinamizar as oportunidades de trabalho, emprego, renda e de desenvolvimento sustentável (Brusadin, 2005; Brasil, 2007).

A partir de 2003 com a estruturação do Ministério do Turismo, foi lançado o Programa de Regionalização do Turismo, constituindo-se em uma política pública, em âmbito territorial, a partir do Plano Nacional do Turismo 2003-2007, que determinou como macro programa estruturante a Estruturação e Diversificação da Oferta Turística (Brasil, 2013). Os objetivos e as diretrizes do PRT consideram o viés econômico e social em sua prática e incluiram em suas estratégias a gestão coordenada e o planejamento participativo, prevendo o envolvimento da iniciativa privada e da comunidade no processo (Trentin, 2016). Os eixos de atuação, as estratégias de implementação, assim como o alicerce do programa amparado na gestão compartilhada, descentralizada, coordenada e integrada, pouco mudaram com relação ao início do programa em 2003.

Para Tonini, Lavandoski e Barretto (2011), os resultados encontrados na atividade turística em determinada localidade são diretamente influenciados pela política adotada. Destacam ainda, que além de implementar políticas de desenvolvimento, o Estado é o único agente capaz de realizar ações remediadoras com relação aos impactos causados pelo turismo. Em particular para o turismo, as políticas públicas são instrumentos utilizados pelos governos para formalizar suas ações, normatizar e comunicar suas atividades (Pinto, 2017).

Metodologia

O presente estudo concentra-se na investigação de como os programas e políticas públicas existentes incentivam o desenvolvimento do enoturismo no Paraná. Tem por objetivo analisar os programas e políticas públicas de incentivo governamental para a estruturação da vitivinicultura e enoturismo no território paranaense.

Especificamente, tem como objetivos: 1) Descrever as políticas públicas em nível federal e estadual relacionadas a vitivinicultura e ao enoturismo; 2) Identificar os programas e políticas públicas existentes para o desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo no Paraná; 3) Analisar as ações dos programas e políticas públicas sobre a vitivinicultura e enoturismo no Paraná sob as perspectivas de vitivinicultores, técnicos e gestores municipais de agricultura e turismo. A pesquisa centrou-se em analisar as principais políticas públicas de turismo implementadas a partir da criação do Ministério do Turismo em 2003 até 2023.

Para entender e analisar as políticas públicas no âmbito do enoturismo no Paraná e responder à questão de pesquisa, optou-se por uma abordagem qualitativa. O desenho da pesquisa foi estruturado a partir da temática do enoturismo e o desenvolvimento da vitivinicultura, e sua relação com as políticas públicas de incentivos governamentais.

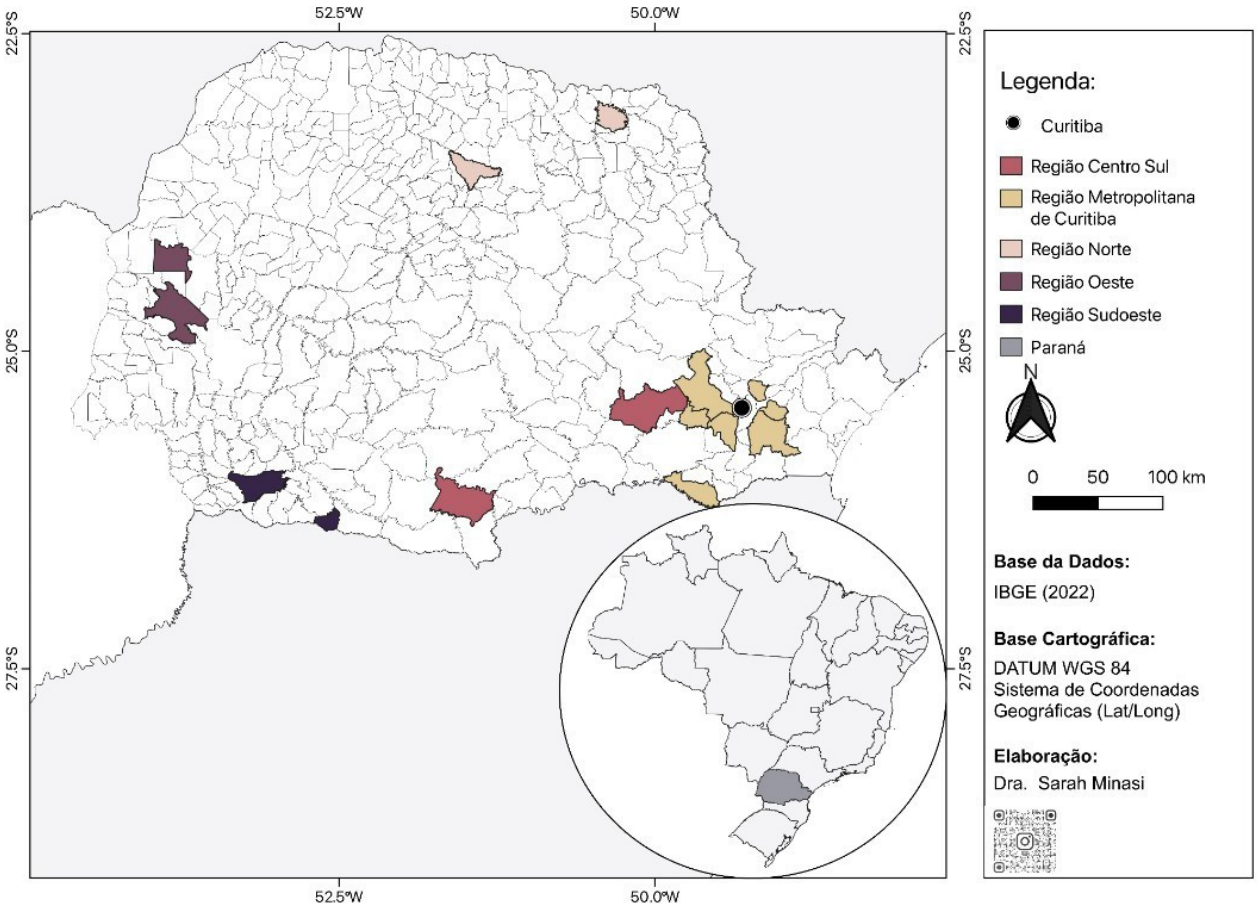
Objetivando aproximar ao máximo os temas que relacionam as políticas públicas de incentivo ao desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo, realizou- se uma pesquisa bibliométrica que incluiu os descritores "políticas públicas" e "vitivinicultura", "enoturismo" e "políticas públicas", "enoturismo", no Portal de Periódicos da Capes e na *Web of Science.* A pesquisa foi realizada em junho e setembro de 2022, considerando artigos, obras revisadas por pares, nos idiomas inglês, português e espanhol, publicados de 2001 a 2022.

A pesquisa bibliográfica contou ainda com o uso da técnica de amostragem "bola de neve", que é uma "forma de amostra não probabilística, que utiliza cadeias de referência" (Vinuto, 2014, p. 203), em que um estudo levou a outro, fundamentando assim parte das referências utilizadas. O referencial teórico foi enriquecido utilizando-se também dissertações e teses que se debruçaram no estudo do enoturismo e políticas públicas.

A investigação também se valeu de pesquisa documental, que Gil (2022) recomenda que seja considerada fonte documental quando o material consultado é interno à organização. O levantamento de dados documental foi realizado em instituições como o Instituto de Desenvolvimento Rural IAPAR-EMATER (IDR- Paraná), Secretaria da Agricultura e do Abastecimento do Paraná, Secretaria de do Turismo do Paraná, Ministério do Turismo e VINOPAR, com dados coletados em novembro de 2022 e atualizados em junho de 2023.

A base territorial pesquisou as principais regiões vitícolas do Paraná (Figura 2): Região Metropolitana de Curitiba (Balsa Nova, Campo Largo, Colombo, Quatro Barras, Piraquara, Rio Negro e São José dos Pinhais), Região Sudoeste (Mariópolis e Francisco Beltrão), Região Oeste (Toledo e Palotina), Região Centro Sul (Bituruna), Região Norte (Apucarana e Bandeirantes).

Figura 2 - Regiões vitícolas paranaenses



Fonte: Minasi (2022)

O instrumento de coleta de dados foi a entrevista semiestruturada, modalidade guiada conforme descrita por Gil (2022). A pesquisa foi aplicada com dois grupos distintos entre si, porém são grupos que convergem e contribuem para as diretrizes de desenvolvimento do enoturismo paranaense.

Compondo o grupo 1 (grupo focal), os proprietários de vinícolas (ou representante indicado). A amostra das vinícolas selecionadas foi não probabilística, e o critério de inclusão foi produzir vinhos e oferecer serviços de enoturismo, identificados a partir da VINOPAR, da SEAB e do IDR-Paraná, totalizando 17 vinícolas.

No grupo 2, encontram-se os gestores municipais ou técnicos de agricultura e turismo dos respectivos municípios relacionados no grupo anterior, que totalizaram 14 municípios. Foram considerados dois respondentes por município, gerando um universo de 28 participantes. Para a agricultura foi buscado por técnico de ATER (Assistência Técnica e Extensão Rural) ou secretário de agricultura, e para o turismo foi considerado técnico de ATER, diretor ou secretário de turismo. Foram elaborados dois modelos de roteiros de entrevistas, que tiveram questões abertas e fechadas. O questionário para o primeiro e segundo grupo foi encaminhado via e-mail ou contato de WhatsApp para preenchimento online.

A composição das entrevistas ficou com a seguinte configuração: das 17 vinícolas identificadas com serviços de enoturismo no Paraná, localizadas em 14 diferentes municípios do estado, 14 responderam ao questionário, isto representa 82% do universo. De um universo de 28 gestores municipais ou técnicos de ATER em agricultura e turismo, 15 (53,6%) responderam ao questionário.

Levando em conta as particularidades da pesquisa qualitativa e para facilitar a interpretação das informações, os dados foram apresentados de acordo com os dois modelos de formulários de entrevistas. Para Minayo (2001, p. 26) o tratamento do material recolhido no campo "conduz à teorização sobre os dados, produzindo o confronto entre a abordagem teórica anterior e o que a investigação de campo aporta de singular como contribuição". Utilizou-se como método a análise de conteúdo e documental (Bardin, 2016) para dar diretriz à discussão das questões desta pesquisa.

Resultados e Discussão

A pesquisa documental apresentou os principais programas em âmbito governamental que se estabelecem na tentativa de promover a cultura da uva e do vinho no Paraná, assim como do enoturismo. A pesquisa de campo compreendeu a descrição e análise das informações coletadas com os entrevistados nominados no percurso metodológico

Os resultados da pesquisa mostraram que apesar dos incentivos governamentais dos últimos quatro anos, o cenário paranaense de produção de uva mantém-se estável (SEAB, 2023; IBGE, 2023). Em que pesem os incentivos governamentais, o índice de produtividade deve levar mais algum tempo para mudar os números atuais. Entretanto, é perceptível o movimento de novos clusters vitícolas se formando em diferentes cidades do Paraná, tomando por base os dados divulgados pela SEAB (2023) sobre o número de projetos com recurso financeiro liberados pelo governo para o plantio de vinhedos.

A pesquisa documental encontrou quatro programas ou leis que são considerados políticas públicas para o enoturismo (Quadro 1). Dois são nacionais (o PRT e a Lei do Vinho Colonial) e dois estaduais (REVITIS e Banco do Agricultor).

Quadro 1- Pesquisa documental

Identificação	Objetivo	Ano	Instituição
Programa de Regionalização do Turismo (PRT)	Gestão coordenada e planejamento participativo.	2003	Ministério do Turismo (MTUR)
Lei nº 12.959	Legislação do vinho colonial e Sucos de Uva	2014	Ministério da Agricultura e do Abastecimento (MAPA).
Programa de Revitalização da Viticultura Paranaense (REVITIS)	Desenvolvimento e revitalização da viticultura e da agroindústria vitícola no Estado do Paraná	2019	Governo do Paraná/ SEAB
Decreto Nº 10163	Dispõe sobre o regulamento da Lei 20.165, de 2 de abril de 2020, alterada pela Lei nº 20.357, de 20 de outubro de 2020, que autorizou a concessão de subvenção econômica no âmbito do Programa Paraná Mais Empregos, abrangendo o Banco do Empreendedor e o Banco do Agricultor	2022	Governo do Paraná

Fonte: Elaboração própria, (2023).

A Lei Federal nº 12.959, de 19 de março de 2014, conhecida como Lei do Vinho Colonial, em que 70% da uva utilizada deve ser produzida na propriedade e na quantidade máxima de 20.000 litros anuais, flexibiliza o processo burocrático de legislação, o que alcança as pequenas cantinas familiares, contribuindo para o escoamento da produção. As cantinas beneficiadas com essa lei ainda não atuam com serviços de enoturismo.

O Banco do Agricultor, que é um instrumento que possibilita ao governo do estado conceder subvenção econômica, teve seis projetos de crédito para turismo rural aprovados em 2022, porém não foi possível saber se esses projetos liberados foram para alguma vinícola especificamente. Todavia, o programa está ativo e poderá ser acionado a qualquer tempo para demandas que envolvam tanto o turismo como a agricultura.

O PRT e o REVITIS foram os dois programas identificados com ações mais direcionadas para o segmento. O PRT no Paraná passou por um reordenamento dos municípios, o que gerou um aumento no número de IGRs, passando de 15 para 19 em 2023. Houve menção de duas vinícolas quanto a participar em IGRs, porém o PRT não é conhecido por 42,9% das vinícolas respondentes e por 26,7% dos técnicos e gestores de agricultura e turismo.

Com a estruturação da Secretaria de Estado do Turismo (SETU), o estado ganha celeridade na implementação da política de governo na área do turismo.

Embora o plano de ação não contenha algo específico para o enoturismo, o turismo gastronômico é um segmento em destaque em que o vinho está relacionado (Paraná, 2023).

O Programa REVITIS, coordenado pela Secretaria da Agricultura e do Abastecimento (SEAB), é conhecido por 13 vinícolas e citado entre as principais ações realizadas pelo governo na temática da vitivinicultura. Entre os quatros eixos de atuação (produção, comercialização, agroindústria e turismo), a produção, por ser a primeira etapa no processo produtivo frente às demais, absorveu praticamente a totalidade do montante financeiro de mais de 7 milhões de reais liberados de 2020 até o presente (Paraná, 2023).

As vinícolas avaliaram a atuação do governo sobre as políticas públicas e programas voltados à vitivinicultura. Foi solicitado dar uma nota de 0 a 5 para essa questão. A média ficou em 2,5, mostrando que o governo está no meio do caminho e que precisa construir mecanismos que sejam mais perceptíveis aos vitivinicultores das ações já realizadas, assim como ampliar estratégias de desenvolvimento para o fortalecimento do Paraná como um território da uva, do vinho e do enoturismo.

É importante ponderar que consolidar um destino do vinho não depende somente das vinícolas, nem somente do poder público, mas também de uma interligação com a cultura local, a paisagem, a gastronomia, os

stakeholders, entre outros. Dixit (2022) defende que os investigadores do enoturismo, os gestores da indústria do vinho e os planejadores de destinos precisam compreender como a integração do setor primário que é a agricultura, o secundário que é a indústria do vinho e o terciário que é turismo diverge e converge através das facetas econômicas, culturais, geográficas e vocacionais.

No Paraná, parece haver um certo distanciamento, algo explicitamente segmentado entre as ações da agricultura e do turismo no que tange ao enoturismo. Parte das vinícolas não conhecem e não estão envolvidas no processo de governança do turismo e não se sentem beneficiadas com essa política pública. Por outro lado, as ações do poder público, embora atendam parte das atividades primárias e secundárias da vitivinicultura (com incentivos a novos polos produtores), estão desconectadas de um propósito direcionado ao enoturismo, ou seja, a atividade terciária que é o turismo.

Getz e Brown (2006) e Pina (2010) defendem que há a necessidade de uma ação simultânea no enoturismo envolvendo um conjunto de atrações, estratégias de projeção do destino, oportunidade de marketing e até mesmo a forma de comportamento do consumidor, tornando-o um produto turístico mais amplo e com maior robustez.

Devido à diversidade e aos inúmeros stakeholders envolvidos, o enoturismo é considerado um ecossistema complexo (Dixit, 2022). O modelo de ecossistema apresentado por Salvado (2016) coloca o território (paisagem), a cultura do vinho e o turismo como pilares estratégicos para a sustentabilidade do enoturismo, que demanda trabalho coletivo e união das partes interessadas.

É necessário melhorar a sinergia entre as partes interessadas no enoturismo paranaense, ou seja, vinícolas, gestores e técnicos de agricultura e turismo. As secretarias municipais e estaduais, em particular, de agricultura e turismo devem conversar e alinhar planos de trabalhos, que harmonizem seus objetivos e interesses, sem deixar de projetar ações estruturantes que potencializem o enoturismo.

Conforme a pesquisa de campo mostrou, o enoturismo representa 70% das vendas de vinho, constituindo-se como a principal fonte de renda para algumas vinícolas paranaenses. A literatura pontua as principais vantagens competitivas que o enoturismo pode trazer para uma vinícola. Na perspectiva da indústria e do destino, Getz & Brown (2006) ressaltam a amplitude de possibilidades que podem ser utilizadas para ofertar um produto diferenciado. Para Byrd et al. (2016), a vantagem competitiva está relacionada aos atributos que influenciam as visitas a uma região, destacando a experiência de consumo, a paisagem vinícola e todo o arcabouço de serviços de turismo e hospitalidade.

Considerações finais

Considerando o interesse de diferentes regiões pela produção de uvas viníferas ou de mesa e a formação de novos clusters para o segmento de enoturismo no Brasil, a problemática central que norteou a pesquisa partiu da seguinte questão: como os programas e políticas públicas existentes incentivam o desenvolvimento do enoturismo no Paraná? O objetivo do estudo foi analisar os programas e políticas públicas de incentivo governamental para a estruturação da vitivinicultura e do enoturismo no território paranaense.

Para que se pudesse responder ao problema inicial, foram utilizados referenciais teóricos de autores nacionais e internacionais, que embasaram a discussão sobre vitivinicultura, enoturismo e políticas públicas, e sustentaram os resultados da pesquisa. As informações coletadas ao longo do estudo permitiram delinear algumas considerações a respeito dos programas e políticas públicas identificadas como incentivos governamentais para o desenvolvimento do enoturismo no Paraná.

O Paraná, mesmo não tendo a tradição da produção de vinhedos enraizada em sua cultura como o Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha, os vitivinicultores que iniciaram a atividade trouxeram características peculiares que permitiram iniciar um polo vitivinícola no Estado. O processo organizativo dos vitivinicultores em associações contribuiu para fortalecer a vitivinicultura.

A pesquisa de campo mostrou a expressiva participação das vinícolas em associações, caracterizando o trabalho coletivo na prospecção de ações direcionadas à vitivinicultura e ao vinho. A VINOPAR, a principal associação citada pelos respondentes do grupo 1, tem alcance territorial em todas as regiões produtoras, além

de expressiva contribuição na consolidação do Paraná como um novo polo vitivinicultor e na estruturação do segmento de enoturismo.

Atendendo aos objetivos específicos, foram identificados quatro programas focais como políticas públicas direcionados ao fortalecimento da vitivinicultura e do enoturismo. Entretanto, os dois que mais se destacaram foram o PRT com abrangência nacional e o REVITIS em âmbito estadual.

Observamos que as políticas públicas não dialogam e ficam restritas nos seus campos de atuação. PRT para quem é do turismo, REVITIS para agricultura. É preciso pensar em uma articulação no nível territorial para evitar lacunas e sobreposição das ações. A regionalização do turismo, que já passou por atualizações desde 2003, tem possibilitado discutir alternativas para consolidar a atividade de turismo em diferentes municípios. Porém, apesar das IGRs buscarem incluir os destinos de enoturismo em sua pauta, várias vinícolas não participam das discussões e algumas sequer sabem da existência do PRT. O mesmo ocorre com os técnicos e gestores municipais, em especial com os da área da agricultura.

A pesquisa identificou que existe um certo desconhecimento entre as áreas implicadas no segmento de enoturismo, ou seja, a agricultura e o turismo. Ambas precisam interagir para alinhar ações que possam ser potencializadas em benefício do setor. Por outro lado, o REVITIS é conhecido por praticamente todas as vinícolas pesquisadas e por gestores e técnicos municipais de agricultura, entretanto, ainda é pouco conhecido pelos gestores municipais de turismo. Ainda que o programa tenha um eixo de atuação direcionado ao turismo, parece haver pouca interação no sentido de ambas as áreas trabalharem juntas, mesmo que respeitando suas especificidades.

O REVITIS, em quatro anos de existência, tem avançado no sentido da produção dos vinhedos, perceptível por meio dos projetos para implantação de parreirais financiados pela SEAB em parceria com as prefeituras municipais e o IDR- Paraná. Os demais eixos de atuação identificados no Programa seguem ações pontuais como regulamentação sanitária e promocional.

A partir da avaliação feita acerca de como as políticas públicas e programas incentivam o enoturismo no Paraná foi possível confirmar o pressuposto deste estudo, identificando mecanismos de desenvolvimento para a atividade de vitivinicultura e enoturismo no estado. No âmbito da agricultura, as principais ações estão voltadas à produção de uvas, o que se justifica por ser a primeira etapa necessária à existência das demais (setor primário). No âmbito do turismo, as principais ações identificadas estão relacionadas à promoção do destino enoturístico, porém de forma generalizada. Não existe um direcionamento específico para o segmento, a não ser em algumas ações conduzidas no eixo turismo do Programa REVITIS e eventos promocionais conduzidos pela VINOPAR. Contudo, essas ações ainda são incipientes no sentido de consolidar o Paraná como um destino turístico do vinho.

Verificou-se, portanto, pela análise documental e pelas entrevistas, que as ações governamentais voltadas ao desenvolvimento do enoturismo existem, estão influenciando mudanças principalmente na formação de novas regiões produtoras, porém ainda não são suficientes para desenvolver o segmento no estado. Há que se pensar o enoturismo de forma sistêmica, com envolvimento de diferentes áreas afins, e trabalhar para que haja sinergia entre os atores envolvidos, isto é, vinícolas, governança de turismo, gestores e técnicos públicos de agricultura e turismo, impulsionando assim tanto a produção dos vinhedos como suas correlatas atividades, em especial o turismo do vinho.

O aprimoramento dos serviços em enoturismo nas estruturas já existentes, identificadas em 17 vinícolas localizadas em diferentes regiões do estado, o fomento à implementação de novos roteiros e produtos enoturísticos, assim como a promoção em escala nacional e internacional podem contribuir de forma significativa para o desenvolvimento do enoturismo no Paraná. Portanto, a pesquisa é relevante à medida que contribui para identificar as políticas públicas existentes que impactam as ações do enoturismo, assim como para ampliar os canais de divulgação dessas políticas públicas aos diferentes atores entrevistados, além da sociedade em geral e das esferas acadêmicas. Além disso, as demandas de ações governamentais sugeridas pelos respondentes serão analisadas, discutidas com a governança de turismo e com as associações de vitivinicultores e posteriormente encaminhadas para o grupo gestor do REVITIS e secretarias a fins.

O estudo permitiu uma compreensão mais abrangente do cenário do enoturismo no Paraná, envolvendo tanto os problemas estruturais quanto as oportunidades de melhoria para o desenvolvimento da atividade. É

importante ressaltar que há poucos estudos envolvendo o enoturismo como uma política pública, além de indicadores que possibilitem avaliar a efetividade dessas políticas públicas empregadas no setor. Portanto, como oportunidade para novas pesquisas, sugere-se avaliar a efetividade dos recursos aplicados pelo REVITIS na implementação de novos vinhedos; identificar e analisar a formação de novos clusters de enoturismo; propor estudos que contribuam na articulação de um ecossistema de enoturismo para o Paraná.

Com a realização deste estudo espera-se contribuir efetivamente na discussão sobre a importância das políticas públicas para o desenvolvimento do enoturismo no Paraná e a contribuição dos técnicos e gestores na articulação e execução dessas políticas, seja em âmbito municipal, estadual ou federal. Espera-se também que o estudo possa estimular novos projetos de pesquisa com essa temática, assim como suscitar o interesse dos gestores públicos na formulação de novas políticas públicas para o segmento do enoturismo.

Referências

ALANT, Karin; BRUWER, Johan. Conjuntos de visitação de vinícolas Adega visitação Movimentos espaciais intrarregionais do vinho conjuntos turistas em regiões de marca. Jornal Internacional do Vinho Pesquisa de negócios v. 22 n. 2, 2010.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Tradução: LUIS Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo, edições 70, 2016.

BERNIER, Enrique Torres; VALDUGA, Vander; GABARDO, Wagner. Otávio; GÂNDARA, José Manoel Gonçalves. Enoturismo na região metropolitana de Curitiba: realidades e desafios de um novo território do vinho. PASOS. Revista de Turismo y Patrimônio Cultural, v. 18, n. 1. P. 39-56, 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. Mapa do Turismo 2023. Brasília: MTur, 2023.

BYRD, Erick T.; CANZIANI, Bonnie; HSIEHB, Yu-Chin (Jerrie); DEBBAGEC, Keith; SONMEZ, Sevil. Enoturismo: Motivar os visitantes através de serviços essenciais e complementares. Gestão de Turismo 52, 19-29, 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Ação Municipal para a Regionalização do Turismo. Brasília: MTur, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo: diretrizes. Brasília: MTur, 2013.

BRUSADIN, Leandro Benedini. Estudo da avaliação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT na gestão do presidente Fernando Henrique Cardoso. Revista Hospitalidade, São Paulo, ano 2, n. 2, p. 87-111, 2, 2005.
DIXIT, Saurabh Kumar. Manual de Enoturismo de Routledge / editado por Saurabh Kumar Dixit. Primeira edição. | Abingdon, Oxon; Nova York, NY: Routledge, 2022.

EMBRAPA UVA E VINHOS. Indicações geográficas. Disponível em: https://www.embrapa.br/uva-e-vinho/indicacoes-geograficas-de-vinhos-do-brasil. Acesso em 24 fev. de 2023.

FINO, Patrícia; MATHEUS, Zilda Maria. Políticas Públicas: O Turismo no Brasil através da análise do novo institucionalismo. VII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP, 2010.

FRATUCCI, Aguinaldo Cesar. A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: As possibilidades das redes regionais de turismo. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal Fluminense, 2008.

GALDINO, Letícia Cristina Fernandes; COSTA, Michele Leandro. Análise das principais políticas públicas de turismo no Brasil, da década de 1990 à atualidade. Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo, v. 6, 2011.

GETZ, Donald; BROWN, Graham. Fatores críticos de sucesso para regiões de enoturismo: Uma análise da procura". Gestão de Turismo 27, pp. 146-158, 2006.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 7ª ed. Barueri (SP): Atlas, 2022.

HALL, Colin Michael; SHARPLES, Liz; CAMBOURNE, Brock; MACIONIS, Niki (Org.). Enoturismo no mundo: desenvolvimento, gestão e mercados. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004.

IBGE. Produção agropecuária 2023. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/explica/producao-agropecuaria/uva/br. Acesso em: 19 ago.2023.

LAVANDOSKI, JOICE. O Enoturismo: da tradição à inovação, uma forma de desenvolvimento rural. Dissertação de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, RS, 2008.

LIMA, Marcelo Augusto Gurgel; IRVING, Marta de Azevedo; OLIVEIRA, Elisabeth. Decodificando Narrativas de Políticas Públicas de Turismo no Brasil: uma leitura crítica sobre o turismo de base comunitária (TBC). Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo,2022.

MARQUES, Eduardo; FARIA, Carlos Aurélio Pimenta de. A Política Pública como Campo Multidisciplinar. São Paulo, Rio de Janeiro: Editora Unesp, Editora Fiocruz, 2013.

MINASI, Sarah Marroni; LOHMANN, Gui; VALDUGA, Vander. Sistemas de Informação Geográfica são ferramentas críticas para gerenciar regiões de enoturismo. Geografias de Turismo, 2020.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

OIV. Perspectivas para a produção mundial de vinho primeiras estimativas da OIV para 2022. Disponível em: https://www.oiv.int/sites/default/files/documents/Perspectivas_de_la_produccion_mu ndial_de_vino_en_2022_OIV_0.pdf. Acesso em: 05 jul.2023.

PEREIRA, Giuliano Elias Pereira; TONIETTO, Jorge; ZANUS, Mauro Celso; SANTOS, Henrique Pessoa dos; PROTAS, José Fernando da Silva; MELLO, Loiva Maria Ribeiro de. Vinhos no Brasil: contrastes na geografia e no manejo das videiras nas três viticulturas do país. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2020.

PINA, Antonio José Silva. Contributo do enoturismo para o desenvolvimento de regiões do interior: o caso da rota dos vinhos do Alentejo. Dissertação de Mestrado em Turismo, Universidade Lusófona de Lisboa, 2009.

PINTO, CYNTHIA. Políticas públicas para o enoturismo. A intervenção governamental em países da América latina. Revista Turismo & Desenvolvimento 2017.

RAMOS, Paulo Matos Graça; SANTOS, Vasco. A experiência enoturística: uma definição e revisão do conceito in Turismo e Hotelaria no Contexto da Experiência (recurso eletrônico) pp 358-383, org. Adriana Brambilla et al, João Pessoa, Ed. CCTA. Série Turismo & Hotelaria UFP, 2021.

ROMANO, Roberta Giraldi et al. Ecoenogastronomia – sustentabilidade e resgate cultural na produção de vinhos na Serra Gaúcha, Brasil. Ágora. Santa Cruz do Sul, v. 21, n. 01, p. 93-105, jan./jun. 2019.

SALVADO, Josefina Olívia Marques Godinho. Ecossistema de enoturismo: proposta de modelo de petição de partes interessadas. Revista Internacional de Turismo e Hotelaria, 6(2), 77-93, abr. 2016.

SEAB/DERAL. Dados viticultura paranaense 2021. [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por: pauloandrade@seab.pr.gov.br. 25 jul. 2022.

SECCHI, Leonardo. Políticas públicas: Conceitos, esquemas de análise, casos práticos /Leonardo Secchi, -2. ed. - São Paulo: Cengage Learning, 2017.

SOUZA, Celina. A Introdução Políticas Públicas: uma revisão da literatura. Sociologias, Porto Alegre, ano 8, nº 16, jul/dez 2006.

TONINI, Hernanda; LAVANDOSK, Joice. Enoturismo, território y periferia: un estudio de caso en el Vale dos Vinhedos (RS, Brasil). Estud. perspect. tur. [online] v.19, n.3, pp. 346-358, 2010.

TRENTIN, Fábia. Governança turística em destinos brasileiros: comparação entre Armação dos Búzios/RJ, Paraty/RJ e Bonito/MS. PASOS. Revista de Turismo e Patrimônio Cultural. ISSN 1695-7121. vl. 14 n. 3. Special Issue pp. 645-658, 2016.

UVIBRA. Mercado interno - Vinhos finos, espumantes e suco começam 2022 em alta. Disponível em http://www.uvibra.com.br. Acesso em: 20 jul. 2022.

VALDUGA, Vander; GABARDO, Wagner Otávio; MINASSE, Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes. Paisagens do vinho e enoturismo: experiências de alto valor. Para Onde!? Edição Especial - Geografia(s) do Turismo, v. 16, n. 02, p. 251-265, 2022.

VEAL, A. J. Metodologia de pesquisa em lazer e turismo / A. J. Veal ; tradução Gleice Guerra, Mariana Aldrigui. – São Paulo: Aleph, Série turismo, 2011.

VINOPAR. Relatório preliminar da vitivinicultura paranaense. Disponível em: https://vinopar.com.br/wp-content/uploads/2020/03/DadosVinopar2019.pdf Acesso em: 30 jun. 2021.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. Temáticas, Campinas, 22, (44): 203-220, ago/dez. 2014.

ZAMARREÑO ARAMENDIA, Gorka.; RUÍZ, Elena Cruz; e HERNANDO NIETO,
Claudia. Digitalização da experiência do enoturismo: revisão de literatura e aplicações práticas. Doxa Comunicação, 33, p. 257-283, 2021.

AS DIMENSÕES DA CAPACIDADE ABSORTIVA NO ENOTURISMO DA ROTA TURÍSTICA VALE DOS VINHEDOS, ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, BRASIL

CAMILE BONOTTO[1], MARCELINO DE SOUZA[2], ANA CLAUDIA MACHADO PADILHA[3]

[1] Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).
[2] Doutor em Engenharia Agrícola pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Professor titular da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).
[3] Doutora em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora titular II da Universidade de Passo Fundo (UPF).

Resumo: No Brasil, o enoturismo configura-se como uma modalidade turística em ascensão, integrando atividades econômicas, culturais e sociais de forma sinérgica, contribuindo diretamente para o desenvolvimento rural. Diante desse cenário, o presente estudo teve como objetivo analisar as dimensões da capacidade absortiva sob a ótica dos gestores e/ou proprietários de vinícolas situadas no roteiro turístico Vale dos Vinhedos, no estado do Rio Grande do Sul. A pesquisa adotou o conceito de capacidade absortiva como a aptidão organizacional para adquirir, assimilar, transformar e explorar o conhecimento externo. Para tanto, foram utilizados procedimentos metodológicos de abordagem qualitativa, com delineamento descritivo e amostragem intencional não probabilística. Foram entrevistados 18 gestores de vinícolas de diferentes portes nos anos de 2021 e 2022. Os resultados indicaram que os gestores possuem conhecimentos prévios relevantes, os quais são aplicados na gestão dos empreendimentos. Identificou-se que os fatores internos exercem maior influência no desenvolvimento das atividades, enquanto os fatores externos estão majoritariamente relacionados às dinâmicas de mercado, atuando como catalisadores da capacidade absortiva. Outro aspecto evidenciado é que a busca por novos conhecimentos impulsiona a aprendizagem organizacional, refletindo de forma significativa nas estratégias adotadas pelas vinícolas. Conclui-se, assim, que as quatro dimensões da capacidade absortiva apresentam caráter complementar, sendo fundamentais para o desempenho das vinícolas e para o fortalecimento dos roteiros enoturísticos na região.

Palavras-chave: Enoturismo; vinícolas; capacidade absortiva.

Introdução

A vitivinicultura no Vale dos Vinhedos está historicamente associada à ocupação territorial promovida pelos imigrantes italianos a partir do ano de 1875 (DOLCI; TONINI; DE SOUZA, 2021). O destino turístico Vale dos Vinhedos, localizado no estado do Rio Grande do Sul, destaca-se por uma estrutura consolidada composta por uma variedade de atrativos turísticos (VALDUGA; MINASSE, 2018). A maior parte do processo vitivinícola encontra-se concentrada no município de Bento Gonçalves, sendo esta região responsável por aproximadamente 90% da produção de vinho do Brasil (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021).

Importa salientar que o roteiro turístico Vale dos Vinhedos foi o primeiro do país a obter a Indicação de Procedência (IP) para seus vinhos, e em 2012 recebeu a Denominação de Origem (DO), ganhando notoriedade por meio da formalização e da intensificação das atividades enoturísticas (DOLCI; TONINI; DE SOUZA, 2021). A atividade enoturística tem promovido, de maneira efetiva, aspectos como a dinamização da economia, a valorização da mão de obra local, a melhoria da qualidade de vida, a preservação do legado histórico, o estímulo ao empreendedorismo e à cooperação (ALONSO; AMO; VIDAL, 2017). O enoturista, por sua vez, demonstra disposição em investir valores significativos em experiências autênticas ligadas à produção e ao consumo de vinhos (MCFARLANE, 2017).

Nesse contexto, destaca-se a relevância do dimensionamento adequado do enoturismo, o qual depende de uma atuação conjunta entre os diversos atores envolvidos no processo (LOSSO; PEREIRA, 2012). A multiplicidade de experiências ofertadas - envolvendo vinícolas, produtores, restaurantes, hospedagens, cafés e comércios locais - reforça a importância da gestão estratégica da informação (MARQUES; MARQUES, 2017). A capacidade da organização em reconhecer, assimilar e aplicar informações externas reflete diretamente na inovação e no aprimoramento de sua capacidade absortiva (COHEN; LEVINTHAL, 1990).

Compreendendo que a capacidade absortiva está diretamente vinculada ao capital humano organizacional, esta torna-se elemento central na capacidade intraempreendedora, possibilitando a transformação do conhecimento em inovação e aumento da competitividade (AUDRETSCH et al., 2021). Ademais, boas práticas de gestão influenciam diretamente no fortalecimento dessa capacidade e na melhoria do desempenho organizacional (JACOMOSSI; FELDMMANN, 2020). A busca ativa por fontes de conhecimento diversas fortalece especialmente as dimensões de aquisição e assimilação (ZAHRA; GEORGE, 2002).

Torna-se, portanto, fundamental compreender os fluxos de conhecimento no meio rural em que as vinícolas estão inseridas, sendo o conceito de capacidade absortiva um recurso estratégico que oferece vantagem competitiva ao se apoiar nas competências organizacionais existentes (ZAHRA; GEORGE, 2002). Tal conceito estrutura-se em quatro dimensões, a saber: aquisição, assimilação, transformação e exploração, as quais exercem influência direta, positiva ou negativa, sobre os resultados organizacionais (VAN DEN BOSCH; VAN WIJK; VOLBERDA, 2003).

A abordagem conceitual da capacidade absortiva contribui para o fortalecimento das competências organizacionais, favorecendo o desempenho econômico e a construção de diferenciais competitivos (ZAHRA; GEORGE, 2002). Estudos indicam que essa capacidade está positivamente relacionada ao desempenho das organizações (GEORGE et al., 2001). Assim, esta pesquisa teve como objetivo analisar as dimensões da capacidade absortiva sob a ótica dos gestores e/ou proprietários de vinícolas situadas no roteiro turístico Vale dos Vinhedos, no estado do Rio Grande do Sul.

Compreende-se que, no período pós-crise de Covid-19, houve uma tendência entre os turistas por destinos alternativos, com menor densidade de visitação, o que representa também uma oportunidade estratégica para o desenvolvimento de uma vitivinicultura sustentável, capaz de atrair novos visitantes (KARAGIANNIS; METAXAS, 2020). Na próxima seção deste artigo será discutido o conceito de capacidade absortiva, o qual fundamenta a pesquisa que deu origem ao presente estudo.

Capacidade Absortiva

A capacidade absortiva (CA) é um conceito amplamente estudado desde sua formulação por Cohen e Levinthal, sendo definida como a habilidade de uma organização identificar, assimilar, transformar e explorar o conhecimento externo com o objetivo de gerar inovação e vantagem competitiva. Essa capacidade possibilita o aprimoramento do desempenho organizacional ao permitir que o conhecimento externo seja incorporado às rotinas internas, gerando novos aprendizados e soluções adaptativas às mudanças do ambiente de negócios (COHEN; LEVINTHAL, 1990 apud CASSOL et al., 2016).

A literatura aponta que a CA não é apenas um processo isolado, mas um conjunto de rotinas organizacionais que envolvem processos sequenciais de aquisição, assimilação, transformação e exploração do conhecimento. Esses processos dependem do capital humano, da cultura organizacional e da estrutura de gestão, sendo fundamentais para sustentar as capacidades inovadoras das empresas (ZAHRA; GEORGE, 2002 apud JACOMOSSI; FELDMANN, 2020).

As dimensões da CA são comumente divididas em capacidades potenciais - aquisição e assimilação - e capacidades realizadas - transformação e exploração. A capacidade potencial diz respeito ao reconhecimento e internalização do conhecimento externo, enquanto a capacidade realizada envolve o uso prático e a reconfiguração desse conhecimento para geração de inovação (BARRIONUEVO; MORALES; MOLINA, 2011 apud PÉREZ, 2018).

Além disso, os estudos mostram que a CA é influenciada por fatores internos como: base de conhecimento prévio, qualificação técnica, estrutura de comunicação, práticas gerenciais e integração social. Tais fatores constituem os antecedentes organizacionais da CA e determinam o grau de eficácia com que o conhecimento externo é absorvido e transformado (LANE; KOKA; PATHAK, 2006 apud VEGA JURADO; GUTIÉRREZ-GRACIA; FERNÁNDEZ-DE-LUCIO, 2008).

A CA também se manifesta como um fator essencial na *performance* inovadora e econômica de organizações, principalmente no contexto de setores como o turismo, onde o conhecimento tácito e as interações interpessoais são predominantes. A liderança, os regimes de apropriabilidade e a rotatividade de funcionários influenciam diretamente na dinâmica da absorção e aplicação de conhecimento nesse setor (THOMAS; WOOD, 2015 apud HOARAU, 2014).

Por fim, a CA se relaciona diretamente com a gestão estratégica e a estrutura organizacional. Empresas com maior capacidade absortiva são mais aptas a integrar conhecimento de redes externas, adaptá-lo à sua realidade e transformá-lo em soluções inovadoras. Essa capacidade torna-se, portanto, um diferencial competitivo essencial para sustentar a inovação em ambientes complexos e em constante transformação (VOLBERDA; FOSS; LYLES, 2010 apud MIRANDA; CONTRERAS; VALENZUELA, 2016).

Compreendendo que a capacidade absortiva se constitui como um diferencial estratégico essencial para a inovação organizacional é necessário destacar que sua efetividade depende da articulação de quatro dimensões fundamentais: aquisição, assimilação, transformação e exploração. Cada uma dessas dimensões representa etapas interdependentes do processo de absorção do conhecimento, estruturadas por rotinas e práticas organizacionais que viabilizam a integração do saber externo às dinâmicas internas da empresa. A partir dessas dimensões, torna-se possível diagnosticar a maturidade da organização em captar informações do ambiente, incorporá-las aos seus processos, reconfigurá-las conforme sua realidade e, por fim, aplicá-las na geração de valor e inovação. A seguir, detalham-se essas dimensões, evidenciando suas especificidades e contribuições para o desenvolvimento da capacidade absortiva organizacional (ZAHRA; GEORGE, 2002 apud CRESPI et al., 2020).

Capacidade de Aquisição (Potencial)

A aquisição refere-se à habilidade da organização em identificar e obter conhecimento relevante do ambiente externo, essencial para suas operações e estratégias. Essa dimensão é influenciada por fatores como contatos com instituições, participação em redes de pesquisa e programas de capacitação, além da intensidade, velocidade e direção dos investimentos anteriores. A aquisição representa o ponto de partida da capacidade absortiva, sendo estruturada por meio de interações com universidades, agências governamentais, parceiros e outras fontes externas (ZAHRA; GEORGE, 2002 apud CRESPI et al., 2020).

Capacidade de Assimilação (Potencial)

A assimilação compreende os processos e rotinas internas que permitem à organização interpretar, analisar e incorporar o conhecimento adquirido, tornando-o parte de sua base de conhecimento. Essa dimensão envolve práticas como revisão de rotinas, participação em projetos estratégicos e decisões sobre o uso do novo conhecimento nas operações. Contudo, a assimilação pode ser dificultada por barreiras cognitivas, estruturais ou políticas existentes na organização, comprometendo a integração do novo saber (ZAHRA; GEORGE, 2004 apud CRESPI et al., 2020).

Capacidade de Transformação (Realizada)

A transformação é a capacidade de combinar e adaptar o conhecimento novo com o já existente, criando novos esquemas interpretativos e soluções estratégicas. Trata-se de uma dimensão crítica que impulsiona

a inovação por meio da modificação das rotinas, promovendo mudanças organizacionais que respondem às demandas externas. As atividades de transformação incluem revisões de processos, elaboração de relatórios e a internalização dos resultados obtidos em pesquisas e projetos (ZAHRA; GEORGE, 2004 apud JACOMOSSI; FELDMANN, 2020).

Capacidade de Exploração (Realizada)

Por fim, a exploração representa a dimensão prática da capacidade absortiva, quando o conhecimento transformado é efetivamente utilizado para inovar produtos, processos ou modelos de negócio. Essa dimensão está relacionada à criação de valor e à sustentação de competências organizacionais no longo prazo. A exploração ocorre por meio de rotinas estruturadas, como reuniões, testes, palestras e avaliação sistemática dos resultados aplicados, sendo essencial para manter a competitividade e a adaptabilidade da organização (ZAHRA; GEORGE, 2004 apud CRESPI et al., 2020).

Diante do exposto, evidencia-se que a capacidade absortiva representa um importante diferencial competitivo para as organizações, por meio da sua atuação estruturada em quatro dimensões - aquisição, assimilação, transformação e exploração - que interagem de forma dinâmica para viabilizar o aproveitamento do conhecimento externo. Tais dimensões, ancoradas em processos organizacionais, são decisivas para o fortalecimento da inovação e da adaptabilidade estratégica em ambientes complexos e voláteis. Considerando esse cenário, torna-se pertinente aprofundar a análise da capacidade absortiva em setores específicos, como o enoturismo. Dentre os segmentos que vêm se destacando na interface entre conhecimento, inovação e desenvolvimento territorial, está o enoturismo, tema que será explorado a seguir.

Enoturismo

O enoturismo, também conhecido como turismo do vinho, emerge da integração entre a produção vitivinícola e a atividade turística, configurando-se como uma importante estratégia para a diversificação econômica de regiões rurais. Trata-se de um segmento em crescimento, especialmente no Brasil, onde regiões como o Vale dos Vinhedos destaca-se pela excelência dos vinhos e pela oferta de experiências turísticas associadas à cultura do vinho (BINFARE; GALVÃO; CASTRO, 2016).

Essa modalidade turística envolve uma ampla gama de serviços, como visitas a vinícolas, degustações, passeios pelos vinhedos, hospedagem em ambientes temáticos, eventos culturais e gastronômicos, entre outras atividades que promovem o contato direto entre o visitante e o processo de produção do vinho. A experiência oferecida pelo enoturismo ultrapassa o consumo do produto, pois articula elementos culturais, sensoriais e emocionais, contribuindo para a valorização do patrimônio local (MARQUES; MARQUES, 2017).

O enoturismo também é reconhecido como um instrumento eficaz para fortalecer a imagem do vinho no mercado e ampliar sua comercialização direta, especialmente entre pequenos produtores que, muitas vezes, não possuem recursos para competir nos canais tradicionais. A degustação, aliada à hospitalidade, estimula o consumo e a fidelização do visitante, criando vínculos afetivos com a marca e o território (DREYER; MÜLLER, 2011).

A pandemia de Covid-19 afetou intensamente o setor turístico, impondo desafios à continuidade das atividades. Contudo, o enoturismo demonstrou resiliência, adaptando-se por meio de inovações em marketing sensorial e digital, além de uma maior valorização do turismo doméstico e das experiências em ambientes abertos, como os vinhedos (SANTOS et al., 2021).

No plano territorial, o enoturismo promove o desenvolvimento sustentável ao articular dimensões econômicas, sociais, culturais e ambientais. Essa prática estimula a geração de empregos, o fortalecimento do capital humano local e a preservação do patrimônio natural e arquitetônico das regiões produtoras, ao mesmo tempo que impulsiona práticas de turismo sustentável (RUIZ; ARAMENDIA; CRUZ, 2020).

A paisagem vitivinícola, enquanto elemento simbólico e visual, exerce papel central na construção da experiência enoturística. Sua preservação e promoção estratégica são fundamentais para o posicionamento com-

petitivo da região, tornando-se um recurso turístico em si. Essa paisagem deve ser compreendida como o resultado da interação entre natureza, cultura e trabalho humano ao longo do tempo (RODRÍGUEZ et al., 2019).

Por fim, o enoturismo integra redes de cooperação que envolvem vinícolas, agências de turismo, poder público e comunidades locais. Tais redes favorecem a governança participativa e o planejamento integrado, promovendo sinergias essenciais para a consolidação de destinos enoturísticos sustentáveis. Assim, o enoturismo revela-se como uma estratégia relevante para o desenvolvimento regional e a valorização da identidade vitivinícola (HALL; JOHNSON; MITCHELL, 2004).

Diante do exposto, torna-se imprescindível compreender como os aspectos teóricos e contextuais do enoturismo se articulam com a abordagem empírica da pesquisa. Nesse sentido, a seguir serão apresentados os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa, os quais orientaram a condução do estudo e a construção da análise proposta neste artigo.

Procedimentos metodológicos

Com relação aos procedimentos metodológicos adotados neste estudo, a investigação caracteriza-se por uma abordagem qualitativa e, quanto aos objetivos, insere-se no campo da pesquisa descritiva. A coleta de dados foi realizada junto aos gestores de 18 vinícolas de diferentes portes - grandes, médias e pequenas - localizadas na região do Vale dos Vinhedos, que atualmente conta com aproximadamente 32 vinícolas atuantes na atividade enoturística.

As entrevistas, realizadas com os respectivos gestores, seguiram um roteiro semiestruturado. A escolha pelos gestores justificou-se pelo fato de que, em muitos casos, estes são também os proprietários dos empreendimentos, detendo amplo conhecimento sobre a trajetória histórica da vinícola, bem como sobre o desenvolvimento da atividade enoturística na região.

O instrumento de pesquisa foi construído com base na adaptação de três artigos científicos voltados à temática da capacidade absortiva, elaborados por Lima, Bernroider e Choudrie (2016); Camisón e Forés (2010); e Flatten, Engelen, Zahra e Brettel (2011). Os referidos autores propõem a análise da capacidade absortiva a partir de quatro dimensões: aquisição, assimilação, transformação e exploração. Para a presente pesquisa, foram utilizadas 23 das 81 questões originalmente elaboradas para uma tese, tendo em vista o potencial dessas perguntas em atender ao objetivo do estudo, especificamente no que diz respeito à análise das quatro dimensões citadas.

As entrevistas foram gravadas por meio de aparelho celular, transcritas posteriormente e armazenadas em arquivos específicos, os quais serviram de base para a etapa de análise dos dados. Após essa etapa, deu-se início ao processo de interpretação das informações obtidas.

Cabe destacar ainda que a vivência direta no campo, durante o processo de coleta, foi essencial para a construção de argumentos utilizados na análise e conclusão do trabalho. O contato prévio com os participantes da pesquisa foi realizado por telefone e e-mail, com o objetivo de agendar e organizar os encontros de forma adequada.

Na próxima seção deste artigo, apresentam-se os resultados obtidos e as discussões da pesquisa realizada junto aos gestores das vinícolas.

Resultados e Discussão

Com base nas informações extraídas do estudo apresenta-se a seguir um resumo focado nas quatro dimensões da capacidade absortiva - aquisição, assimilação, transformação e exploração - a partir dos dados coletados:

Aquisição: As vinícolas demonstram uma busca ativa por informações externas, essenciais à atuação turística, utilizando diferentes fontes como APROVALE, SETUR, *benchmarking*, redes sociais, e pesquisas internas. As informações são compartilhadas via reuniões, grupos de *WhatsApp®,* e contatos com clientes e parceiros. Observou-se preocupação com tendências e oportunidades de negócio, motivada por fatores como

o comportamento do consumidor e o contexto da pandemia, que levou à valorização de experiências ao ar livre. A motivação dos colaboradores para acessar essas informações é incentivada por treinamentos, comissões e reuniões periódicas (BONOTTO,2023).

Assimilação: A comunicação interna nas vinícolas ocorre por meio de reuniões formais e informais, uso de aplicativos de mensagens, e-mails e encontros presenciais. As ideias captadas externamente são discutidas e analisadas com os colaboradores, promovendo um ambiente colaborativo e de aprendizagem contínua. A interpretação das informações externas é feita de forma coletiva, muitas vezes influenciada pela experiência dos gestores e pelo diálogo entre setores. A participação em eventos e congressos sobre vinho e turismo ocorre de forma frequente, embora algumas vinícolas relatem limitações devido à carga de trabalho ou à pandemia (BONOTTO,2023).

Transformação: As informações assimiladas são adaptadas à realidade das vinícolas, muitas vezes por meio de treinamentos internos, troca de experiências e desenvolvimento de novas práticas enoturísticas. A gestão fomenta o diálogo entre os setores, criando estratégias a partir da análise de dados e da percepção dos colaboradores. A valorização do conhecimento tácito dos funcionários e a integração entre áreas permitem ajustes nos processos produtivos e turísticos com base nas demandas identificadas (BONOTTO,2023).

Exploração: A aplicação prática do conhecimento ocorre por meio da criação de novos produtos, experiências e serviços enoturísticos. Algumas vinícolas desenvolvem parcerias com instituições como SEBRAE e EMBRAPA, além de investirem em cursos de capacitação e em programas específicos, como o atendimento bilíngue e a personalização da experiência do visitante. A exploração é também impulsionada por insights oriundos do contato direto com os turistas, resultando em inovações voltadas à diferenciação no mercado (BONOTTO,2023).

Dessa forma, observa-se que as vinícolas do Vale dos Vinhedos desenvolvem, ainda que com diferentes níveis de formalização, práticas significativas relacionadas às quatro dimensões da capacidade absortiva - aquisição, assimilação, transformação e exploração - evidenciando um processo contínuo de aprendizado organizacional, troca de informações e aplicação prática do conhecimento no contexto do enoturismo. Tais práticas, articuladas à realidade local e às especificidades do setor vitivinícola, demonstram o potencial das vinícolas em adaptar-se às mudanças do mercado, valorizar o capital humano e consolidar experiências turísticas inovadoras.

Na próxima seção, apresentam-se as considerações finais do estudo, nas quais são sintetizadas as principais contribuições da pesquisa, suas limitações e sugestões para futuras investigações.

Considerações Finais

As análises desenvolvidas ao longo desta pesquisa permitiram compreender como as vinícolas do roteiro turístico Vale dos Vinhedos operam em relação à capacidade absortiva, considerando suas quatro dimensões: aquisição, assimilação, transformação e exploração. Constatou-se que, mesmo diante das limitações estruturais e do porte diferenciado entre as vinícolas, há um esforço contínuo em captar, interpretar, adaptar e aplicar conhecimentos oriundos de fontes externas ao ambiente organizacional, especialmente no que tange às práticas enoturísticas. Tais práticas reforçam a importância da articulação entre conhecimento, inovação e gestão no fortalecimento do enoturismo como estratégia de desenvolvimento regional.

Verificou-se, ainda, que o capital humano exerce papel fundamental na efetivação dessa capacidade, uma vez que a motivação, a formação e a interação dos colaboradores são fatores decisivos para a incorporação e o uso estratégico da informação. As vinícolas do Vale dos Vinhedos, em sua maioria, demonstraram um compromisso com o aprimoramento contínuo das experiências ofertadas aos visitantes, utilizando-se do conhecimento adquirido para aprimorar seus processos e serviços.

Contudo, algumas limitações foram identificadas no decorrer do estudo, como a ausência de departamentos estruturados voltados exclusivamente à inovação, a carência de mão de obra qualificada e a escassez de cursos voltados ao enoturismo na região. Tais aspectos influenciam diretamente na sistematização e po-

tencialização da capacidade absortiva, restringindo, em alguns casos, a transformação do conhecimento em vantagem competitiva sustentável.

Como possibilidade para futuras investigações, sugere-se o aprofundamento da análise da capacidade absortiva em outros roteiros enoturísticos do Brasil, bem como a ampliação do estudo para setores correlatos, como a gastronomia e a hotelaria, que compõem a cadeia de valor do enoturismo. Também se recomenda explorar, com maior profundidade, o papel das instituições de ensino e dos agentes públicos na qualificação da oferta turística e na construção de estratégias coletivas voltadas à inovação territorial.

Dessa forma, a presente pesquisa respondeu ao problema proposto e atingiu os objetivos delineados, contribuindo com uma reflexão crítica sobre a capacidade absortiva no contexto do enoturismo, especialmente a partir da realidade vivenciada pelas vinícolas do Vale dos Vinhedos.

Referências

ALONSO, A. F.; AMO, L. H.; VIDAL, J. A. Los organismos de gestión de destino en Enoturismo: casos internacionales de éxito. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v. 15, n. 4, p. 793-805, 2017.

AUDRETSCH, D. B.; LEHMANN, E. E.; MENTER, M.; WIRSCHING, K. Intrapreneurship and absorptive capacities: the dynamic effect of labor mobility. *Technovation*, v. 99, 2021.

BARRIONUEVO, M.; MORALES, F. J.; MOLINA, L. M. Gestión del conocimiento, capacidad de absorción e innovación: evidencia empírica en España. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, v. 40, n. 150, p. 147-168, 2011.

BINFARE, R. W.; GALVÃO, A. F.; CASTRO, F. F. O enoturismo e sua relação com o turismo rural no Brasil. *Revista Turismo em Análise*, v. 27, n. 3, p. 512–532, 2016.

BONOTTO, Camile. *Capacidade absortiva e sinérgica no enoturismo: os casos das rotas turísticas Ferradura e Vale dos Vinhedos*. 2023. Tese (Doutorado em Agronegócios) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023.

CAMISÓN, C.; FORÉS, B. Knowledge absorptive capacity: New insights for its conceptualization and measurement. *Journal of Business Research*, v. 63, p. 707-715, 2010.

CASSOL, A.; GONÇALO, C. R.; RUAS, R. L. Capacidade absortiva: um estudo bibliométrico de sua aplicação na gestão do conhecimento e da inovação. *Revista de Administração e Inovação*, v. 13, n. 2, p. 128-137, 2016.

COHEN, W. M.; LEVINTHAL, D. A. Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, v. 35, n. 1, p. 128-152, 1990.

CRESPI, F.; GOMES, G.; RIBEIRO, L. A. A construção da capacidade absortiva organizacional: dimensões, elementos e indicadores. *Revista Gestão & Tecnologia*, v. 20, n. 1, p. 111-137, 2020.

DOLCI, T. S.; TONINI, H.; DE SOUZA, M. A rede organizacional e suas interações no desenvolvimento do enoturismo: O caso da rota turística Vale dos Vinhedos no Brasil. *Journal of Tourism & Development*, v. 36, n. 1, p. 357-366, 2021.

DREYER, A.; MÜLLER, C. Os desafios da comercialização do enoturismo no Brasil: estudo de caso da região do Vale dos Vinhedos. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 11, n. 2, p. 126–141, 2011.

FLATTEN, T. C.; ENGELEN, A.; ZAHRA, S.; BRETTEL, M. A measure of absorptive capacity: Scale development and validation. *European Management Journal*, v. 19, n. 2, p. 98-116, 2011.

GEORGE, G. et al. Absorptive capacity and performance: a structural equation modeling analysis. *Academy of Management Proceedings*, v. 2001, n. 1, p. A1–A6, 2001.

GEORGE, G.; ZAHRA, S. A.; WHEATLEY, K. K.; KHAN, R. The effects of alliance portfolio characteristics and absorptive capacity on performance: A study of biotechnology firms. *Journal of High Technology Management Research*, v. 12, n. 2, p. 205-226, 2001.

HALL, C. M.; JOHNSON, G.; MITCHELL, R. Wine tourism and regional development. In: HALL, C. M.; SHARPLES, L. *Food tourism around the world*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2004. p. 196–222.

JACOMOSSI, R. R.; FELDMANN, P. R. Capacidades dinâmicas e capacidade absortiva: uma análise conceitual integrada. *Revista Brasileira de Inovação*, v. 19, n. 1, p. 25-48, 2020.

JACOMOSSI, R. R.; FELDMMANN, P. R. Boas Práticas de Gestão e Capacidade Absortiva: Impactos na Produtividade das Firmas. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 24, n. 5, p. 432-447, 2020.

KARAGIANNIS, D.; METAXAS, T. Sustainable Wine Tourism Development: Case Studies from the Greek Region of Peloponnese. *Sustainability*, v. 12, n. 12, p. 1-15, 2020.

LANE, P. J.; KOKA, B. R.; PATHAK, S. The reification of absorptive capacity: a critical review and rejuvenation of the construct. *Academy of Management Review*, v. 31, n. 4, p. 833–863, 2006.

LIMA, J. E.; BERNROIDER, E. W. N.; CHOUDRIE, I. The Impact of Social Information System Governance, Utilization and Capabilities on Absorptive Capacity and Innovation: A Case of Austrian SMEs. *Information & Management*, v. 53, n. 3, p. 380-397, 2016.

LOSSO, F. B.; PEREIRA, R. M. F. DO A. O desenvolvimento da vitivinicultura e as possibilidades de implantação de roteiros enoturísticos na Região de São Joaquim (SC, Brasil). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 6, n. 2, p. 181-200, 2012.

MARQUES, G. N. R. M.; MARQUES, J. M. Património Histórico-Cultural Vinícola no Entre Douro e Minho, Portugal, como Recurso Turístico. *Rosa dos Ventos*, v. 9, n. 1, 2017.

MARQUES, J. P.; MARQUES, C. P. Experiências em enoturismo: proposta de um modelo conceitual. *Revista Rosa dos Ventos*, v. 9, n. 1, p. 110–127, 2017.

MCFARLANE, J.; GRANT, B.; BLACKWELL, B.; MOUNTER, S. Combining amenity with experience: Exploring the hidden capital of a winescape experience. *Tourism Economics*, v. 23, n. 5, p. 1076-1095, 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br. Acessado em: 14 mar. 2025.

PÉREZ, M. A. R. Dimensões da capacidade absortiva e inovação em micro e pequenas empresas industriais. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, v. 17, n. 1, p. 109–123, 2018.

RODRÍGUEZ, I. M. D. et al. The importance of landscape in the development of wine tourism: a sustainable approach. *Sustainability*, v. 11, n. 21, p. 5953, 2019.

RUIZ, M. S.; ARAMENDIA, M.; CRUZ, A. S. Enoturismo e sustentabilidade: valorização do patrimônio e desenvolvimento territorial. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 14, n. 2, p. 45–63, 2020.

SANTOS, M. C. et al. Inovação no enoturismo em tempos de pandemia: estudo em vinícolas da Serra Gaúcha. *Revista de Turismo Contemporâneo*, v. 9, n. 1, p. 104–123, 2021.

THOMAS, R.; WOOD, E. Absorptive capacity and business tourism: conceptual and empirical development. *Tourism Management*, v. 48, p. 208–219, 2015.

VALDUGA, V.; MINASSE, M. H. S. G. G. O Enoturismo no Brasil: Principais Regiões e Características da Atividade. *Territoires du Vin*, v. 9, n. 1, p. 9-25, 2018.

VAN DEN BOSCH, F. A. J.; VAN WIJK, R. V.; VOLBERDA, H. W. Absorptive Capacity: Antecedents, models and outcomes. In: EASTERBY-SMITH, M.; LYLES, M. *The Blackwell handbook of organizational learning and knowledge management*. Oxford: Blackwell, v. 25, n. 5, p. 278-302, 2003.

ZAHRA, S. A.; GEORGE, G. Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, v. 27, n. 2, p. 185–203, 2002.

ZAHRA, S. A.; GEORGE, G. International entrepreneurship: the current status of the field and future research agenda. In: HITT, M. A. et al. (org.). *Strategic entrepreneurship: creating a new mindset*. Oxford: Blackwell, 2004. p. 255-288.

ENOTURISMO NA CAMPANHA GAÚCHA: COCRIAÇÃO DE VALOR ATRAVÉS DE EXPERIÊNCIAS AUTÊNTICAS

THAÍS GOMES TORRES[1], ANA JÚLIA SCORTEGAGNA SOCAL[2], MAYARA ROBERTA MARTINS[3]

[1] Doutora em Geografia, Docente nos cursos de Turismo, Hotelaria e Tecnologia em Eventos - Universidade Federal do Rio Grande (FURG)
[2] Mestre em Patrimônio Cultural (UFSM), Gestora de Turismo (UFSM) e Arquiteta e Urbanista (UFSM), Docente nos cursos de Turismo, Hotelaria e Tecnologia em Eventos Universidade Federal do Rio Grande (FURG)
[3] Doutora em Ambiente e Sociedade (UNICAMP), Docente nos cursos de Turismo, Hotelaria e Tecnologia em Eventos - Universidade Federal do Rio Grande (FURG)

Resumo: Este artigo têm por objetivo analisar a cocriação de experiências autênticas na Rota da Ferradura dos Vinhedos, na Campanha Gaúcha, destacando como a interação entre pequenos produtores rurais e turistas pode gerar valor (simbólico e econômicos), além de enriquecer a experiência entre anfitriões e visitantes. Por meio de abordagem qualitativa, por meio da análise descritiva e revisão bibliográfica, buscou-se evidenciar por meio das práticas de enoturismo na região, fatores que contribuem para a autenticidade das experiências oferecidas e como elas impactam na percepção de valor dos visitantes. O estudo, portanto, enfatiza a importância das situações de interação entre os turistas e os produtores de vinho, destacando como essa cocriação de experiências pode enriquecer tanto a prática da experiência de visitação, como agregar valor econômico aos produtores de vinhos e região.

Palavras-chave: Enoturismo; Ferradura dos Vinhedos (RS); Cocriação de Valor; Turismo de Experiência; Autenticidade

Introdução

O enoturismo, ou turismo do vinho, tem se destacado como uma importante vertente do turismo rural, proporcionando aos visitantes experiências autênticas e memoráveis, as quais valorizam as tradições locais. Nesse contexto, a Campanha Gaúcha emerge como um território singular, onde a cultura do vinho desempenha um papel importante na cocriação de valor que se entrelaça com a paisagem e a identidade da região, promovendo um resgate das práticas vitivinícolas e consolidando-se como um destino de referência no cenário enoturístico brasileiro.

Na visão de Valduga (2011), o enoturismo está trazendo novas “roupagens” para cidades e espaços rurais. O enoturismo é o segmento que envolve a visitação e participação em atividades relacionadas à cultura do vinho. A prática da atividade cria uma conexão direta entre o visitante e o território, permitindo que o turista-viajante viva a identidade do vinho através da paisagem, da cultura e das pessoas que produzem o vinho. Além de ser um atrativo que motiva deslocamentos, ele fortalece a valorização dos saberes e fazeres locais, dinamiza a economia local, gerando emprego e renda para pequenos produtores, artesões e empreendedores do setor gastronômico e hoteleiro.

Nos últimos anos, o enoturismo tem ganhado destaque como um ponto de convergência entre a indústria do vinho e o setor de turismo. Para os viajantes, visitar vinícolas oferece uma experiência única que combina cultura, história, gastronomia e, claro, degustação de vinhos. Por outro lado, para as vinícolas e empreendedores locais, receber turistas é uma oportunidade de potencializar estratégias de *marketing*, fidelização de clientes e incremento nas vendas.

A valorização do enoturismo na Campanha Gaúcha reflete não apenas a qualidade e a peculiaridade dos vinhos produzidos, mas também a riqueza histórica e cultural do território. As vinícolas, muitas delas de gestão familiar, oferecem ao visitante uma imersão sensorial, que ultrapassa o ato da degustação, envolvendo-o em um cenário cuja a tradição e a inovação coexistem. Essa dinâmica favorece não apenas o desenvolvimento econômico local, mas também o fortalecimento da identidade territorial, conferindo novos significados à paisagem e à experiência turística na região.

O objetivo geral deste artigo foi analisar a cocriação de experiências autênticas na Rota da Ferradura dos Vinhedos, na Campanha Gaúcha, destacando como a interação entre produtores e turistas pode gerar valor e enriquecer a experiência de ambos. Através de uma abordagem qualitativa das práticas de enoturismo na região, buscamos compreender os fatores que contribuem para a autenticidade das experiências oferecidas e como elas impactam a percepção de valor dos visitantes.

Para a realização deste estudo, foram empregadas duas abordagens de pesquisa. A primeira, de natureza descritiva, procurou demonstrar a importância do enoturismo por meio de experiências concretas na Rota da Ferradura dos Vinhedos. A segunda, de caráter bibliográfico, visou orientar o leitor sobre o conceito de enoturismo e as razões para seu desenvolvimento. Nesse contexto, foram consultados periódicos, livros e artigos disponíveis, garantindo uma base teórica robusta e uma análise abrangente do tema.

Por fim, entendemos que na Campanha Gaúcha existe um processo colaborativo entre produtores, consumidores, empresas públicas e privadas para cocriação de valor através de experiências autênticas e inovadoras no enoturismo para os turistas.

Referencial Teórico

A cocriação de valor é uma estratégia inovadora que tem ganhado destaque no mundo dos negócios, especialmente no setor de turismo. Ela se baseia na premissa de que o valor de um produto ou serviço não é determinado apenas pela empresa, mas também pelos clientes e outros *stakeholders* envolvidos no processo, com o objetivo de gerar experiências e produtos que atendam às expectativas de todas as partes envolvidas (Prahalad & Ramaswamy, 2004).

O conceito de cocriação de valor foi introduzido por Prahalad e Ramaswamy (2004) em seu artigo "*The Future of Competition*". Os autores argumentam que, em um mundo cada vez mais conectado e informado, os clientes não são meros receptores passivos de produtos e serviços, mas sim participantes ativos na criação de valor.

A cocriação de valor no enoturismo envolve a colaboração entre as vinícolas e seus clientes (turistas), na qual ambos os lados participam ativamente na construção de experiências únicas e personalizadas. Segundo Prahalad e Ramaswamy (2004), esse processo ocorre por meio de interações diretas entre empresas e consumidores, permitindo que as experiências sejam ajustadas às preferências e desejos individuais de cada turista.

Atividades como degustar frutas, queijos, azeites, nozes, vinhos e cervejas artesanais locais, associadas à colheita direta da horta, colheita da uva, cavalgada e troca de histórias com famílias, tradição e inovação, possibilitam que os turistas não sejam sujeitos passivos da experiência turística, mas coautores da própria experiência. A cocriação de valor é, de fato, um marco transformador nas relações entre empresas e clientes, pois rompe com o modelo tradicional de consumo, onde a empresa tem todo o controle da criação de valor. Segundo Troccoli (2009), essa abordagem destaca a importância da colaboração mútua, onde tanto os consumidores/turistas/viajantes, quanto as empresas desempenham papéis ativos no processo de visitação turística.

Um dos grandes desafios enfrentados pelo setor de turismo é que, apesar da crescente oferta de atrativos, os turistas sentem-se frequentemente menos satisfeitos. Isso ocorre porque muitas empresas ainda se concentram em oferecer o que já estão acostumadas a produzir, focando apenas na sua capacidade interna e estrutura organizacional.

A oferta turística, conforme Goeldner *et al*. (2002), abrange tudo que é disponibilizado aos visitantes. No entanto, negligenciar as expectativas e desejos dos turistas, especialmente a crescente busca por experiências autênticas, resulta em ofertas padronizadas e desvinculadas das reais necessidades dos consumidores.

Nesse contexto, a cocriação de valor emerge como solução fundamental. Ao envolver ativamente os turistas na criação de suas próprias experiências, empresas e visitantes colaboram na construção de vivências únicas e personalizadas. Essa abordagem não apenas atende às demandas específicas de cada indivíduo, como também, proporciona maior comodidade e satisfação, transformando a experiência turística em algo memorável e significativo.

O enoturismo na Campanha Gaúcha revela-se como uma experiência singular, onde a combinação entre paisagem, cultura e o sabor dos vinhos produzidos no local proporciona aos visitantes uma vivência sensorial e afetiva. A região, marcada por seus campos, pelo clima característico e pelo *terroir* único, destaca-se como um dos principais polos vitivinícolas do Brasil.

Neste contexto, o vinho ultrapassa a dimensão de produto, consolidando-se como um marcador de identidade e de lugar. Além disso, o turismo rural desempenha um papel fundamental, oferecendo um ambiente propício para a interação entre turistas e produtores, onde a paisagem, o modo de vida local e o vinho se integram em uma narrativa que valoriza o patrimônio cultural e natural da região, como observa Manfio (2018, p. 204), "a paisagem dos vinhedos da Campanha é um ponto de reconhecimento do território e de diferenciação em relação a outras regiões vitícolas brasileiras". Na próxima seção, será destacado as principais características do segmento do enoturismo e a agregação de valor aos produtores de vinho.

O enoturismo para além do sabor do vinho

A busca por autenticidade em viagens reflete uma sociedade ávida para viver experiências significativas e genuínas. Os turistas muitas vezes procuram sair do caminho tradicional do turismo comercial e de massa para desbravar e apreciar os lugares de uma forma que respeite e celebre suas características autênticas. A experiência alimentar é uma maneira poderosa de vivenciar a cultura de um destino de forma autêntica e prazerosa. A popularidade do turismo gastronômico e do enoturismo reflete o interesse crescente dos viajantes em explorar o mundo através do paladar e da tradição culinária local. O livro clássico "A fisiologia do gosto", publicado pela primeira vez em 1825 pelo gastrônomo francês Jean Anthelme Brillat- Savarin (2009) oferece uma abordagem filosófica e científica da gastronomia, tratando a alimentação não apenas como uma necessidade, mas como uma arte e uma ciência. Isso eleva a prática culinária e vitivinícola a um nível de apreciação e estudo mais profundo.

Perullo (2013, p. 9) diz que:

> A experiência alimentar em uma viagem é uma das formas mais praticadas de aproximação com a cultura de lugares novos e incomuns, sendo muito apreciada e popular (isto pode ser facilmente demonstrado pelo turismo gastronômico e pelo enoturismo associado a paisagens e territórios).

Para Falcade (2004), o enoturismo é caracterizado como o deslocamento humano motivado pelo conhecimento do "mundo da uva e do vinho". Para Hall *et al*. (2004, p. 3), define o enoturismo como: "visitação a vinhedos, vinícolas, festivais de vinhos e vivenciar na prática as características de uma região de uvas e vinhos". No entanto, o enoturismo pode ser motivado ainda pela particularidade da paisagem dos vinhedos ou pela busca de lazer, não estando estes diretamente associados ao consumo do vinho. As visitas às vinícolas, a participação em degustações de vinhos e o aprendizado sobre o processo de produção da bebida, proporcionam uma experiência sensorial única e promove lembranças da atmosfera, das paisagens, das pessoas que ali estavam no território.

Jean Robert Pitte (2012, p. 261), diz que "rememorar as terras vinícolas que viram nascer o vinho que agitamos diante de nossos olhos, sob nossos olfatos e em nossas papilas, é empreender em uma viagem que aumenta consideravelmente o prazer". A viagem aumenta o prazer e sugere que a experiência de degustação de vinho vai além do ato de degustar em si. O vinho, portanto, desempenha um papel significativo no patrimônio alimentar de diversas regiões ao redor do mundo.

O patrimônio alimentar refere-se à herança cultural, social e histórica associada à produção, preparação e consumo de alimentos. Conforme Fachini, Rojas e Carvalho (2021), o patrimônio alimentar congrega os aspectos materiais (tais como: alimentos em si, artefatos, utensílios culinários, a terra cultivada e outros) e os imateriais (como, as práticas, os saberes e suas representações), portanto, envolvem as práticas e as complexidades da alimentação humana, que envolve conhecimentos diversos sobre as práticas agrícolas, o preparo e a concepção dos alimentos a serem servidos. No caso do vinho, essa relação é ainda mais evidente, pois a tradição vinícola muitas vezes remonta a séculos, influenciando a cultura e a identidade de uma comunidade ou região. A produção de vinho está diretamente ligada à história e à geografia de uma região específica, influenciando não apenas a economia local, mas também a forma como as pessoas vivem, trabalham e se relacionam umas com as outras.

Para que o patrimônio alimentar alcance importância e promova um destino turisticamente, é necessário um trabalho adequado para melhor desenvolvê-lo, evitando ao máximo qualquer tipo de prejuízo à comunidade local e aos produtores rurais, que abrem suas residências para receber os turistas.

Por outro lado, o segmento do enoturismo é uma alternativa econômica para agregar valor à renda dos produtores rurais, assim como promover o desenvolvimento regional, pela promoção da cultura vitivinícola onde se instaura a atividade. Outro potencial do enoturismo está na experiência do turista, que tem buscado destinos que os desliguem das suas rotinas diárias, da urbanização, do ritmo acelerado dos grandes centros urbanos, que promovam o contato com a natureza, que aproximem das atividades do cotidiano do local, dos festivais, da comida regional.

Nos últimos anos, a região da Campanha Gaúcha passou por transformações significativas no espaço rural. Dentre essas transformações, destaca-se o crescimento do enoturismo, impulsionado pelo reconhecimento da Campanha Gaúcha como uma das principais regiões vitivinícolas do Brasil. O *terroir* único da região, caracterizado por solos arenosos e um clima seco, favorece a produção de vinhos de alta qualidade, que ganham notoriedade nacional e internacional. A Campanha Gaúcha se destaca como a região vitivinícola mais quente do Sul do Brasil, apresentando menor ocorrência pluviométrica média anual e temperaturas mais elevadas.

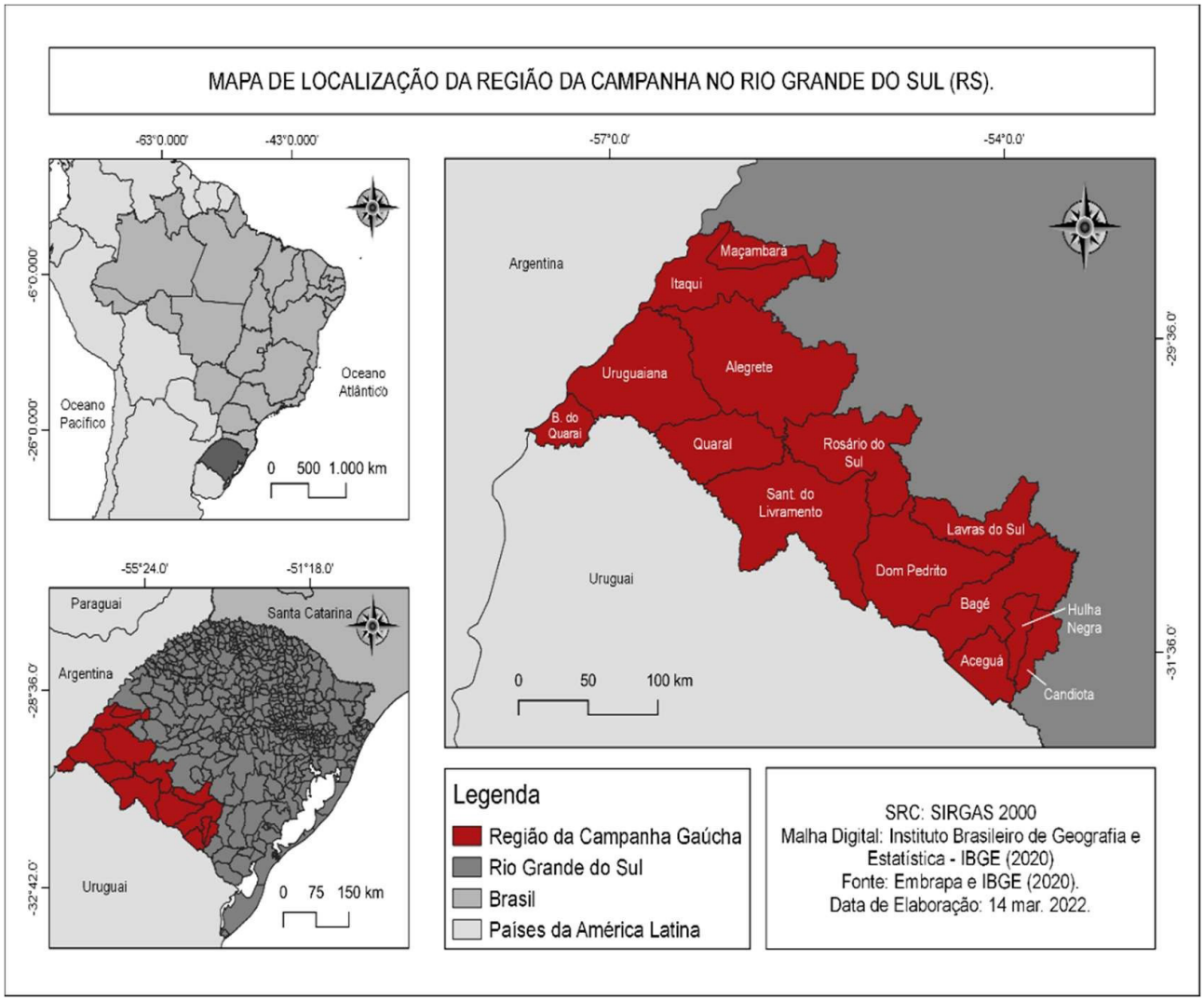
Esse fator favorece a maturação das uvas viníferas, resultando em um maior teor de polifenóis e açúcares (ALVES, 2021). Como consequência, os vinhos produzidos na possuem região mais estruturada, com maior teor alcoólico e taninos bem definidos, características valorizadas pelo mercado de vinhos e pelos apreciadores da bebida. Vinícolas familiares e grandes produtores passaram a investir não apenas na produção de vinhos, mas também na cocriação de valor através de experiências autênticas, promovendo visitas a vinhedos, degustações e eventos culturais que aproximam os visitantes da cultura local.

No contexto das manifestações culturais e da produção coletiva de valores, é possível refletir sobre o papel da cultura como elemento que nos diferencia e nos identifica enquanto nação e sociedade. Assim como os costumes, as tradições são heranças que preservamos ao longo dos anos para as próximas gerações, o “valor, nas esferas culturais, depende da eficácia com que um objeto cultural corresponde às normas apropriadas a essa esfera” (URRY, 2001, p.119).

No que se refere ao enoturismo, podemos considerá-lo como um fenômeno dentro da esfera do turismo, da economia e da própria sociedade que a cada período passa por transformações sociais, ambientais, econômicas capazes de alterar os modos de vida da população em geral. O enoturismo também estabelece um contraponto na globalização, os turistas buscam degustar as particularidades regionais, conhecer os produtores de uvas, como o processo de produção de vinhos se dá e desfrutar da experiência in loco, da maneira mais autêntica e orgânica possível.

O interesse dos agentes econômicos mudou o perfil tradicional da região, cuja força motriz sempre foi a economia voltada para a pecuária e a agricultura, associadas à cultura do gaúcho, do chimarrão e do churrasco. A partir dessa premissa, compreendemos que muitas manifestações e práticas socioculturais permanecem na Campanha Gaúcha (Figura 1), mesmo diante da inserção de novas atividades, fruto do processo de modernização. A mistura de culturas e atividades região da Campanha contribuem para sua singularidade e riqueza.

Figura 1- Localização da região da Campanha Gaúcha - RS



Fonte: Embrapa e IBGE (2020)

Destacamos que tais modificações não mudaram a estrutura de poder e fundiária no território. Para Manfio (2018, p.28)

> Em decorrência da ação do capital e de políticas públicas nas áreas da Campanha, antes destinadas a pecuária extensiva, mas que agora estão relacionadas à modernização do campo, à agricultura, à reforma agrária e agricultura familiar, a inserção de novas cadeias produtivas, o espaço regional sobre mudanças significativas na economia e na criação de outros territórios, como o dos assentamentos, da soja, que se expande freneticamente, e da vitivinicultura.

Além disso, o enoturismo oferece uma oportunidade única para os produtores de vinho compartilharem suas histórias, suas tradições e as técnicas de cultivo, armazenamento e preparo com os visitantes, criando uma conexão emocional que pode levar à fidelização dos consumidores. Os turistas muitas vezes tornam-se "embaixadores" informais das vinícolas que visitam, recomendando-as a amigos e familiares, o que ajuda a expandir o alcance da marca.

Procedimentos metodológicos

Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa, conforme Minayo (2000), de natureza descritiva e preliminar, com base em pesquisa bibliográfica, seleção e análise das principais rotas com experiências de enoturismo na região da Campanha Gaúcha.

A primeira etapa da metodologia consistiu na realização de uma revisão bibliográfica abrangente, com o objetivo de fundamentar teoricamente o estudo sobre os atrativos enoturísticos na Campanha Gaúcha. Foram consultadas diversas fontes, incluindo livros, artigos científicos, teses e dissertações, além de documentos oficiais e relatórios técnicos. A revisão bibliográfica permitiu identificar os principais conceitos e teorias relacionadas ao enoturismo, turismo rural, autenticidade e valorização cultural, bem como compreender a evolução histórica e as transformações socioeconômicas da região.

Para a escolha das rotas de enoturismo participantes desta pesquisa, adotou- se a técnica de amostragem intencional, considerando-se o relacionamento com o consumidor e os serviços oferecidos no âmbito do enoturismo. A seleção levou em conta a relevância no cenário vitivinícola da Campanha Gaúcha, sua representatividade na oferta de experiências turísticas e a qualidade reconhecida de seus produtos.

A rota selecionada foi a Rota das Ferraduras dos vinhedos, pois apresenta um histórico consolidado e reconhecimento técnico, bem como uma significativa movimentação turística, recebendo visitantes em busca de vivências autênticas ligadas ao vinho, ao espaço rural e à cultura local. Além disso, suas abordagens enoturísticas incorporam elementos de cocriação de valor, permitindo interações ativas entre turistas e produtores, aspecto fundamental para a presente pesquisa.

Resultados e Discussões

O vinho cada vez mais é uma bebida sinônimo de cultura e sustentabilidade das práticas agrícolas responsáveis. Alguns consumidores estão se tornando mais sensibilizados sobre os impactos ambientais da produção de vinho e estão buscando vinhos orgânicos, biodinâmicos e naturais, que são produzidos com métodos que respeitam o meio ambiente e promovem a biodiversidade sociocultural. Manfio (2018, p. 81) nos lembra que:

> A vitivinicultura não é uma atividade recente na Campanha Gaúcha, no entanto, somente nas últimas décadas, ela aparece com expressividade na paisagem e na economia regional, concentrando-se na participação de empresários bem-sucedidos e empresas de vitícolas da Serra Gaúcha que trabalham com a produção de vinhos finos. Embora outros produtores locais também estejam presentes neste espaço, são os agricultores familiares que, em muitos casos, inicialmente, cultivavam uvas para vender às grandes empresas que se instalaram na região. Atualmente, a maioria dos agricultores familiares está inserida na cadeia produtiva de uvas para o comércio local e/ou produzem vinhos artesanais e orgânicos para atender outro público consumidor, diferente daquele de vinhos requintados.

Os agricultores familiares e os produtores rurais de vinho desempenham papéis distintos e complementares na vitivinicultura da região. Enquanto os agricultores familiares focam em produções menores e mais personalizadas, muitas vezes utilizando métodos tradicionais e orgânicos, os grandes produtores rurais frequentemente operam em maior escala, com uma abordagem mais industrializada e voltada para a produção de vinhos mais elaborados e destinados a mercados mais amplos.

Grandes vinícolas, como a Almadén, produzem vinhos em maior escala, utilizando técnicas modernas e focando em vinhos finos que atendem a padrões internacionais de qualidade. A trajetória da Almadén na Campanha Gaúcha exemplifica como a combinação de tradição, inovação e um profundo respeito pelo *terroir* pode

resultar em produtos excepcionais. A vinícola continua a ser uma força motriz no crescimento e na promoção dos vinhos finos da região, contribuindo para a diversidade e a riqueza da vitivinicultura brasileira.

A Campanha Gaúcha, abriga ainda pecuaristas, produtores de grãos, silvicultores, entre outros que refletem a complexidade e a diversidade das atividades econômicas e culturais na região. Entre essas atividades, a vitivinicultura tem se destacado, trazendo consigo características próprias e uma série de conflitos e contradições regionais (Manfio, 2018). A vitivinicultura tem se consolidado como uma atividade promissora na Campanha Gaúcha, impulsionada pelas características únicas do *terroir* e pelo crescente reconhecimento da qualidade dos vinhos produzidos na região.

Outro ponto a destacar foi a conquista da Indicação Geográfica (IG), na espécie Indicação de Procedência (IP), para os vinhos finos da Campanha Gaúcha. Este é um marco importante, que reconhece a qualidade e a identidade dos produtos da região, valorizando o trabalho dos produtores e atraindo consumidores. A IP, reconhece a ligação entre os vinhos produzidos na região e suas características geográficas, como clima e solo. Também impulsiona a criação de novos roteiros de enoturismo, que exploram as paisagens, a cultura e a gastronomia da região. O lançamento do Trem do Pampa é um exemplo recente de como a IG pode impulsionar o desenvolvimento de novas atrações turísticas e fortalecer atrações existentes, como a Rota das Ferraduras dos Vinhedos que existe há mais 10 anos da região.

As IGs são importantes, pois Falcade (2004, p. 40) coloca que:

> a delimitação de um espaço para uma Indicação Geográfica é o estabelecimento de uma regionalização, bem como o espaço delimitado de uma Denominação de Origem ou de uma Indicação de Procedência é um certo tipo de região.

A Ferradura dos Vinhedos (Figura 2-3), em Santana do Livramento (RS) busca o desenvolvimento da fronteira através do turismo rural. O roteiro inclui vitivinícolas onde o turista pode conhecer desde processo industrial do vinho até uma vinícola boutique. No trajeto vê-se uma paisagem marcada pelos olivais, incluindo dois lugares para visitação e degustação, um armazém de produtos locais (*Slow Food*[4]) com hortas para colhe e pague, pequenas propriedades produtoras de queijos, frutas e hortaliças. Há ainda um café campeiro, duas pousadas e um centro de tradições gaúchas. Durante o percurso, o turista saboreia delícias produzidas na região, vivencia experiências maravilhosas além de admirar lindas paisagens e a forma de viver na fronteira binacional gaúcha.

[4] Para além da tradução literal de Slow Food como “comida sem pressa”, esse termo simboliza um movimento de pessoas engajadas por uma alimentação mais saudável e consciente de suas escolhas. Desse modo, como um movimento de desaceleração, a proposta é conviver e se alimentar conforme o ritmo da vida, degustando com prazer os alimentos e com a valorização das experiências locais, ambientais e busca pela qualidade de vida. Esse movimento se originou na Itália, no ano de 1986 e, depois, se tornou uma associação internacional, sem fins lucrativos, com milhares de associados espalhados pelo mundo (Martins; Oliveira; Cuervo, 2016).

Figura 2 - Visitação realizada na vinícola Almadén



Fonte: Autora, 2024.

Figura 3 - Café Colonial no Passo do Guedes



Fonte: Autora, 2024.

Destacamos a autenticidade, no contexto do enoturismo, manifestada na preservação das tradições locais, no contato direto com os produtores e na valorização do *terroir*. Os turistas têm a oportunidade de conhecer os produtores de vinho, entender o processo de produção e participar de degustações diretamente nos vinhedos, onde o *terroir* específico da região confere características únicas aos vinhos. O enoturismo

constitui uma experiência sensorial ampla, já que se estimulam todos os sentidos ao provar uma taça de vinho (Peynaud; Blouin, 2010).

Essa autenticidade cria um ambiente propício para a cocriação de valor, pois os turistas buscam experiências genuínas e personalizadas, que vão além da simples degustação de vinhos. No contexto do enoturismo na Campanha Gaúcha, a cocriação de valor pode ser observada em diversas situações:

Na rota das Ferraduras dos Vinhedos, os turistas participam de degustações nos vinhedos, expressando suas preferências e contribuindo para a criação de novos rótulos. As comunidades locais oferecem serviços de hospedagem e gastronomia local, compartilhando suas tradições e costumes. As vinícolas promovem eventos e festivais, que reúnem produtores, turistas e moradores locais.

A experiência na degustação de um café campeiro completo em local ambientado, incluindo produtos da Ferradura dos Vinhedos e muitas delícias feitas em casa pela Silvia, ilustra perfeitamente a cocriação de valor no turismo rural, onde a autenticidade e a participação ativa dos turistas se combinam para criar uma experiência única e memorável. A família recepciona a todos com indumentária típica e é possível a compra de itens do café para levar para viagem, além da vista para a propriedade e da lida campeira. O turista é convidado a colaborar nas atividades rurais da família, como alimentação de filhotes, visita ao galinheiro e observação de pavão, faisão e outras aves. A possibilidade de participar das atividades rurais da família, como alimentar os animais e ordenhar as vacas, proporciona uma vivência genuína do dia a dia no campo. O turista pode participar da oficina de laço e cavalgada e assistir a prova de freio e de tiro de laço, desfrutando de uma paisagem maravilhosa.

Em resumo, o Turismo Rural e o Enoturismo compartilham muitos aspectos semelhantes, mas diferem em termos de foco principal, produto oferecido e perfil do visitante. Tal fato se comprova na prática pois os enoturistas não buscam necessariamente participar das atividades rurais oferecidas no roteiro das Ferraduras dos Vinhedos. As atividades de degustações nas vinícolas por demandarem um tempo significativo do passeio acabam deixando as atividades rurais em segundo plano. Contudo, 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, já o Enoturismo ocorre o ano todo. Enquanto algumas atividades agrícolas podem ser sazonais, como colheitas específicas, as vinícolas geralmente oferecem visitas e degustações ao longo de todo o ano, independentemente das condições climáticas. As vinícolas também diversificam suas ofertas para atrair visitantes durante todas as estações do ano. Isso inclui eventos, tai como festivais de vinho de inverno, colheitas de outono, ou atividades específicas de primavera, proporcionando uma experiência atraente independentemente da época do ano.

A experiência na Ferradura dos Vinhedos exemplifica como a cocriação de valor pode transformar o turismo rural em uma atividade sustentável e enriquecedora, que beneficia tanto os turistas quanto a comunidade local.

Considerações Finais

A cocriação de valor é uma abordagem promissora que pode trazer diversos benefícios para empresas e clientes no setor de turismo. Ao envolver os turistas no processo de criação de valor, as empresas podem oferecer experiências mais personalizadas, inovadoras e memoráveis, que atendam às expectativas de um público cada vez mais exigente e conectado.s conclusões do estudo apontam para a importância do enoturismo como um vetor de desenvolvimento econômico e valorização cultural na Campanha Gaúcha. Os atrativos enoturísticos, ao promoverem conexões sensoriais e culturais entre os visitantes e o território, contribuem para a diversificação das atividades econômicas e para a preservação da identidade local.

Ao demonstrarmos a interação entre os diversos stakeholders do enoturismo é fundamental para a cocriação de experiências autênticas e memoráveis, que geram valor para todos os envolvidos, como sugerem Prahalad e Ramaswamy (2004). A cocriação de valor, que se baseia na participação ativa dos turistas e na colaboração entre os diversos atores, é uma estratégia eficaz para impulsionar o desenvolvimento sustentável do turismo rural.

Recomenda-se a continuidade de pesquisas sobre o tema, com a ampliação da abrangência geográfica e a adoção de metodologias complementares, visando aprofundar o conhecimento sobre as dinâmicas e impactos do enoturismo na região da Campanha Gaúcha.

Referências

FACHINI, C; ROJAS, R. M; CARVALHO, A. V. . Mudanças climáticas e patrimônio agroalimentar: aprendizados para resiliência. **Percursos** (Florianópolis. Online), v. 22, p. 198-225, 2021.

FALCADE, I. Enoturismo nas regiões vitivinícolas Serra Gaúcha e Vale dos Vinhedos (Brasil). **Douro**, Porto, v. 9, n. 18, p. 191-199, 2004.

GOELDNER, C. R. et al. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8ª. Edição. Porto Alegre: Bookman, 2002.

MANFIO, V. **Vitivinicultura e associativismo**: a dinâmica da Associação Vinhos da Campanha na formação de um território no Rio Grande do Sul, Brasil. 260f. 2018. Porto Alegre. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2018.

MARTINS, M. R.; OLIVEIRA, A. L.; Cuervo, M.R.M. O engajamento pela alimentação: experiências sobre o *Slow Food* Brasil. In: Cruz, F.T.; Matte, A; Schneider, S (org.). **Produção, consumo e abastecimento de alimentos**. 1ed.Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016, v. 1, p. 233-238.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: HUCITEC, 2000.

PEYNAUD, E.; BLOUIN, J. **O gosto do vinho**: o grande livro da degustação. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

PITTE, J.R. **O desejo do vinho:** conquistando o mundo. Tradução de Carmem Ferrer. São Paulo: Editora SENAC, 2012.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. **Co-creation experiences**: The next practice in value creation. Journal of Interactive Marketing, [Mergent], v. 18, n. 3, p. 5–14, 2004.

TROCCOLI, I. R. **Co-Criação de Valor e Fidelizaçã dos Clientes**: uma visão integrada. Inter Science PLace, [S.l.], n. 4, p. 1–23, 2009.

VALDUGA, V. **Enoturismo no Vale dos Vinhedos**. Jaguarão: Fundação da Universidade Federal do Pampa, 2011.

EXPLORANDO SABORES E DESTINOS: INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NA REGIÃO DA CAMPANHA

FLÁVIA DE ARAÚJO PEDRON[1], ALINE PRESTES ROQUE[2]

[1] Bacharela em Turismo, Graduada em Gastronomia, Mestre e Doutoranda em Extensão Rural na Universidade Federal de Santa Maria
[2] Bacharela em Gastronomia; Mestre em Desenvolvimento; Doutoranda em Extensão Rural na Universidade Federal de Santa Maria

Resumo: A carne bovina constitui, além de alimento, um símbolo cultural e histórico por meio do qual se expressa a trajetória cultural, econômica e social do estado do Rio Grande do Sul. Sua relevância resultou, em 2006, no reconhecimento da Indicação Geográfica (IG) da Carne Bovina do Pampa Gaúcho Meridional. No entanto, esse reconhecimento ainda carece de maior visibilidade e efetividade junto aos consumidores. Diante disso, este artigo tem como objetivo analisar o processo de obtenção da IG, bem como sua situação atual, e identificar outros produtos da região com potencial para compor uma Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST). A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, com base em revisão de literatura e na metodologia da CBST, voltada à identificação de atrativos turísticos e gastronômicos que possam contribuir para o desenvolvimento territorial. Os resultados indicam a necessidade de fortalecimento da governança local e da articulação entre os atores do território, de modo a superar os entraves à valorização da carne bovina com IG. Além disso, evidenciam o potencial do turismo rural e gastronômico como estratégias integradas para a promoção do desenvolvimento territorial sustentável na Região da Campanha.

Palavras-chave: Carne Bovina do Pampa Meridional, Gastronomia, Turismo Rural, Cesta de Bens e Serviços Territoriais.

Introdução

A Região da Campanha do Pampa Gaúcho se relaciona historicamente com o gado bovino. A economia e desenvolvimento desse território sempre esteve voltado a criação do gado. Inicialmente, seu consumo era imediato e o comércio girava em torno do couro, depois, com a introdução da técnica da salga, vivenciou-se o ciclo econômico do charque e, com o seu término, as estâncias agropecuárias começaram a fornecer carne aos frigoríficos regionais. Mas além desse fato refletir diretamente na economia, outros aspectos sociais e culturais também se formaram em torno dessas práticas, como a lida campeira, a figura do gaúcho e o próprio churrasco.

Embora a agricultura e a pecuária sejam intensamente desenvolvidas nas fazendas da região, consistindo na principal atividade econômica, as características naturais, sociais e culturais favorecem o desenvolvimento de atividades não-agrícolas, tanto pelos seus campos, paisagens ou pela cultura, a Região da Campanha do Pampa Gaúcho possui atributos notáveis para a prática de atividades que vão além das agropecuárias, dentre elas, o turismo.

A Região da Campanha é rica em termos de potencialidades para desenvolver o turismo rural e gastronômico. O turismo rural, por suas paisagens e pela cultura enraizada do gaúcho campeiro, e a gastronomia, principalmente através dos produtos alimentares, alguns com reconhecimento através da IG, como a carne bovina, e que podem colocar a região em outro patamar, considerando a visibilidade que se pode ter a partir disso.

A importância desses reconhecimentos consiste em um maior impulsionamento no desenvolvimento territorial e rural das regiões possuidoras da IG, pois possibilitam agregação de valor às suas marcas e empresas, geração de renda direta ou indireta às atividades produtivas, promove a valorização do sentimento de pertença nesses territórios e viabilizam a organização do trabalho através de cadeias produtivas.

Nesse sentido, esse trabalho terá uma abordagem teórico - metodológica de CBST. O enfoque da cesta analisa a oferta articulada de produtos e serviços que valorize recursos e ativos específicos de territórios rurais a partir de um sistema de governança constituído por atores públicos, associativos e privados. Através dessa metodologia, tenta-se "transformar empreendimentos isolados uns dos outros de forma a criar uma oferta conjunta, diversificada e coerente de ativos territoriais" (Cazella *et al.*, 2020, p.196).

Esses ativos específicos consistem em produtos que valorizem, dentre outros quesitos, o saber-fazer, a cultura e o ambiente natural. Eles estão intimamente relacionados ao território e é por isso que se tornam competitivos, pois não podem ser reproduzidos fora de seu contexto sem que haja perdas em suas características. Dessa forma, em territórios que já possuem a IG, esses produtos já se configuram como ativos específicos (Cazella *et al*., 2020). Através deles, outros recursos podem ser impulsionados envolvendo dessa forma, diferentes atores presentes nesses territórios atuando de forma sinérgica.

Diante do exposto, entender como se deu o processo de reconhecimento da IG e analisar como ele se encontra atualmente são questões a serem abordadas neste artigo. Também, visualizar os produtos da região como possíveis recursos para a constituição de uma CBST como aporte para um melhor entendimento e direcionamento sobre o desenvolvimento do turismo rural e da gastronomia no território do Pampa Gaúcho.

Este território compreende uma série de ativos específicos que devem ser competitivos devido à sua qualidade e à sua relação com a história e a cultura locais. Essas características diferenciadoras permitem que os consumidores estejam dispostos a pagar um valor justo pelo produto, associando sua qualidade ao território, o que resulta no efeito cesta.

> A cesta de bens e serviços territoriais possui as seguintes características: i) um conjunto de bens e serviços complementares, que se fortalecem nos mercados locais; ii) uma combinação de bens privados e públicos, que convergem para a elaboração de uma imagem e de uma reputação de qualidade territorial; e, finalmente; iii) uma organização interativa entre os produtores da cesta (clube), visando internalizar a renda de qualidade territorial (Pecqueur, 2001, p.143).

Adotando uma abordagem qualitativa, esta pesquisa utiliza a revisão de literatura como principal procedimento metodológico. Para a análise do território em foco, recorre-se à perspectiva teórico-metodológica da CBST, que compreende o território como um produto ofertado, constituído por recursos materiais e imateriais articulados por meio de processos socioterritoriais.

Além desta introdução, o artigo está estruturado da seguinte forma: a seção 2 discute os fundamentos teóricos que sustentam a análise; a seção 3 apresenta a área de estudo e a metodologia adotada; a seção 4 expõe os resultados e as discussões, com ênfase no desenvolvimento territorial a partir da integração estratégica entre turismo, gastronomia e IG no Pampa Gaúcho. Por fim, a seção 5 reúne as considerações finais.

Referencial Teórico

A Cesta de Bens e Serviços Territoriais

A CBST é uma abordagem teórico-metodológica do desenvolvimento territorial que analisa a oferta articulada de produtos e serviços, valorizando recursos e ativos específicos de territórios rurais por meio de um sistema de governança (Cazella *et al*., 2020).

A metodologia de CBST é relativamente recente, sendo aplicada em estudos europeus desde os anos 2000. Teve início nesse período por pesquisadores franceses como Mollard (2001) e Pecqueur (2001), em suas pesquisas realizadas no território de Barronie. Mais recentemente, no Brasil, o estado de Santa Catarina (SC) foi onde os pesquisadores primeiramente adotaram a metodologia, seguido pelo Rio Grande do Sul (RS), Paraná (PR) e Amazonas (AM). Pesquisadores de outros estados também estão adotando essa metodologia, e as últimas publicações sobre os avanços desse enfoque são de origem brasileira. Os autores brasileiros (Cazella

et al., 2019; Mello; Froehlich; 2019; Cazella *et al*., 2020; Cazella; Dorigon; Pecqueur, 2022; Capellesso, *et al*., 2022; Desconsi, 2022; Dorigon, 2022; Froehlich; Roque, 2022; Milano; Cazella, 2022; Tuners, *et al*., 2022) vêm trabalhando na utilização e adaptação de sua formulação original de acordo com a realidade encontrada nas regiões brasileiras.

O interesse por essa abordagem surge pela articulação que ela sustenta de recursos genéricos e ativos específicos do território, englobando empresários, empreendedores, associações, universidades e prefeituras, numa governança que se preocupe com a redução de desigualdades econômicas existentes, principalmente nas zonas rurais (Cazella *et al*., 2020).

A abordagem da CBST traz consigo um modelo de produção intrinsecamente ligado a dinâmica territorial. Conforme Pecqueur (2009), as estratégias de desenvolvimento devem se concentrar em um "modelo de qualidade" em detrimento de um "modelo de produtividade". Enquanto este último enfatiza primariamente as questões mercadológicas, negligenciando a identidade e especificidade do território, o modelo de qualidade proposto pela CBST reconhece e valoriza esses aspectos, promovendo uma abordagem mais holística e integrada ao desenvolvimento territorial. Nesse contexto, os produtos oriundos de um "modelo de produção" tendem a ser genéricos e frequentemente apresentam qualidade e preços inferiores. Para evitar uma concorrência inviável, a alternativa é buscar a especificidade do produto. Nesse sentido, o autor ressalta a importância da apropriação dos recursos e ativos específicos para identificar o potencial de um território, pois eles permitem uma argumentação que destaca a necessidade de produtos com identidade territorial para o desenvolvimento (Pecqueur, 2009).

O efeito cesta acontece na ativação de recursos territoriais e na sinergia entre os elementos que compõem a cesta, resultando em uma percepção de aumento na qualidade dos produtos territoriais e do próprio território (Pecqueur, 2009; Hirczak *et al.,* 2008; Milano e Cazella, 2022). Como os ativos específicos estão intimamente relacionados ao território, tornam-se competitivos, pois não podem ser reproduzidos fora de seu contexto sem perdas em suas características. Dessa forma, em territórios que já possuem IG, esses produtos já se configuram como ativos específicos (Cazella *et al*., 2020). Através deles, outros recursos podem ser impulsionados, envolvendo diferentes atores presentes nesses territórios atuando de forma sinérgica.

Indicação Geográfica

Dullius (2009) reforça que reconhecimento de produtos e serviços com IG desempenha um papel crucial na preservação do patrimônio material e imaterial, pois permite que as áreas promovam seus produtos com base na autenticidade da produção ou em características peculiares relacionadas à sua história, cultura ou tradição. Isso garante direitos exclusivos para os produtores estabelecidos em regiões com IGs, representando uma valorização justa dos conhecimentos tradicionais regionais.

A IG é um instrumento jurídico regulamentado no Brasil pela Lei 9.279/96, abrangendo dois tipos de preservação: Denominação de Origem (DO) e Indicação de Procedência (IP). A DO refere-se ao nome de um território cujo produto ou serviço possui características intimamente ligadas ao meio geográfico, enquanto a IP se refere a um território conhecido por um produto ou serviço específico, sem necessariamente uma ligação enraizada à cultura local.

Para a obtenção de uma IG, o processo se dá junto ao Instituto Nacional de Proteção Intelectual (INPI). Atualmente, há 137 Indicações Geográficas, sendo 98 Indicação de Procedência e 39 Denominação de Origem (29 nacionais e 10 estrangeiras) no Brasil. No RS, são 10 IP e 5 DO (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual, 2025).

Através da IG de produtos agroalimentares, é possível a expressão da regionalidade através de seus alimentos e de sua comida, preservando suas características e valor. Apesar de muitos aspectos da alimentação de diferentes regiões serem muito similares entre si nos ingredientes, a utilização da imagem cultural local diferenciada para promover a gastronomia e o entendimento da história, pode ser responsável por promover determinado posicionamento regional (Hall, 2003).

Tomando como exemplo a IG da carne bovina do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, percebe-se que através da construção de relações entre as características e cultura de um território, pode-se construir uma ima-

gem competitiva na busca por um desenvolvimento equilibrado entre os atores. O processo de construção da Indicação Geográfica na região do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional.

Em 2003, durante um colóquio internacional em Brasília sobre a valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade, surgiu a ideia de implementar uma IG para a carne do RS. Após o evento, algumas instituições estaduais organizaram uma reunião para introduzir o conceito de IG a empresários e produtores rurais, além de avaliar as regiões e produtos potenciais que poderiam se enquadrar nessa categoria (Vitrolles; Cerdan; Bruch, 2014). O projeto para obter a IG da carne bovina na região começou com o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), iniciado por um grupo de produtores (Santos; Severo; Sant'Anna, 2015).

Em 2005, foi fundada a Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (APROPAMPA) com o propósito de obter a certificação da IG junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Os objetivos estatutários da associação incluem garantir a origem e qualidade dos produtos aos consumidores, valorizar os associados por meio de processos de qualidade, promover pesquisa na pecuária de corte e na qualidade de carne e derivados, apoiar a organização e preservação do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, e estimular o turismo regional e o desenvolvimento socioeconômico dos associados, suas famílias e comunidades (Santos; Severo e Sant'Anna, 2015). Após 16 meses de análise, o INPI concedeu oficialmente o certificado de registro da IG em dezembro de 2006, marcando o lançamento oficial do projeto.

Inicialmente, a APROPAMPA foi formada por 15 produtores. Além deles, o único frigorífico associado era o Mercosul, que possuía uma unidade em Bagé, juntamente com membros das associações de Raça Angus e Hereford, bem como técnicos da EMBRAPA. Em 2008, o número de produtores associados aumentou para 55 (Vitrolles; Cerdan; Bruch, 2014).

Segundo o regulamento técnico de qualidade da Indicação de Procedência (IP), o gado destinado a fornecer carne para esta IP deve ser exclusivamente das raças Angus e Hereford ou cruzamentos entre elas. A alimentação permitida para esses animais, amparados por esta IG, é principalmente em pastagens nativas e melhoradas, podendo também ser finalizados em pastagens cultivadas de inverno, nativas ou exóticas, em regime extensivo, onde os animais devem permanecer livres durante todo o ano (Froehlich *et al*., 2010). O requisito principal para a carne possuir o selo é que, os animais, mesmo vindo de outros campos, tenham pastado nestas áreas em seu último ano de vida.

A rastreabilidade é um aspecto fundamental do regulamento de uso. Cada animal é identificado com um brinco de rastreabilidade, e cada corte de carne recebe um número de identificação na etiqueta da embalagem. Desta forma, o consumidor pode identificar a propriedade de origem do animal ao inserir o número IP. O regulamento de uso estabelece a idade dos animais para abate (até 42 meses), o nível de acabamento de gordura (mínimo de 3 mm de gordura), a conformação da carcaça (convexa) e o peso mínimo (depende da idade) (Vitrolles; Cerdan; Bruch, 2014).

Segundo Froehlich *et al*. (2010), o período desde a solicitação da IG até sua concessão pelo INPI, assim como o tempo decorrido entre a criação da Associação requerente e a obtenção da IP, foi marcado por uma série de desafios institucionais e organizacionais. A experiência da IP enfrentou obstáculos sem precedentes, mas seu reconhecimento teve um impacto significativo na criação e trajetória da IP (e outras IGs subsequentes).

Após o reconhecimento oficial da IG pelo INPI, iniciou-se o primeiro abate com uma produção semanal de 1.988,65 kg de carne. No entanto, houve uma redução de 43% na semana seguinte e uma queda de 89% em um mês devido à escassez de animais qualificados. Esta escassez pode ser atribuída ao rigor das normas do regulamento de uso, ao baixo envolvimento dos pecuaristas e à falta de remuneração pela diferenciação.

Em 2007, a APROPAMPA firmou um acordo com o Frigorífico Mercosul, responsável pelo abatimento em Bagé/RS. No entanto, devido a problemas estruturais na indústria da carne bovina e à mudança do operador do frigorífico em Bagé, a produção com o selo foi interrompida no final de 2009, e as exportações diminuíram) (Vitrolles; Cerdan; Bruch, 2014).

Em janeiro de 2010, o Grupo Marfrig assumiu a planta de Bagé. Após diversas reuniões de negociação, em agosto de 2010, APROPAMPA e Marfrig assinaram um convênio. Esse acordo previa a adesão dos produtores associados ao Marfrig Club, garantindo-lhes uma bonificação sobre o valor recebido pelos animais. Antes dessa troca de direção na indústria local, havia carne certificada no mercado, mas os produtores não recebiam bonificação. Após o convênio com o Marfrig, passaram a receber uma pequena bonificação. Paralelamente, discutiu-se o Regulamento de Produção, inicialmente focado em garantir um rigoroso controle de qualidade e definir as normas para a participação dos produtores no projeto e a valorização de seus animais (Santos; Severo; Sant'Anna, 2015).

Ainda assim, o volume inexpressivo de carne vendida com o selo da IP exprime, não somente pela incapacidade de cumprir o próprio protocolo, mas também o rendimento em termos monetários para os criadores (Anjos; Da Silva; Caldas, 2020). Em busca de resolver esse impasse, a associação propôs ao INPI algumas alterações no regulamento, visando dar mais liberdade ao Conselho Regulador na escolha das alternativas tecnológicas para os produtores. Essas mudanças buscaram aumentar o volume de animais negociados com a indústria e possibilidades de oferecer mais opções ao consumidor, fortalecendo a produção de carne com o selo da IG, em colaboração com os produtores (Santos; Severo e Sant'Anna, 2015).

A análise da pesquisa realizada por Froehlich *et al.* (2010) indica que a experiência da IG na região do Pampa Gaúcho ainda não demonstrava elementos suficientes para sugerir que está impulsionando um processo efetivo de desenvolvimento territorial através da estratégia das IGs. Isso ocorre devido ao caráter predominantemente setorial da iniciativa, que possui um alcance social e econômico ainda limitado na área estudada.

Os produtores em sua maioria são grandes latifundiários, possuindo propriedades que variam de 500 a 15.000 hectares, com um número de cabeças de gado entre 800 e 10.000. As razões para o baixo número de participantes no projeto (66 pecuaristas em 2009, em uma região com milhares de produtores) e a ausência de pequenos pecuaristas estão presentes desde a elaboração até a divulgação do selo de qualidade (Cerdan, 2009). O projeto, que predominantemente envolveu pecuaristas com grandes propriedades, negligenciou a presença relevante de pequenos proprietários, cuja subsistência depende da criação de gado e ovinos, excluindo-os do processo. A falta de coordenação por parte dos idealizadores resultou na não concretização dos objetivos de marketing e na falha em transformar a iniciativa em uma estratégia territorial abrangente (Anjos, Da Silva e Caldas, 2020).

Em 2011, a APROPAMPA, com 106 associados, enviou 31.142 animais para o abate no Marfrig. Desses, 12.746 (41%) foram bonificados por atenderem aos pré- requisitos das associações de Angus e Hereford & Braford para carne certificada. O número total de animais abatidos pelos associados da APROPAMPA é ainda maior, pois eles não são obrigados a vender exclusivamente ao Marfrig. Em 2015, a associação contava com 109 associados e os animais distribuídos em oito municípios: Aceguá, Bagé, Candiota, Dom Pedrito, Hulha Negra, Pedras Altas, Lavras do Sul e Rosário do Sul (Santos; Severo; Sant'Anna, 2015).

Em 2016, a falta de recursos financeiros prejudicou a APROPAMPA, comprometendo sua capacidade de coordenar e controlar a produção conforme as normas da IP. O apoio do Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) e da EMBRAPA foi crucial para reverter essa situação, envolvendo a revisão do regulamento técnico e estatuto, a contratação de consultor técnico e estímulo à renovação do quadro de associados. Ações de promoção da imagem da IP, como a reestruturação do site e campanhas de marketing, foram implementadas, visando à reestruturação e autossuficiência da APROPAMPA e contribuindo para o desenvolvimento regional (EMBRAPA, 2016).

A partir de junho de 2022, o Estado do RS passa a contar com o Selo e Marca Coletiva – APROPAMPA – desenvolvido pela Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho com o apoio da EMBRAPA Pecuária Sul, do Ministério da Agricultura, Pecuária e MAPA e do governo estadual. Reconhecida pelo INPI, essa marca valoriza os produtos cárneos do Bioma, facilitando sua identificação no mercado pelos consumidores. De acordo com o presidente da APROPAMPA, Custódio Magalhães, a combinação entre pastos naturais e cultivados, clima, raças taurinas e sintéticas criadas, e manejo utilizado, são os diferenciais que conferem singularidade à carne do Pampa (EMBRAPA, 2022).

A Governança territorial e sua dinâmica atual na região

A associação APROPAMPA recebeu um amplo apoio técnico e financeiro de várias instituições para realizar estudos e elaborar o dossiê para o registro da IG junto ao INPI. Desde o reconhecimento da IG, as orientações técnicas aos produtores e os custos de manutenção (incluindo controle e etiquetagem) continuam, embora com menos apoio financeiro. É importante destacar que o processo de reconhecimento do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional contou com apoios institucionais significativos (Vitrolles; Cerdan; Bruch, 2014).

A associação permanece como um projeto em desenvolvimento, pois ainda não possui uma sede própria e as reuniões são realizadas nas instalações da EMBRAPA. Embora a natureza extensiva da atividade possa ter impactado negativamente na interação dos atores sociais, não pode ser considerada a única causa do insucesso dessa iniciativa. As razões são mais complexas e remetem a uma discussão mais ampla que aborda o capital social dos territórios (Anjos, Da Silva e Caldas, 2020).

A pesquisa de Anjos, Da Silva e Caldas (2020) revela que na IG da carne do Pampa Gaúcho, a tentativa de destacar um produto de qualidade enfrenta desafios devido à falta de estruturas de governança abrangentes para coordenar os diversos atores envolvidos. A ausência de uma diretriz unificada deixa esses atores vulneráveis às decisões de um único frigorífico. Embora as indicações geográficas sejam reconhecidas internacionalmente como uma ferramenta coletiva para promover produtos com identidade própria, é improvável alcançar um processo de construção social de qualidade sem os princípios básicos de associativismo, confiança e coesão social.

O território não pode ser considerado como algo estático ou invariável, não pode ser definido simplesmente pelos recursos materiais presentes em seu interior, mas sim pela forma como os atores sociais e as instituições se organizam em torno de modelos mentais compartilhados (Anjos; Da Silva; Caldas, 2020).

Atualmente a APROPAMPA conta com 113 associados, o turismo rural na região está sendo desenvolvido em estâncias, pousadas, vinícolas e indústrias de azeite, tendo como atrativo principal a cultura gaúcha e sua gastronomia campeira. Além disso, existem diversas outras opções de lazer aos turistas, como trilhas, visitas às grutas, contemplação de paisagens, atrativos histórico-arquitetônicos, compras em freeshops e inúmeros eventos artísticos e culturais na região, como festivais de música, de cinema, de enogastronomia e feiras agropecuárias.

Procedimentos Metodológicos e Área de estudo

A Região da IG do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional reúne 11 municípios localizados nas regiões da Campanha e do Sul do RS: Herval, Pinheiro Machado, Pedras Altas, Candiota, Hulha Negra, Bagé, Aceguá, Dom Pedrito, Santana do Livramento, Lavras do Sul e São Gabriel. O território dessa região é marcado pelo Pampa, um dos grandes biomas do planeta, que está presente no Uruguai, na Argentina e na metade sul do RS, no Brasil. Trata-se do único bioma restrito a somente um Estado brasileiro (Associação Pampa Gaúcho de Turismo, 2020).

O Pampa Gaúcho da Campanha Meridional apresenta um clima temperado, com temperaturas médias de 18°C. Sua paisagem é predominantemente plana, com leve ondulação, abrigando campos de produção pecuária e várzeas, áreas baixas e úmidas (EMBRAPA, 2018).

Reconhecido como bioma brasileiro somente em 2004, anteriormente a este fato, a região era agrupada à Mata Atlântica e era conhecido como Campos Sulinos. O bioma pampa se estende aos países fronteiriços ao Brasil. Ele abrange todo o Uruguai, o centro-leste da Argentina e o extremo sudeste do Paraguai. Esse bioma possui a maior extensão de ecossistemas campestres de clima temperado do continente sul-americano (EMBRAPA, 2018). Nele, existem várias espécies de animais e vegetais endêmicas do Pampa, ou seja, não existem em nenhum outro lugar do planeta, por isso a carne do gado bovino oriundo destes pastos obtém destaque.

A região é predominantemente caracterizada pela pecuária de corte e de leite, além do cultivo de arroz. Seu Produto Interno Bruto representa apenas 1,4% do total do estado, a agropecuária contribui com 17,2% do valor adicionado bruto, destacando- se a criação de bovinos de corte e de leite e outros animais com 58,1%, o cultivo de cereais e grãos com 23,8%, especialmente arroz e milho, e o cultivo de soja em grão, com 10,6%. A região abrange uma faixa de 150 quilômetros próximos à fronteira com o Uruguai e possui uma população de 216.269 habitantes, 78% residentes em áreas urbanas e 22% em áreas rurais (COREDE, 2015).

O padrão de distribuição de terras na região é desigual, e sua economia é altamente dependente da produção de gado e arroz. Apesar de muitas propriedades terem mais de 1.000 hectares, estudos destacam a importância da agricultura familiar na região. Embora estejam dispersos em unidades produtivas com solos mais fracos e áreas de até 100 hectares, esses agricultores representam criadores de gado bovino na região com indicação de procedência da carne, necessitando de acesso a tecnologia e informações de mercado (COREDE, 2015).

Dessa forma, o estudo se concentra na Região do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, conforme definida pelo Conselho Regional de Desenvolvimento (COREDE), que engloba várias cidades. Adotando uma abordagem qualitativa, a pesquisa utiliza a revisão da literatura como procedimento metodológico principal. Para analisar o território em questão, foi adotada a perspectiva teórico-metodológica da CBST, na qual o território é considerado o produto oferecido.

Resultados e Discussão

Desenvolvimento territorial: a integração estratégica de turismo, gastronomia e indicação geográfica no Pampa Gaúcho

O processo de globalização auxiliou em muitos aspectos, mas nos empobreceu de nossa própria cultura. Fala-se em aldeia global, na qual todos estão conectados, com acesso fácil a qualquer tipo de informação e entretenimento, mas a cada "*click*" em direção a tecnologia e modernização, nos distanciamos um pouco da nossa própria essência. A radicalização não é o caminho, pois precisamos viver a globalização, todavia sem nos desapegarmos da nossa cultura, costumes e tradições.

Na alimentação, esse processo teve uma propagação com a industrialização dos alimentos, que ocasionou uma mudança na estrutura alimentar das famílias, perdendo a referência de seus alimentos, tidos como um símbolo. Estes alimentos símbolos variam de cultura para cultura dependendo da sua localização e disponibilidade. Normalmente, um alimento principal que se torna um recorte identitário daquele local (Schülter, 2003).

Alguns alimentos têm adquirido importância e notoriedade para um território, obtendo reconhecimento através das Indicações geográficas.

> Podemos dizer que a diferenciação de produtos e serviços com base na identidade e em especificidades locais, seja por meio do terroir, seja pelas Indicações Geográficas, é utilizada como estratégia de posicionamento e diferenciação num mercado cada vez mais competitivo. Assim, as ações direcionadas às IGs e ao turismo podem atuar de forma sinérgica, valorizando cultura, memórias e hábitos locais, num processo que se retroalimenta e promove o desenvolvimento da região (De Souza; Dolci, 2019, p.105).

Associado às questões culturais, o território do Pampa Gaúcho possui paisagens cênicas como o Parque das Guaritas, a Pedra do Segredo em Caçapava do Sul, o Rincão do Inferno, em Bagé, o parque eólico de Cerro Chato em Santana do Livramento, as Minas do Camaquã e o Parque das Guaritas, em Caçapava do Sul, este último considerado uma das Sete maravilhas do estado do RS. As paisagens têm despertado a atenção de fotógrafos, roteiristas e cinegrafistas, que utilizaram esse território no enredo de séries e filmes (Sarmento, 2019).

Dessa forma, percebe-se diversas potencialidades para o desenvolvimento do turismo. No intuito de agregar recursos específicos e genéricos para compor uma CBST. O quadro 1, apresenta os atrativos divulgados como turísticos dessa região, que podem ser agregados a outros nesta composição.

QUADRO 1 – Atrativos Turísticos da região do Pampa Gaúcho

Ambiental- Paisagístico	Histórico- Arquitetônico	Econômico-Produtivo	Sociocultural
Pôr do sol nos campos e serras da região do Pampa	Igreja Matriz de Bagé Igreja Auxiliadora, Bagé	Feiras agropecuárias centenárias	Riqueza étnica de povos de origem indígena, quilombola, espanhola, portuguesa e alemã
Pastagens naturais da região	Museu Dom Diogo de Souza, Bagé	Feovelha, Pinheiro Machado	Festivais musicais: Galponeira de Bagé, Ponche Verde da Canção, Dom Pedrito
Rio Camaquã, região Descida do Camaquã, região	Estância do Limoeiro, Bagé. Pousada do Sobrado, Bagé	Produção pecuária regional	Motobagé, Bagé Festival da Cerveja Artesanal, Bagé
Biodiversidade de fauna e flora da região	Casa de Cultura Pedro Wayne e Vila de Santa Tereza, Bagé	Haras de Puro Sangue Inglês, Aceguá	Festival Ovino e Vinho (Ovinoart), Santana do Livramento.
Rincão do Inferno, Bagé	Igreja Matriz de Lavras do Sul	Guatambú Estância do Vinho, Dom Pedrito	Carnalavras, Lavras do Sul
Festival de Balonismo, Aceguá	Forte Santa Tecla, Bagé. Museu da Gravura Brasileira, Bagé	Vinícola Peruzzo e Estância e Vinícola Paraizo, Bagé	Semana Farroupilha, todos os municípios da região.
Cerro Palomas, Santana do Livramento	Bairro Armour, Santana do Livramento	Cultivo da oliveira, diversos municípios da região	Festival Internacional de Música do Pampa, Bagé. Festival Internacional de Cinema de Fronteira, Bagé
Lago Batuva, Santana do Livramento	Cemitério Municipal de Bagé, Centro Administrativo de Bagé	Turismo de compras nos freeshops da região	Festival Binacional de Enogastronomia e Produtos do Pampa, Santana do Livramento
Parque Eólico de Santana do Livramento	Castelo de Assis Brasil em Pedra Alta	Carnes ovinas e bovinas diferenciadas	Rodeio Internacional do Herval
Observatórios para fauna e flora, distintos locais	Centro Cultural Casa de David Canabarro em Santana do Livramento	Indicação Geográfica - Carne do Pampa Gaúcho	Ponche Verde da Canção em Dom Pedrito
Prainha de Candiota	Cachoeira do Jaguarão-Chico, Cerro do Baú Cerro partido e Cerros do Herval	Indicação Geográfica – Vinhos da campanha	Feovelha, em Pinheiro Machado
	Lagoa da Margarida, Ponte do Império e Parque Aquático Sirnei Andrade Castro Sanga das carretas em Herval	Livramento Vinícola Miolo e Estância Artigas, Santana do Livramento	
		Artesanato e produtos típicos feitos em lã e couro	

Fonte: Adaptado de Sarmento (2019) pelas autoras (2025), com a inclusão de informações a partir dos sites das prefeituras municipais da região do Pampa Gaúcho.

Percebe-se, através do Quadro 1, que a região que compõem as cidades que fazem parte da IG da carne possuem atrativos que em sua grande parte são voltados à história, cultura e natureza. Existem possibilidades para a prática de ecoturismo, turismo rural e demais tipologias que proporcionem práticas ambientais em fazendas, vinícolas e parques.

Destaca-se a dificuldade na obtenção dos dados referentes aos atrativos e eventos realizados nos municípios em questão. Em grande parte, o site das prefeituras não divulga as informações ou as fazem de forma incompleta e não atualizada. Da mesma forma, o site da Secretaria de Turismo do Estado (SETUR) também não foi eficiente na descrição de informações sobre essas localidades, pois não informam os eventos realizados nos municípios, sendo necessária a busca destas informações em outros autores.

As informações da existência de lugares os quais já são divulgados como turísticos acenam a diversidade de recursos tanto ambiental paisagístico, histórico- arquitetônico, econômico-produtivo e Sociocultural para a composição de uma Cesta de bens e Serviços territoriais, mesmo necessitando de um maior aprofundamento na área em questão.

Além disso, no processo da pesquisa, percebeu-se que, embora a Região possua a IG da carne bovina e mais recentemente a IG de vinhos e espumantes, que seriam produtos chaves na composição de uma CBST, os atores dessa região não conseguiram realizar um trabalho conjunto, dificultando o alinhamento de ações por parte da governança na região.

Considerações Finais

Este estudo realizou um mapeamento das potencialidades da Região da Campanha, com base na abordagem da CBST, evidenciando que o território já conta com produtos reconhecidos por meio IG, o que poderia representar um importante instrumento para impulsionar seu desenvolvimento. No entanto, observa-se que, apesar do reconhecimento formal, essas indicações ainda não se consolidaram, na prática, como ativos estratégicos do território, carecendo de ações mais efetivas que as posicionem como diferenciais competitivos regionais.

Nesse contexto, destaca-se a necessidade de um aprofundamento na análise do sistema de governança local, a fim de compreender os fatores que têm limitado a projeção da carne bovina da Região da Campanha em âmbito nacional e internacional. Além da carne bovina e dos vinhos, outros produtos como carne ovina e azeite de oliva apresentam potencial para agregar valor à gastronomia local. Soma- se a isso o patrimônio histórico-cultural associado à figura do gaúcho, fortemente representado nos Centros de Tradições Gaúchas, que preservam práticas culturais como a culinária, as vestimentas, a arquitetura e a música tradicional.

A Região da Campanha, portanto, possui atributos que vão além da agricultura e da pecuária, configurando-se também como um território com fortes possibilidades para o turismo rural e gastronômico. Impulsionados pelas paisagens naturais e pela cultura campeira, esses segmentos têm potencial para reposicionar a região, especialmente quando articulados a produtos com IG. O fortalecimento da governança territorial e a sensibilização da comunidade e dos diversos atores locais são fundamentais para o aproveitamento estratégico desses recursos, viabilizando o uso sustentável dos bens e serviços territoriais.

Considera-se, por fim, que o espaço rural detém soluções endógenas para seus desafios econômicos. A adoção de uma nova abordagem territorial, ancorada nos recursos específicos e nas IG, pode fomentar uma oferta mais diversificada e competitiva, superando os limites dos modelos tradicionais de desenvolvimento territorial rural.

Referências

ANJOS, F. C dos.; DA SILVA, F. N. CALDAS, N. C. Indicações geográficas, capital social e desenvolvimento territorial **Redes** (St. Cruz Sul, Online), v.25, n.2, p. 721-743, maio-agosto, 2020. ISSN 1982-6745. DOI:https://doi.org/10.17058/redes.v25i2.9636

ASSOCIAÇÃO PAMPA GAUCHO DE TURISMO. APATURRS. In: https://apaturrs.org/regiao/ Acesso em 20 de novembro de 2023.

CAZELA, A. A; DE PAULA, L. G. N; MEDEIROS, M; TURNES, A. V. **A construção de um território de desenvolvimento rural**: recursos e ativos territoriais específicos.

Redes. Santa Cruz do Sul. V. 24, n 3, p. 49-74, set-dez, 2019.

CAZELLA, A.A; MEDEIROS, M.; DESCONZI, C; SCHNEIDER, S; DE PAULA, LGN. O enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais. In: **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional.** V.16, n.03, p.196-206, set-dez/2020.

CAZELLA, A. A., DORIGON, C.; PECQUEUR, B. (2022). Da economia de escala à especificação de recursos territoriais: introdução ao dossiê "Desenvolvimento Rural e a Cesta de Bens e Serviços Territoriais". Raízes: **Revista De Ciências Sociais E Econômicas**, v. 24, n 1, p.1–21, 2022. https://doi.org/10.37370/raizes.2022.v42.797

CAPELLESSO, A. J., GARLET PAGLIOZA, L., SLAVIERO, A., DAL RI HEINECK, A. C., PERIN, G. A identificação e ativação de recursos pelos atores: as sementes de uma Cesta de Bens e Serviços Territoriais em Anchieta (SC). **Raízes: Revista De Ciências Sociais e Econômicas**, v. 42, n. 1, 205–223, 2022. https://doi.org/10.37370/raizes.2022.v42.774

CERDAN, C. Valorização dos produtos de origem e do patrimônio dos territórios rurais no sul do Brasil: Contribuição para o desenvolvimento territorial sustentável. **Política & Sociedade**, n.14, p.277-299, 2009.

COLLARES, Bruno Bervign. **O perfil dos produtores associados à Alianza del Pastizal e o Programa de carne certificada como incentivo à conservação ambiental.** Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em extensão Rural, 2022.

COREDE. **Perfil socioeconômico COREDE Campanha**. 2015. Disponível em: https://planejamento.rs.gov.br/upload/arquivos/201512/15134128- 20151117100501perfis-regionais-2015-campanha.pdf. Acesso realizado em 20 de novembro de 2024.

DE SOUZA, Marcelino, DOLCI, Tissiane Schmidt. **Sinergias entre turismo e atividades agrícolas:** o exemplo do Enoturismo. In: Turismo Rural: fundamentos e reflexões. Porto Alegre: UFRGS, 2019. p. 99-117.

DESCONSI, C. A formação de agentes de desenvolvimento no enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais**. Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, v. 42, n. 1, p. 241– 258, 2022. https://doi.org/10.37370/raizes.2022.v42.783

DORIGON, C. A teoria dos sítios simbólicos de pertencimento e as interfaces com o enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais. **Raízes: Revista De Ciências Sociais E Econômicas**, v. 42, n. 1, p. 114–133, 2022. https://doi.org/10.37370/raizes.2022.v42.782

DULLIUS, P. R. Indicações Geográficas e Desenvolvimento Territorial - As experiências do Rio Grande do Sul. Santa Maria: UFSM – Programa de Pós- Graduação em Extensão Rural (Dissertação de Mestrado), 2009.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. In: https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/154231/1/Nosso-Pampa- Desconhecido-1.pdf Acesso em 22 de novembro de 2023.

FROEHLICH, J. M.; ROQUE, A. P. O Território Quarta Colônia sob o enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais: uma perspectiva histórica. **Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, v. 42, n1, p. 168–185, 2022. DOI: https://doi.org/10.37370/raizes.2022.v42.787

FROEHLICH, J. M.; DULLIUS, P. R., LOUZADA, J. A., MACIEL, C. A. A agricultura familiar e as experiências de Indicações Geográficas no Brasil meridional. Agrociencia (Montevideo). v. 14, p. 115- 125, 2010.

HALL, C. Michael; SHARPLES, Liz. T**he consumption of experiences or the Experience of consumption?**: an introduction to the tourism of taste. In: HALL, C. Michael et al. (edits.). Food tourism around the world. Amsterdam: Elsevier, 2003, p. 1-24.

HIRCZAK M; MOLLARD, A; RAMBONILAZA, M; PECQUEUR; VOLLET, D. From the basket of goods to a more general model of territorialized complex goods: concepts, analysis grid and questions. **Canadian Journal of Regional Science**, v. 31, n. 2, p. 241-260, 2008.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL.

MALAFAIA. C., BARCELLOS J. O. J., AGUIAR L. K., AZEVEDO, D. B., PINTOS M. **Gaúcho Pampa da Campanha Meridional**. Estudo de caso, 2007.

MELLO, C. I.; FROEHLICH, J. M. O bem que falta na cesta: o artesanato no território Quarta Colônia, RS. **Estudo, Sociedade e Agricultura**, v. 27, n 2, p. 282-306, 2019.

MILANO, M. Z.; CAZELLA, A. A. Da governança da indicação geográfica à governança da Cesta de Bens e Serviços

Territoriais: uma análise a partir da teoria dos comuns. **Revista Raízes de Ciências Sociais e Econômicas**, v. 42, n. 1, p. 74–92, 2022. https://doi.org/10.37370/raizes.2022.v42.773

MOLLARD, A. Qualité et développement territorial: une grille d'analyse théorique a partir de la rente. Économie Rurale, v. 263, n. 261, p. 16-34, 2001.

PECQUEUR, B. Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. Économie rurale, v. 261, n. 1, p. 37-49, 2001.

PECQUEUR, B. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do Sul. **Raízes de Ciências Sociais e Econômicas**, v. 24, n. 01 e 02, p. 10-22, 2005.

PECQUEUR, B. Qualidade e Desenvolvimento Territorial: a hipótese da cesta de bens e de serviços territorializados. **Eisforia**. v.?, n.? p. 135-154, 2009.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. Petrópolis: Vozes, 1982. 124 p.

SANTOS, R. J.; SEVERO, J. C. P.; SANT'ANNA, D.M. Pampa Gaúcho da Campanha Meridional: Indicação de Procedência. I Simpósio Internacional de Raças Nativas: Sustentabilidade e Propriedade Intelectual. Teresina. Piauí, 2015.

SARMENTO, M.B. Potencialidades da região do Pampa Gaúcho para o turismo rural. Ágora. Santa Cruz do Sul, v. 22, n. 2, p. 73-83, jul./dez. 2019 ISSN on-line: 1982-6737 DOI: 10.17058/agora.v21i2.13963

SIMON, Everton Luiz; ETGES, Virginia Elizabeta; MINASSI, Sarah Marroni. A Gastronomia Regional e o Turismo como Elementos Fortalecedores da Identidade Cultural Frente à Tensão entre o Global e o Regional. In: Cenário, Brasília, Vol. 03, 2015.

SCHÜLTER, R. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003

TURNES, V.; CAZELLA, A. A.; PECQUEUR, B.; GUZZATTI, T. C. Monitoramento de uma Cesta De Bens e Serviços Territoriais: a construção de um painel de indicadores. **Raízes: Revista de Ciências Sociais E Econômicas**, v. 42, n. 1, p. 224–240, 2022. https://doi.org/10.37370/raizes.2022.v42.784

VITROLLES, D.; CERDA, C.; BRUCH, K. L. Estudo de Caso: IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, IP Região do Cerrado Mineiro e IP Vale do Sinos. 2014.

OLHAR DOS TURISTAS EM RELAÇÃO AO OLIVOTURISMO

MORGANA SECCHI[1], MARCELINO DE SOUZA[2]

[1] Doutoranda em Agronegócios no Programa de Pós-Graduação em Agronegócios. Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
[2] Professor no Programa de Pós-Graduação em Agronegócios. Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Resumo: Os atrativos turísticos são a força que capturam o olhar do turista, estimulando o fluxo dos visitantes. Sendo assim, o objetivo dessa pesquisa foi compreender a visão dos turistas em relação a atividade do olivoturismo. Como procedimentos metodológicos, caracterizou-se como uma pesquisa qualitativa, descritiva e exploratória. A coleta de dados dessa pesquisa foi realizada por meio de constituição de uma *amostragem não probabilística através da amostra por conveniência* com entrevistas semiestruturadas direcionadas à 329 turistas, de forma *online*, sendo que o roteiro foi organizado e composto por 6 perguntas fechadas e 6 perguntas estruturadas na escala métrica de 5 pontos (grau de importância), também conhecida como escala *Likert*. Para analisar os dados coletados elegeu-se o *software Microsoft® Excel™* e para apresentação dos resultados, utilizou-se de gráficos. Os principais resultados da pesquisa mostraram que, a maioria das pessoas participam da atividade da olivicultura pelo seu trabalho, e que sua principal motivação em se envolver nessas atividades, estão o lazer e a gastronomia. Os participantes entendem que a atividade turística é de suma importância e que o aumento da demanda por azeite de oliva extra virgem é cada vez mais valorizado por seus benefícios à saúde, especialmente na dieta. Por fim, destaca-se um crescente interesse dos turistas por destinos alternativos que proporcionem tranquilidade e, ao mesmo tempo, experiências imersivas na natureza. Além disso, o Brasil possui grande potencial para o desenvolvimento do olivoturismo e a inovação também se apresenta como um fator crucial para a valorização dos destinos turísticos e desenvolvimento regional.

Palavras-chave: Olivicultura; Turismo rural; Experiência diferenciada.

Introdução

É essencial que as organizações inovem para obter sucesso nos mercados que atuam ou mesmo para se reinventarem e assim serem mais competitivas (SCHUMPETER, 1988). A inovação tem-se tornado fundamental em quase todos os setores, diante de consumidores mais atentos às movimentações do mercado, com maior acesso à informação e com uma ampla variedade de produtos e serviços para sua escolha, por isso, a mesma é vista pelas empresas como uma força renovadora (WANG et al., 2020).

Nessa perspectiva, um dos setores que se destacam é o mercado turístico, sendo reconhecido como uma atividade econômica e social, gerando empregos e impulsionando a produção de bens e serviços por meio da criação de novos empreendimentos (*ČEHIĆ; MESIĆ; OPLANIĆ, 2020)*. Os clientes que buscam por lazer, tendem a procurar novas formas e métodos que tornem o período que eles vão ficar no lugar escolhido o mais satisfatório possível (FAN; HSU; LIN, 2020). Molina-Collado et al., (2024) destacam sua importância como uma das principais atividades econômicas, enfatizando o aumento da competitividade e a necessidade de adotar novas estratégias para alcançar resultados ainda melhores.

Em meio às diferentes modalidades no âmbito do turismo, tem-se o turismo rural. A experiência do turismo rural está relacionada na busca de emoções e boas sensações em contextos rurais (KASTENHOLZ et al., 2014). As características típicas do meio rural, como a gastronomia, o patrimônio natural e cultural, os costumes, bem como a possibilidade de lazer e descanso têm atraído cada vez mais os habitantes das cidades (CUADRA et al., 2014). Segundo Elesbão (2005, p. 48), “o termo turismo rural é utilizado indistintamente para definir as atividades turísticas que se desenvolvem no espaço rural”.

Diante dos diversos serviços que o turismo rural oferece, emerge o olivoturismo (CUADRA et al., 2014), que surgiu na literatura nos últimos 20 anos (ČEHIĆ; MESIĆ; OPLANIĆ, 2020) e vem se tornando, aos poucos, uma atividade emergente. No Brasil a prática do olivoturismo também passou a ser realidade em alguns estados, como é o caso do Rio Grande do Sul (RS) o qual iniciou seu desenvolvimento a partir do cultivo de oliveiras no ano de 1948, sendo que a expansão da atividade fomentou a criação do Serviço Oleícola pela Secretaria da Agricultura do Estado, com a finalidade de incentivar e orientar a pesquisa e o cultivo (EMATER-RS, 2022). Desde então, o Estado iniciou um contínuo trabalho direcionado ao crescimento do setor e o cultivo foi espalhado para os municípios de Caçapava do Sul, de Pinheiro Machado, de Santana do Livramento, entre outros, conforme informou a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Rio Grande do Sul (EMATER-RS, 2022).

Destacam-se que, os atrativos turísticos são a força que capturam o olhar do turista, estimulando o fluxo dos visitantes (DOLCI, 2021). Sendo assim, o objetivo dessa pesquisa foi compreender a visão dos turistas em relação a atividade do olivoturismo. Justifica-se a escolha, pois o turismo olivícola surge como um tipo específico de turismo rural ligado à agricultura, à cultura e à produção de azeite (PATO, 2024) e essa prática tem despertado crescente interesse entre os turistas, sendo vista como um serviço complementar para outros recursos e atrativos turísticos (MURGADO-ARMENTEROS; PARRILLA-GONZÁLEZ; MEDINA-VIRUEL, 2021).

No tópico a seguir será apresentado o referencial teórico que foi utilizado neste artigo.

Referencial Teórico

Experiência turística

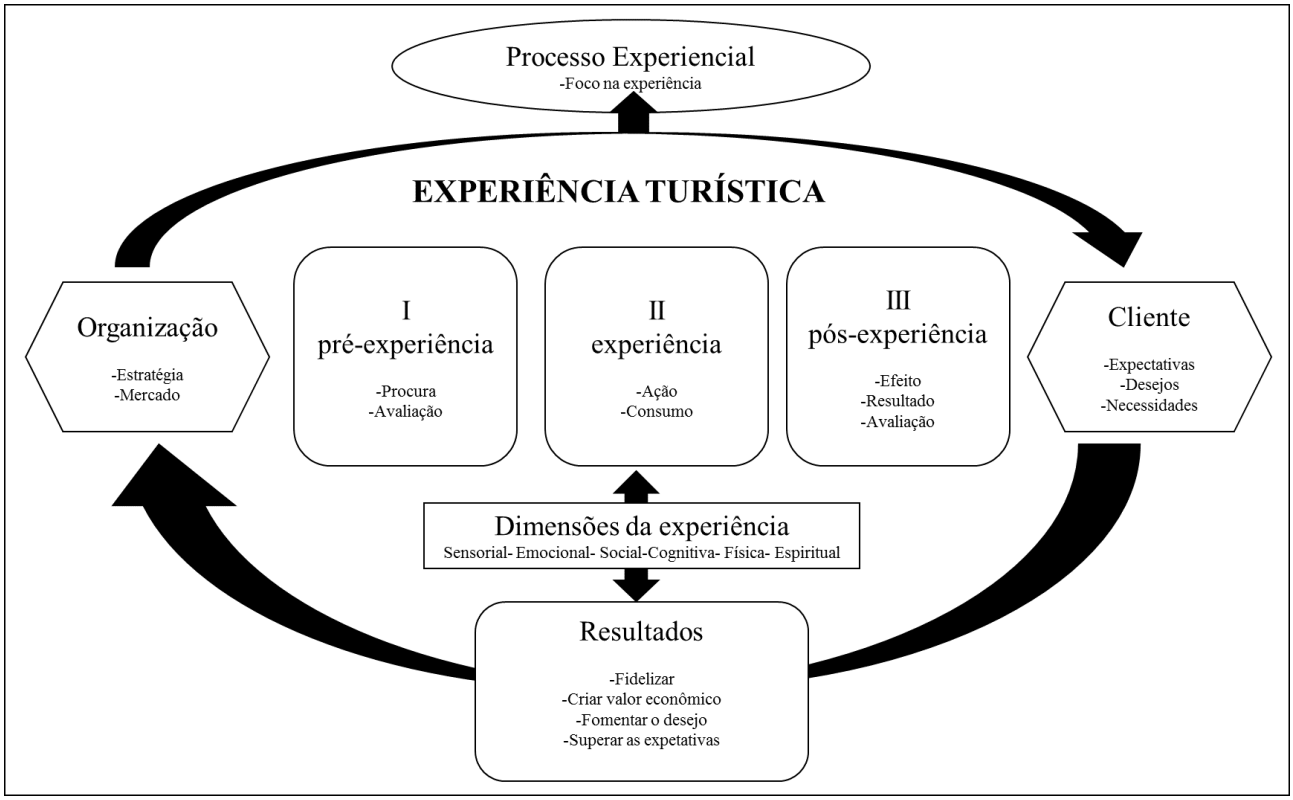
Silva e Bezerra (2016) destacam a importância da experiência devido à sua componente memorável, uma vez que, é através da experiência que o turista transforma um momento numa vivência inesquecível e memorável. Dessa forma, experiências memoráveis tendem a ser mais vezes revividas, recordadas e revisitadas, atendendo que são associadas a momentos satisfatórios, estados de fluxo e processos emocionais positivos (MOLINA-COLLADO et al., 2024). Deste modo, a experiência turística desempenha um papel determinante na satisfação e na manifestação das preferências do turista e, por outro lado, na qualidade, na competitividade e na sustentabilidade dos destinos turísticos (TUNG et al., 2017).

Neste sentido, o processo experiencial (Figura 1) comporta sempre um emissor, um receptor e uma mensagem. O emissor (organização), receptor (cliente) e a mensagem (relação que se estabelece, ou seja, a experiência vivida).

Percebe-se na figura 1, que o processo experiencial ocorre durante três etapas: (I) pré-experiência (nessa etapa o turista procura o produto/serviço, avalia o mesmo e compara com experiências anteriores); (II) experiência (é a ação, criação ou cocriação da experiência e a utilização da mesma); (III) pós-experiência (contraste entre os efeitos e resultados esperados e obtidos). O turista é quem usufrui da experiência e, em alguns casos, também com um papel de cocriação da sua experiência, ou seja, com uma participação ativa no processo experiencial. O turista visa, fundamentalmente, a satisfação das suas expetativas, desejos e necessidades (MOLINA-COLLADO et al., 2024).

A experiência do consumidor, associada às respostas cognitivas, afetivas, emocionais, sociais e físicas ao serviço, constitui uma oportunidade para criar vantagens competitivas dinâmicas (WANG; LUO; TAI, 2017). Serviços experienciais são aqueles em que o foco está na experiência do cliente ao interagir com a organização, podem ser considerados uma viagem ou um filme que é composto por várias cenas onde o serviço é o protagonista e que impacta cada um dos sentidos (SILVA; MARQUES, 2017). Um alto grau de integração do consumidor significa uma mudança de inovação no atendimento ao cliente, implicando uma atitude proativa para além dos métodos tradicionais que não conseguem captar necessidades latentes, com elevado potencial de diferenciação, por parte dos consumidores (MOLINA-COLLADO et al., 2024).

Figura 1: Modelo relacional da experiência turística.



Fonte: Elaborado pelos autores (2024), com base em Adhikari e Bhattacharya (2016).

Percebe-se que, a inovação de serviços tem por definição um caráter multidimensional e a atividade turística pode ser caracterizada como um serviço, sendo o desenvolvimento da inovação, crucial para o crescimento das empresas nesse setor. Esse tipo de inovação tem um impacto positivo na escolha dos clientes, podendo resultar no aumento da receita da empresa, pois os consumidores possuem cada vez mais desejos e procuram por alternativas inovadoras. Então, neste artigo foi utilizado a abordagem orientada aos serviços e o modelo proposto por Hertog e Bilderbeek (1999), o qual baseia-se num conjunto de dimensões humanas e organizacionais.

E, para dar continuidade à discussão desse artigo, o termo cocriação será objeto de nossa próxima discussão.

A abordagem da cocriação

A cocriação tem raízes no campo da inovação (TAJVIDI et al., 2020). O conceito de cocriação tem sido estudado por vários autores Prahalad e Ramaswamy (2004), Chesbrough (2007), Payne, Storbacka e Frow (2008) têm demonstrado a preocupação na criação de valor de produtos e serviços pela interação entre as organizações e seus consumidores, ou seja, a cocriação de valor. Para estes autores a cocriação vai além das estratégias centradas no consumidor e nas comunidades virtuais, ao considerar o cliente como o parceiro mais precioso no momento de inovar (WANG; LUO; TAI, 2017).

O conceito de cocriação, definido por Prahalad e Ramaswamy (2004), elimina a atitude centrada no produto. Com isso, surge uma nova ideia da criação de valor, ou seja, se ultrapassa a fase do processo para a interação; a fase do produto/serviço para as experiências; a etapa da tecnologia para ambientes colaborativos (on-line e off-line); a etapa do colaborador para indivíduo/ comunidade e, finalmente a etapa de stakeholders para o indivíduo. Diante de uma realidade na qual o consumidor deixou de ser um ator passivo e agora, muito mais informado e empoderado, este último passou a ter papel de fundamental no mercado e, neste sentido, o termo cocriação de valor vem ganhando espaço nas discussões (SCARTON, 2016).

A cocriação é uma poderosa abordagem para a inovação aberta, podendo produzir impactos positivos na performance organizacional e capaz de gerar modelos inovadores de distribuição e comercialização (SJÖDIN et al., 2020). Assim, a grande oferta e facilidade de acesso a novos produtos e serviços tem exigido das firmas,

novas estratégias que levem ao aumento da lealdade e satisfação do cliente. O foco tradicional no aumento da eficiência interna das firmas tem se direcionado às interações e trocas mútuas com o consumidor e, portanto, para as competências do mesmo. Para tanto, uma das formas de conseguir a cocriação é através da lógica dominante de serviço (lógica S-D) que defende que a cocriação está sobre a criação conjunta de valor, pela empresa e pelo cliente (LEAL; CASAIS; PROENÇA, 2022).

A lógica S-D (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2004) surge como perspectiva alternativa para a cocriação de valor de forma colaborativa e interativa entre a firma e o cliente, na busca por vantagem competitiva na nova economia. As empresas só podem prestar serviços como proposições de valor que se tornam uma contribuição para a realização de valor, logo a realização do valor depende da participação dos clientes no processo de serviço. Os beneficiários (ou seja, os clientes) determinam se o valor é realmente gerado, tornando-o específico do beneficiário (NADEEM et al., 2019).

Esta lógica foi construída com base na premissa de que o serviço constitui o fundamento da criação de valor, através do qual os clientes estão intensamente envolvidos em todas as etapas do processo de criação de valor. No cerne da lógica SD a cocriação é definida como a produção conjunta de valor, tanto para clientes como para empresas, através de um processo interativo. As interações de alta qualidade permitem a um cliente individual cocriar experiências únicas com a empresa e são a chave para desbloquear novas fontes de vantagem competitiva (PAYNE; STORBACKA; FROW, 2008).

Para um melhor entendimento deste termo apresenta-se no Quadro 1, a partir da síntese das ideias de Prahalad e Ramaswamy (2004), um comparativo do que pode ou não ser considerado cocriação.

Quadro 1: O que é ou não cocriação.

O que é Cocriação	O que não é Cocriação
Criação conjunta de valor pela empresa e pelo cliente. Não é a empresa tentar agradar o cliente;	Foco no Cliente;
	Cliente é o “Rei” ou Cliente “tem sempre razão”.
Permitir ao cliente co-construir a experiência do serviço para se adequar ao seu contexto;	Entregar um bom serviço ao cliente ou encaminhar o cliente com um serviço de atendimento generoso.
Definição conjunta do problema e da solução.	Personalização em massa de ofertas que se adequam à cadeia de suprimentos da indústria.
Criar um ambiente de experiência em que os consumidores possam ter um diálogo ativo e co-construir experiências personalizadas. O produto pode ser o mesmo, mas os clientes podem construir experiências diferentes.	Transferência de atividades da empresa para o cliente como serviços “self-service”.
Cliente como gerente de produto ou co-design de produtos e serviços.	Experiência de um.
Experimentar o negócio com os consumidores em tempo real.	Variedade de produtos.
Diálogo contínuo.	Segmento de um.
Co-construção de experiências personalizadas.	Pesquisa de marketing meticulosa.
Ambientes de experiências inovadores para novas experiências de cocriação.	Experiências encenadas.
	Inovação do lado da demanda para novos produtos e serviços.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024), a partir de Prahalad e Ramaswamy (2004).

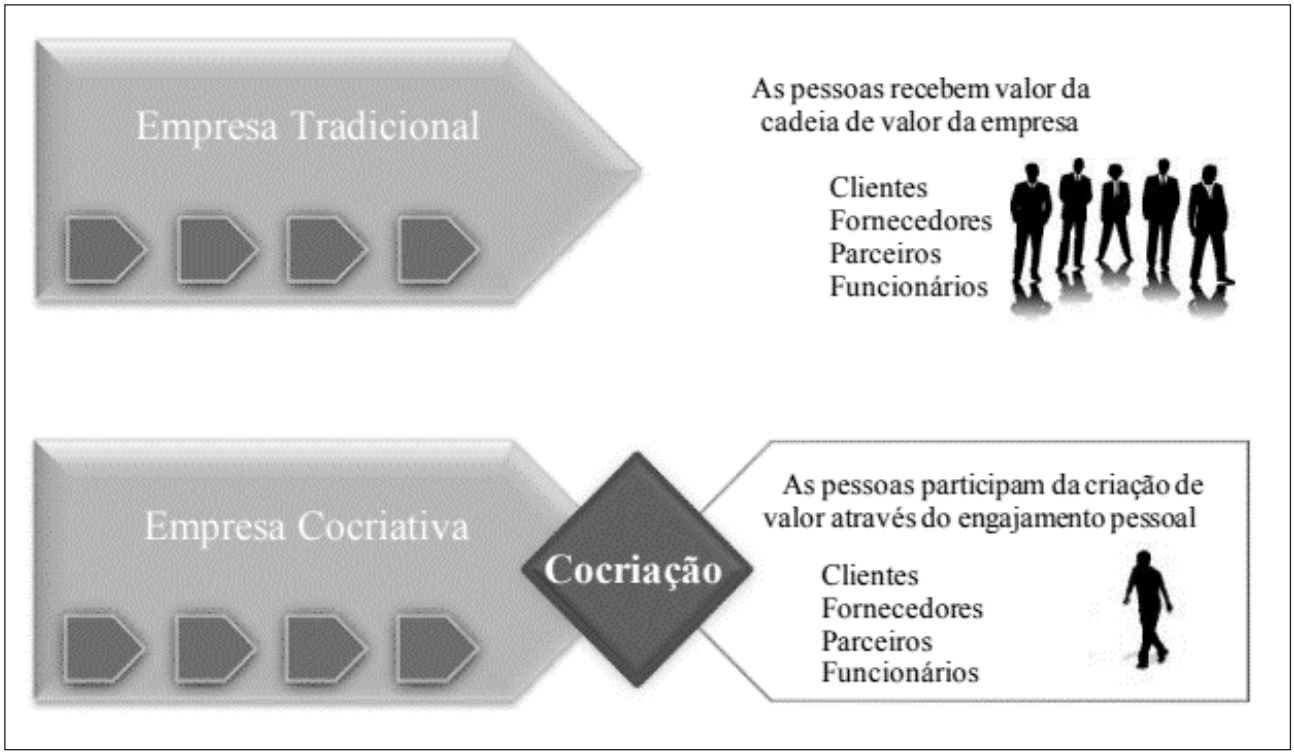
Através da cocriação, fica muito mais fácil compreender o que o cliente deseja e, principalmente, entregar um resultado mais completo e totalmente alinhado às suas necessidades. Na cocriação ocorre o envolvimento e a participação do cliente na customização do produto ou serviço, o que requer colaboração dos mesmos com a finalidade de inovar. Assim, o processo de cocriação afasta-se da visão centrada na empresa sobre a orientação do cliente e enfatiza a interação dele, ou seja, desenvolve-se um produto mais personalizado e adequado.

O consumidor assume um papel cada vez mais ativo dentro das empresas, ou seja, com essa mudança o cliente começa a participar mais intensamente das atividades da empresa, seja no desenvolvimento de novos produtos, na recuperação de serviços, em trocas de experiências e na própria execução do serviço. A cocriação indica uma atuação ativa do consumidor junto à empresa no processo de criação e entrega de valor (LUSCH; VARGO; O'BRIEN, 2007).

A cocriação vai além da personalização de produtos e serviços para atender às necessidades dos clientes, existindo uma clara diferença entre "cocriação" e "customização" a qual está no grau de envolvimento do cliente, pois o cliente desempenha um papel menos ativo na personalização do que na cocriação (KRISTENSSON; MATTHING; JOHANSSON, 2008). Deve-se notar que o componente experiencial do produto é essencial para que o seu valor real seja realizado. Por isso, o compromisso e a experiência do cliente durante o processo de desenvolvimento é um componente essencial para que o valor real do produto seja realizado (GRÖNROOS; VOIMA, 2013).

Logo, identificar e atender às necessidades dos clientes vai além de fornecer os serviços que são definidos pela empresa. Isso envolve "cocriação", o que permite que as empresas criem valor agregado para o cliente. Ou seja, envolve a identificação do "valor exclusivo criado" em relação à "experiência contextual" do cliente durante a produção de produtos ou serviços. O envolvimento e a inclusão do consumidor nos processos de desenvolvimento, que não acaba na linha de produção, possibilitam que as contribuições destes clientes possam ser aplicadas ao produto que será comercializado, possibilitando alcances maiores em satisfação (LUSCH; VARGO; O'BRIEN, 2007). Uma transformação da relação entre os consumidores e as empresas começa a modificar o mercado. Segundo o que afirmam Prahalad e Ramaswamy (2004) a cocriação estimula o mercado para um diálogo entre o consumidor, a empresa, as comunidades de consumo e as redes de empresas (Figura 2).

Figura 2: Empresa cocriativa.



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Prahalad e Ramaswamy (2004).

A cocriação pode ser implantada gradativamente nas organizações, ou seja, em um primeiro momento as organizações podem fazer ensaios quanto às experiências e interações com os indivíduos, para depois começar a tomar ações mais ousadas e inovadoras. Então, por ser um termo que trata de um conceito abrangente (RANJAN; READ, 2016) o mesmo está sendo estudado em diferentes contextos (PERA; ICCHIOCUPO;

CLARKE, 2016), por exemplo, como sendo a inovação aberta (ANTIKAINEN; MAKIPAA; AHONEN, 2010) e o turismo (JOHNSON; NEUHOFER, 2017; BUSSER; SHULGA, 2019). Neste segmento do turismo, a cocriação de valor é estudada fundamentalmente em relação ao envolvimento ativo dos turistas com os prestadores de serviços, desde a concepção dos serviços até o consumo (MENG; CUI, 2020).

Focando no turismo, o qual faz parte da discussão desse artigo, Carvalho (2013) destaca que é importante que os agentes locais institucionais (oferta) identifiquem os recursos criativos e selecionem estratégias adequadas com o intuito de responder às necessidades dos turistas. A cocriação no setor turístico vai explorar o envolvimento intenso dos consumidores, fazendo ouvir as suas ideias e as suas propostas. E, com isso, as empresas vão obter feedback sobre suas experiências, criando uma excelente fonte de vantagem competitiva em relação à concorrência, além de ser uma ferramenta de marketing para as organizações (CASTILLO; CRUZ, 2022).

Na literatura, algumas pesquisas sobre cocriação no turismo tem recebido ênfase em analisar o processo pelo qual os parceiros cocriam (CABIDDU; LUI; PICOLI, 2013), estabelecer a relação cliente-a-cliente (RIHOVA et al., 2015), os principais antecedentes e consequências da experiência de cocriação (BUONINCONTRI, 2017), assim como as maneiras pelas quais os consumidores estão se tornando cada vez mais envolvidos (SUNTIKUL; JACHNA, 2016). Ainda, a cocriação por meio de interações sociais (REICHENBERGER, 2017), as experiências gastronômicas (RACHÃO et al., 2021), e também o compartilhamento de experiências em mídias sociais e plataformas online (JOHNSON; NEUHOFER, 2017).

Com isso, percebe-se que o termo cocriação é utilizado em diferentes perspectivas no turismo. Logo, vender experiências pode ser a solução, já que as experiências podem "manter" as pessoas. Ainda mais no setor do turismo, onde os turistas são especialistas em suas próprias experiências e possuem conhecimento de como melhorá-las, uma vez que a cocriação no turismo resulta na interação de um indivíduo em um local, horário e num contexto específico. Assim, criar e fornecer experiências, pode ser vista como uma alternativa estratégica das empresas sobreviverem nesse mercado que é cada vez mais competitivo.

Então, cabem às organizações estarem em constantes mudanças para proporcionarem experiências cada vez mais personalizadas aos consumidores. E, para responder às necessidades do cliente de forma adequada e atingir assim um nível de satisfação elevado, as empresas estão adotando o processo de cocriação. Pois, esse processo proporciona experiências memoráveis e um feedback positivo fornecido por um cliente satisfeito pode incentivar outros consumidores em potencial. A interação entre os clientes pode promover retornos tangíveis à marca e gerar respostas emocionais no consumidor criando uma maior propensão para a repetição do consumo de um serviço e ainda é capaz de aumentar a intenção de compra de outra pessoa.

Lusch, Vargo e O'Brien (2007), destacam seis fatores chaves que condicionam as contribuições do cliente no processo de cocriação, a fim de desenvolver estratégias de serviço inovadoras.

Experiência: Um indivíduo é mais propenso a participar em coprodução se ele/ela tiver a experiência necessária (ou seja, recursos operantes). Exemplo: clínicas do tipo "faça você mesmo" (DIY) para ensinar essas habilidades às pessoas.

Controle: A coprodução é mais comum quando uma pessoa deseja exercer controle sobre o processo ou o resultado do serviço. Por exemplo, muitas famílias estão praticando a educação domiciliar de seus filhos porque desejam ter mais controle sobre o processo e os resultados educacionais, oferecendo uma oportunidade para as empresas fornecerem as necessidades para concluir essas atividades, como software educacional.

Capital físico: A coprodução é mais provável se a parte tiver o capital físico necessário. Por exemplo, para reparos de automóveis ou residências, isso pode envolver ferramentas necessárias, espaço ou ambos. Varejistas como Taylor Rental ou U-Haul podem fornecer parte do capital físico necessário.

Assumir riscos: A coprodução envolve correr riscos físicos, psicológicos e/ou sociais. Isso não significa que os riscos são necessariamente aumentados com a coprodução, pois a coprodução também pode reduzir os riscos. Por exemplo, a maioria dos medicamentos ocidentais usam uma lógica de bens dominantes onde o paciente é alguém que é passivo e algo é feito para ele ou ela para curá-lo. No entanto, se a pessoa se envolver no gerenciamento de sua saúde e bem-estar, os riscos de problemas de saúde podem diminuir.

Benefícios psíquicos: Uma das principais razões pelas quais as pessoas se envolvem na coprodução é o puro prazer (benefícios psíquicos/experimentais). Atividades como jardinagem doméstica, culinária gourmet, treinamento físico pessoal, educação ou aprendizado de uma nova habilidade são todas atividades de serviço intenso e estão envolvidas em benefícios psíquicos. Por exemplo, a Build-A-Bear é um varejista que permite que os clientes construam um bichinho de pelúcia personalizado, o que se torna uma experiência gratificante.

Benefícios econômicos/tempo: Eles desempenham um papel central na coprodução. Muitas pessoas participam da coprodução porque é um bom uso de seu tempo. Na verdade, pode-se argumentar que a ascensão do varejo de autoatendimento, de postos de gasolina a comerciantes de massa, é impulsionada principalmente pelos benefícios econômicos. É importante ressaltar que o valor criado por meio da coprodução é isento de impostos.

Os seis fatores anteriores tratam não apenas das motivações por trás do desejo do cliente de se envolver na coprodução, mas também podem ser usados para ajudar a determinar o quanto o cliente deseja fazer parte das operações de serviço (LUSCH; VARGO; O'BRIEN, 2007). Percebe-se que, o cliente acaba contribuindo para algum aspecto no processo da cocriação e sua motivação pode ser relacionada de diferentes maneiras, pois o desejo de fazer é o contrário de apenas ver. A participação ativa em atividades de experiência e as interações com outras pessoas é um influenciador da memorização e contribuem significativamente para a cocriação, sendo que, a fidelização do cliente pode emergir da satisfação na cocriação da experiência.

Portanto, o termo cocriação tem diferentes abordagens e possui raízes no campo da inovação. A cocriação pode produzir impactos positivos para os setores econômicos que o utiliza, assim como para o turismo. Logo, a cocriação é resultado da confiança mútua por meio da cooperação e da colaboração. Para uma experiência turística positiva, é importante explorar o envolvimento dos clientes, oferecer experiências únicas e memoráveis, criando assim uma fonte de vantagem competitiva (PAES; LADEIRA; LAROCCA, 2020).

Dando continuidade à apresentação a próxima seção apresentará os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa para a elaboração deste artigo.

Procedimentos Metodológicos

O estudo quanto à abordagem do problema, caracterizou-se como uma pesquisa qualitativa (YIN, 2016). Classificou-se o estudo como uma pesquisa descritiva e exploratória, devido às características adotadas para realização da pesquisa (GIL, 2001; TRIVIÑOS, 1992). O pesquisador optou por uma amostragem não probabilística através da amostra por conveniência. Esse método usa o critério do pesquisador, sendo que é ele que vai selecionar uma amostra. Esta técnica é muito comum e consiste em selecionar uma amostra da população que seja acessível. Ou seja, os indivíduos que participaram desta pesquisa foram escolhidos porque eles estavam prontamente disponíveis, não porque eles foram selecionados por meio de um critério estatístico (MATTAR, 1996).

A coleta de dados foi realizada de forma online, através da plataforma google forms. O questionário foi composto com 6 perguntas fechadas e 6 perguntas estruturadas na escala métrica de 5 pontos (grau de importância), também conhecida como escala Likert, qual varia de (1) nada importante; (2) pouco importante; (3) importante; (4) muito importante e (5) bastante importante. De acordo com Appolinário (2007, p. 81), a escala de Likert pode ser definida como um "tipo de escala de atitude na qual o respondente indica seu grau de concordância ou discordância em relação a determinado objeto". Aguiar; Correia e Campos, (2011) conceituam a escala de Likert em uma série de perguntas formuladas sobre o pesquisado, onde os respondentes escolhem uma dentre várias opções, normalmente cinco. Uma escala tipo Likert é constituída por questões que o respondente além de concordar ou não, apresenta o grau de intensidade das respostas (CUNHA, 2007).

As informações sobre os turistas (nome, telefone, e-mail), foram obtidas através de uma base de dados de informações iniciais que foram facilitadas por oito empresas que trabalham com olivoturismo no Estado do Rio Grande do Sul. O critério de escolha dessas empresas foram: (i) oferecimento da atividade de olivoturismo; (ii) interesse em disponibilizar as informações. Logo, obteve-se uma listagem de 1.490 potenciais respondentes.

Dessa forma, foi disponibilizado via e-mail e pelo WhatsApp, um link com o questionário, ficando disponível no período de 1 de junho de 2024 a 10 de janeiro de 2025, totalizando 329 respondentes, representando 22% do total.

Ressalta-se que, após essas informações serem coletadas realizou-se a triangulação dos dados dessas entrevistas (confirmação das pessoas através de documentos disponibilizados pelas empresas participantes, análises dos sites, relatórios e imagens disponibilizadas de forma pública) para garantir a veracidade dessa coleta. Ainda, menciona-se que, a etapa que ocorreu de forma (online) foi escolhida para que se conseguisse alcançar alguns participantes globalmente. Além disso, utilizou-se o software Microsoft® Excel™ para apresentação dos resultados, através de obtenção de gráficos. Essas ferramentas e procedimentos auxiliaram na interpretação das informações obtidas na coleta de dados, proporcionando maior confiabilidade aos dados.

Na próxima seção deste artigo apresentamos os resultados da pesquisa.

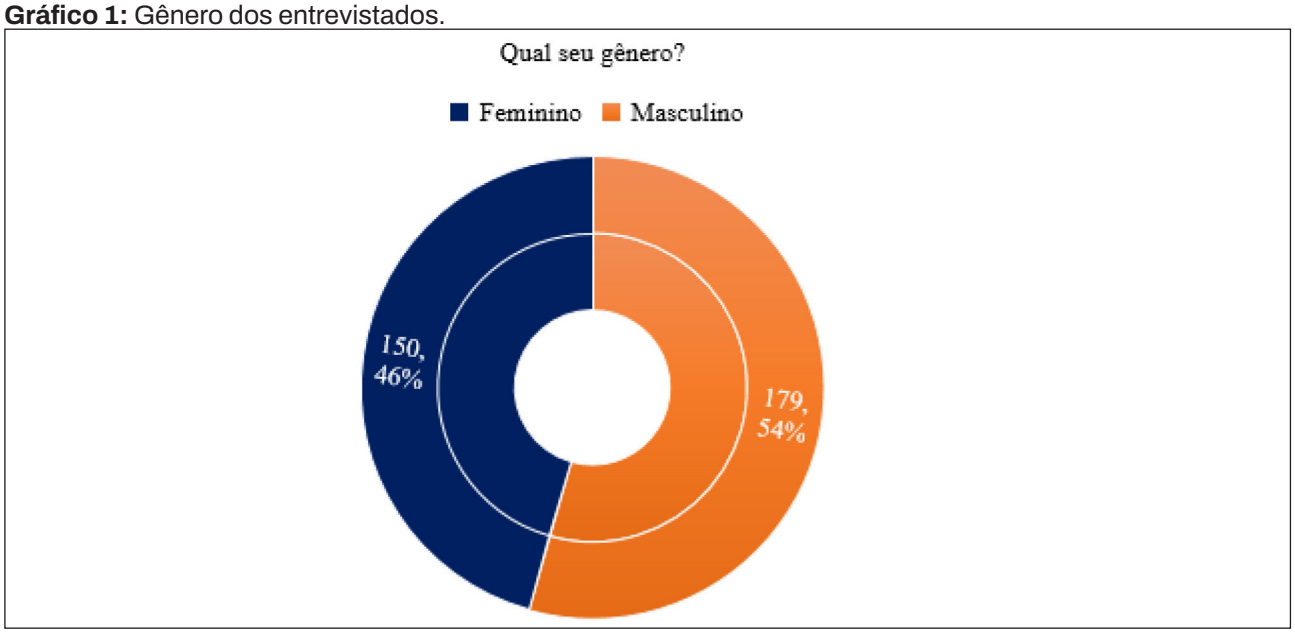
Resultados e Discussão

Conforme foi mencionado anteriormente, a aplicação do questionário com os turistas resultou na obtenção de 329 respondentes. Os participantes foram questionados em relação aos fatores chaves que condicionam as contribuições dos turistas no processo de cocriação, de acordo com Lusch, Vargo e O'Brien (2007), sendo que ambas as respostas serão apresentadas a seguir.

Inicialmente, apresentaremos algumas informações sobre o perfil dos participantes dessa etapa, cujas respostas estão expostas nos Gráficos 1, 2 e 3.

No gráfico 1, apresenta-se o gênero dos respondentes, ou seja, percebe-se que 150 entrevistados declararam sexo biológico feminino, representado 46% e 179 entrevistados declararam pertencer ao sexo biológico masculino, ou seja, 54%.

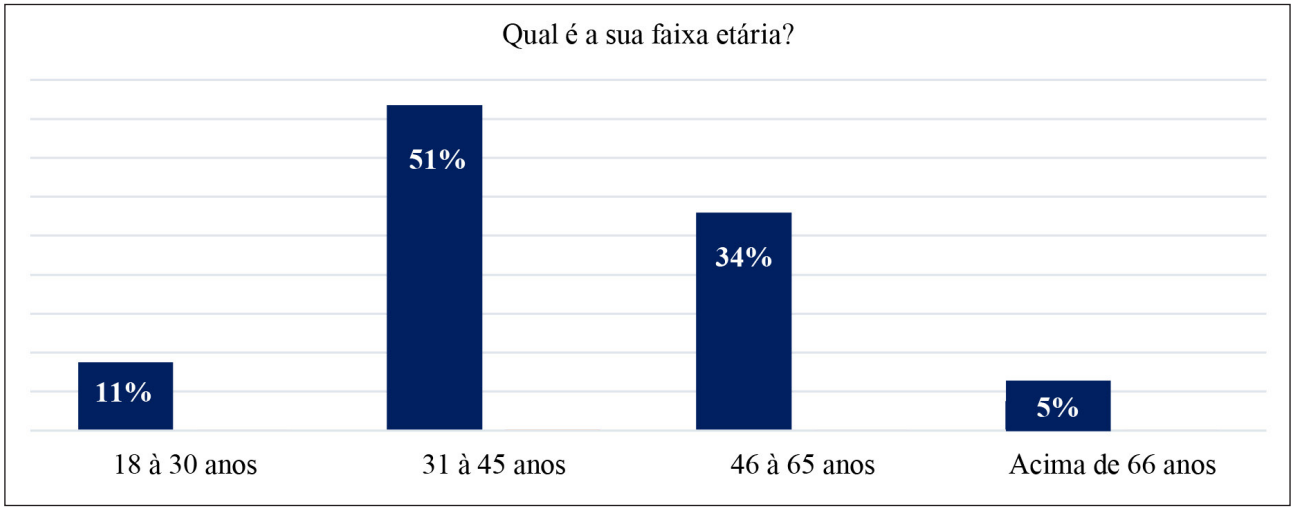
Gráfico 1: Gênero dos entrevistados.



Fonte: Elaborado pelos autores com base na coleta de dados da pesquisa (2024-2025).

A segunda pergunta estava relacionada à faixa etária. O gráfico 2 apresenta as respostas obtidas junto aos respondentes em relação a este quesito.

Gráfico 2: Faixa etária dos respondentes.

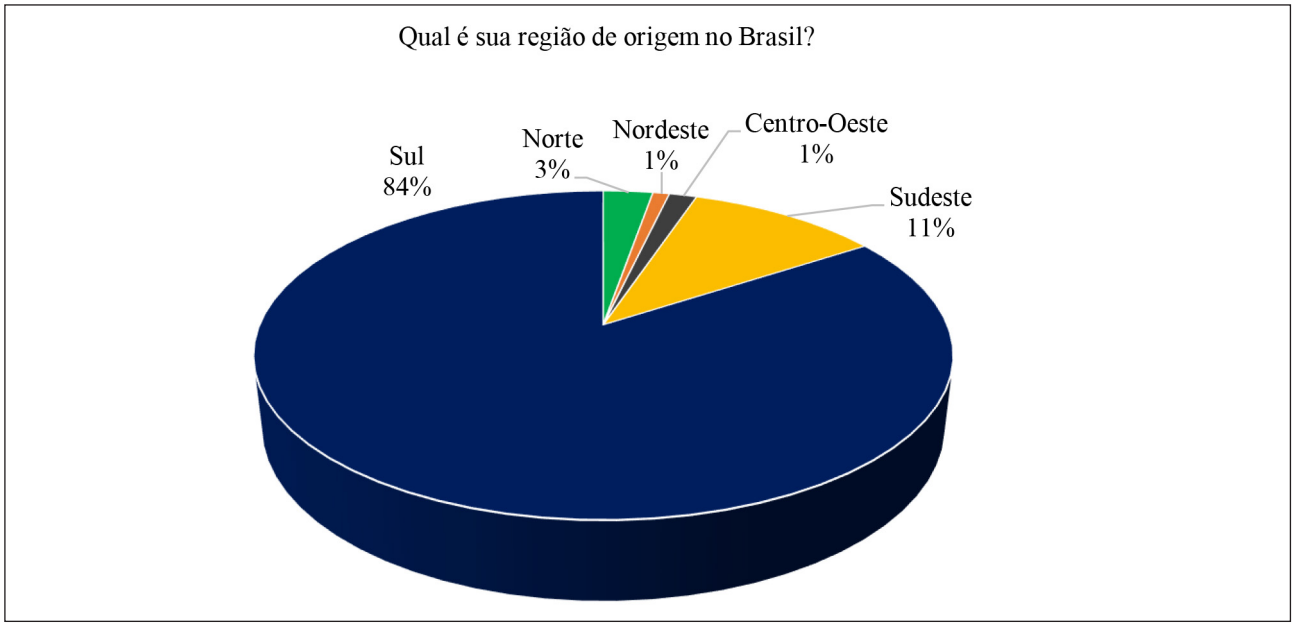


Fonte: Elaborado pelos autores, com base na coleta de dados da pesquisa (2024-2025).

Percebe-se através das informações contidas no Gráfico 2, que dos 329 participantes, 35 deles possuem faixa etária compreendida entre 18 à 30 anos, representando 11%. As 167 pessoas que atingiram a maior porcentagem (51 %) estão entre as pessoas com faixa etária compreendida entre 31 à 45 anos. Em seguida, 112 respondentes possuem uma faixa etária entre 46 à 65 anos, ou seja, 34%. E, por fim 15 pessoas declararam pertencer a faixa etária acima de 66 anos, representado 5% do total dos participantes. Aqui poderias afirmar se a população pesquisada é jovem, adulta ou idosa.

O gráfico 3, mostra a região pertencente dos participantes da pesquisa.

Gráfico 3: Região de origem dos respondentes.



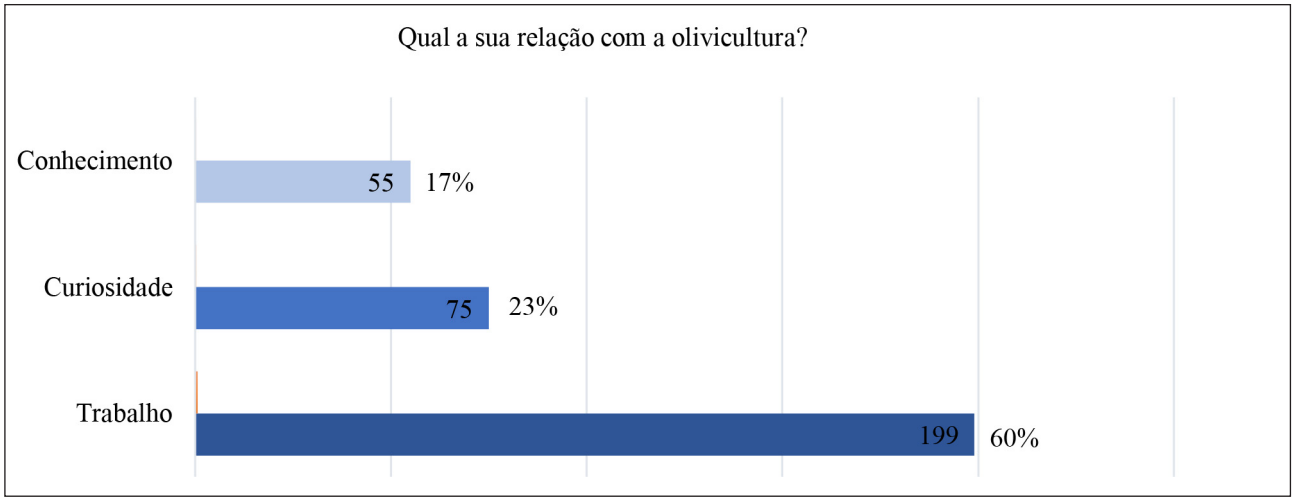
Fonte: Elaborado pelos autores, com base na coleta de dados da pesquisa (2024-2025).

Através das informações contidas no gráfico 3, nota-se que, a maioria dos respondentes (277 pessoas) são da região Sul do Brasil, que envolve três Estados: Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina, o que representa 84% do total. Esse fator está relacionado ao fato de a pesquisa ter sido realizada na região Sul do Brasil e estes estados estarem mais próximos para deslocamento. Já, a região Sudeste teve (35 pessoas) e ela é representada por quatro Estados: Espirito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo, representando

11%. A região Centro-Oeste teve cinco representantes, ou seja, 2% do total dos participantes são dos Estados: Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. A região Norte é composta por sete Estados: Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins, sendo que, nove dos respondentes são dessa região, representando 3%. E, por fim temos a região nordeste (3 pessoas) que envolve nove Estados: Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe, representando 1% do total dos participantes. Ou seja, os turistas possuem majoritariamente origem regional provavelmente dada a facilidade e ou proximidade de deslocamento para chegar até os empreendimentos de olivoturismo.

Na sequência, os respondentes foram questionados sobre a sua relação com a olivicultura, sendo que as respostas obtidas estão expostas no Gráfico 4.

Gráfico 4: Relação com a atividade de olivicultura.



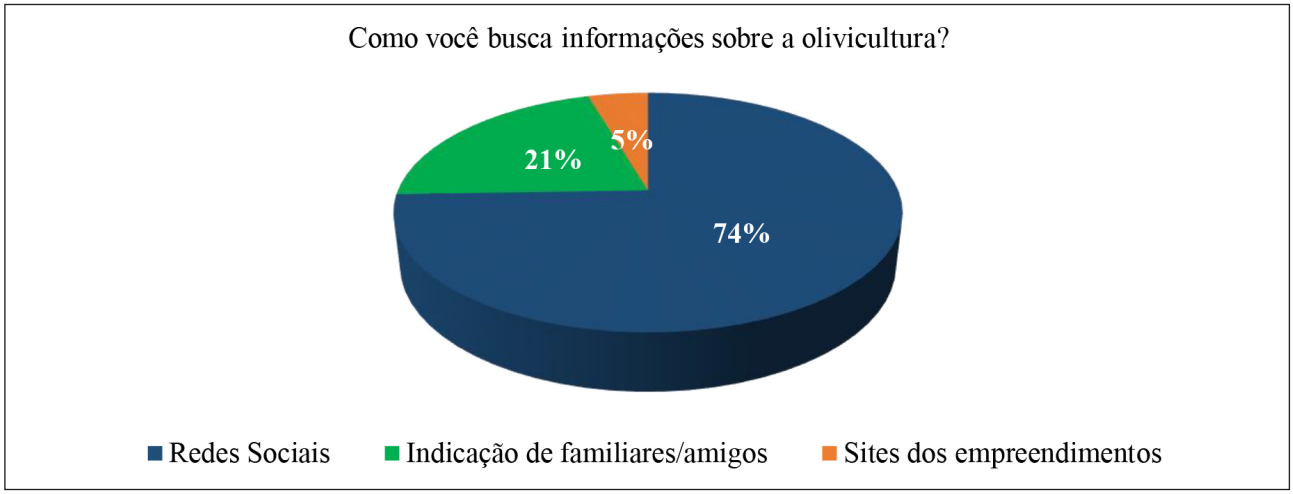
Fonte: Elaborado pelos autores com base na coleta de dados da pesquisa (2024-2025).

No Gráfico 4 fica evidenciado que a maioria das pessoas (199) participam da atividade da olivicultura pelo seu trabalho, representando 60% do total. Esta informação encontra-se de acordo com o Instituto Brasileiro de Olivicultura- Ibraoliva (2022), o qual ressalta que a maioria dos envolvidos nessa atividade estão pelo trabalho. Logo em seguida, 75 pessoas responderam que participam da atividade por curiosidade, ou seja, 23%. Conforme os autores Saueressig, Pinto, Schultz (2019), os mesmos destacam que muitas pessoas se envolvem na olivicultura por curiosidade e acabam se apaixonando pela cultura da oliveira e pela produção de azeite. Isso pode estar relacionado por vários motivos como, por exemplo, o fascínio pela tradição, interesse gastronômico, sustentabilidade, agricultura orgânica, estilo de vida ou até mesmo pela conexão com a natureza.

E, por fim, destacou-se que, 55 pessoas participam da atividade de olivicultura para agregar mais conhecimento sobre a temática, representando 17%. Corroborando com o que foi afirmado pelos autores Campón-Cerro et al. (2022), os quais explicam que a prática da olivicultura está relacionado com expansão do conhecimento e isso faz com que motive-as e as envolva em tal atividade, muito voltada pelo desejo de empreender.

Posteriormente, os mesmos foram questionados em relação as fontes de conhecimento. As respostas estão apresentadas no gráfico 5.

Gráfico 5: Fontes de conhecimento sobre olivicultura.

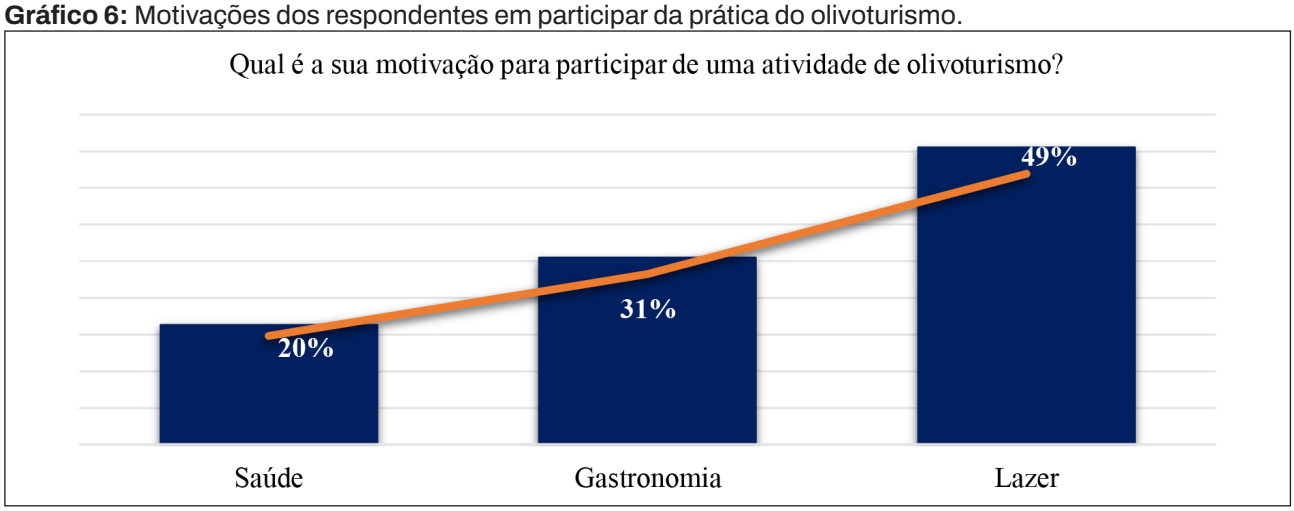


Fonte: Elaborado pelos autores com base na coleta de dados de pesquisa (2024-2025).

Em relação às informações contidas no gráfico 5, pode-se verificar que tivemos 245 respondentes que mencionaram que buscam informações sobre a olivicultura nas redes socias, resultando em um percentual de 74% do total. Após, 69 participantes destacaram a indicação de familiares/amigos, totalizando 21% do total. E, por fim 15 respondentes informaram que buscam informações nos sites dos empreendimentos, representando 5% do total. Conforme expressado pelos autores Murgado-Armenteros, Parrilla-González, Medina-Viruel (2021), percebe-se que, a olivicultura tem ganhado cada vez mais espaço nas redes sociais, podendo esta se constituir numa ferramenta para educação, marketing e conexão entre produtores e consumidores.

No gráfico 6 encontram-se as tabulações das informações referentes ao questionamento junto aos respondentes sobre as suas motivações em participar de uma atividade de olivoturismo.

Gráfico 6: Motivações dos respondentes em participar da prática do olivoturismo.

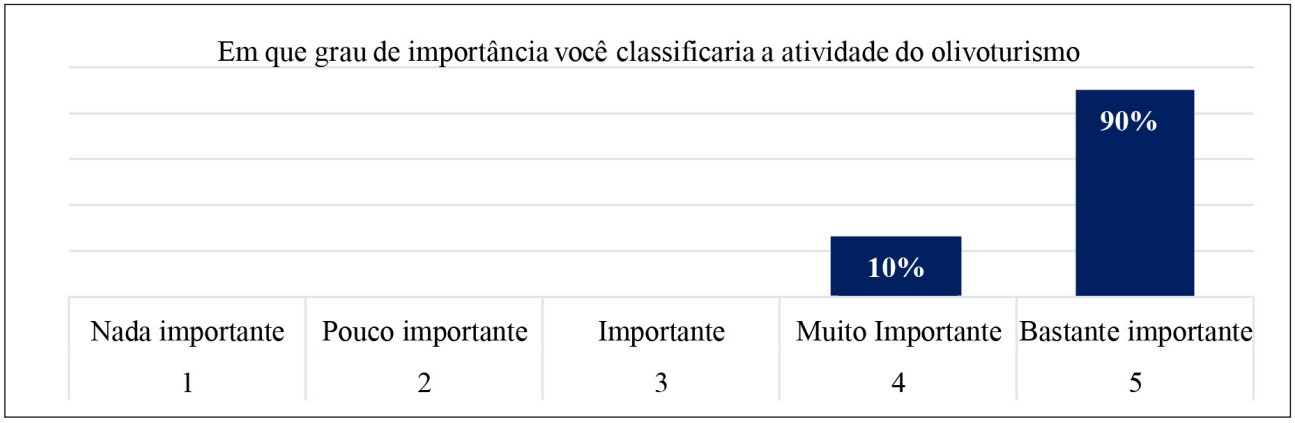


Fonte: Elaborado pelos autores com base na coleta de dados da pesquisa (2024-2025).

Conforme as informações contidas no gráfico 6 pode-se aferir que 162 respondentes destacaram que o lazer é importante, o que representa 49% do total. O outro ponto em destaque, está na gastronomia, sendo mencionada por 102 pessoas, representando 31% do total. Além disso, a questão da saúde foi relatada em 51 respostas, representando um percentual de 20% do total. Estas informações estão em conformidade com o que foi mencionado pelos autores Campón-Cerro et al. (2022), os quais destacam que as oliveiras estão profundamente ligadas à gastronomia, ao lazer e à saúde, tornando-se um aspecto importante de qualidade de vida.

Na sequência os participantes foram questionados sobre o grau de importância em relação a atividade do olivoturismo. As respostas obtidas estão expostas no gráfico 7.

Gráfico 7: Grau de importância da atividade do olivoturismo.



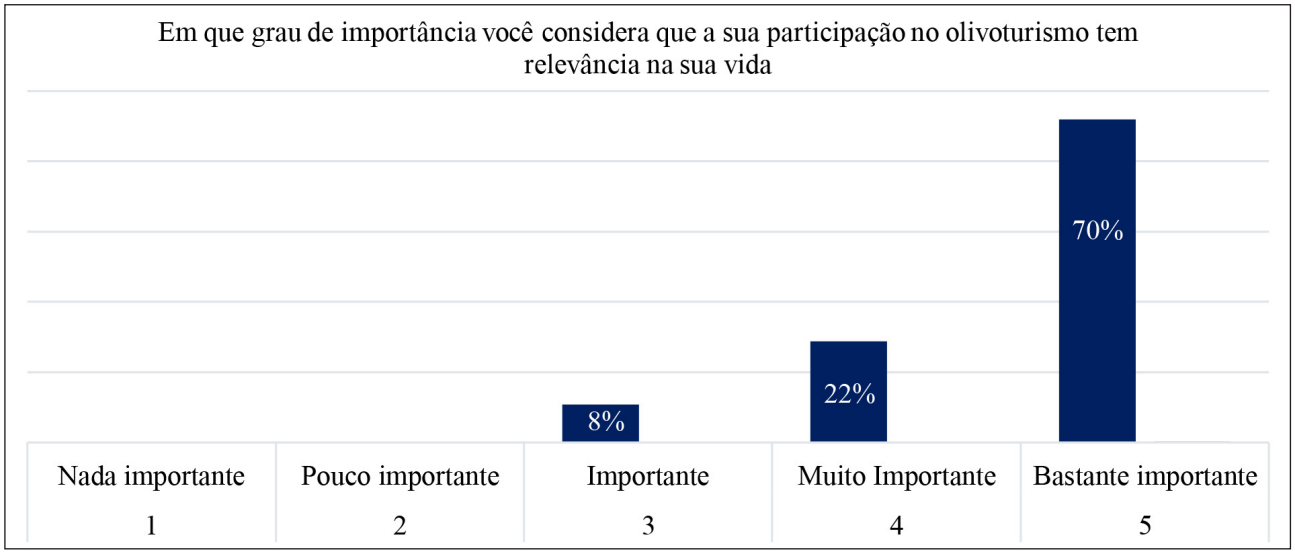
Fonte: Elaborado pelos autores, com base na coleta de dados de pesquisa (2024-2025).

Percebe-se que, conforme as informações contidas no Gráfico 7, 297 participantes entendem que a atividade do olivoturismo é bastante importante, ou seja, 90% do total. E, 32 pessoas mencionaram como muito importante, representando 10%. Logo, nota-se que, nenhum dos respondentes mencionaram que a atividade não seja importante. Isto encontra-se em consonância com o que foi afirmado pelos autores Campón- Cerro et al. (2022), os quais destacam que a olivicultura tem crescido significativamente nos últimos anos, tanto em países tradicionalmente produtores quanto em novas regiões. Vale destacar que esse crescimento se deve a diversos fatores, os quais incluem a valorização do azeite de oliva, avanços tecnológicos e o interesse por produtos saudáveis e sustentáveis.

Além disso, o aumento da demanda por azeite de oliva extra virgem é cada vez mais valorizado por seus benefícios à saúde, especialmente na dieta e o seu consumo está crescendo não apenas na Europa, mas também no Brasil, Estados Unidos, China e Japão. Logo, o turismo e as experiências sensoriais estão crescendo, principalmente em regiões produtoras, os eventos, feiras e degustações promovem maior conscientização sobre a qualidade dos azeites. Com a valorização crescente do azeite de oliva e os investimentos em tecnologia, a olivicultura continuará se expandindo, trazendo novas oportunidades para produtores e consumidores. (CAMPÓN- CERRO et al., 2022).

Posteriormente, os entrevistados foram questionados sobre como eles percebem a relevância na sua vida em relação a sua participação no olivoturismo. A tabulação das respostas obtidas junto aos entrevistados está contida no gráfico 8.

Gráfico 8: Percepção da relevância em sua vida em relação à participação no olivoturismo.

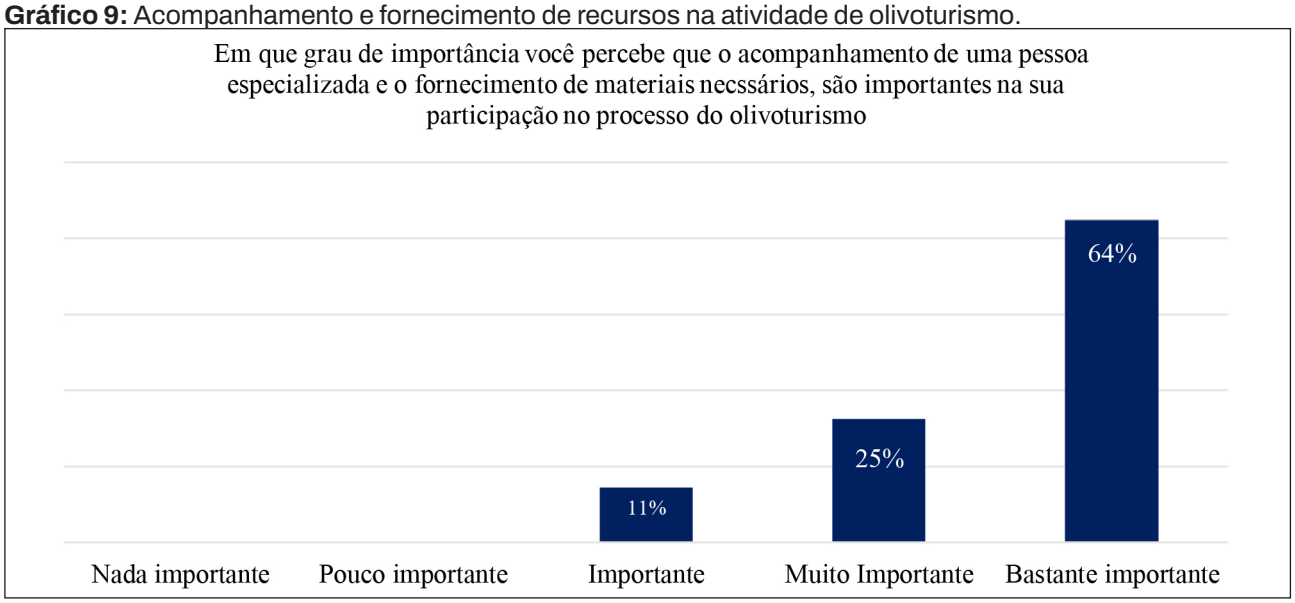


Fonte: Elaborado pelos autores, com base na coleta de dados da pesquisa (2024-2025).

Nota-se a partir do contido no gráfico 8 que, 27 pessoas entendem como importante a participação no olivoturismo, representando 8% do total dos respondentes. Em seguida, 72 pessoas destacaram como muito importante, sendo, 22% do total. E, por fim 230 participantes responderam que é bastante importante a atividade do olivoturismo, sendo um total de 70% do total. Ratificando os autores Murgado-Armenteros; Parrilla-González; Medina-Viruel (2021), os quais explicam que o olivoturismo vem ganhando espaço na vida das pessoas, proporcionando experiências culturais, gastronômicas entre outras. Além disso, é uma atividade educacional, uma vez que os visitantes aprendem sobre a história, os métodos de cultivo da oliveira, o processo de extração do azeite e sua importância na cultura local. Ainda, essa prática se destaca no fortalecimento da economia local e regional, criando empregos e incentivando pequenos produtores.

Logo, conforme o que se pode verificar no gráfico 9 os participantes foram questionados, em relação ao grau de importância sobre o acompanhamento de uma pessoa especializada e do fornecimento de recursos necessários na sua participação da atividade do olivoturismo.

Gráfico 9: Acompanhamento e fornecimento de recursos na atividade de olivoturismo.

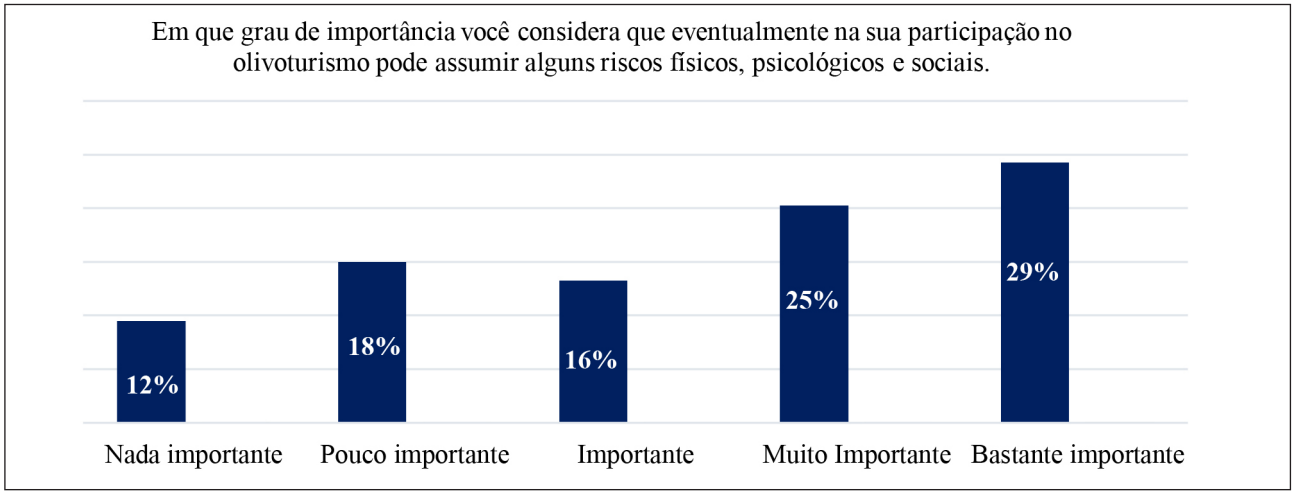


Fonte: Elaborado pelos autores, com base na coleta de dados da pesquisa (2024-2025).

Fica evidente através do contido no gráfico 9, que 36 dos respondentes destacaram como importante o acompanhamento e o fornecimento de recursos na atividade de olivoturismo, ou seja, 11% do total. Além disso, 81 pessoas mencionaram como muito importante, representando 25% do total. Por fim, 212 pessoas responderam que é bastante importante ter alguém acompanhando e ter os recursos necessários para o processo do olivoturismo, representando 64% do total dos participantes. Estas respostas corroboram com as afirmações dos autores Campón- Cerro et al. (2022) os quais destacam que para garantir a eficiência e a qualidade nos processos é fundamental o acompanhamento.

No gráfico 10, pode-se evidenciar como os participantes responderam sobre os riscos em relação a sua participação no olivoturismo.

Gráfico 10: Eventuais riscos em relação à participação no olivoturismo.



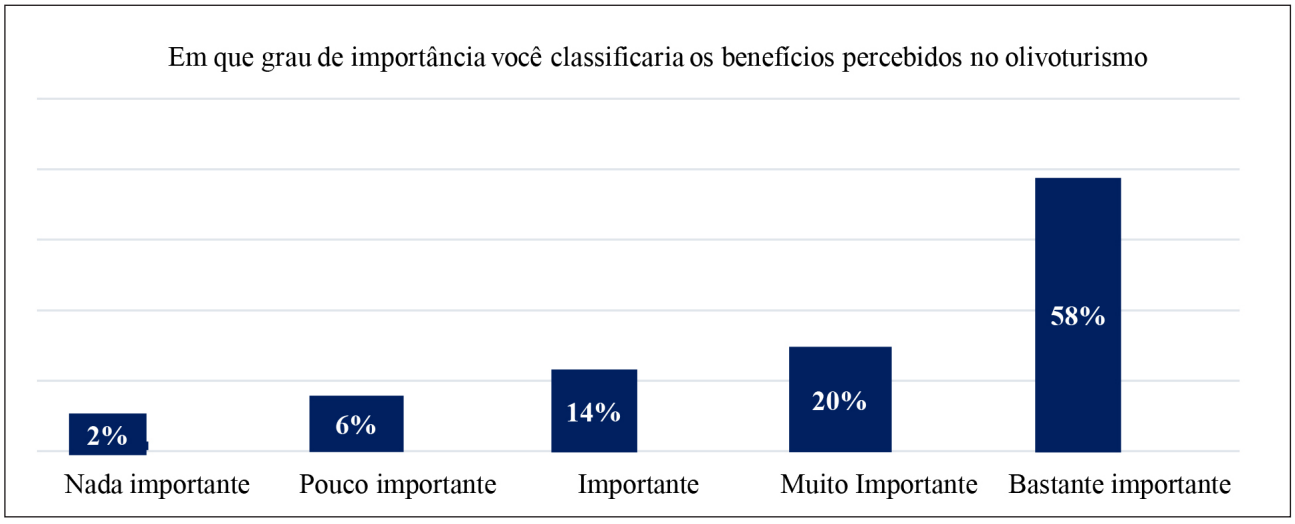
Fonte: Elaborado pelos autores, com base na coleta de dados de pesquisa (2024-2025).

Através do contido no gráfico 10, nota-se que, ao serem questionados sobre alguns riscos que podem sofrer devido a participação no olivoturismo, 38 pessoas (12% do total) perceberam os riscos como nada importante. Além disso, 60 participantes (18% do total) mencionaram que é pouco importante. Ainda, 53 pessoas (16% do total) destacaram como importante, 81 respondentes (25% do total) responderam como sendo muito importante e 97 pessoas (29% do total) destacaram como sendo bastante importante.

Reafirmando o que foi explicitado pelos autores *Čehić; Mesić; Oplanić (2020), os mesmos destacaram que é muito importante compreender os riscos que podem ocorrer ao participar de qualquer atividade como no olivoturismo:* físicos (acidentes com ferramentas e máquinas, caso não haja o devido cuidado e proteção; ruído excessivo de máquinas o que pode causar danos auditivos sem o uso de protetores adequados; quedas e escorregões, pois geralmente o terreno em olivais pode ser irregular ou íngreme; contato com poeira e partículas, podendo prejudicar a respiração), psicológicos (pressão na realização da atividade); sociais (por ser uma atividade rural, muitas vezes não é bem vista por algumas pessoas, podendo causar um certo afastamento em algumas relações). Sendo assim, os responsáveis pelos empreendimentos turísticos devem oferecer um espaço adequado para a realização de tal prática, pois o cuidado com a saúde e um ambiente saudável são aspectos fundamentais para a participação dos turistas nestas atividades.

Conforme representado no gráfico 11, encontram-se as respostas dos entrevistados acerca do questionamento sobre o grau de importância dos eventuais benefícios proporcionados pela prática do olivoturismo.

Gráfico 11: Grau de importância em termos de benefícios advindos da participação no olivoturismo.



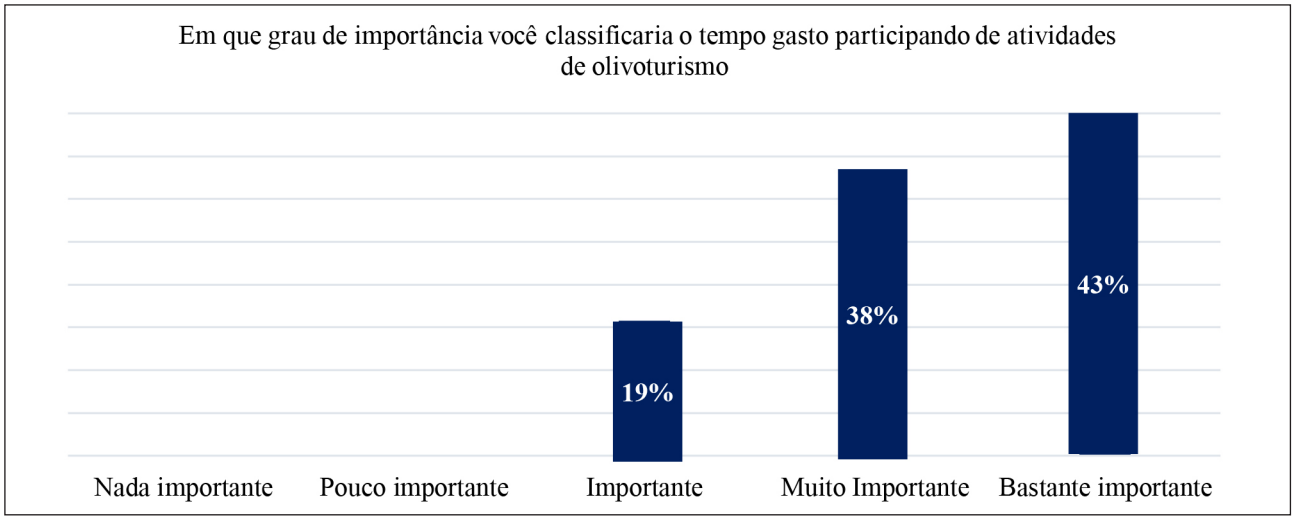
Fonte: Elaborado pelos autores, com base na coleta de dados de pesquisa (2024-2025).

Nota-se a partir das informações contidas no gráfico 11 que, 7 pessoas (2% do total) mencionaram como "nada importante" os benefícios percebidos, 19 pessoas (6% do total) percebem como sendo pouco importante e 45 pessoas (14% do total) destacaram como sendo importante. Logo, 67 pessoas (20% do total) responderam como sendo muito importante e 191 respondentes (58% do total) perceberam como sendo bastante importante.

Corroborando com as afirmações dos autores Paes, Ladeira, Larocca (2020), os quais explicam que são diversos benefícios que atividade do olivoturismo entrega ao participante, por exemplo: **contato com a natureza e bem-estar (v**isitar olivais proporciona momentos de tranquilidade, ar puro e conexão com a natureza, o que contribui para a redução do estresse e melhora da saúde mental); **experiência cultural e gastronômica (v**ivenciar tradições regionais, conhecer a história da olivicultura e saborear produtos típicos, como azeites extra virgens, azeitonas artesanais e pratos locais); **aprendizado sobre o processo produtivo (a**companhar o ciclo da oliveira, da colheita à produção do azeite, ganhando conhecimento sobre práticas agrícolas sustentáveis, tecnologias utilizadas e a importância da qualidade do produto); v**alorização do produtor rural (**fortalece a economia local, gera renda para os envolvidos; **criação de vínculos com o campo (**uma relação mais próxima entre o consumidor e a origem dos alimentos, desperta mais valorização), entre outros benefícios.

Por fim, os entrevistados foram questionados em relação ao tempo gasto na realização das atividades de olivoturismo, cujas tabulações das respostas estão expostas no Gráfico 12.

Gráfico 12: Tempo gasto na realização das atividades de olivoturismo.



Fonte: Elaborado pelos autores, com base na coleta de dados da pesquisa (2024-2025).

Percebe-se que, conforme as informações contidas no gráfico 11, 63 participantes (19% do total) mencionaram como importante o tempo gasto nas atividades. Ainda, 125 respondentes (38% do total) destacaram como sendo muito importante e 141 pessoas (43% do total) como sendo bastante importante. Estes resultados corroboram com a afirmação dos autores Murgado-Armenteros; Parrilla-González; Medina-Viruel (2021) que explicam que a participação do turista é fundamental e que cada vez mais está participação vem sendo vista como benéfica para os envolvidos.

Na próxima seção deste artigo apresentam-se as considerações finais obtidas a partir de uma reflexão sobre os resultados da pesquisa confrontados com a literatura disponível.

Considerações Finais

O objetivo dessa pesquisa foi compreender a visão dos turistas em relação a atividade do olivoturismo. Percebe-se que, a olivicultura desempenha um papel importante na percepção dos turistas, surgindo como um atrativo benéfico para os mesmos. O azeite é um dos alimentos essenciais na base da alimentação huma-

na reforçando a importância desse setor. Nesse contexto, observa-se um interesse crescente dos turistas por destinos alternativos que proporcionam tranquilidade e, ao mesmo tempo, experiências imersivas na natureza ou aprendizado.

O Brasil possui grande potencial para o desenvolvimento do olivoturismo, destacando-se atividades como degustação de azeites, participação no processo produtivo, contemplação da paisagem e aquisição de produtos derivados da oliveira. Esse segmento atua como um complemento a outras vertentes do turismo.

Verifica-se que, no contexto da experiência que os indivíduos vivenciam uma série de eventos memoráveis que os impactam de maneira única. Além disso, a experiência do consumidor pode ser compreendida como o conjunto de todos os elementos percebidos durante sua interação com o serviço. Diante disso, observa-se que, ao tratar da experiência como um diferencial competitivo no setor de turismo, torna-se fundamental para o processo de fidelização.

Uma das limitações na pesquisa foi a dificuldade de obter as informações, sendo necessário entrar em contato diversas vezes com os possíveis respondentes. Diante disso, para expandir a investigação recomenda-se reaplicar a pesquisa com instrumentos de outros formatos diretamente (com contato pessoal) para outros turistas, com o intuito de entender melhor e assim despertar o interesse dos clientes, motivando-os a participar mais ativamente nesta atividade que tantos benefícios pode trazer tanto em nível local, como no âmbito regional.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001 e com o apoio do Projeto interinstitucional MCTIC/CNPQ Nº 10/2023.

Referências

ADHIKARI, A., & BHATTACHARYA, S. (2016). Appraisal of literature on customer experience in tourism sector: review and framework. **Current Issues in Tourism**, 19(4), 296-321.

AGUIAR, B.; CORREIA, W.; CAMPOS, F. Uso da Escala Likert na Análise de Jogos. SIMPÓSIO BRASILEIRO DE GAMES (SBGAMES), 10., 2011, [s.l]. Anais... [s.l.], 2011. p. 1-5.

ANTIKAINEN, M.; MAKIPAA, M.; AHONEN, M. Motivating and supporting collaboration in open innovation. **European Journal of Innovation Management**, v. 13, n.1, p. 100-119, 2010. DOI:10.1108/14601061011013258

APPOLINÁRIO, F.; ATLAS, (Ed.) **Dicionário de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2007. BUSSER, J.; SHULGA, L. Role of commercial friendship, initiation and co-creation types. **Journal of Service Theory and Practice,** v. 29, n. 4, p. 488-512, 2019.

CAMPÓN-CERRO, A. M.; DI-CLEMENTE, E.; HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, J. M.; FOLGADO-FERNÁNDEZ, J. A. Olive oil tourism experiences: Effects on quality of life and behavioural intentions. **Journal of Vacation Marketing,** v. 7, n. 3, p. 23- 45, 2022.

CASTILLO, M.; Y CRUZ, J. La innovación en el sector turístico: una aproximación a los servicios y la cocreación de experiencias. **Turismo y Sociedad,** v. 30, p. 26-49, 2022. DOI: 10.18601/01207555.n30.02

ČEHIĆ, A.; MESIĆ, Ž.; OPLANIĆ, M. Requirements for development of olive tourism: the case of Croatia. **Tourism and Hospitality Management,** v. 26, n. 1, p.1-14, 2020. DOI: 10.20867/thm.26.1.1

CHESBROUGH, H. Business model innovation: it's not just about technology anymore. **Strategy and Leadership**, v. 35, n. 6, p. 12-17, 2007. DOI:10.1108/10878570710833714

CUADRA, M. S.; MORALES, P. M. C.; AGÜERA, F. O.; LÓPEZ-GUZMÁN, T. Uma aproximación al oleoturismo em Andalucía, España. **International Journal of World of Tourism,** v.1, n.2, p.31-43, 2014.

CUNHA, L. M. da. **Modelos Rasch e Escalas de Likert e Thurstone na medição de atitudes.** 78 f. 2007. Dissertação (Mestrado em Probabilidades e Estatística). Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal, 2007.

DOLCI, T. S. **Análise institucional do desenvolvimento do enoturismo no território Vale dos Vinhedos .** 348f. Tese (Doutorado em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2021. Disponível em:< http://hdl.handle.net/10183/229735> Acesso em: 15 out. 2024.

ELESBÃO, Ivo. **Turismo rural em São Martinho (SC):** uma abordagem do desenvolvimento em nível municipal. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2005.

EMATER, Instituto de Assistência Técnica e Extensão Rural do Rio Grande do Sul. **Dados do Rio Grande do Sul.** 2022. Disponível em:<www.emater.rs.gov.br>. Acesso em: 28 ago. 2022.

FAN, D. X. F.; HSU, C. H. C.; LIN, B. Tourists' experiential value co-creation through online social contacts: Customer-dominant logic perspective. **Journal of Business Research,** v.108, n.3, p. 163–173, 2020. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.11.008

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2001.

GRÖNROOS, C.; VOIMA, P. Critical service logic: making sense of value creation and co-creation. **Journal of the Academy of Marketing Science,** v. 41, n. 2, p. 133–150, 2013. DOI:10.1007/s11747-012-0308-3

HERTOG, P.; BILDERBEEK, R. **Conceptualising Service Innovation and Service Innovation Patterns**. Pim den Hertog Conceptualising, 1999.

IBRAOLIVA, Instituto Brasileiro da Olivicultura. **Abertura oficial da colheita da oliva em Caçapava do Sul.** 2020. Disponível em:<https://www.ibraoliva.com.br/noticias/detalhe/77/abertura-oficial-da-colheita-da-olivasera-em-cacapava-do-sul>. Acesso em 23 de ago. de 2024.

JOHNSON, A.; NEUHOFER, B. Airbnb: An exploration of value co-creation experiences in Jamaica. **International Journal of Contemporary Hospitality Management,** v. 29, n. 9, p. 2361-2376, 2017. DOI:10.1108/IJCHM-08-2016-0482.

KASTENHOLZ, E.; EUSÉBIO. C.; FIGUEIREDO, E.; CARNEIRO, M. J.; LIMA, J. **Reinventar o Turismo Rural em Portugal: Cocriação de experiências turísticas sustentáveis.** Universidade de Aveiro, UA Editora, 172p. 2014.

KRISTENSSON, P.; MATTHING, J.; JOHANSSON, N. Key strategies for the successful involvement of customers in the co - creation of new technology - based services. **International Journal of Service Industry Management,** v. 19, n. 4, p. 474–491, 2008. DOI:10.1108/09564230810891914

LEAL, M.M., CASAIS, B.; PROENÇA, J.F. Tourism co-creation in place branding: the role of local community**. Tourism Review,** v. 77, n. 5, p. 1322-1332, 2022.

LUSCH, R. F., VARGO, S. L., & O'BRIEN, M. (2007). Competing through service: Insights from service-dominant logic. **Journal of Retailing,** 83(1), 5-18.
MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing.** São Paulo: Altas, 1996.

MENG, B.; CUI, M. (2020). The role of co-creation experience in forming tourists' revisit intention to home-based accommodation: Extending the theory of planned behavior. **Tourism Management Perspectives,** v. 33, n. 15, p, 1-13, 2020. DOI: 10.1016/j.tmp.2019.100581

MOLINA-COLLADO, A. et al. (2024). Sensory versus personal environment as antecedents of the creative food tourism experience. **International Journal of Hospitality Management,** 118(103688), 1-11.

MURGADO-ARMENTEROS, E. M.; PARRILLA-GONZÁLEZ, J. A.; MEDINA-VIRUEL, M. J. What does the olive oil tourist value at the destination? A criterion for olive oil tourism segmentation. **International Journal of Gastronomy and Food Science,** v, 25, n, 4, p.100-128, 2021. DOI: 10.1016/j.ijgfs.2021.100378

NADEEM, W.; JUNTUNEN, M.; SHIRAZI, F.; HAJLI, N. Consumers' value co-creation in sharing economy: The role of social support, consumers' ethical perceptions and relationship quality. **Technological Forecasting and Social Change,** v. 151, n. 45, p. 119-139, 2019.

PAES, T. A. A.; LADEIRA, R.; LAROCCA, M. T. G. Destinos turísticos e a sua relação com o processo de cocriação de valor e o marketing de experiência: Uma visão bibliográfica. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 20, n. 1, p. 15-33, 2020.

PATO, M.L. A Decade of Olive Oil Tourism: A Bibliometric Survey. **Sustainability 2**024, 16, 1665. https://doi.org/10.3390/su1604166

PAYNE, A. F.; STORBACKA, K.; FROW, P. Managing the co-creation of value. **Journal of the Academy of Marketing Science,** v. 36, n. 1, p.83–96, 2008.

PERA, R.; ICCHIOCUPO, N.; CLARKE, J. Motives and resources for value co-creation in a multi-stakeholder's ecosystem: a managerial perspective. **Journal of Business Research**, v. 69, n. 10, p. 4033-4041, 2016. DOI: 10.1016/j.jbusres.2016.03.047

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. Co-creation experiences: The next practice in value creation. **Journal of Interactive Marketing**, v. 18, n. 3, p. 5-14, 2004. DOI: 10.1002/dir.20015

RANJAN, K.; READ, S. Value co-creation: concept and measurement. **Journal of the Academy of Marketing Science,** v. 44, n. 3, p. 290-315, 2016.

SAUERESSIG, D.; PINTO, A. T.; SCHULTZ, G. O desenvolvimento da olivicultura no Rio Grande do Sul: elementos de formação do sistema agroindustrial. **Extensão Rural**, v. 26, n. 1, p. 69–85, 2019. DOI: 10.5902/2318179628992.

SCARTON, L. M. **Cocriação de valor em cadeias curtas de abastecimento alimentar: estudos de caso no Rio Grande do Sul**. 254f. Tese (Doutorado em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2016. Disponível em:< http://hdl.handle.net/10183/158912> Acesso em: 10 out. 2024.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SILVA, F.F,; BEZERRA, L.T. **Imagem e Imaginário como Componentes da Construção da Experiência Turística do Viajante.** Anais do Seminário da ANPTUR, 2016.

SILVA, G.; DACORSO, A. L. R. Riscos e incertezas na decisão de inovar das micro e pequenas empresas. **Revista Administração Mackenzie**, v. 15, n.4, p. 229-255, 2014. DOI:10.1590/1678-69712014/administracão. v.15 n. 4. P. 229-255

SJÖDIN, D.; PARIDA, V.; KOHTAMÄKI, M.; WINCENT, J. An agile co-creation process for digital servitization: A micro-service innovation approach. **Journal of Business Research**, v.112, n. 76, p. 45-61, 2020. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.01.00

TAJVIDI, M.; RICHARD, M. O.; WANG, Y.; HAJLI, N. Brand co-creation through social commerce information sharing: The role of social media. **Journal of Business Research**, v. 7, n. 5, p. 13- 35, 2020. DOI: 10.1016/j.jbusres.2018.06.00
TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais aplicadas:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1992.

TUNG, V., LIN, P., ZHANG, H., & ZHAO, A. (2017). A framework of memory management and tourism experiences. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 34(7), 853-866.

WANG, Y.; HONG, A.; LI, X.; GAO, J. Marketing innovations during a global crisis: A study of China firms' response to COVID-19. **Journal of Business Research**, v. 116, n, 56, p. 214–230, 2020. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.05.029

WANG, Y.C., LUO, C.; TAI, Y. Implementation of delightful services: From the perspective of frontline service employees. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, 31, 90 -104, 2017.

YIN, R. K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Trad. Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2016.

PATRIMÔNIO, SABORES E TRADIÇÕES: A CULINÁRIA DE DONA FRANCISCA-RS COMO IMPULSO PARA O TURISMO LOCAL

DAFFINE NATALINA RECK[1], MARIA MEDIANEIRA PADOIN[2]

[1] Mestre em Patrimônio Cultural pela UFSM, pedagoga de Educação Infantil de Dona Francisca e Faxinal do Soturno, RS
[2] Professora Titular da Universidade Federal de Santa Maria, atuando na Graduação em História e nos cursos de mestrado e doutorado do Programa de Pós-Graduação em História e no Programa de Pós-Graduação em Patrimônio Cultural da UFSM

Resumo: Este artigo se configura como produto de uma pesquisa de mestrado em Patrimônio Cultural da UFSM, que investigou a gastronomia do município de Dona Francisca, RS, com ênfase no fortalecimento do turismo e no desenvolvimento regional. O estudo teve como objetivo analisar as principais produções alimentícias que compõem o patrimônio culinário das comunidades franciscanas, culminando na elaboração de um caderno de receitas, no qual foram selecionados pratos típicos pelos próprios habitantes. O presente texto aborda a gastronomia de Dona Francisca como uma expressão cultural que integra identidades, tradições e história, refletindo sobre o papel dos alimentos tradicionais na formação da cultura local. O caderno de receitas foi resultado do trabalho de campo realizado em doze comunidades franciscanas, através de entrevistas com moradores que compartilharam seus saberes sobre os pratos característicos, seus modos de preparo e as práticas culinárias transmitidas entre gerações. Além disso, o estudo analisou a importância das festas típicas da região como eventos de sociabilidade e como instrumentos de fortalecimento do turismo local. Tais festas, muitas delas ligadas à religiosidade e aos ciclos de produção, tornam-se momentos chave na promoção da gastronomia e do turismo rural, que aparece como um potencial motor para o desenvolvimento sustentável das comunidades. A crescente demanda por destinos rurais, especialmente no período pós-pandemia, e a busca por experiências autênticas e sustentáveis, reforçam a relevância da culinária como um diferencial competitivo para o turismo em Dona Francisca. A pesquisa indica que a gastronomia típica, como patrimônio imaterial, desempenha um papel essencial na preservação dos saberes locais e na promoção do turismo responsável, capaz de gerar oportunidades de geração de renda e desenvolvimento econômico para as comunidades rurais. Através das entrevistas, foram eleitos e registrados os pratos típicos de cada comunidade, que não só refletem a história da região, mas também reforçam os laços sociais entre os moradores. A pesquisa contribui para o aprimoramento do turismo rural e sustentável, ao mesmo tempo em que favorece a preservação e valorização da identidade cultural franciscana, ao integrar a culinária local ao processo de desenvolvimento territorial.

Palavras-chave: Patrimônio Gastronômico Local; Dona Francisca-RS; Educação Patrimonial; Turismo Rural; Desenvolvimento Territorial.

Introdução

O patrimônio gastronômico representa um importante componente da identidade cultural de uma comunidade, pois carrega memórias, saberes e tradições transmitidas ao longo das gerações. No município de Dona Francisca-RS, localizado na Quarta Colônia, a culinária típica reflete a influência de diferentes etnias, que contribuíram para a formação dos hábitos alimentares locais. A preservação desse patrimônio é essencial para fortalecer o sentimento de pertencimento da população e pode ser um fator impulsionador do desenvolvimento econômico, especialmente quando associado ao turismo gastronômico.

Diante desse contexto, este artigo busca abordar a dissertação de mestrado que investigou a relação entre patrimônio gastronômico e turismo local em Dona Francisca, com foco na identificação e preservação das receitas tradicionais. O estudo teve como principal objetivo produzir um livro-caderno contendo as principais receitas

culinárias que representam a memória e a história das comunidades franciscanas. Além disso, procurou-se compreender como essas tradições são transmitidas entre gerações, analisando seu papel na constituição da identidade cultural e no fortalecimento do turismo regional a partir da perspectiva da educação patrimonial.

O problema que motivou a pesquisa foi a necessidade de identificar e preservar as receitas que fazem parte do patrimônio gastronômico franciscano, compreendendo suas transformações ao longo do tempo e seus impactos na identidade local. Além disso, buscou-se refletir sobre como essas práticas culinárias podem ser utilizadas como ferramenta de valorização da cultura e de incentivo ao turismo no contexto do Geoparque Quarta Colônia/UNESCO.

Este trabalho está estruturado da seguinte forma: inicialmente, apresenta-se a revisão bibliográfica, abordando conceitos de patrimônio gastronômico, identidade cultural e turismo. Em seguida, são descritos os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa. Na sequência, são apresentados os principais resultados e discussões, destacando as receitas identificadas e sua relevância para a comunidade. Por fim, as considerações finais reforçam a importância da preservação do patrimônio gastronômico como estratégia de fortalecimento da identidade cultural e do turismo local.

Revisão Bibliográfica ou Referencial Teórico

A culinária é um dos modos pelos quais as identidades assumem materialidade, é o que se chama de patrimônio gastronômico de um povo. A comida típica não é qualquer comida; representa experiências vividas, representa o passado e, ao fazê- lo, o coloca em relação com os que vivenciam o presente.

A tradição, a história, os sabores, as técnicas e as práticas culinárias somadas contribuem para a formação das culturas regionais. Observa-se uma tendência da sociedade à valorização patrimonial de sua cozinha, bem como o resgate da culinária tradicional em várias partes do mundo, ocorrendo, então, a revalorização das raízes culturais (BELUZZO, 2004, p. 242).

Dentro deste tema, Lody (2004, p. 150) e Canesqui (2005, p. 36), enfatizam que comer é antes de tudo um ato simbólico, tradutor de sinais, de reconhecimentos formais, de cores, de texturas, de temperaturas, entre outros. Consiste num ato que une memória, desejo, fome, significado, sociabilidade e ritualidade.

Hernandez (2005, p. 219) argumenta ainda que certos pratos de convertem em “pratos totens”, sendo atribuído um valor simbólico peculiar, servindo como indicadores de identidade, especificidades e diferenças.

Os modos alimentares se articulam com outras dimensões sociais e com a identidade. O valor cultural do ato e do modo alimentar é cada vez mais entendido enquanto patrimônio, pois a comida é tradutora de povos, nações, civilizações, grupos étnicos, comunidades e famílias.

Entendendo a estrutura culinária como o conjunto de regras e normas relacionadas à alimentação, incluindo os alimentos escolhidos, a organização do cardápio, as técnicas de preparo e os temperos, é possível identificar a culinária de uma região ou nação como uma particularidade cultural. Destacado que desde as etapas de preparação até o consumo, estão inclusos vários fatores de identidade cultural (GARCIA, 1999, p. 14).

Fagliari (2005, p.54) aponta que pratos e produtos típicos são elementos que podem ser facilmente trabalhados de forma a se tornarem atrativos turísticos. A utilização destes elementos vem ao encontro daquilo que é almejado também pelo Turismo Cultural que demonstra interesse em corroborar a “experiência local” vivida pelos turistas, através das peculiaridades territoriais. Ginani (2005) afirma que as receitas regionais são conhecidas e valorizadas por comporem os hábitos alimentares nativos, sendo elaboradas com os ingredientes disponíveis na região e preparadas com técnicas transmitidas de geração a geração.

Fagliari (2005, p.55) concordando com Ginani (2005), considera que a receita gerada pela aquisição de pratos e produtos típicos é interessante, sobretudo considerando a predominância de pequenos produtores locais na produção e venda desse tipo de elemento. Além disso, existe a possibilidade de inserção da população local na produção e comercialização desses produtos, uma vez que ela é a detentora das habilidades para sua produção.

Assim, as práticas alimentares de uma nação não decorrem somente do mero instinto de sobrevivência ou do prazer do homem em se alimentar, contudo, expressam sua história, geografia, clima e organização social, podendo ser incluída no inventário de bens que compõem os chamados Patrimônios Imateriais.

No que se refere ao Patrimônio Gastronômico a alimentação é um fenômeno cultural, que caracteriza determinados grupos, desenhar territorialidades gastronômicas e gêneros de discurso. Patrimônios são atribuídos por pessoas, são dotados de memória, história e se constituem através de atribuição de valores, significados e sentidos, o que permite avançar em direção à sua dimensão política, econômica e social. O patrimônio deve ser estudado por sua importância, precisa ser compreendido como um espaço de disputa e de luta, como campo discursivo sujeito a diferentes usos e submetido a vários interesses, tais como ocorreram na Formação da República Brasileira.

Investigar os pratos característicos da sociedade franciscana é valorizar sua cultura e seu patrimônio, de modo a perceber as rupturas e permanências, os traços distintivos no culto alimentício, não só os materiais, mas também os espirituais, intelectuais e afetivos de um grupo social. Entende-se a culinária do município como um instrumento de incentivo à geração de renda aos moradores, através de iniciativas públicas e privadas, bem como ao turismo local, divulgando os produtos para apreciação.

No que se refere a gastronomia como patrimônio cultural na região da Quarta Colônia destacamos a tese de Caroline Ciliane Ceretta (2009), "As representações sociais nas festas de padroeiros da Quarta Colônia/RS", em que realiza o estudo das representações sociais nas festas de padroeiros da Quarta Colônia e mostra que, na perspectiva territorial do desenvolvimento, as dimensões culturais e identitárias são singularidades fundamentais para a construção social do território, as quais sobrelevam valores subjetivos recíprocos que nem sempre atendem ao sentido mercadológico e de consumo turístico. A obra é importante para a presente pesquisa, pois está também traz elementos de festas relacionados com a gastronomia e com o desenvolvimento territorial de Dona Francisca.

As representações sociais nas festas das comunidades de Dona Francisca estão ancoradas na perspectiva territorial do desenvolvimento, nas dimensões culturais e identitárias e são singularidades fundamentais para a construção social do território, as quais sobrelevam valores subjetivos recíprocos, para além daqueles com sentido mercadológico e de consumo turístico.

Nas festas, os elementos étnico-culturais servem de motivação para atrair os visitantes e dar visibilidade ao território, geralmente aparecendo como parte das expressões culturais em torno da culinária típica local; nas relações afetivas e familiares entre ex-moradores da comunidade; nos encontros para o almoço festivo, repleto de fartura de alimentos e comidas típicas; nas ações de mutualidade e solidariedade entre os trabalhadores voluntários, bem como, nas expressões culturais de saudosismo do passado, religiosidade, de italianidade, de envolvimento social entre as comunidades, etc.

Rafaela Vendruscolo (2009), na dissertação "Somos da Quarta Colônia: os sentidos de uma identidade territorial em construção", aborda a experiência dos municípios da Quarta Colônia em formar um consórcio intermunicipal (Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia -CONDESUS). O estudo objetivou mapear a teia de significados que sustenta a narrativa sobre a identidade territorial da Quarta Colônia, buscando também verificar como esta narrativa se estabeleceu em meio às negociações identitárias e a partir do olhar dos visitantes. A autora verificou que a identidade territorial da região se sustenta sob uma teia de significados tecida a partir de uma heterogeneidade de elementos.

A gastronomia típica faz parte destes patrimônios que compõem um território e também um território recebeu o selo da UNESCO do programa Geoparque. A relação entre gastronomia e desenvolvimento rural sustentável no contexto do Geoparque Quarta Colônia está diretamente ligada à valorização dos produtos locais e à promoção de uma economia baseada na produção artesanal e na agricultura familiar. As comunidades rurais, ao preservarem suas tradições gastronômicas, não só mantêm viva a sua história, mas também criam oportunidades econômicas por meio do turismo gastronômico. De acordo com Costa (2019), "o turismo gastronômico se apresenta como uma estratégia eficiente para a geração de renda nas comunidades rurais, pois incentiva a comercialização de produtos locais e estimula a preservação dos saberes tradicionais" (COSTA, 2019, p. 101).

A gastronomia típica, ao ser inserida no contexto do Geoparque Quarta Colônia, reforça a conexão entre os moradores rurais e o seu território. A preservação dos sabores e das receitas tradicionais, como as que remetem aos imigrantes italianos da região, contribui não apenas para o desenvolvimento econômico, mas também para

o fortalecimento do vínculo das pessoas com suas raízes culturais. Como observa Souza (2020), “a gastronomia é um elo entre o passado e o presente, que conecta as gerações e permite que a cultura de um território seja vivida, experimentada e apreciada pelos moradores e visitante”. Assim, ao integrar a gastronomia à estratégia de desenvolvimento local, o Geoparque Quarta Colônia cria uma rede de valorização do território, permitindo que as comunidades rurais se beneficiem economicamente sem perder sua identidade cultural. (SOUZA, 2020, p. 130)

Portanto, a gastronomia típica, aliada ao selo de Geoparque, é um instrumento que potencializa o desenvolvimento rural de maneira sustentável, ao mesmo tempo em que preserva o patrimônio cultural e oferece novas oportunidades de geração de renda para as comunidades locais.

Dona Francisca, situada na Quarta Colônia, na região central do Rio Grande do Sul, é um município com grande potencial de desenvolvimento rural, especialmente considerando sua rica história cultural e diversidade étnica, composta por descendentes de alemães, italianos, africanos, portugueses e indígenas. Sua geografia, com relevo formado por encostas e várzeas, e a vegetação caracterizada por campos limpos e matas ciliares, conferem à cidade uma paisagem natural que é não apenas valiosa para a biodiversidade, mas também para o desenvolvimento de atividades turísticas sustentáveis.

Com uma população estimada de cerca de 2.999 habitantes, Dona Francisca possui uma forte presença da população rural, com cerca de 42% de seus moradores vivendo em áreas rurais. Esse dado é significativo, pois a zona rural desempenha um papel central na economia local, onde a agricultura familiar e a produção artesanal são fontes importantes de sustento. Além disso, o município, com seu tamanho territorial modesto, está situado em um ponto estratégico entre outros municípios da Quarta Colônia, como Agudo, Restinga Seca e Faxinal do Soturno, o que o torna uma parte fundamental de um conjunto territorial que busca, cada vez mais, se integrar para promover o turismo e o desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento rural de Dona Francisca está intimamente relacionado ao resgate e à valorização de suas práticas culturais e produtivas. A agricultura familiar, que ainda representa uma parte considerável da economia local, é sustentada por técnicas tradicionais que, quando aliadas a práticas mais modernas de sustentabilidade, podem fortalecer ainda mais a região. A promoção de uma agricultura responsável e a valorização de produtos locais, como queijos, vinhos e outras iguarias típicas, têm grande potencial para o mercado turístico, atraindo visitantes que buscam experiências autênticas e diferenciadas no campo.

Dona Francisca, além de sua rica gastronomia típica, possui diversas manifestações culturais que podem ser incorporadas ao turismo rural, o qual já vem se consolidando como uma estratégia de desenvolvimento na região da Quarta Colônia. O turismo, com foco em experiências imersivas no cotidiano rural, permite que os visitantes participem da rotina das famílias produtoras, conheçam as técnicas de cultivo e produção de alimentos, além de aprender sobre a história local e as tradições de seus povos. Isso não só valoriza o patrimônio cultural, como também gera novas fontes de renda para a população rural.

O município também tem um papel importante no fortalecimento do turismo de base comunitária, onde as próprias comunidades locais são protagonistas no processo de desenvolvimento turístico. A promoção do turismo sustentável, baseado em práticas de respeito ao meio ambiente e à cultura local, pode transformar Dona Francisca em um destino para os turistas que buscam mais do que apenas uma viagem, mas uma imersão nas tradições e histórias do lugar. O turismo rural, quando bem planejado e estruturado, pode impulsionar a economia local sem causar danos ao ambiente, criando um ciclo virtuoso de preservação e geração de emprego e renda.

Portanto, Dona Francisca possui um grande potencial de crescimento econômico a partir do turismo rural sustentável, que não só aproveita as características naturais e culturais da região, mas também contribui para a melhoria das condições de vida das comunidades rurais, promovendo a valorização do patrimônio e a sustentabilidade econômica. A integração de suas riquezas naturais, culturais e gastronômicas com o desenvolvimento rural sustentável pode tornar o município um exemplo de como pequenas localidades podem crescer e prosperar por meio do turismo responsável.

Neste contexto, Dona Francisca pode se beneficiar de estratégias turísticas que integrem o patrimônio natural e cultural com o desenvolvimento de sua população rural, criando alternativas econômicas sustentáveis que valorizam as raízes locais e promovem um turismo de qualidade.

Procedimentos Metodológicos

Esta pesquisa é resultado de uma dissertação que teve como objetivo analisar a importância da gastronomia como patrimônio cultural e seu papel no desenvolvimento rural do município de Dona Francisca, situado na Quarta Colônia, região central do Rio Grande do Sul. O produto final da pesquisa foi a elaboração de um livro de receitas sobre os pratos típicos da região, com o intuito de preservar e divulgar as tradições culinárias locais. O foco do estudo foi identificar os pratos mais representativos das comunidades rurais de Dona Francisca, além de analisar seu significado cultural e seu impacto no turismo e no desenvolvimento econômico local.

A abordagem adotada para a pesquisa foi qualitativa, buscando compreender a complexidade das práticas culturais relacionadas à gastronomia, suas implicações no desenvolvimento rural e a valorização da identidade territorial. O tipo de pesquisa foi exploratória e descritiva, com o objetivo de mapear os pratos típicos e as tradições culinárias, e descrever como esses elementos são percebidos pelos moradores e integrados ao contexto turístico e econômico da região.

A pesquisa exploratória teve como foco a identificação dos pratos mais significativos para as comunidades locais, enquanto a parte descritiva procurou caracterizar esses pratos e suas relações com o turismo e o desenvolvimento sustentável. Ao longo do processo, a pesquisa também buscou entender como a gastronomia contribui para o fortalecimento da identidade cultural e para a promoção do turismo rural na região.

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, permitindo que os entrevistados compartilhassem suas experiências, histórias e percepções sobre a gastronomia local de forma flexível, mas focada nos aspectos culturais e econômicos. As entrevistas foram conduzidas com líderes comunitários, produtores locais, membros de associações rurais e outros moradores com experiência direta na produção e preservação de receitas típicas.

Durante as entrevistas, foram abordadas questões como:

Quais são os pratos típicos mais importantes para as comunidades rurais de Dona Francisca?

Qual a história e o significado cultural desses pratos?

Como a gastronomia local pode contribuir para o desenvolvimento econômico e o turismo?

De que maneira os pratos típicos são incorporados nas festas e celebrações religiosas da cidade?

Quais são as perspectivas para a valorização da gastronomia local como patrimônio cultural e fonte de geração de renda?

Além das entrevistas, a pesquisa também incluiu observações participativas em eventos e festividades comunitárias, como festas tradicionais e feiras, onde a culinária típica de Dona Francisca é servida e celebrada. Isso possibilitou uma compreensão mais rica e contextualizada das práticas alimentares, além de documentar as dinâmicas sociais e culturais envolvidas nas celebrações.

O principal instrumento utilizado na coleta de dados foi o roteiro de entrevistas semiestruturadas, elaborado com base na literatura sobre gastronomia, patrimônio cultural e turismo rural. O roteiro foi composto por perguntas abertas, que permitiram aos entrevistados detalharem suas vivências e percepções sobre os pratos típicos e seu papel no desenvolvimento local.

Além das entrevistas, foram utilizados diários de campo e fotografias para registrar as observações feitas durante os eventos e festividades, como forma de documentar as práticas alimentares, o preparo dos pratos e as interações sociais relacionadas à gastronomia local.

O tratamento e análise dos dados coletados seguiu a metodologia de análise de conteúdo, que permite identificar, categorizar e interpretar os significados e temas emergentes nas entrevistas. A análise envolveu as seguintes etapas:

Transcrição das entrevistas: as entrevistas foram gravadas, com o consentimento dos participantes, e posteriormente transcritas para facilitar a análise.

Codificação dos dados: as transcrições foram analisadas para identificar padrões, categorias e temas recorrentes, como “pratos típicos”, “identidade cultural”, “turismo gastronômico” e “desenvolvimento rural”.

Categorização e interpretação: os dados foram organizados em categorias temáticas e interpretados à luz da literatura sobre turismo, gastronomia e desenvolvimento territorial. A interpretação buscou comparar as respostas dos entrevistados com as teorias existentes, além de relacionar os resultados ao contexto de Dona Francisca e da Quarta Colônia.

Contextualização: os dados foram contextualizados no cenário local, levando em consideração a história, as práticas culturais e as dinâmicas sociais e econômicas da região.

Como resultado final da pesquisa, foi elaborado um livro de receitas com os pratos típicos mais representativos de Dona Francisca. O livro tem como objetivo preservar e divulgar as receitas tradicionais, além de servir como um instrumento de valorização do patrimônio gastronômico local. As receitas foram acompanhadas de histórias e narrativas sobre suas origens e significados para a comunidade, enriquecendo o conteúdo e dando um caráter cultural e identitário ao produto final.

A elaboração do livro também contou com a participação ativa dos moradores de Dona Francisca, que contribuíram com receitas, histórias e saberes culinários, fortalecendo o vínculo entre a pesquisa e a comunidade local. O livro de receitas visa não só promover o resgate das tradições gastronômicas, mas também contribuir para o turismo local, atraindo visitantes interessados em experimentar os sabores e a história da região.

A metodologia adotada nesta pesquisa possibilitou uma compreensão profunda das práticas gastronômicas de Dona Francisca e sua relação com o desenvolvimento rural sustentável. Ao integrar entrevistas, observações e a elaboração de um livro de receitas, foi possível explorar a gastronomia como um patrimônio cultural vivo, que se articula com questões de identidade, turismo e geração de renda.

A pesquisa destaca a importância da gastronomia como um ativo cultural e econômico para as comunidades rurais, mostrando como ela pode ser utilizada para o fortalecimento da identidade local e a promoção de práticas sustentáveis de desenvolvimento. O livro de receitas, como produto final da pesquisa, representa não apenas a preservação de saberes culinários, mas também um instrumento que pode contribuir para a valorização do turismo e a melhoria das condições de vida da população rural de Dona Francisca.

Resultados e Discussão

Os resultados desta pesquisa, materializados no caderno de receitas, produzido ao fim do mestrado profissionalizante, não só revelam a riqueza do patrimônio gastronômico de Dona Francisca, mas também estabelecem um elo direto com o desenvolvimento rural sustentável e o turismo local. Ao inventariar as produções alimentícias de suas comunidades, o trabalho não apenas valoriza os saberes tradicionais, mas também contribui para a preservação e continuidade dessas práticas culinárias.

O caderno de receitas serve como uma ferramenta de promoção do turismo rural, uma vez que as receitas, além de serem transmitidas por moradores locais, têm o potencial de atrair visitantes interessados em experiências autênticas no campo. Essas práticas gastronômicas, muitas vezes ligadas à agricultura familiar e à produção artesanal, possuem um grande potencial para fomentar o turismo gastronômico na região. Isso, por sua vez, pode resultar em benefícios econômicos diretos para as comunidades rurais, gerando oportunidades de emprego, renda e desenvolvimento local.

Além disso, a valorização da gastronomia no contexto do Geoparque Quarta Colônia, onde Dona Francisca está inserida, integra a tradição culinária ao contexto ambiental e cultural da região. O uso de produtos locais nas receitas, como queijos, vinhos e outros alimentos típicos, também fortalece a identidade do território, promovendo não só o turismo cultural, mas também a sustentabilidade econômica e a preservação do meio ambiente. A conexão entre as práticas gastronômicas e o ambiente natural local é um exemplo claro de como o turismo rural pode ser uma estratégia de desenvolvimento que respeita e integra as comunidades ao seu patrimônio natural e cultural.

O fato de as receitas estarem organizadas por comunidades e acompanhadas de um histórico ou explicação da nomenclatura local reforça a importância do caderno de receitas como um produto cultural e educativo. Ele não apenas documenta as tradições culinárias, mas também serve como um meio de educação para as

gerações futuras sobre a importância de preservar os conhecimentos locais. Este trabalho, portanto, não apenas contribui para o fortalecimento do turismo, mas também atua como um ponto de partida para iniciativas de desenvolvimento rural sustentável em Dona Francisca e em outras comunidades da Quarta Colônia**.**

Imagem: Capa Caderno de Receitas Produzido como produto de dissertação de mestrado, 2023.



Considerações Finais

A elaboração deste caderno de receitas, que destaca os pratos típicos de Dona Francisca, é um exemplo claro de como o patrimônio cultural, em especial a gastronomia, pode ser utilizado para estruturar um modelo de desenvolvimento rural sustentável que promove o fortalecimento da identidade comunitária, a preservação

das tradições locais e a integração da economia rural com o turismo. Este modelo é particularmente importante em regiões como Dona Francisca, que possuem características de interior rural, onde os processos de urbanização e globalização podem levar à diluição de saberes e práticas tradicionais.

A gastronomia local, sendo um dos pilares da cultura regional, apresenta-se como um dos principais ativos para o desenvolvimento rural sustentável, principalmente em municípios do interior do estado, como Dona Francisca. Ao criar um produto que resgata as receitas tradicionais e as conecta com a história das comunidades, o projeto promove um turismo cultural que não apenas atrai visitantes, mas também fortalece as relações comunitárias. A culinária tradicional é um dos maiores atrativos para quem busca experiências autênticas, criando uma conexão genuína entre os visitantes e as práticas locais.

O envolvimento das comunidades locais na elaboração do caderno de receitas é uma estratégia importante de empoderamento. Ao incluir as receitas de moradores que são as verdadeiras guardiãs dessas tradições, cria-se um vínculo direto entre o patrimônio imaterial e as pessoas, reforçando a noção de pertencimento e orgulho local. Ao mesmo tempo, esse trabalho fortalece a percepção de que os sabores e práticas tradicionais têm um valor econômico, podendo ser convertidos em uma fonte de renda através de mercados locais, feiras e eventos turísticos.

Dentro do contexto do Geoparque Quarta Colônia, a gastronomia tradicional ganha um papel ainda mais significativo, pois ela se torna parte de um turismo sustentável que valoriza o meio ambiente, as comunidades e as práticas culturais autênticas. Os pratos típicos de Dona Francisca, com sua diversidade de ingredientes oriundos da agricultura local e sustentável, podem ser promovidos como uma alternativa ao turismo de massa, geralmente mais prejudicial ao meio ambiente. O uso de produtos orgânicos ou cultivados sem o uso de pesticidas é um diferencial que se alinha às exigências atuais por sustentabilidade ambiental.

Além disso, o turismo gastronômico tem um papel importante no incentivo à agricultura familiar e ao uso de produtos locais, criando mercados para pequenas propriedades e gerando emprego e renda local. No futuro, seria interessante que o município organizasse festivais gastronômicos ou promovesse roteiros gastronômicos que incluam visitas a propriedades rurais, permitindo que os turistas experimentem não apenas os pratos típicos, mas também a experiência de acompanhar o cultivo e a produção dos ingredientes.

A pesquisa sobre a gastronomia de Dona Francisca revela a importância de como os sabores e técnicas culinárias podem ser mais do que simples práticas alimentares: eles são uma manifestação cultural que carrega consigo histórias, tradições, e a memória das gerações passadas. Ao buscar preservar esses elementos, este trabalho contribui para a valorização do patrimônio imaterial. O caderno de receitas, ao ser um produto final de uma pesquisa de dissertação, é uma forma de dar visibilidade e sustentabilidade a esse patrimônio, além de ser uma maneira de transmitir essa riqueza a públicos externos, como turistas e pesquisadores.

Essa valorização cultural da culinária local também reflete no reconhecimento das mulheres e idosos das comunidades, que muitas vezes são as responsáveis pela transmissão dos saberes culinários, e que com o tempo podem ser negligenciados em narrativas mais amplas. Assim, ao dar protagonismo aos moradores nas entrevistas e ao destacar suas receitas, este trabalho ajuda a ressignificar o papel das pessoas comuns que fazem parte da história viva do município.

Em suma, o estudo e a elaboração do caderno de receitas de Dona Francisca é um exemplo de como a gastronomia tradicional pode ser usada como um motor de desenvolvimento rural sustentável, promovendo o fortalecimento da identidade cultural, gerando renda para as comunidades e incentivando o turismo sustentável. Ao envolver as comunidades locais, a pesquisa promove um modelo de valorização e preservação do patrimônio cultural de forma colaborativa, integrando a educação, a cultura e o desenvolvimento econômico de maneira sustentável. Com o devido apoio e continuidade, este projeto pode servir como um modelo para outros municípios e regiões que buscam fortalecer suas economias locais enquanto preservam suas tradições e seu patrimônio cultural.

Ao integrar a gastronomia ao processo de desenvolvimento territorial, o município de Dona Francisca dá um passo importante para fortalecer sua identidade cultural e promover um modelo de turismo sustentável que valoriza a produção local, ao mesmo tempo que respeita as tradições e os saberes dos moradores. O

caderno de receitas, além de ser uma forma de resgatar e preservar o patrimônio cultural da região, se configura como um produto turístico que pode ser compartilhado com os visitantes, estimulando o interesse pelo turismo gastronômico.

O município, ao adotar a gastronomia como um elemento-chave do seu desenvolvimento regional, está criando novas oportunidades econômicas para as comunidades rurais. O turismo gastronômico não só gera renda a partir da comercialização dos pratos típicos e produtos locais, como também estimula a preservação de práticas agrícolas sustentáveis e de saberes ancestrais. Dessa forma, Dona Francisca se coloca como um exemplo de como a gastronomia pode ser um motor de desenvolvimento econômico e cultural, preservando suas raízes e ao mesmo tempo oferecendo novas possibilidades de crescimento para a região.

Com o selo de Geoparque da UNESCO, que valoriza as singularidades territoriais e culturais da Quarta Colônia, Dona Francisca tem a oportunidade de se consolidar como um destino turístico de excelência, onde a gastronomia local se entrelaça com a história, as tradições e a paisagem natural, formando um ambiente único para o desenvolvimento do turismo rural sustentável. A gastronomia de Dona Francisca, mais do que um bem cultural, é um veículo para a construção de um futuro próspero, baseado na valorização de seu patrimônio e no fortalecimento de suas comunidades.

Referências

BOLZAN, Moacir. **Quarta Colônia da fragmentação** à **integração.** 2011. 348 f. Tese (Doutorado em História) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2011.

BOTELHO, Raquel Braz Assunção. **Culinária Regional:** o Nordeste e a Alimentação Saudável. 2006. 192 f. Tese (Doutorado em Ciências da Saúde) – Faculdade de Ciências da Saúde, Brasília, DF, 2006.

BRABET, Catherine PALLET, Dominique. Os Selos Oficiais de Qualidade dos Alimentos na França e na Europa. *In:* LAGES, Vinícius; LAGARES, Lea; BRAGA, Christiano Lima (org.). **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade**: Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios. Brasília: SEBRAE, 2005.

BRILLAT-SAVARIN, Jean Anthelme. **A fisiologia do gosto.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

BURKE, Peter. História como memória social. *In*: **Variedades de história cultural**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000, p. 67-89.

CASCO, Ana Carmen Amorim Jara. Educação Patrimonial e Sociedade. **Patrimônio: Revista Eletrônica do IPHAN,** n. 03, jan – fev. 2006. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=526. Acesso em: 10 de julho de 2020.

CASASSOLA, Norma Bernadete. **Sua Terra, Sua Gente**. Dona Francisca, 1985. CASTRO, E. DE.; FERNANDES, G. P.; FIRMINO, G**. Os geoparques como estratégias de desenvolvimento turístico de base territorial.** Disponível em: http://bdigital.ipg.pt/dspace/handle/10314/2369. Acesso em: 08 de janeiro de 2022.

CAVACO, C. Turismo Rural e Desenvolvimento Local. In: CAVACO, C. **As Regiões de Fronteira. Inovações e Desenvolvimento do Mercado** Único **Europeu.** Estudos para o Desenvolvimento Regional e Urbano. Lisboa: Universidade de Lisboa, 1995.

CHOAY, Françoise. **Alegoria do patrimônio**. São Paulo: Unesp, 2001. CERETA, Caroline Ciliane. **As representações sociais nas festas de padroeiros da Quarta Colônia/RS.** 2009. 202 f. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2009.

CORNER, D. M. R. **A Gastronomia como atrativo no Turismo Cultural**. **In**: 6 Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Universidade de Caxias do Sul, RS, 2006.

CRUZ, J.A.S. **A identidade e a memória como fatores de integração**: a Quarta Colônia de imigração italiana do RS/Brasil e o desenvolvimento regional (1955-2020). Tese (Doutorado em Programa de Pós-Graduação em História) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2020. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/23266/TES_PPGHISTORIA_2020_CR UZ_JORGE.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 10 de janeiro de 2022.

CRUZ, J. A. S. *et al*. Dona Francisca namorada do Rio Jacuí. *In:* BACCA, A. A (org.). **150 anos da imigração italiana no Rio Grande do Sul.** Bento Golçalves: Proyecto Cultural Sur/Brasil, 2019.

DAMATTA, R. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986

DELPHIM, Carlos Fernando de Moura. Patrimônio Cultural e Geoparque. **Revista do Instituto de Geociências – USP**, São Paulo, v. 5, p. 75-83, out. 2009. Disponível em: www.igc.usp.br/geologiausp. Acesso em: 09 de dezembro de 2021.

FAGLIARI, Gabriela Scuta. **Turismo e Alimentação**: Análises introdutórias. São Paulo: Ed. Roca, 2005.

FLANDRIN, Jean Louis; MONTANARI, Massimo. **A história da alimentação**. Paris: Ed. Fayard, 1996.

FENKER, Terezinha Tessele; GUERINO, Silvana Lúcia Costabeber. **Resgatando a grande Cachoeira**. Porto Alegre: CORAG, 2016.

FRANZINA, Emílio. Imigração italiana no Rio Grande do Sul: memórias de Júlio Lorenzoni (1877-1928). *In:* TEDESCO, João Carlos; ZANINI, Maria Catarina (org.). **Migrantes ao Sul do Brasil**. Santa Maria: Ed. UFSM, 2010. p. 63-84.

FROEHLICH, José Marcos. **Rural e Natureza – a construção social do rural contemporâneo na região central do Rio Grande do Sul.** 2002. 220 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento, Agriculuta e Sociedade) – Universidade Federal Rutal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2002.

FROEHLICH, José Marcos; VENDRUSCOLO, Rafaela. A construção social da identidade territorial Quarta Colônia: tramas e sentidos da narrativa. *In*: FROEHLICH, José Marcos (Org.). **Desenvolvimento territorial**: produção, identidade e consumo. Ijuí, RS: Ed. da Unijuí, 2012, p. 305-352.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GIMENO, Alejandro Jesus Fenker. **Apropriações e comércio de terras na cidade da Cachoeira no contexto da Imigração Europeia (1850-1889).** 2014. 109 f.

GONÇALVES, Reginaldo. Patrimônio como categoria de pensamento. *In*: Abreu, Regina e Chagas, Mario (orgs). **Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos**. Rio de Janeiro: DPA, 2003.

GROFF, Altair. **A desterritoriarização das escolas do campo do município de Dona Francisca/RS.** 2016. 179f. Dissertação (Mestrado em Geografia e Geociências) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2016.

HALLl, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed., DP&A, Rio de Janeiro, 2005.

HORTA, Maria de Lourdes Parreira; GRUNBERG, Evelina; MONTEIRO, Adriane Queiroz. **Guia Básico de Educação Patrimonial.** Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional / Museu Imperial, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **[Portal do] IBGE**. Rio de Janeiro: IBGE, [s. d.]. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/dona- francisca/panorama. Acesso em: 05 de maio de 2022.

ITAQUI, José; VILLAGR Á N, Maria Angélica. **Educação Patrimonial:** a experiência da 4º Colônia. Santa Maria: Palloti, 1998.

KITTEL, ROSA Christina**. Dona Francisca assim começou.** Disponível em: https://www.donafrancisca.rs.gov.br/secretarias/secretaria-da-cultura-desporto-e turismo/hist%C3%B3ria-fotos-e-fatos. Acesso em: 16 de junho de 2022.
LE GOFF, Jacques. "Memória". *In*: **História e Memória**. Campinas: Ed. UNICAMP, 1994.

LISBOA FILHO, F. F. **Extensão universitária:** gestão, comunicação e desenvolvimento regional. Santa Maria, RS: FACOS-UFSM, 2022. E-book. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/handle/1/23643. Acesso em: 20 de abril de 2022.

QUANDO O CLIMA MUDA O TEMPERO: BOIA-FORTE E OS DESAFIOS DO TURISMO GASTRONÔMICO EM VALE DO SOL/RS

MARIELI ELENA MULLER[1], FRANCIELI ESTER MÜLLER[2]

[1] Historiadora, Pós-graduada em História da Alimentação e Patrimônio Cultural, Mestranda do Programa em Desenvolvimento Regional pela Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC) e agricultora familiar.
[2] Enfermeira, Mestre em Enfermagem (UFSM), Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Promoção da Saúde pela Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC) e agricultora familiar.

Resumo: Este artigo aborda os desafios enfrentados pelo turismo rural gastronômico em Vale do Sol-RS, com foco na boia-forte, uma tradicional refeição preparada com ingredientes proveni- entes da agricultura familiar local. Originalmente consumida no meio rural, a boia-forte se po- pularizou e passou a ser consumida em todo o município, especialmente em festas e eventos comunitários. A pesquisa explora como as mudanças climáticas impactam a produção desses alimentos, afetando a oferta dessa experiência gastronômica para os turistas. Além disso, o ar- tigo analisa as estratégias de adaptação da comunidade local e propõe formas de conciliar a valorização da gastronomia tradicional com práticas sustentáveis, a fim de assegurar a conti- nuidade do turismo rural como atividade econômica e cultural. São apresentadas, ainda, suges- tões de políticas públicas para fortalecer a resiliência do setor diante das incertezas climáticas.

Palavras-chave: Turismo rural; boia-forte; mudanças climáticas; agricultura familiar; sustentabilidade.

Introdução

O turismo rural tem se consolidado como uma atividade estratégica para o desenvolvi- mento de várias regiões do Brasil, especialmente nas localidades que buscam destacar suas tradições culturais e modos de vida específicos. Nesse contexto, a gastronomia rural desempe- nha um papel crucial, pois oferece uma imersão nas práticas e saberes ancestrais que conectam os indivíduos à terra, à produção local e à cultura comunitária. Em várias regiões, os pratos típicos não são apenas alimentos, mas também representações vivas da história e do cotidiano das populações rurais.

Nesse contexto, a gastronomia rural desempenha um papel crucial, pois oferece uma imersão nas práticas e saberes ancestrais que conectam os indivíduos à terra, à produção local e à cultura comunitária. Para o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), a gastro- nomia rural é uma expressão viva da identidade cultural, refletindo as práticas alimentares her- dadas ao longo das gerações, adaptadas à disponibilidade dos recursos locais e à sazonalidade dos produtos. Ela se torna, portanto, um dos maiores atrativos do turismo rural, funcionando como um instrumento de preservação do patrimônio cultural e um motor de desenvolvimento econômico. Em várias regiões, os pratos típicos não são apenas alimentos, mas também repre- sentações vivas da história e do cotidiano das populações rurais. A gastronomia rural também se alinha aos conceitos de turismo sustentável, pois busca promover o uso responsável dos re- cursos naturais, respeitando os saberes tradicionais e o equilíbrio ecológico, ao mesmo tempo em que fomenta a economia local e valoriza o trabalho dos pequenos produtores.

Em muitas áreas rurais, a culinária tradicional, como o prato típico da boia-forte em Vale do Sol, torna-se um elo entre as gerações e um símbolo de resistência cultural. De acordo com a pesquisa de Sabino et al. (2020), os pratos tradicionais oferecem não apenas uma expe- riência gastronômica única, mas também representam o vínculo profundo entre a comunidade e seu território. A culinária rural é marcada por práticas de produção

alimentícia baseadas no saber-fazer local e sustentável, respeitando a sazonalidade dos produtos e utilizando ingredien- tes que são cultivados localmente ou de acesso fácil. O desenvolvimento do turismo gastronô- mico rural, segundo o autor Oliveira (2018), pode ser uma estratégia para estimular a economia local, promover a preservação de tradições culinárias e engajar a comunidade na criação de produtos que atendem às demandas do mercado turístico.

Em Vale do Sol, município localizado no interior do Rio Grande do Sul, a boia-forte se destaca como um prato típico de grande importância cultural e gastronômica. Com 9.897 habi- tantes (nove mil e oitocentos e noventa e sete), conforme estimativas do IBGE (2022), Vale do Sol tem sua base econômica sustentada principalmente pela agricultura familiar, com forte pre- sença na produção de tabaco, hortigranjeiros e criação de pequenos animais. Esse contexto de forte vínculo com o meio rural influencia diretamente as práticas alimentares e culturais da população, consolidando tradições que passam de geração em geração.

O município é reconhecido por sua diversidade de atrativos turísticos, que incluem be- lezas naturais, patrimônios históricos e eventos culturais. Entre os principais pontos turísticos estão os casarões antigos e igrejas antigas, como também diversos empreendimentos turísticos no município que oferecem aos visitantes experiências únicas em meio à natureza exuberante da região. Além disso, o turismo rural tem ganhado destaque, com iniciativas que promovem a vivência do cotidiano agrícola e a degustação de produtos locais.

A agricultura familiar em Vale do Sol é caracterizada por pequenas propriedades que adotam práticas sustentáveis e diversificadas. Segundo dados do Censo Agropecuário do IBGE (2017), mais de 80% dos estabelecimentos rurais do município se enquadram nessa categoria. Essas propriedades cultivam uma variedade de produtos, incluindo milho, soja, frutas, hortali- ças e mantêm criações de bovinos, aves e suínos. A diversificação das atividades agrícolas tem sido uma estratégia adotada para aumentar a renda das famílias e garantir a sustentabilidade das propriedades.

A preparação da boia-forte é um reflexo direto desse cenário rural: ela é feita com pro- dutos provenientes da agricultura familiar local, como galinha caipira, carne moída, legumes variados e temperos frescos. Tais ingredientes são cultivados e criados por famílias que mantêm práticas de produção sustentáveis e integradas ao ambiente local. De acordo com o Censo Agro- pecuário (IBGE, 2017), mais de 80% dos estabelecimentos rurais do município se enquadram como agricultura familiar, evidenciando o papel estratégico desses agricultores na preservação de saberes e sabores regionais.

A boia-forte não é apenas um prato tradicional, mas também um símbolo da identidade rural do município. Inicialmente consumida no meio rural, essa iguaria logo se popularizou e passou a ser apreciada em todo o município, sendo servida em festas comunitárias, quermesses, encontros familiares e até mesmo nas escolas. Esse prato, que reflete os modos de vida rurais e as técnicas culinárias passadas de geração em geração, representa muito mais do que uma sim- ples refeição, ela carrega consigo a memória histórica e cultural da comunidade local.

Além disso, como destaca a cartilha do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SE- NAR, 2022), a valorização da gastronomia típica no meio rural é uma das formas mais eficazes de promover o turismo rural sustentável, resgatando a cultura alimentar e oferecendo novas oportunidades de geração de renda para as famílias agricultoras. Assim, receitas como a da boia-forte são uma forma de preservação cultural, uma vez que associam o ato de cozinhar à celebração de festas e momentos comunitários, conectando as pessoas à sua história, ao seu território e aos seus valores.

Esse prato, que reflete os modos de vida rurais e as técnicas culinárias passadas de ge- ração em geração, representa muito mais do que uma simples refeição: ela carrega consigo a memória histórica e cultural da comunidade local. As receitas como a da boia-forte são uma forma de preservação cultural, uma vez que associam o ato de cozinhar à celebração de festas e momentos comunitários, conectando as pessoas à sua história, ao seu território e aos seus valores. A boia-forte, portanto, vai além de uma iguaria culinária: ela é uma expressão da iden- tidade local e da valorização dos saberes populares, funcionando como um elo entre o passado e o presente da comunidade.

Inicialmente consumida no meio rural, essa iguaria logo se popularizou e passou a ser apreciada em todo o município, sendo servida em festas comunitárias, quermesses, encontros familiares e até mesmo nas escolas.

A popularização da boia-forte também é um reflexo da crescente valorização da cultura local e dos produtos da agricultura familiar, que têm ganhado cada vez mais destaque como elementos fundamentais do turismo gastronômico rural. Esse tipo de turismo tem se mostrado uma alternativa viável e sustentável para o desenvolvimento de áreas rurais, pois além de promover a culinária tradicional, fomenta o fortalecimento da econo- mia local e a preservação das práticas culturais.

A popularização da boia-forte é, portanto, também um reflexo do aumento do interesse pelo turismo gastronômico rural, que tem se consolidado como uma estratégia eficaz para o fortalecimento da identidade cultural e a promoção do desenvolvimento econômico nas regiões interioranas. O turismo gastronômico proporciona uma experiência autêntica, em que os visi- tantes têm a oportunidade de se conectar com as tradições locais através da comida, oferecendo um novo olhar sobre a cultura e a culinária regional.

Em 9 de junho de 2006, por meio do Decreto Municipal Nº 773, a boia-forte foi oficia- lizada como prato típico de Vale do Sol. O decreto reconheceu a relevância desse prato para a cultura local, estabelecendo formalmente os ingredientes e o modo de preparo da receita. Com isso, a boia-forte ganhou destaque institucional, sendo promovida como um patrimônio imate- rial da cidade. Abaixo estão os ingredientes oficiais da boia-forte, conforme o Decreto Munici- pal Nº 773, de 2006:

Tabela 1 – Ingredientes da Boia-Forte.

Ingrediente	Ingrediente	Ingrediente
Azeite	Pimentão	Carne Moída
Cebola	Orégano	Massa Parafuso
Batatinha	Milho Verde	Sal
Brócolis	Arroz	Alho
Repolho	Polpa de Tomate	Polpa de Tomate
Cenoura	Galinha Caipira	Salsa
Couve	Tomate	Ervilha
Couve-Flor	Cebolinha Verde	

Fonte: Decreto Municipal nº 773, de 09/06/2006, e Prefeitura Municipal de Vale do Sol (2025).

Os ingredientes que compõem a boia-forte, conforme estabelecido pelo Decreto Muni- cipal nº 773, de 2006, são representativos da diversidade produtiva das propriedades da agri- cultura familiar em Vale do Sol. As hortaliças como batatinha, cenoura, couve, brócolis, repo- lho, couve-flor e pimentão são cultivadas em pequenas lavouras e hortas caseiras, muitas vezes sem o uso de agrotóxicos, mantendo características naturais e sazonais. Já as proteínas animais, representadas pela galinha caipira e pela carne moída, são produzidas em quintais e pequenas criações familiares, onde a alimentação dos animais é geralmente feita com milho e vegetais do próprio sítio, conferindo sabor e qualidade diferenciados. O milho verde, o arroz e a massa parafuso completam o prato com carboidratos que oferecem sustância, remetendo às refeições fartas que sustentam os trabalhadores do campo.

Além disso, os temperos naturais, como alho, cebola, salsa, cebolinha verde, orégano e tomate, conferem à boia-forte um sabor caseiro e autêntico, sem depender de condimentos in- dustrializados. A polpa de tomate intensifica o sabor e a cor do prato, enquanto ingredientes como ervilha e milho verde acrescentam textura e doçura equilibrada. O uso do azeite no refo- gado inicial ressalta os aromas e oferece um toque mais refinado, que se equilibra com a rusti- cidade dos demais ingredientes. Essa combinação rica e colorida, além de nutritiva, representa a fartura, a criatividade e a coletividade que marcam a cultura alimentar das famílias agriculto- ras de Vale do Sol. Ao unir sabores do campo em uma única panela, a boia-forte expressa o cuidado com a alimentação e o respeito pela terra que alimenta.

A escolha dos ingredientes da boia-forte também revela uma sabedoria popular constru- ída a partir do conhecimento empírico sobre nutrição, sazonalidade e sustentabilidade. Muitos dos vegetais presentes no prato — como couve, couve-flor, cenoura e repolho — são cultivados em diferentes épocas do ano, o que permite à agricultura familiar manter uma oferta constante dos produtos, respeitando os ciclos naturais da terra. Essa lógica da produção sazonal garante frescor e sabor aos alimentos, além de reduzir o impacto ambiental causado por práticas agrí- colas intensivas. A diversidade de cores e texturas dos ingredientes também se alinha às reco- mendações nutricionais contemporâneas, que valorizam pratos coloridos, equilibrados e com- postos por alimentos in natura. Assim, a boia-forte se apresenta não apenas como uma tradição cultural, mas também como uma refeição saudável e alinhada com os princípios da alimentação adequada e sustentável.

Outro aspecto importante é o caráter coletivo e afetivo desses alimentos, que vão muito além da nutrição: eles carregam histórias de família, memórias afetivas e práticas culinárias passadas de geração em geração. Preparar a boia-forte envolve reunir a comunidade, partilhar tarefas como cortar legumes, temperar carnes e cozinhar grandes porções, geralmente em fo- gões à lenha ou em tachos comunitários. A presença de ingredientes simples, mas ricos em sabor, como cebolinha verde, salsa, orégano e alho, mostra como a cozinha rural valoriza o que é local, disponível e cultivado com cuidado. Cada elemento do prato tem seu papel — do azeite que inicia o preparo até a massa e o arroz que garantem sustância — compondo uma receita que é, ao mesmo tempo, alimento, memória e identidade. A boia-forte, nesse sentido, é uma celebração da vida no campo, da fartura conquistada com trabalho e do prazer de comer junto, com afeto e pertencimento.

O preparo da boia-forte é um ritual que envolve a colaboração de várias mãos da comu- nidade. A receita consiste em um cozido farto e nutritivo, no qual os ingredientes são adiciona- dos em um panelão de ferro, iniciando com o refogado da galinha caipira e, em seguida, a inclusão de legumes e temperos. O prato é cozido lentamente, garantindo que os sabores se misturem e se intensifiquem, resultando em uma refeição completa e cheia de história. O modo de preparo é simples, mas eficaz, refletindo a praticidade e a generosidade da culinária rural. Cada etapa da preparação, desde a escolha dos ingredientes até o cozimento cuidadoso, é im- pregnada de saberes passados de geração em geração. A boia-forte não é apenas uma refeição, mas uma vivência que conecta as pessoas ao campo e à sua ancestralidade.

A preparação desse prato típico também reflete a importância da agricultura familiar na construção da identidade rural de Vale do Sol. Os ingredientes que compõem a boia-forte são, em sua maioria, oriundos da produção local, cultivados com técnicas tradicionais que respeitam o ciclo natural das estações e promovem a sustentabilidade. A galinha caipira, os legumes e temperos frescos utilizados na receita são produzidos por pequenos agricultores familiares, que se tornam protagonistas na preservação tanto da culinária local quanto do modo de vida rural. Ao preparar a boia-forte, a comunidade reforça seu compromisso com a valorização dos pro- dutos locais e da agricultura sustentável, além de garantir a continuidade de um patrimônio cultural imaterial.

Além de valorizar a produção local, a preparação da boia-forte fortalece as relações sociais e comunitárias em Vale do Sol. O envolvimento coletivo na organização dos eventos onde o prato é servido como festas comunitárias, festivais culturais e ações beneficentes pro- move a cooperação entre vizinhos, famílias e organizações sociais, como sindicatos e associa- ções. Esse espírito de solidariedade e pertencimento reforça o papel da alimentação como elo de união e identidade, em que o ato de cozinhar e partilhar a refeição torna-se uma expressão de cuidado mútuo, de afeto e de preservação das tradições. A boia-forte, nesse sentido, é mais do que um prato típico: é um símbolo da cultura camponesa, marcada pela coletividade, pelo trabalho compartilhado e pela resistência dos saberes populares.

O preparo tradicional da boia-forte também funciona como uma ferramenta pedagógica para as novas gerações. Jovens que participam de oficinas, festas escolares ou atividades orga- nizadas por entidades locais aprendem, na prática, sobre o cultivo dos alimentos, os modos de preparo e o valor cultural da receita. Essa transmissão intergeracional de saberes garante que a boia-forte continue viva como um marco identitário, estimulando o orgulho de pertencer à co- munidade rural e o respeito pela agricultura familiar. Além disso, o prato se torna um meio de educação alimentar e nutricional, ao mostrar a importância de se consumir alimentos frescos, sazonais e produzidos de forma agroecológica.

Por fim, a boia-forte reafirma a força simbólica do território rural, em que cada ingredi- ente remete a uma história, a uma vivência e a uma paisagem específica. Ao reunir produtos da terra com sabores afetivos e co- letivos, a receita traduz em cores, aromas e sabores a essência de Vale do Sol. Seu reconhecimento oficial como patrimônio imaterial por meio do Decreto Municipal Nº 773/2006 reforça o compromisso do município com a valorização da cultura lo- cal, a promoção do turismo rural e a preservação das práticas alimentares que compõem o modo de vida da agricultura familiar. Dessa forma, a boia-forte continua sendo não apenas um prato típico, mas também uma ferramenta de resistência cultural, desenvolvimento sustentável e afir- mação da identidade rural vale-solense.

O Decreto Municipal Nº 773 também reforça o valor da boia-forte como um elo de união entre as gerações, um alimento que atravessa o tempo, sendo servido em eventos culturais e festividades. Um exemplo disso é o Boia Forte Fest, um evento anual realizado em Vale do Sol, que promove concursos de culinária, apresentações culturais e a eleição das soberanas do prato típico. Durante essa festa, as comunidades locais se reúnem para preparar e degustar a boia- forte, celebrando suas tradições e fortalecendo a identidade cultural do município.

Figura 1: Prefeitura recebe inscrições para concurso de preparo da boia-forte.



Fonte: Gazeta do Sul (2023). Disponível em: https://www.gaz.com.br/prefeitura-recebe-inscricoes- para-concurso-de-preparo-da-boia-forte/. Acesso em: 03 abr. 2025.

O Boia Forte Fest também inclui a realização de concursos que têm como objetivo ele- ger a melhor versão do prato, com base em critérios como sabor, apresentação e criatividade. A festa é uma oportunidade para os moradores e visitantes experimentarem diferentes versões da boia-forte e para as famílias locais demons- trarem seu talento culinário. Além disso, durante o evento, as candidatas a soberanas do Boia Forte Fest são apresentadas à comunidade, e o evento contribui para a promoção da gastronomia como um atrativo turístico e cultural de Vale do Sol. Esse tipo de evento se torna um ponto de encontro importante para a população e atrai turistas que buscam vivenciar a cultura local de maneira autêntica e envolvente.

Figura 2 – Boia Forte Fest em Vale do Sol.



Fonte: Prefeitura Municipal de Vale do Sol (2025). Disponível em: https://www.valedosol.rs.gov.br/Pa- ges/231294/boia-forte-fest-vale-do-sol-promoveu-concurso-do-prato-tipico-e-apresentacao-das-candidatas-a-sobera. Acesso em: 01 abr. 2025.

Esses concursos e cerimônias promovem não apenas a criatividade gastronômica, mas também fortalecem o sentimento de pertencimento e orgulho entre os participantes. As cozi- nheiras e cozinheiros, muitas vezes representantes de famílias ou comunidades, veem na disputa uma forma de expressar suas histórias, saberes e modos de preparo que foram transmitidos por gerações. A competição amigável transforma a boia-forte em símbolo de identidade e valoriza- ção das raízes culturais, onde cada variação do prato carrega consigo um pedaço da memória afetiva e das tradições do interior.

Além disso, a escolha das soberanas do Boia Forte Fest reforça o protagonismo feminino na preservação da cultura alimentar e na promoção do turismo rural. As candidatas representam suas comunidades com orgulho e ajudam a divulgar o evento e a história por trás da boia-forte. A presença das soberanas em atividades culturais, sociais e promocionais ao longo do ano con- tribui para ampliar a visibilidade do município e incentivar o envolvimento da juventude com o patrimônio local. Assim, o Boia Forte Fest vai além da gastronomia, tornando-se um espaço de celebração das tradições, de fortalecimento das redes comunitárias e de afirmação da identidade de Vale do Sol.

A Boia Forte Fest, portanto, extrapola o caráter gastronômico e se consolida como um espaço de valorização das tradições locais, fortalecendo o sentimento de pertencimento e iden- tidade cultural dos moradores de Vale do Sol. Durante a festa, a comunidade se envolve ativa- mente na organização, na produção dos pratos e nas apresentações culturais, evidenciando o potencial mobilizador da culinária como instrumento de coesão social. Famílias inteiras parti- cipam da preparação das receitas, crianças e jovens são inseridos nas atividades e a oralidade ganha força como meio de transmissão dos saberes tradicionais, perpetuando as práticas alimentares locais.

Além disso, o evento movimenta a economia do município, especialmente o setor de produção agrícola e artesanal, promovendo a comercialização de produtos coloniais, hortigran- jeiros e itens da agricultura familiar. Ao reunir gastronomia, cultura, lazer e turismo em um único espaço-tempo, o Boia Forte Fest impulsiona o turismo de experiência, em que o visitante não apenas consome, mas vivencia os modos de vida do campo. Trata-se de uma estratégia eficaz para o desenvolvimento local sustentável, pois integra diferentes dimensões do território — econômica, social, ambiental e simbólica — por meio da valorização do patrimônio imaterial.

Figura 3 – Preparação da boia-forte durante o Boia Forte Fest em Vale do Sol.



Fonte: *Gazeta do Sul* (2023). Disponível em: https://www.gaz.com.br/boia-forte-fest-ocorre-neste-sabado-em- vale-do-sol. Acesso em: 01 abr. 2025.

A popularidade da boia-forte em Vale do Sol vai além das festividades gastronômicas e culturais, sendo também um prato tradicional em eventos beneficentes, como a Festa do Hos- pital Beneficente de Vale do Sol (HBVS). Assim como no Boia Forte Fest, que celebra a culi- nária local e a identidade da comunidade, a Festa do Hospital tem como destaque a boia-forte, trazendo à tona a importância deste prato típico na promoção da união e solidariedade local. Durante o evento, realizado anualmente, a boia-forte é preparada com o mesmo carinho e dedi- cação que caracterizam a tradição rural, unindo moradores e visitantes em torno de uma causa nobre: apoiar o hospital da cidade. O prato, além de ser um símbolo gastronômico da região, fortalece os laços comunitários e impulsiona a economia local, ao mesmo tempo em que con- tribui para a manutenção de um serviço essencial para a saúde dos vale-solenses.

A Festa do Hospital Beneficente de Vale do Sol, além de ser um evento culinário, se caracteriza por seu papel de apoio social, demonstrando a solidariedade e o espírito comunitário que permeiam a cultura local. A boia-forte, presente em todas as edições da festa, é um prato que representa o esforço coletivo, onde os moradores se unem não apenas para preparar a co- mida, mas também para arrecadar fundos que são revertidos para a melhoria dos serviços de saúde da cidade. Assim, a festividade cumpre um duplo papel: celebrar a culinária tradicional e, ao mesmo tempo, garantir a continuidade de um serviço essencial para a população.

O impacto da Festa do Hospital vai além da contribuição financeira para o hospital, pois ela também fortalece a coesão social da cidade, promovendo um sentimento de pertencimento e responsabilidade entre os moradores. A boia-forte, servida com dedicação e tradição, trans- forma a simples ação de comer em um ato simbólico de apoio e cuidado com a comunidade. Ao reunir pessoas de diferentes gerações e origens, o evento se torna um ponto de encontro de solidariedade e gratidão, onde a cultura local se entrelaça com o compromisso de assegurar o bem-estar coletivo. A continuidade dessa celebração reafirma a importância da boia-forte como mais do que um prato típico, mas como um elo entre os habitantes de Vale do Sol e sua história de união e resiliência.

Figura 4: Evento em Vale do Sol teve a boia-forte e ajudou o hospital



Fonte: Portal Arauto. Evento em Vale do Sol teve a boia-forte e ajudou o hospital. Disponível em: https://portalarauto.com.br/08-08-2023/evento-em-vale-do-sol-teve-a-boia-forte-e-ajudou-o-hospital/.

A presença da boia-forte nesses eventos reforça seu papel como elemento agregador da comunidade, conectando tradição, identidade e responsabilidade social. Ao ser servida em con- textos festivos e beneficentes, a boia-forte transcende o prato em si e se torna um símbolo de pertencimento e de mobilização coletiva. A participação ativa da população na Festa do Hospi- tal evidencia como a culinária típica pode ser uma ferramenta poderosa para fortalecer vínculos sociais, estimular o engajamento cívico e preservar práticas culturais que resistem ao tempo. A valorização desse prato tradicional, portanto, está diretamente associada ao sentimento de solidariedade e à busca por um bem comum, como a manutenção da estrutura hospitalar que atende às demandas da população local.

Além disso, os eventos em que a boia-forte é protagonista funcionam como plataformas de visibilidade para os produtores rurais e empreendedores locais. A aquisição dos ingredientes junto à agricultura familiar, a exposição de produtos coloniais e a circulação de visitantes con- tribuem para dinamizar a economia e dar protagonismo aos saberes e fazeres do meio rural. Dessa forma, a boia-forte não apenas resgata memórias e celebra tradições, como também for- talece circuitos curtos de comercialização e incentiva práticas sustentáveis de produção e consumo. Ao ocupar um papel central em iniciativas como o Boia Forte Fest e a Festa do Hospital, o prato típico reafirma sua relevância como expressão cultural e motor de desenvolvimento territorial em Vale do Sol.

Essa relação entre culinária, território e pertencimento reforça a importância da boia- forte como expressão cultural viva, renovada a cada edição da festa e presente no cotidiano das famílias. A manutenção e o fortalecimento dessas tradições são fundamentais para garantir que a cultura alimentar do município permaneça ativa e adaptável frente aos novos desafios. Entre esses desafios, ganha destaque a questão das mudanças climáticas, que afeta diretamente a produção agrícola e, consequentemente, a disponibilidade de ingredientes utilizados na boia-forte. Entretanto, como qualquer outro produto proveniente da agricultura familiar, a boia-forte está sujeita aos impactos das mudanças climáticas. A produção de alimentos como milho, batata, cenoura e até mesmo a criação de galinha caipira, ingredientes essenciais para a prepa- ração desse prato típico, está diretamente vinculada às condições climáticas locais. Secas pro- longadas, chuvas excessivas, geadas fora de época e variações extremas de temperatura afetam diretamente a qualidade, a

produtividade e a disponibilidade desses alimentos, comprometendo tanto o abastecimento interno quanto a oferta para o turismo rural e gastronômico.

Em Vale do Sol, onde a agricultura familiar desempenha papel central na economia local, essas alterações climáticas representam um risco significativo não apenas para os agri- cultores, mas para toda a cadeia produtiva do turismo. O cultivo de hortaliças e grãos em pe- quena escala depende de ciclos regulares de chuva e temperaturas estáveis, fatores cada vez mais instáveis diante do cenário atual de mudanças climáticas globais. Segundo o Relatório de Avaliação do IPCC (2022), “a variabilidade climática crescente terá impacto direto na segu- rança alimentar em comunidades que dependem de sistemas agrícolas sensíveis ao clima”, como é o caso do interior gaúcho.

Além disso, a boia-forte, sendo um prato que valoriza ingredientes frescos e locais, torna-se um símbolo da vulnerabilidade e, ao mesmo tempo, da resiliência da cultura alimentar regional. A indisponibilidade de um único ingrediente pode afetar diretamente a autenticidade do prato, interferindo na experiência gastronômica do visitante e, consequentemente, na atratividade turística do município. O turismo gastronômico, que depende da oferta constante de alimentos autênticos e sazonais, encontra-se diante do desafio de equilibrar tradição e adaptação.

A mudança no clima impõe, portanto, novos desafios ao turismo rural em Vale do Sol, ao mesmo tempo em que representa uma oportunidade para repensar as práticas agrícolas e turísticas da região. A adoção de estratégias sustentáveis, como o uso racional da água, rotação de culturas, compostagem, reflorestamento de matas ciliares e incentivo à agroecologia, torna-se essencial para garantir a continuidade das tradições alimentares. A diversificação da produção e o fortalecimento das redes de apoio entre agricultores, escolas, empreendimentos turísticos e instituições públicas são caminhos possíveis para aumentar a resiliência do território.

De acordo com o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR, 2023), “o turismo rural sustentável deve estar alinhado com práticas agroecológicas, integrando a produção de alimentos com a preservação ambiental e a valorização da cultura local”, o que inclui ações que envolvem tanto o planejamento turístico quanto políticas públicas voltadas ao meio rural.

Nesse contexto, o turismo rural gastronômico, quando bem estruturado, pode ser uma ferramenta importante para promover a adaptação climática e fortalecer a economia regional. O fortalecimento de circuitos curtos de comercialização e o turismo de base comunitária também são estratégias que aproximam o visitante da realidade dos agricultores, promovendo uma troca mais justa e consciente.

Este artigo, portanto, busca refletir sobre os impactos das mudanças climáticas no turismo gastronômico de Vale do Sol, com foco na boia-forte como um dos principais atrativos culturais e turísticos do município. Além disso, pretende analisar como a comunidade local pode se adaptar a essas transformações e manter a autenticidade de seus produtos e experiências turísticas, oferecendo aos visitantes uma vivência rica em sabor, história, cultura e sustentabilidade. A boia-forte, mais do que um prato, pode tornar-se um símbolo de resistência climática, educação alimentar e valorização dos modos de vida rurais em tempos de crise ambiental.

Referencial Teórico

O turismo rural tem se consolidado como uma atividade estratégica de desenvolvimento sustentável, especialmente em regiões que buscam valorizar suas tradições culturais e seu modo de vida rural. O turismo rural é uma forma de turismo onde os visitantes têm a oportunidade de vivenciar atividades e práticas do campo, interagindo diretamente com as culturas locais. Esse modelo de turismo contribui não apenas para a economia, mas também para a preservação das tradições, ao integrar práticas agrícolas e culturais com o lazer. No Brasil, a valorização da agricultura familiar tem se mostrado uma base sólida para esse tipo de turismo, pois ela está intimamente ligada ao uso sustentável dos recursos naturais e à promoção de alimentos autênticos (SCHNEIDER, 2003).

Nesse cenário, a gastronomia regional torna-se um importante vetor de afirmação identitária e valorização cultural no contexto do turismo rural. Como argumentam Simon, Etges e Minasi (2016), os alimentos típicos de

uma região não apenas satisfazem necessidades biológi- cas, mas também comunicam pertencimento e autenticidade, reforçando a identidade cultural frente às pressões da globalização. Ao integrar práticas culinárias tradicionais às atividades turísticas, as comunidades rurais não só preservam seus saberes, mas também os compartilham com os visitantes, criando laços de empatia e reconhecimento mútuo. Essa valorização dos elementos locais fortalece a economia regional, dinamiza o turismo e contribui para a construção de narrativas que respeitam a diversidade cultural do território.

No contexto de Vale do Sol, a boia-forte emerge como um símbolo da gastronomia rural, refletindo as práticas e saberes ancestrais da comunidade. Pratos típicos como a boia-forte não representam apenas a culinária local, mas também a história e os costumes de uma população rural que preserva suas raízes, mesmo diante das transformações modernas. Segundo Montanari (2008), a gastronomia é uma das formas mais poderosas de expressão cultural, pois é por meio da comida que as gerações transmitem conhecimentos e reforçam a identidade local. A boia-forte, preparada com ingredientes da agricultura familiar, como galinha caipira, carne moída, legumes e temperos frescos, não é apenas uma iguaria culinária, mas uma representação da vida no campo e da conexão com a terra.

A gastronomia, especialmente em comunidades rurais como a de Vale do Sol, desem- penha um papel fundamental na construção e preservação da identidade local. Pratos típicos como a boia-forte não são apenas alimentos, mas também narrativas que revelam os modos de vida, as histórias e os valores de uma população que, ao longo do tempo, aprendeu a cuidar da terra e a celebrar suas colheitas. Ao envolver ingredientes frescos e naturais da agricultura familiar, a boia-forte simboliza a harmonia entre o ser humano e o meio ambiente, um equilíbrio que é mantido de geração em geração. Além disso, a vivência do turismo rural permite que visitantes se conectem com essa cultura de forma autêntica, valorizando e respeitando a tradição gastronômica que é, ao mesmo tempo, uma forma de resistência e adaptação às mudanças no mundo contemporâneo.

A agricultura familiar é o pilar sobre o qual se assenta a produção de alimentos como os que compõem a boia-forte. De acordo com o Censo Agropecuário (IBGE, 2017), mais de 80% dos estabelecimentos rurais de Vale do Sol são voltados para a agricultura familiar. Esse tipo de agricultura é caracterizado pela gestão da propriedade realizada por famílias, com o trabalho predominantemente feito por seus membros, sem grande uso de mão de obra externa. A agri- cultura familiar é fundamental para o fortalecimento das economias locais e para a manutenção das tradições agrícolas e alimentares. Para Abravomay (1997), esse modelo de produção é mais resistente às adversidades econômicas e climáticas, pois prioriza a diversificação da produção e a conexão dos agricultores com seus produtos e mercados locais.

Contudo, o impacto das mudanças climáticas é um desafio crescente para a agricultura familiar, afetando diretamente a produção de alimentos essenciais para o preparo de pratos tradicionais como a boia-forte. As variações climáticas, como secas prolongadas, chuvas excessi- vas e temperaturas extremas, têm prejudicado a qualidade e a oferta de produtos básicos como legumes, verduras, milho e carne caipira. Segundo o Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC, 2021), a agricultura é um dos setores mais vulneráveis às mudanças climáticas, sendo que as comunidades rurais, especialmente as que dependem da agricultura fa- miliar, estão entre as mais afetadas.

Em Vale do Sol, o cultivo de hortigranjeiros e a criação de pequenos animais, como galinhas caipiras, são fundamentais para a produção da boia-forte. O impacto das mudanças climáticas tem gerado incertezas sobre a segurança alimentar e o abastecimento de produtos frescos e de qualidade. Segundo Altieri e Nicholls (2009), a agroecologia é uma abordagem importante para enfrentar esses desafios, pois ela busca aumentar a resiliência das práticas agrícolas por meio da diversificação da produção e do uso de técnicas sustentáveis, que minimizam os impactos ambientais e aumentam a capacidade de adaptação às mudanças climáticas.

A adoção de práticas agroecológicas em Vale do Sol pode ser um caminho eficaz para enfrentar as adversidades impostas pelas mudanças climáticas. A agroecologia, ao promover a diversificação de culturas e a utilização de métodos naturais e sustentáveis de cultivo, não ape- nas preserva o meio ambiente, mas também fortalece a economia local. Ao diversificar a pro- dução agrícola, as famílias rurais podem reduzir a dependência de uma única cultura, minimizando os riscos de perdas financeiras em caso de eventos climáticos extremos,

como secas ou chuvas excessivas. Além disso, a produção integrada de hortigranjeiros e pequenos animais contribui para uma alimentação mais saudável e nutritiva, essencial para a manutenção de pratos tradicionais como a boia-forte.

Essas práticas, além de garantir a sustentabilidade da agricultura familiar, também têm o potencial de fortalecer a identidade cultural da região. A boia-forte, como prato típico de Vale do Sol, carrega consigo um valor simbólico que representa a conexão da comunidade com a terra e suas tradições. Ao adotar técnicas agroecológicas, os produtores podem continuar a oferecer alimentos frescos e de qualidade para a preparação desse prato, preservando ao mesmo tempo os saberes ancestrais e adaptando-se às exigências do contexto atual. Dessa forma, a integração entre a agroecologia e a gastronomia local não só contribui para a segurança alimentar, mas também promove um modelo de desenvolvimento sustentável, que valoriza tanto a produção rural quanto a preservação cultural.

O turismo gastronômico tem se mostrado uma alternativa estratégica para valorizar a gastronomia local e promover a economia regional. Macedo (2020) destaca que o turismo gastronômico não se limita à degustação de pratos típicos, mas envolve uma experiência cultural completa, onde os visitantes têm a oportunidade de aprender sobre os processos produtivos, a história dos alimentos e os valores culturais da comunidade. No caso de Vale do Sol, o turismo gastronômico baseado na boia-forte pode ser uma ferramenta poderosa para fortalecer a identidade local e proporcionar uma experiência autêntica aos turistas.

O turismo gastronômico em Vale do Sol, ao valorizar a boia-forte, representa uma ponte entre a tradição e o futuro. Esse tipo de turismo vai além da simples degustação de alimentos, oferecendo uma imersão no cotidiano rural, onde os visitantes podem aprender sobre a produção de ingredientes, a história por trás de cada prato e a importância cultural das receitas locais. Esse contato direto com as práticas agrícolas e a cultura alimentar fortalece o sentido de pertencimento da comunidade, ao mesmo tempo em que torna a experiência mais autêntica e enri- quecedora para os turistas, que se sentem parte da história local.

Além disso, a promoção da gastronomia regional através do turismo pode ter impactos positivos em vários aspectos da vida local. O incentivo ao turismo gastronômico em Vale do Sol, com foco na boia-forte, pode aumentar a demanda por produtos locais, como legumes frescos e carnes produzidas de maneira sustentável, impulsionando a economia da agricultura familiar. Esse fortalecimento da cadeia produtiva local também cria oportunidades para pequenos negócios, como restaurantes, empreendimentos turísticos, além de promover a conservação do meio ambiente, uma vez que o uso dos produtos da terra é feito de maneira responsável e com respeito às práticas sustentáveis.

A sustentabilidade e a preservação cultural se tornam elementos chave para o futuro do turismo rural em Vale do Sol. O turismo rural bem-sucedido deve ser desenvolvido de forma integrada à realidade local, respeitando as tradições e a cultura, ao mesmo tempo em que oferece benefícios econômicos e sociais à comunidade. A promoção de um turismo que se articule com a produção local e as práticas sustentáveis pode ajudar as comunidades a enfrentar as adversi- dades climáticas e ao mesmo tempo preservar suas tradições alimentares.

A implementação de práticas sustentáveis no turismo rural não só reforça a identidade cultural, como também contribui para a conservação dos recursos naturais. Ao incentivar o uso responsável da terra, a valorização da biodiversidade e a produção de alimentos locais de maneira sustentável, o turismo rural pode se tornar um aliado na proteção do meio ambiente. Em Vale do Sol, isso implica em integrar o cultivo de produtos da agricultura familiar com inicia- tivas de preservação ambiental, como o manejo sustentável das áreas de cultivo e o incentivo à agroecologia. Dessa forma, os visitantes podem vivenciar experiências autênticas e educativas, enquanto as práticas locais se tornam mais resilientes às mudanças climáticas.

Além disso, a promoção do turismo rural deve considerar a capacitação da população local, tanto para melhorar a qualidade dos serviços oferecidos aos turistas quanto para garantir que as práticas agrícolas e culturais sejam preservadas e repassadas para as gerações futuras. Programas de formação em gestão de turismo, hospitalidade e desenvolvimento sustentável são essenciais para garantir que as comunidades de Vale do Sol possam tirar o máximo proveito das oportunidades geradas pelo turismo, sem comprometer sua sustentabilidade a longo prazo. Com uma abordagem integrada e focada na valorização do patrimônio local, Vale do Sol pode

se consolidar como um exemplo de turismo rural que promove tanto o desenvolvimento econômico quanto a preservação cultural e ambiental.

Dessa forma, a integração entre o turismo rural, a agricultura familiar e a gastronomia local oferecem uma resposta potente aos desafios impostos pelas mudanças climáticas. A adaptação às novas condições climáticas, por meio de práticas sustentáveis, é crucial para garantir que pratos como a boia-forte continuem a representar não apenas uma iguaria, mas também um elo entre as gerações e uma afirmação da identidade cultural de Vale do Sol.

Procedimentos Metodológicos

Este estudo adotou uma abordagem qualitativa e exploratória com o objetivo de com- preender a relação entre o turismo rural gastronômico, com ênfase na boia-forte, a agricultura familiar e os impactos das mudanças climáticas no município de Vale do Sol, no Rio Grande do Sul. A pesquisa buscou entender como esses elementos se inter-relacionam, influenciando as práticas culturais e as dinâmicas turísticas locais.

A pesquisa caracterizou-se como qualitativa, o que permitiu uma análise profunda das experiências e percepções dos membros da comunidade local, bem como uma compreensão das dinâmicas do turismo rural gastronômico. A partir dessa abordagem, foi possível investigar como a boia-forte, como prato típico, reflete a identidade local e como as práticas de agricultura familiar e os desafios climáticos impactam a produção e a sustentabilidade do turismo gastronômico na região.

O levantamento de dados foi realizado por meio de fontes primárias e secundárias. As fontes primárias incluíram a coleta de informações junto aos agentes locais envolvidos direta- mente com a produção agrícola e o turismo rural, bem como com os moradores e turistas que frequentam a região. Essas informações foram obtidas por meio de interações diretas, com o intuito de explorar a percepção dos participantes sobre os aspectos culturais, agrícolas e turís- ticos do município. Além disso, foram analisados documentos e registros oficiais, como o Decreto Municipal Nº 773, que formaliza a boia-forte como prato típico de Vale do Sol, e dados climáticos e agropecuários relacionados à produção local.

A análise de conteúdo foi a metodologia aplicada às informações coletadas, com o ob- jetivo de identificar padrões e temas recorrentes relacionados à gastronomia, à agricultura fa- miliar e ao impacto das mudanças climáticas. Seguindo a metodologia proposta por Bardin (2011), foi possível organizar e categorizar os dados, proporcionando uma visão abrangente das dinâmicas locais. As categorias analisadas envolveram o impacto das variações climáticas nas safras e no abastecimento de ingredientes para a boia-forte, a relação entre a agricultura familiar e o turismo rural, e as implicações culturais da boia-forte para a comunidade de Vale do Sol. Além disso, a pesquisa utilizou a observação participante como método complementar para compreender as interações sociais e culturais nas festividades e eventos de turismo gastronô- mico, como o Boia Forte Fest. Este evento, que reúne moradores e turistas, foi uma oportuni- dade para observar a prática da gastronomia local e sua importância para o fortalecimento da identidade comunitária. A observação permitiu captar as dinâmicas de preparação, consumo e celebração da boia-forte, além de perceber a interação entre a agricultura local e o turismo gastronômico.

O estudo de caso foi estruturado com base no município de Vale do Sol, uma vez que o município apresenta uma forte conexão entre a agricultura familiar, as tradições culinárias e as práticas de turismo sustentável. O caso específico de Vale do Sol foi escolhido por ser um exemplo representativo de turismo rural, com ênfase na gastronomia local, sendo um ambiente ideal para a análise das influências climáticas na produção agrícola e nas atividades turísticas da região.

Além das entrevistas e observações, a pesquisa incluiu uma análise secundária dos dados climáticos para avaliar como as mudanças climáticas impactam a produção agrícola no município.

Esses dados foram obtidos a partir de registros meteorológicos e informações de órgãos como o Instituto Nacional de Meteorologia (INMET) e a Defesa Civil do Rio Grande do Sul. A análise visou identificar tendências climáticas e suas repercussões nas safras de produtos essenciais para a boia-forte, como milho, batata, legumes e galinha caipira.

A pesquisa seguiu os princípios éticos estabelecidos pela Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde, que regulamenta as pesquisas envolvendo seres humanos. Todos os participantes foram informados sobre os objetivos do estudo e participaram voluntariamente, com a garantia de anonimato e confidencialidade. Os dados coletados foram tratados com respeito à privacidade dos envolvidos, assegurando a integridade ética da pesquisa.

Embora a pesquisa tenha se concentrado em Vale do Sol, a amostra e os resultados não podem ser generalizados para outras regiões com características diferentes. Além disso, a natureza qualitativa da pesquisa implica em uma análise interpretativa das percepções dos participantes, o que pode influenciar as conclusões, mas também proporciona uma compreensão mais profunda das dinâmicas locais.

Resultados e discussão

Em Vale do Sol, município localizado no interior do Rio Grande do Sul, a boia-forte se destaca como um prato típico de grande importância cultural e gastronômica, refletindo o vínculo profundo da comunidade com o meio rural e a agricultura familiar. Com 9.897 habitantes conforme estimativas do IBGE (2022), Vale do Sol tem sua economia sustentada principalmente pela agricultura familiar, com destaque para a produção de tabaco, hortigranjeiros e a criação de pequenos animais. Esse contexto agrícola tem um impacto direto nas práticas alimentares e culturais da população, com a boia-forte se consolidando como um símbolo da identidade rural do município.

A preparação da boia-forte é um reflexo direto desse cenário rural, uma vez que ela é feita com produtos provenientes da agricultura familiar local, como galinha caipira, carne moída, legumes variados e temperos frescos. Os ingredientes essenciais para a preparação da boia- forte são cultivados e criados por famílias que mantêm práticas de produção sustentáveis e que estão integradas ao ambiente local. De acordo com o Censo Agropecuário do IBGE (2017), mais de 80% dos estabelecimentos rurais de Vale do Sol se configuram como agricultura familiar, evidenciando o papel estratégico dos agricultores familiares na preservação dos saberes e sabores regionais.

A pesquisa revelou que os dados foram coletados por meio de interações diretas com agentes locais, observações participantes em eventos como o Boia Forte Fest, além de fontes secundárias como o Censo Agropecuário do IBGE (2017) e os dados climáticos fornecidos pelo INMET. Esses procedimentos metodológicos garantiram uma análise rica e contextualizada dos impactos climáticos e culturais no turismo gastronômico local.

O turismo gastronômico em Vale do Sol tem crescido consideravelmente, sendo impulsionado pelo crescente interesse por experiências autênticas que conectam os turistas com as tradições culturais locais e o modo de vida rural. A pesquisa revelou que a valorização da boia-forte como patrimônio cultural tem contribuído para a promoção do turismo no município, com turistas buscando experiências genuínas que incluem a degustação do prato típico e a participação em festividades. Quando turistas visitam a cidade, eles buscam uma experiência genuína que inclua a degustação do prato típico, além de participar de festividades como o Boia Forte Fest, que celebra a culinária local e promove concursos de culinária e apresentações culturais. Esses eventos fortalecem a identidade da comunidade e promovem a boia-forte como uma verdadeira atração gastronômica, o que tem gerado oportunidades econômicas para os produtores rurais e comerciantes locais.

Entretanto, a pesquisa também revelou os desafios impostos pelas mudanças climáticas à agricultura familiar, com impactos diretos na produção dos ingredientes essenciais para a boia-forte. A produção de milho, batata, cenoura, galinha caipira e outros produtos está direta- mente relacionada às condições climáticas, e as secas, chuvas excessivas e as variações de tem- peratura têm afetado a qualidade e a quantidade desses produtos. Por exemplo, as secas prolon- gadas que ocorreram entre 2020 e 2021 resultaram na escassez de alimentos como milho e batata, comprometendo a produção local. Os pequenos produtores de galinha caipira também enfrentam dificuldades, uma vez que os animais dependem de condições climáticas mais ame- nas para uma criação saudável e rentável. Essa vulnerabilidade à mudança climática representa um risco para a estabilidade da oferta de alimentos frescos e de qualidade, essenciais para o prato típico da cidade.

A literatura sobre o impacto das mudanças climáticas na agricultura familiar, sugere que os pequenos produtores são especialmente vulneráveis a essas variações, devido à falta de recursos para implementar tecnolo-

gias de adaptação ou sistemas eficientes de irrigação. Essa fragilidade é um desafio direto para o turismo gastronômico local, que depende da continuidade e da qualidade dos produtos agrícolas locais. A pesquisa revelou que a escassez de insumos agrícolas tem gerado incertezas entre os produtores, tornando-se um obstáculo para o crescimento sustentado do turismo rural gastronômico em Vale do Sol.

Apesar desses desafios, a pesquisa também identificou que os produtores locais têm adotado práticas agrícolas mais sustentáveis para mitigar os efeitos das mudanças climáticas. Práticas como a rotação de culturas, o uso de variedades de plantas mais resistentes à seca e sistemas de irrigação mais eficientes têm se mostrado eficazes em garantir a continuidade da produção agrícola, mesmo diante das oscilações climáticas.

O uso de técnicas agroecológicas, que priorizam a biodiversidade e o manejo adequado do solo, também tem sido um caminho adotado pelos agricultores para aumentar a resiliência de suas produções frente aos desafios climáticos. Essas práticas, além de sustentarem a produ- ção de alimentos autênticos, contribuem para a preservação do meio ambiente e para a criação de um turismo sustentável, que respeita e valoriza a natureza e as tradições locais.

A boia-forte, como patrimônio cultural e gastronômico de Vale do Sol, não apenas representa um elo entre passado e presente, mas também se configura como um vetor importante para o desenvolvimento econômico local, impulsionando o turismo rural e a economia da cidade. Eventos como o Boia Forte Fest, que reúnem comunidades e turistas em celebração à culinária local, têm sido fundamentais para fortalecer a visibilidade da boia-forte e promover a região como um destino turístico gastronômico. A pesquisa demonstrou que a popularização da boia-forte tem gerado novas oportunidades de mercado para os produtores locais, permitindo que eles se conectem diretamente com os consumidores, aumentando a renda das famílias rurais e promovendo a sustentabilidade econômica da região.

Porém, para que o turismo gastronômico de Vale do Sol seja sustentável a longo prazo, é essencial que o município continue a adotar práticas agrícolas resilientes e promova a educação e a conscientização sobre os impactos das mudanças climáticas. A adoção de políticas públicas que incentivem a agricultura sustentável, o manejo eficiente dos recursos naturais e o uso de tecnologias de adaptação às mudanças climáticas será crucial para garantir a continuidade da produção agrícola local, além de manter a autenticidade do turismo gastronômico. A combinação de uma agricultura familiar forte, práticas agrícolas sustentáveis e a valorização de produtos locais pode transformar Vale do Sol em um exemplo de turismo rural gastronômico sustentável, onde o passado e o futuro se encontram na preservação das tradições e no enfrentamento dos desafios climáticos.

Considerações Finais

O turismo rural em Vale do Sol, com destaque para a gastronomia, representa uma im- portante ferramenta de preservação da cultura local e de promoção do desenvolvimento econômico sustentável. A boia-forte, como prato típico da região, não é apenas um símbolo da identidade cultural do município, mas também um elo entre o passado e o presente da comunidade, refletindo práticas alimentares ancestrais que se mantêm vivas até os dias atuais. A agricultura familiar, que constitui a espinha dorsal da economia local, tem um papel fundamental na produção dos ingredientes que compõem este prato, sendo um reflexo das tradições e valores que caracterizam o modo de vida rural de Vale do Sol.

A relação entre a culinária local e o turismo rural destaca-se como um fator essencial no fortalecimento da identidade cultural e na valorização da agricultura familiar. A produção agrícola, caracterizada pela diversidade de produtos cultivados e pela maneira sustentável com que os agricultores locais mantêm suas propriedades, é um reflexo da riqueza da cultura e do território de Vale do Sol. O cuidado com os alimentos e a preservação das receitas tradicionais, como a da boia-forte, se traduzem em uma forma de resistência cultural, sendo um ponto de convergência entre a história da cidade e o presente, alimentando não só o corpo, mas também a memória coletiva.

Entretanto, os desafios impostos pelas mudanças climáticas são uma preocupação crescente, tanto para os agricultores quanto para o turismo gastronômico. Como discutido, a produ- ção de alimentos essenciais para

a preparação da boia-forte, como milho, batata, cenoura e galinha caipira, está sujeita a variações climáticas, que podem afetar diretamente a disponibilidade e a qualidade desses produtos. A adaptação às novas condições climáticas é uma necessidade urgente, e as práticas sustentáveis na agricultura e no turismo se apresentam como alternativas viáveis para mitigar esses impactos. A resiliência da comunidade local diante das mudanças climáticas dependerá da integração de tecnologias e práticas agrícolas inovadoras, que preser- vem tanto o meio ambiente quanto as tradições culturais.

Além disso, a sustentabilidade e a preservação da cultura local dependem da construção de um modelo de turismo que seja ao mesmo tempo economicamente viável e ecologicamente responsável. O turismo rural, quando bem estruturado, pode ajudar a promover a resiliência da comunidade ao estimular o uso de práticas agrícolas sustentáveis e ao criar alternativas de renda que não agridem o meio ambiente. Ao mesmo tempo, é necessário que as políticas públicas incentivem a capacitação dos agricultores familiares, promovendo uma maior compreensão sobre os efeitos das mudanças climáticas e sobre as melhores práticas agrícolas adaptativas.

A promoção de eventos como o Boia Forte Fest é uma excelente iniciativa para fortalecer o vínculo da população com sua culinária típica e, ao mesmo tempo, atrair turistas interessados em vivenciar a autêntica experiência do campo. Esses eventos não só impulsionam a economia local, mas também ajudam a preservar e a divulgar o patrimônio cultural imaterial de Vale do Sol, conectando as novas gerações à história da cidade e oferecendo uma oportunidade para os visitantes conhecerem de perto a realidade rural. Além disso, o incentivo à participação dos jovens na agricultura familiar e no turismo pode garantir que as práticas e os saberes culturais sejam transmitidos e valorizados ao longo das gerações.

Dessa forma, o turismo rural de Vale do Sol pode se consolidar como um exemplo de integração entre tradição, cultura, economia e sustentabilidade. A boia-forte não é apenas um prato típico, mas uma expressão cultural que sintetiza a história e as práticas cotidianas da po- pulação rural de Vale do Sol. Seu fortalecimento como um atrativo turístico, aliado a uma agricultura familiar adaptada às novas realidades climáticas, pode contribuir significativamente para a preservação da identidade local e para o desenvolvimento econômico sustentável da região. Assim, é fundamental que os esforços para preservar a cultura gastronômica, aliados às práticas sustentáveis, sejam uma prioridade para garantir a continuidade dessa rica tradição em um cenário climático cada vez mais desafiador.

O fortalecimento da agricultura familiar e do turismo rural em Vale do Sol exige, por- tanto, uma atuação integrada entre os diferentes agentes da sociedade, como os próprios produtores, o poder público e as organizações não governamentais. O turismo gastronômico pode ser uma ferramenta eficaz para promover a resiliência da comunidade local, ao mesmo tempo que mantém a autenticidade dos produtos e das tradições culturais da região. Investir na adaptação às mudanças climáticas, promover práticas agrícolas sustentáveis e fortalecer as atividades turísticas são passos essenciais para garantir que o município continue a se destacar como um exemplo de como o turismo rural pode ser um motor de desenvolvimento econômico e cultural sustentável.

Por fim, é necessário que a comunidade de Vale do Sol continue a valorizar e divulgar sua culinária, suas tradições e seus produtos locais. Isso não só proporciona benefícios econô- micos, mas também reforça o orgulho da população pela sua identidade e pela sua história, mantendo a conexão profunda entre o povo e o seu território. O turismo gastronômico, através da boia-forte, surge como uma oportunidade única de fortalecer a cultura local e preservar os saberes ancestrais enquanto se enfrenta os desafios impostos pelas mudanças climáticas.

Referências

ABRAMOVAY, Ricardo. **Agricultura familiar e desenvolvimento territorial: lições da experiência brasileira**. Estudos Sociedade e Agricultura, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 45-66, 1997.

ALTIERI, M. A.; NICHOLLS, C. I. *Agroecology, Small Farms, and Food Sovereignty*. Monthly Review, v. 61, n. 3, p. 102–111, jul. 2009. Disponível em: Monthly Review. Acesso em: 13 abr. 2025.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

Boia-Forte Fest: **Vale do Sol promoveu concurso do prato típico e apresentação das candidatas a Soberanas.** Disponível em: https://www.valedosol.rs.gov.br/Pa- ges/231294/boia-forte-fest-vale-do-sol-promoveu-concurso-do-prato-tipico-e--apresen- tacao-das-candidatas-a-sobera . Acesso em 01 de abril de 2025.

BRASIL. **Decreto Municipal nº 773, de 09 de junho de 2006**. Institui a "Bóia Forte" como prato típico no Município de Vale do Sol e dá outras providências. Vale do Sol, 2006. Disponível em: https://valedosol.cespro.com.br/visualizarDiploma.php?-cdMuni- cipio=8045&cdDiploma=200600773&NroLei=773&Word=0&Word2=. Acesso em: 01 abr. 2025.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Cidades e estados**. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/vale-do-sol.html . Acesso em: 02 abr. 2025.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Censo Agropecuário 2017: Resultados Preliminares**. Disponível em: https://censos.ibge.gov.br/agro/2017/. Acesso em: 11 abr. 2025.

INMET. **Instituto Nacional de Meteorologia**. Disponível em: www.inmet.gov.br.Acesso em 01 de abril de 2025.

GAZETA DO SUL. **Boia Forte Fest ocorre neste sábado em Vale do Sol**. Santa Cruz do Sul, 21 set. 2023. Disponível em: https://www.gaz.com.br/boia-forte-fest-ocorre- neste-sabado-em-vale-do-sol/. Acesso em: 11 abr. 2025.

Gazeta Grupo de Comunicações. **"Vale do Sol promove seminário de paisagismo e turismo rural". Publicado em 2 de setembro de 2024.** Disponível em: https://www.gaz.com.br/vale-do-sol-promove-seminario-de-paisagismo-e-turismo- rural-saiba-como-participar/. Acesso em 01 de abril de 2025.

Goerck, G. U. (2017). **"Turismo rural na agricultura familiar: análise dos subsídios repassados aos agricultores pelas entidades ligadas** à área **rural em Santa Cruz do Sul".** Revista Ágora, 19(1), 75-84. Disponível em: https://online.unisc.br/seer/index.php/agora/article/download/8596/6129. Acesso em 01 de abril de 2025.

GAZETA DO SUL. **Prefeitura recebe inscrições para concurso de preparo da Boia- Forte.** 2023. Disponível em: https://www.gaz.com.br/prefeitura-recebe-inscricoes- para-concurso-de-preparo-da-boia-forte/. Acesso em: 11 abr. 2025.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Censo Agropecuário 2017**. Disponível em: https://censoagro2017.ibge.gov.br. Acesso em 30 de março de 2025.

IPCC. ***Climate Change 2022****: Impacts, Adaptation and Vulnerability*. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge University Press, 2022. Disponível em: https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg2/ .

IPCC**. *Relatório de Síntese:*** *Sexto Relatório de Avaliação do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (AR6).* Genebra: IPCC, 2021. Disponível em: https://www.ipcc.ch/report/ar6/synthesis-report/. Acesso em: 13 abr. 2025.

IBGE (2017). ***Censo Agropecuário:*** *Resultados do Censo Agropecuário 2017*. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

MACEDO, J. L. de. Gastronomia e Turismo Cultural: reflexões sobre a cultura no processo do desenvolvimento local. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 14, n. 1, p. 79–94, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/304251579_Gastronomia_e_Turismo_Cultur al_reflexoes_sobre_a_cultura_no_processo_do_desenvolvimento_local. Acesso em: 13 abr. 2025.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2008. Ministério do Turismo. (2021). **Turismo rural no Brasil**: Oportunidades e desafios. Acesso em: https://www.gov.br/turismo/pt-br .

Oliveira, R. (2018). **Turismo gastronômico:** Uma abordagem sobre as práticas e estra- tégias para o desenvolvimento local. Editora Rural, 12(3), 33-45.

Prefeitura Municipal de Vale do Sol. **Secretaria Municipal de Agricultura, Meio Am- biente e Turismo.** Disponível em: https://www.valedosol.rs.gov.br/depto/30412/30412/secretaria_municipal_de_agricultura_meio_ambiente_e_turismo. Acesso em 31 de março de 2025.

PORTAL ARAUTO. **Evento em Vale do Sol teve a boia-forte e ajudou o hospital.** Santa Cruz do Sul: Portal Arauto, 08 ago. 2023. Disponível em: https://portala- rauto.com.br/08-08-2023/evento-em-vale-do-sol-teve-a-boia-forte-e-ajudou-o--hospital/. Acesso em: 13 abr. 2025.

SIMON, Elaine L.; ETGES, Vaneza E.; MINASI, Sabrina M. A gastronomia regional e o turismo como elementos fortalecedores da identidade cultural frente à tensão entre o global e o regional. **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, v. 3, n. 5, 2016. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/15223 . Acesso em: 13 abr. 2025.

Sabino, C., Lima, F., & Silva, A. (2020). **A gastronomia rural como patrimônio cul- tural**: O caso das comunidades rurais do

Brasil. Revista Brasileira de Turismo e Sus- tentabilidade, 15(2), 88-102.

SCHNEIDER, Sergio. **A diversidade da agricultura familiar e o desenvolvimento rural**. *Revista Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 11, n. 1, p. 1-28, 2003.

Souza, A. (2021). **Mudanças climáticas e a agricultura familiar no Brasil:** *Impactos e adaptações*. Revista Brasileira de Agricultura, 30(2), 45-67.

Santos, R. (2019). **Turismo rural e sustentabilidade:** desafios e oportunidades. Edi- tora Universitária. Acesso em 01 de abril de 2025.

SENAR. (2020). Gastronomia rural e o turismo sustentável. Acesso em: https://www.senar.org.br

SENAR. Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. **Turismo Rural***:* oportunidades e desafios no campo. Brasília: SENAR, 2022. Disponível em: https://www.cnabra- sil.org.br/senar. Acesso em: 11 abr. 2025.

A VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL DE VAL VERONÊS E O USO TURÍSTICO

JOCELITO OLIVEIRA DE OLIVEIRA[1], CAROLINE CILIANE CERETTA[2] E FLAVIANA PEROBELLI DE OLIVEIRA[3]

[1] Mestre em Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Santa Maria.
[2] Doutora em Extensão Rural pela Universidade Federal de Santa Maria. Professora adjunta do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Santa Maria.
[3] Mestranda em Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Santa Maria.

RESUMO: Este trabalho analisa o patrimônio cultural da comunidade de Val Veronês, localizada na Quarta Colônia de Imigração Italiana no Rio Grande do Sul, com o objetivo de identificar seus elementos identitários e distintivos para fins de valorização turística sustentável. A localidade, reconhecida por sua importância histórica, patrimônio cultural e natural também abriga o primeiro santuário dedicado a Nossa Senhora do Monte Bérico no Brasil e integra o território do Geoparque Quarta Colônia, reconhecido pela UNESCO. A pesquisa, de natureza qualitativa e exploratória, baseia-se em dados primários e secundários, com a utilização de retratos e narrativas das vivências da comunidade local. O referencial teórico abrange autores que discutem patrimônio, identidade, memória e turismo, como Ceretta (2017), Cruz (2020), Gil (2008), Zanini (2006), entre outros. O principal produto do estudo é um Fotolivro digital com imagens e descrições dos elementos culturais e simbólicos da comunidade. Os resultados revelam que a valorização do patrimônio cultural, associada ao turismo sustentável, pode fortalecer a identidade local e promover o desenvolvimento territorial, respeitando a história e os saberes tradicionais.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio Cultural; Identidade, Turismo Sustentável, Val Veronês, Geoparque.

INTRODUÇÃO

A valorização do patrimônio cultural tem se destacado como uma estratégia relevante para o fortalecimento da identidade local e para o desenvolvimento de práticas de turismo sustentável, sobretudo em comunidades que guardam expressivas heranças culturais. Neste contexto, a localidade de Val Veronês, integrante da Quarta Colônia de Imigração Italiana no Rio Grande do Sul, representa um território simbólico de memória, fé, tradições e expressões materiais e imateriais.

O estudo aqui apresentado procura valorizar a memória e o patrimônio cultural da localidade, onde o reconhecimento, a valorização e a preservação da cultura material e imaterial são instrumentos, que ao serem estudados permitem compreender sua relevância e sentido, assim como, conhecer o passado e despertar o interesse em salvaguardar e preservar no presente e no futuro.

Localizada na Região Central do Estado, a Quarta Colônia[5] abrange uma área total de 2.923 Km² e uma população de 65.000 habitantes, estando situada entre os campos da depressão central e os campos do planalto médio e a bacia do Jacuí. (CONDESUS, 2019).

[5] Em 1875, o Rio Grande do Sul recebeu imigrantes italianos para colonizar as terras consideradas devolutas pelo Império no Sul do Brasil. Para tal, foram constituídos quatro núcleos coloniais de imigrantes italianos. Na Serra Gaúcha, o primeiro núcleo foi o de Caxias do Sul, o segundo foi Conde d'Eu (atual Garibaldi) e o terceiro, Dona Isabel (hoje Bento Gonçalves). Entre 1876 e 1877, outros imigrantes italianos chegariam à região Central do estado para constituir o quarto núcleo colonial junto às encostas da Serra de São Martinho e formar a Cittá Nuova, que logo passou a se chamar Colônia Silveira Martins, em homenagem ao Senador Gaúcho que apoiava o processo imigratório para o Sul do Brasil. Este núcleo constituiu a Quarta Colônia Imperial de Imigração Italiana (FROEHLICH; VENDRUSCOLO, 2012; SPONCHIADO, 1996).

Ao longo dos tempos a Quarta Colônia, encontrou alianças governamentais para efetivar estratégias de desenvolvimento no território. A partir dos anos 1990, seus recursos foram incrementados com iniciativas decorrentes da criação do Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia – o CONDESUS, criado em 1996, o consórcio buscou dar visibilidade política e turística ao território a partir de um conjunto de projetos e ações políticas articuladas e fortalecidas no âmbito territorial (CERETTA, 2017). A partir de 2018, os Geoparques (Caçapava e Quarta Colônia), foram assumidos como projetos estratégicos pela Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal de Santa Maria – RS (PRE - UFSM), em uma iniciativa multidisciplinar e integrada não só com a comunidade, mas também com o poder público e com potenciais empreendedores. A proposta estratégica busca reforçar o interesse dos pesquisadores da UFSM na temática e institucionalizar a iniciativa de promover o desenvolvimento local endógeno junto às comunidades (UFSM, 2023).

Este território tem sido palco de interesses que tratam diretamente a valorização e a sustentabilidade das vivências das diversas comunidades, os nove municípios-membros do CONDESUS (Faxinal do Soturno, Ivorá, Silveira Martins, Dona Francisca, Nova Palma, Pinhal Grande, São João do Polêsine, Agudo e Restinga Seca[6]), buscam discutir e planejar, politicamente, o desenvolvimento socioeconômico e turístico do território. Para tal, a estratégia adotada tem sido a valorização de aspectos específicos da Quarta Colônia, identificados nos próprios municípios, oriundos de recursos naturais e culturais com atributos identitários e distintivos para constituir a diferença qualitativa do território (FROEHLICH, J. M.; VENDRUSCOLO, R. A, 2012). Nessa perspectiva, a valorização do patrimônio material e imaterial é parte do processo de desenvolvimento social e econômico do território, onde o turismo tem a partir de sua ação transformadora e construtiva, bases sustentáveis e solidárias (CONDESUS, 2019).

Dentre os municípios da Quarta Colônia, Faxinal do Soturno, tem em sua construção social, a presença de comunidades rurais e urbanas com descendentes dos primeiros imigrantes italianos que formaram e colonizaram o território desde o ano de 1877 no século XIX. A imigração nestes espaços territoriais teve uma identidade cultural fundamentada na religiosidade, nos usos e costumes, na cultura, na culinária, dentre outros, assim como suas identidades, apesar de terem sofrido várias adaptações, ainda prevalecem nos dias de hoje (Cruz, 2020).

Posto isso, o estudo aqui apresentado tem como objetivo principal apresentar o patrimônio cultural da localidade de Val Veronês, pertencente ao município de Faxinal do Soturno, e seus elementos identitários e distintivos para valorização do turismo, como local de interesse patrimonial e enquanto estratégia de desenvolvimento sustentável na Quarta Colônia. Especificamente, este estudo objetiva apresentar um aporte teórico sobre os elementos que compõem o patrimônio cultural da localidade de Val Veronês, bem como as dimensões que fomentam o desenvolvimento sustentável do território. Visa também identificar quais os elementos que constituem o patrimônio cultural da localidade de Val Veronês e suas especificidades para o desenvolvimento do turismo na Quarta Colônia. E por fim, o produto Fotolivro digital de Val Veronês, contendo o patrimônio cultural da comunidade com registros de sua história, memórias e construção social.

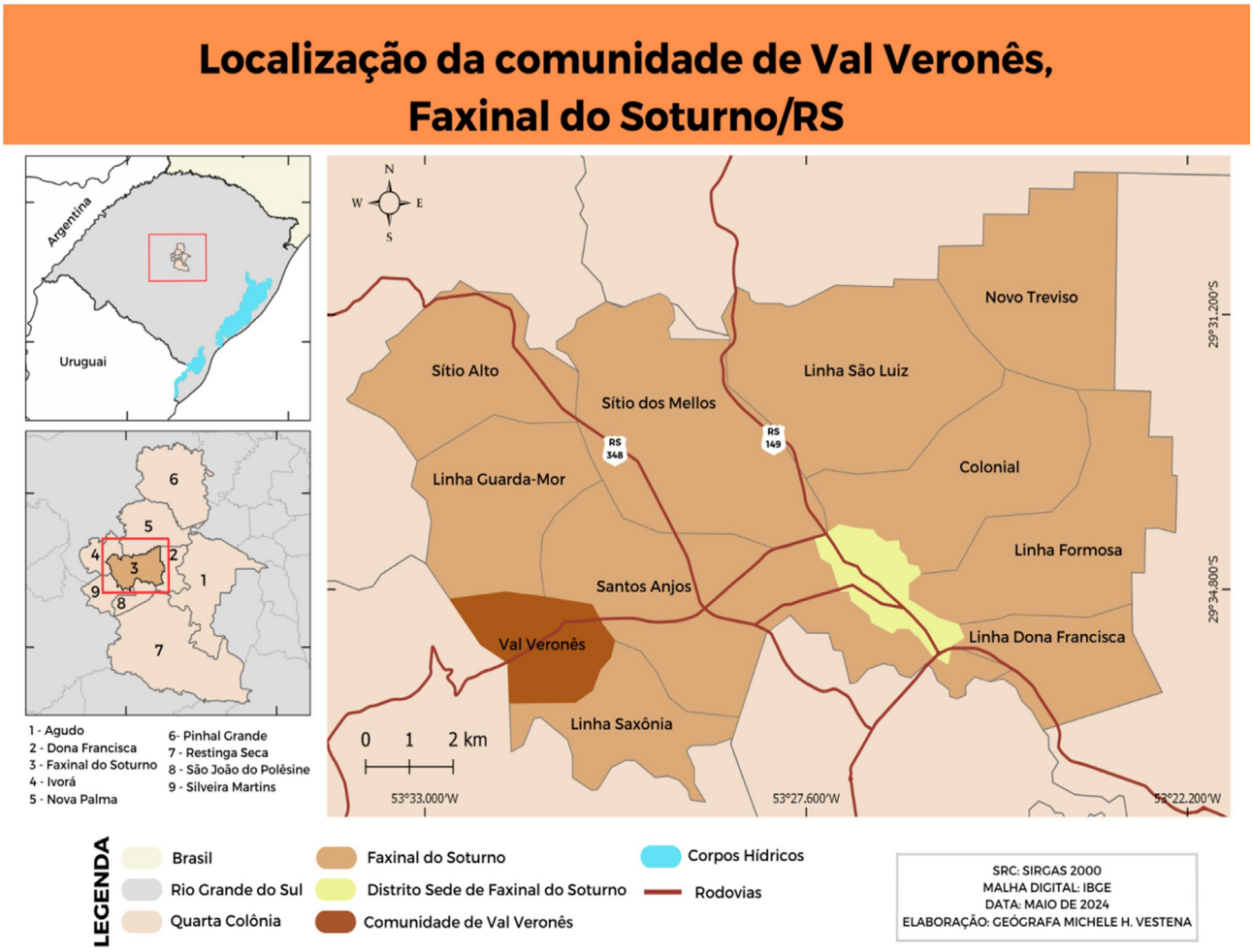
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa é de natureza qualitativa, de caráter exploratório e descritivo formada por dois momentos complementares, isto é, um identificando e caracterizando a área objeto do estudo e outro, apresentando os procedimentos metodológicos que embasam a proposta de pesquisa.

Para tal, a coleta de dados acontece a partir da pesquisa do tipo secundária - de caráter bibliográfico e documental - através de estudos do tipo obras, artigos, dissertações e documentos que não receberam tratamento analítico (folders, mapas, documentos pessoais, fotografias) e também, pela coleta de dados do tipo primária que se desenvolve, in loco, e busca a identidade com retratos e narrativas das vivências da localidade de Val

[6] Os municípios de Agudo e Restinga Seca também se unem ao território da Quarta Colônia para reconhecer novas identidades, o primeiro colonizado por imigrantes alemães e o segundo de colonização Portuguesa e Afrodescendentes, juntos, fazem parte e formam o atual caráter multiétnico que se institui no território.

Figura - Localização de Val Veronês, (2024)



Fonte: Solicitação do autor. Elaborado por Michele Vestena, maio de 2024.

Veronês. Para esta etapa foram realizadas entrevistas semiestruturadas com moradores, artesãos, lideranças locais e representantes de instituições culturais. Também foi utilizada a observação participante em atividades culturais e religiosas, além de uma breve nota de etnografia, pois o pesquisador é parte do território investigado.

Além disso, foi feita uma análise documental de planos de desenvolvimento turístico e materiais institucionais do CONDESUS e da UFSM, bem como registros fotográficos e audiovisuais da localidade.

Com os dados obtidos foi se buscando o significado que as pessoas dão as coisas. O contato direto do pesquisador com a situação estudada, enfatiza mais o processo do que o produto e se preocupa em retratar a perspectiva dos participantes. Para Gil (2008), a pesquisa exploratória é desenvolvida com o objetivo de proporcionar visão geral, do tipo aproximativo, acerca de determinado fato, enquanto que o caráter qualitativo é utilizado para desenvolver um entendimento profundo de um assunto, sobre a motivação e o raciocínio das pessoas.

A entrevista é uma forma de interação social, onde uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta com a fonte de informação. A linguagem captada nas entrevistas e na observação participante entre os interlocutores serve para perceber os sentidos das representações sociais, pois as expressões, práticas, diálogos, memórias, sentimentos e formas de condutas formam os conteúdos.

A utilização de técnicas e fontes de dados de forma combinada permite um enriquecimento das interpretações que produz resultados complementares e por vezes contrastantes, dando uma visão panorâmica do estudo. A observação participante, com traços etnográficos, baseado no convívio com o objeto estudado, permite enxergar significados que somente com as entrevistas não seriam percebidos.

Por fim, as narrativas e retratos coletados foram sistematizados no produto final da pesquisa: Um Fotolivro digital com curadoria visual e textual das expressões identitárias de Val Veronês.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados evidenciam que a identidade de Val Veronês está profundamente enraizada em suas práticas religiosas, no artesanato tradicional, nas memórias dos descendentes de imigrantes e na relação afetiva com a paisagem local. O Fotolivro digital apresenta, por meio de imagens e textos, a diversidade dos elementos culturais da comunidade: arquitetura colonial, celebrações religiosas, ofícios manuais e saberes herdados.

A análise das entrevistas demonstra um forte sentimento de pertencimento e orgulho cultural por parte dos moradores, embora também sejam identificadas fragilidades, como a escassez de políticas públicas voltadas ao turismo cultural e a pouca visibilidade externa da localidade. O reconhecimento da região como Geoparque da UNESCO surge, assim, como uma oportunidade para integrar o patrimônio cultural local a uma agenda de desenvolvimento sustentável.

Como forma de apresentação do estudo a principalmente a comunidade, ainda durante a coleta de dados, foi produzido dois banners que foram divulgados e expostos nas festividades e eventos sociais da localidade para os participantes.

O primeiro, como apresentação e retratando algumas das principais características da localidade – Figura 1.

Figura 1 - Banner Apresentação



O segundo, já como uma prévia do produto final e com algumas das principais características da localidade, representando parte do patrimônio cultural e natural de Val Veronês e retratadas em fotografias e texto – Figura 2.

Figura 2 - Patrimônio Cultural e Natural



Autores como Cruz (2020) e Zanini (2006) reforçam que o turismo sustentável deve ser conduzido a partir das demandas locais, com participação da comunidade e valorização de seus saberes. Nesse sentido, a pesquisa aponta que o envolvimento da população de Val Veronês é essencial para qualquer estratégia de turismo baseada em sua identidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que a valorização do patrimônio cultural de Val Veronês, articulada ao turismo sustentável, pode contribuir para a preservação da memória coletiva e o fortalecimento da identidade local. O Fotolivro digital produzido configura-se como instrumento de visibilidade e de educação patrimonial, permitindo que as expressões culturais da comunidade sejam conhecidas, respeitadas e transmitidas.

A pesquisa destaca a importância do planejamento participativo e da integração entre patrimônio e turismo, reforçando a ideia de que a valorização cultural deve ser orientada pelo respeito às tradições locais e pela promoção do bem- estar das populações envolvidas. O reconhecimento da Quarta Colônia como Geoparque da UNESCO representa um marco para potencializar tais ações e ampliar o protagonismo das comunidades do interior do Rio Grande do Sul.

Portanto, com o propósito de salvaguardar este patrimônio de Val Veronês e permitir que os descendentes de imigrantes tanto da comunidade como os ex- moradores tenham acesso às manifestações culturais ainda presentes nas comunidades, não seria pertinente ter um lugar onde pudessem ser rememoradas tais expressões identitárias que construíram e seguem construindo a história da localidade e sua comunidade? E diante, do aumento da procura de visitantes no território Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO, principalmente nas festividades religiosas identitárias, o qual Val Veronês também é representativo, não seria pertinente apresentar aos visitantes um retrato de seu passado e presente como possibilidade de conhecer sua história e patrimônio cultural?

Na localidade de Val Veronês, em meio às moradias e paisagens rurais permanecem alguns casarões da época da colonização, o santuário de Nossa Senhora do Monte Bérico (antiga Capela) que remete a Itália, salão comunitários que mantém a tradição festiva da devoção aos santos católicos e edificação da antiga escolinha, que durante anos serviu na formação da educação inicial dos filhos dos imigrantes e demais moradores da região. Também a devoção a Nossa Senhora do Monte Bérico, que reúne fieis de diversas regiões do estado e serve de referência aos encontros religiosos e sociais da pequena localidade.

O produto Fotolivro busca compor parte deste patrimônio, enriquecido com texto informativo e caracterizando as ilustrações.

Figura 3 - Capa e contracapa do Fotolivro



Link público de acesso ao Fotolivro: https://www.canva.com/design/DAGlTWxG1H8/0- JN1BTO01K23Mt_hdmtrw/view?utm_content=DAGlTWxG1H8&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_ source=uniquelinks&utlId=h8483cb4e8c

Os recursos naturais representados pelas montanhas, rios, paisagens, formações geológicas e outros elementos disponíveis na natureza, bem como, os recursos culturais, que são os elementos construídos pelo homem para a sua identidade e construção social de vivência. Os recursos culturais materiais são as casas, casarões (sobrados), monumentos e conjuntos arquitetônicos que possuem um valor sócio histórico para um determinado grupo de pessoas e os culturais imateriais são aqueles que expressam os sentimentos de pertencimento, os saberes e fazeres culinários, sentimentos de fé.

Interpretar a história de uma determinada região permite compreender e valorizar as origens de um povo, determinando um significado para as pessoas que preservam as tradições e suas formas de expressão. Através da interpretação e experiência, o turista consegue identificar os saberes e fazeres do local e valorizar pequenos hábitos que não são do seu uso comum, pois a atividade turística tem na sua essência a capacidade de informar e permitir que o visitante desfrute do atrativo.

O turismo é um processo de transformação, considerado como uma atividade complementar de desenvolvimento e que pode através do resgate de valores identitários, potencializar o desenvolvimento local. Nesse sentido, tem-se como estratégia de desenvolvimento de um território primeiro proteger o patrimônio natural. Para isso, é preciso aprender com as potencialidades e as riquezas endógenas, bem como, com as particularidades culturais integradas. Um desafio, principalmente para locais com tendências de desaparecimento ou encolhimento pelo êxodo.

Portanto, o produto Fotolivro além de servir como parte do processo de valorização da cultura por seus descendentes, oportuniza-se também que, ex- moradores, visitantes e as comunidades próximas, possam ter acesso a um instrumento de registro, que chancelam as vivências, os saudosismos, a religiosidade e as características que constituam a construção social da comunidade e do território Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO.

REFERÊNCIAS

ASHWORTH, G.J. & LARKHAM, P.J. (Eds) (2013). **Building a new heritage tourism:** Culture and Identity in the New Europe. New York: Routledge Library Editions. Tradução: R. Marinho, 2019.

CERETTA, Caroline Ciliane. **As representações sociais nas festas de padroeiros da Quarta Colônia.** Tese (Doutorado em Extensão Rural) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2017.

CONSÓRCIO DE DESENVOLVIMENTO DA QUARTA COLÔNIA (CONDESUS). **Folder.** 2019. Disponível em: <https://www.geoparquequartacolonia.com.br/publicacoes/cartilhas-e-outros- materiais/materiais-turisticos >. Acessado em 04 jun. 2023.

CRUZ, R. C. A. **Turismo e cultura:** um olhar sobre territórios e identidades. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2020.

FRIGO, M. S. **O patrimônio gastronômico da quarta colônia como potencial comida de geoparque.** Dissertação (Mestrado em Patrimônio Cultural) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2023.

FROEHLICH, J. M.; VENDRUSCOLO, R. A construção social da identidade territorial Quarta Colônia: tramas e sentidos da narrativa. In: FROEHLICH, J. M. (Org.). **Desenvolvimento territorial**: produção, identidade e consumo. Ijuí, RS: Ed. da Unijuí, 2012. p. 305-352.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Patrimônio Cultural**. 2023. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/218> Acesso em: 28 julho 2023.

UFSM – PRE - GEOPARQUES Disponível em: <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/geoparques>. Acessado em 14 de novembro de 2023.

ZANINI, Maria Catolina Chitolina. **Italianidade no Brasil Meridional**: a construção da identidade étnica na região de Santa Maria – RS. Santa Maria: UFSM, 2006.

RELATOS DE EXPERIÊNCIAS

"CANTOS E ENCANTOS RURAIS" DA QUALIFICAÇÃO A FORMAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO E DO PRODUTO DE TURISMO RURAL DE SANTA CRUZ DO SUL

CLAUDIANA Y CASTRO[1], MIRELE MILANI DA SILVA[2]

[1] Turismóloga, Mestra em Turismo e Guia de Turismo (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural).
[2] Turismóloga, Geógrafa, Mestra em Extensão Rural e Doutora em Geografia

Resumo: O presente relato de experiência tem por objetivo, compartilhar o desenvolvimento do processo de qualificação e formação dos protagonistas, produtores rurais, empreendedores e artesães, tendo como metodologia o Programa de Turismo Rural de Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar/RS) em parceria com o Sindicato Rural de Santa Cruz do Sul, Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul e Emater/Ascar. Entre os resultados estão um novo olhar para o campo com a fundação da Associação de Turismo Rural de Santa Cruz do Sul e a criação do produto turístico "Cantos e Encantos Rurais", além de visitas as propriedades envolvidas no processo. Concluindo, ressalta-se que a qualificação e a formação resultaram em uma oferta diferenciada de roteiro turístico com experiências e vivências únicas no meio rural para os turistas, contribuindo para a valorização cultural, preservação do meio ambiente, geração de renda e qualidade de vida.

Palavras-chave: Turismo Rural; Associativismo; Desenvolvimento; Geração de Renda; Produto Turístico.

Introdução

A Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul através da Secretaria de Turismo em parceria com o Sindicato Rural, buscou ao Programa de Turismo Rural do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar/RS), para qualificar empreendedores e produtores rurais do município.

As atividades iniciaram em 22 de agosto de 2022 com a palestra de sensibilização com carga horária de 4 (quatro) horas, realizada pela instrutora Claudiana Y Castro no dia, direcionada aos empreendedores interessados em capacitar-se para desenvolver ações e atividades de turismo rural em suas propriedades.

A relevância deste processo está justamente no fortalecimento da qualidade dos serviços prestados pelos empreendedores que recebem os visitantes e turistas em suas propriedades. Diante disso justifica-se que com o desenvolvimento do programa junto ao fortalecimento associativista do grupo resultou na criação da Associação de Turismo Rural de Santa Cruz do Sul e da oferta de lazer e acolhimento das propriedades rurais permitindo ao turista participar da produção e dos processos culturais de natureza e da gastronomia existente através da demanda do produto turístico, roteiro de turismo rural, denominado "Cantos e Encantos Rurais".

Resultados/Atividades Realizadas

As atividades realizadas com o grupo de empreendedores iniciaram com as aulas teóricas do módulo de identificação e seleção de oportunidades de negócios, com 24 (vinte e quatro) horas, na qual a instrutora Claudiana Y Castro, abordou os conceitos de turismo rural, tipos de turismo possíveis no espaço rural, o perfil, necessidades dos clientes/ visitantes/ turistas, riscos e benefícios. Desta forma, como metodologia de agregar a prática ao processo de aprendizagem e colaborar para a construção do trabalho coletivo e estratégias de cooperação e integração entre os empreendedores e empreendimentos foi realizada a identificação dos potenciais

atrativos das propriedades dos empreendedores participantes do programa com visitas pré-agendados aos seus espaços aplicando o diagnóstico individual.

Para a continuidade às atividades propostas pelo programa de turismo rural realizou-se o módulo de 24 (vinte e quatro) horas denominado planejamento de pou- sadas e restaurantes rurais, onde a instrutora Claudiana Y Castro trabalhou os con- ceitos sobre a cadeia produtiva do turismo, turismo sustentável, gestão de empreen- dimentos turísticos, marco legal, meios de hospedagem/ tipologias (pousada, hotel fazenda, hostel, camping, etc), sistema brasileiro de classificação de hospedagem, sustentabilidade em meios de hospedagem, higiene e segurança em meios de hos- pedagem, aproveitamento de espaços, tipos de diárias (preço e carga horária, como proceder), plataformas de comercialização e posteriormente, como atividade pratica, foi realizada uma visita técnica com o grupo n o Hotel Santa Cruz e na Pousada da Linha Nova para verificar os conceitos e tipologias da hotelaria.

Na sequência do referido programa, foi realizado o módulo de planejamento de trilhas e caminhadas ecológicas com 24 (vinte e quatro) horas, sendo executado pela instrutora Mirele Milani da Silva, trazendo os conceitos de turismo de natureza através do ecoturismo e turismo de aventura, turismo esportivo e suas conexões com o tu- rismo no espaço rural, perfil do ecoturista, perfil do turista de aventura, motivações, marco legal para o turismo em ambientes naturais, normas técnicas, ABNT e respon- sabilidade civil, personas do segmento: guia de turismo, condutor ambiental, condutor de turismo de aventura e as atividades mais frequentes: observação de fauna e flora, trilhas e caminhadas ecológicas. Como atividade prática foram realizadas trilhas em algumas propriedades dos empreendedores que se identificou como potencial deste segmento. A partir deste encontro foi idealizado pelos empreendedores participantes do programa a formatação de oferta do produto de caminhadas rurais, denominado “Caminhos Rurais” em parceria com a Emater/Ascar e apoio do Senar/RS, Afubra, Sicredi, Senac, sendo desenvolvidas entre as propriedades da localidade de Rio Par- dinho, onde foi ofertado aos turistas um itinerário de 10 Km, com alongamento e no final do trajeto um café rural.

Durante o programa foi realizado o curso de associativismo com carga horária de 16 (dezesseis) horas, com a instrutora Adriana Theisen, que abordou sobre a importância do trabalho em grupo para que as ações sejam mais eficientes e eficazes e para que a turma consiga se formalizar enquanto entidade para pleitear recursos e projetos junto a Prefeitura Municipal, Estado e o Governo Federal. Como atividade prática resultante desta ação, os integrantes criaram a Associação de Turismo Rural no ano de 2022 e conta atualmente com 23 (vinte e três) associados, sendo eleito como presidente: Alexandre Decrescenzo Guedes da Luz. A maioria dos empreendedores já estão estabelecidos turisticamente ou em desenvolvimento, e, além da criação da entidade, surgiu uma agência de turismo receptivo.

A Associação de Turismo Rural juntamente com oferta do roteiro tem como objetivo atender grupos de turistas de tenham aproximadamente 20 (vinte) pessoas, pois, ressalta-se, a idéia de oferecer atividades em que o turista permaneça pelo menos dois dias para uma experiência enriquecedora no interior do municipio.

O módulo de acolhida no meio rural com carga horário de 24 (vinte e quatro) horas, realizado pela instrutora Claudiana Y Castro, abordou as temáticas de expectativas do turista; hospitalidade, acolhida e atendimento, acolhida via meios de comunicação, acolhida no meio rural, espaços de acolhimento, ambientação acolhedora, cuidados básicos com o ambiente externo, apresentação da propriedade, impacto positivo, cuidados com o ambiente interno, manutenção e checagem, tipos de turista e como lidar com reclamações e a despedida. Como atividade prática foi realizada a oficina de sinalização com placas artesanais em madeiras e orientação para criação de espaços instagramáveis, pois, os turistas adoram registrar seus momentos e postar fotos e vídeos nas redes sociais. Como resultado deste módulo os participantes se mobilizaram para criar um roteiro chamado “Cantos e Encantos Rurais”, que envolveu cinco empreendimentos: Sítio Pedagógico Paraíso, Sítio Thomaz Ecke, Cozinha Criativa, Aromas do Monte e Nó de Pinho Arte em Madeira.

O roteiro “Cantos e Encantos Rurais” oferece uma experiência que combina a simplicidade do campo com a cultura e a gastronomia regional, sendo que o turista inicia a vivência com a produção de uma das principais tradições da culinária alemã, a cuca de Santa Cruz do Sul no empreendimento Aromas do Monte e depois caminham pela lavoura de cultivo de alecrim, capim limão e lavanda e ainda saborearam um café colonial preparado

pela família. O segundo empreendimento, Nó de Pinho Arte em Madeira, é oportunizado conhecer a marcenaria e a loja que trabalha com peças de decoração em madeira de demolição e reaproveitamento produzidas artesanalmente que levam uma história afetiva, e, ainda como atividade prática é possível que o turista personalize a confecção de um objeto de decoração. A terceira propriedade Sítio Thomas Ecke, a turista vivência o plantio e a colheita de hortaliças orgânicas em uma horta com formato de mandala e degustam do almoço com o autêntico "churrasco gaúcho" feito no fogo de chão, harmonizado com a cuca típica da região. Após o almoço, o Sítio Pedagógico Paraíso, empreendimento que possui um casarão de pedra de 1871 dos primeiros da imigração alemães, mostra o memorial dos colonizadores e os visitantes podem passear pelo jardim rupestre, conhecer as bioconstruções, contêiner sustentável, relógio do sol, realizando a interação com os animais e a degustação de frutas da época, e ainda, realizar uma trilha de "banho de floresta". Para encerrar o roteiro Cantos e Encantos Rurais, os turistas podem desfrutar das delícias preparadas pela cafeteria gourmet Brasiliana Cozinha Criativa em um local junto à natureza potencializando a experiência gastronômica pelos aromas e sabores, combinando com ambiente tranquilo e harmonioso.

O nome do roteiro tem o significado relacionado as atrações e os belíssimos locais do interior de Santa Cruz do Sul que possui vários cantos, em cada um, tem algo diferente para encantar e surpreender o visitante e os turistas.

No módulo de ponto de venda de produtos típicos e de artesanato desenvolvido com carga horária de 24 (vinte e quatro) horas pela instrutora Claudiana Y Castro, foi trabalhado os conceitos de turismo cultural e o turismo rural, patrimônio material, imaterial, elementos de representação cultural, inventário cultural, o folclore, cultura e artesanato, produtos turísticos do meio rural, benefícios da vinculação da produção à atividade turística, exigências para comercialização produção associada ao turismo, artesanato e trabalho manual, artesanato e agroalimentares, como impulsionadores da economia local, agroindústria e turismo rural, apresentação do produto, embalagens, rótulos e tags, a importância de um ponto de venda; tipos de ponto de venda e estrutura necessária; diferença entre preço e valor e comercialização integrada no grupo. Como atividade prática o grupo participou da Festa das Cucas, criando um espaço temático do turismo rural com a participação dos seus empreendimentos bem como seus produtos para serem comercializados. O grupo também teve módulos como relacionamento interpessoal e auto conhecimento para buscar desenvolvimento individual e coletivo.

No módulo de organização da cozinha rural, com carga horária de 24 (vinte e quatro) horas a instrutora Claudiana Y Castro, trabalhou turismo gastronômico, a história da gastronomia no Rio Grande do Sul, identificação de potencial gastronômico na região, cozinha rural e as necessidades do turista na gastronomia. Também buscou-se compreender conceitos sobre a alimentação saudável, comida de verdade e slow food, elaboração de cardápios para diferentes tipos de estabelecimentos e diferentes tipos de públicos, a importância da ficha técnica, cálculos e custo de preço final do produto, planejamento da área de produção do alimento, layout e fluxograma de produção associadas as boas práticas na produção de alimentos. Como atividade pratica foi realizada a visita a cozinha modelo do Senac de Santa Cruz do Sul bem como a cozinha do empreendimento Cucas Gressler.

Os empreendedores participaram também do Programa negócio certo rural do Senar com a instrutora Adriana Theisen, totalizando 40 (quarenta) horas. Ainda foi desenvolvido o módulo de jardinagem e plantas medicinais para o aprofundamento das informações das questões voltadas ao ambiente de jardim e produção de plantas medicinais. Realizaram, também, o curso de gestão e empreendedorismo no meio rural, totalizando 80 (oitenta) horas.

O módulo os segredos da boa culinária rural com carga horária de 32 (trinta e duas) horas, a instrutora Claudiana Y Castro, explanou sobre a constituição sensorial que envolve a construção de uma prato/alimentação e na abordagem da atividade pratica exercitou-se técnicas culinárias para a produção alimentícia, conforme a demanda do grupo, abordando, o turismo gastronômico, as necessidades dos turista com relação gastronomia, alimentação saudável, comida de verdade o sabor da infância, orgânica com a preparação no empreendimento Brasiliana Cozinha Criativa com a degustação dos pratos pelos empreendedores.

O módulo de serviços de restaurantes rurais com carga horária de 24 (vinte e quatro) horas, ministrado pela instrutora Claudiana Y Castro, abordou sobre os serviços nos restaurantes, cargos e tipos de serviços de salão,

etiqueta de mesa, técnicas de atendimento às clientes, os diferentes tipos de eventos gastronômicos**,** transformação da culinária em *souvenier***,** e como atividade prática realizou-se a vivência de um serviço de salão na propriedade Sitio Pedagógico Paraiso.

A consolidação das ações desenvolvidas, último módulo do Programa de Turismo Rural do Senar/RS, com carga horária de 16 (dezesseis) horas, foi realizado o planejamento, a organização e a execução de um evento com decoração e pratos da gastronomia junto ao espaço Celeiro de Sitio Thomas Ecke, contando como convidados, as autoridades locais, representantes do Sindicato Rural, Supervisora do Senar, agências de turismo, hotéis e imprensa, bem como, parceiros do turismo de Santa Cruz do Sul para apresentação do trabalho desenvolvido, bem como a entrega de certificados pela instrutora Claudiana Y Castro, com a oratória de agradecimentos a todos os participantes e apoiadores.

Conclusão/Implicações Práticas/Recomendações

A formatação do roteiro turístico, “Cantos e Encantos Rural”, foi extremamente relevante por entregar ao visitante uma oferta do produto com precificação, dias, horários de funcionamento, bem como, serviço de condução com guia.

O Programa de Turismo Rural do Senar/RS, aconteceu ao longo de três anos com treinamentos, capacitações e visitas técnicas aos municípios integrantes da Associação do Vale do Rio Pardo – Aturvarp em parceria com a Emater e Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul.

O turismo rural enquanto estratégia de desenvolvimento das comunidades e dos empreendimentos que protagonizaram esta atividade deve ser considerado como uma alternativa capaz de promover a geração de riqueza e a valorização dos territórios e o empoderamento dos empreendedores por meio da participação individual e coletiva e da comunidade no qual está sendo desenvolvido o produto turístico. No entanto, é necessário um olhar atento as necessidades que o turismo rural requer, por exemplo, oferecer condições de capacitação e qualificação constante que irão contribuir para desenvolver o turismo de forma competitiva nas propriedades e empreendimento.

Por fim este relato de experiência provoca uma reflexão que permite olhar para o turismo rural não somente como um meio de desenvolvimento econômico com geração de renda e sim com o objetivo de preservar a cultura, o meio ambiente, e o saber e fazer passado de geração a geração, e, assim, ofertando vivências e experiências únicas aos turistas, trazendo a importância da relação entre o residente o empreendedor, as entidades parceiras o poder público, comunidade e o consumidor turista. Uma vez que os resultados da criação do referido produto turístico beneficía toda a cadeia produtiva do turismo, ou seja rede hoteleira e de serviços, gastronomia, bares, além do comércio local em Santa Cruz do Sul e Região.

Referências

SENAR RS - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL. **Programa Turismo Rural**. Porto Alegre, RS: SENAR RS. Disponível em: https://www.senar-rs.com.br/progra- mas-capacitacao/programa-turismo-rural. Acesso em: 4 mar. 2025.

DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NO MUNICÍPIO DE FAXINAL DO SOTURNO, REGIÃO DA QUARTA COLÔNIA DE IMIGRAÇÃO ITALIANA: "ROTEIRO GASTRONÔMICO DA COLÔNIA"

CLAUDIANA Y CASTRO[1], MIRELE MILANI DA SILVA[2]

[1] Turismóloga, Mestra em Turismo e Guia de Turismo (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural).
[2] Turismóloga, Geógrafa, Mestra em Extensão Rural e Doutora em Geografia

Resumo: O presente relato de experiência tem como objetivo compartilhar o processo de desenvolvimento do turismo rural no município de Faxinal do Soturno, Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana no Rio Grande do Sul, através de metodologias adotadas para a implementação e capacitação dos empreendedores locais. O processo ocorreu por meio da capacitação do Programa de Turismo Rural do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR/RS), em parceria com o Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Faxinal do Soturno, Emater/Ascar e a Prefeitura Municipal. Como resultado, foi criado produto turístico denominado "Roteiro Gastronômico da Colônia" contemplando dez empreendimentos, sendo eles: Pianezza Café, Delícias do Sítio, Nostra Casa Hospedagem Rural, Azienda Bastiani, Mel DallaCorte, Sítio Serrano, Aconchego do Sobrado, Café do Chalé, Recanto Anjo da Guarda, localizados no interior e nos distritos do município de Faxinal do Soturno. O referido produto turístico revelou-se como expressivo potencial para os empreendedores locais tendo suas ofertas turísticas autênticas e de qualidade. O desenvolvimento continua com o fortalecimento do grupo de empreendedores através de reuniões, participação em eventos e qualificação constante.

Palavras-chave: Turismo Rural; Capacitação; Empreendimentos turísticos; Faxinal do Soturno; Desenvolvimento local e regional.

Introdução

O turismo rural no município de Faxinal do Soturno foi impulsionado pela colaboração de agentes locais, Prefeitura Municipal e a Emater/Ascar em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR/RS) através do Programa de Turismo Rural.

O processo de capacitação iniciou por uma reunião de articulação entre o Sin- dicato dos Trabalhadores Rurais de Faxinal do Soturno, o Supervisor regional do SENAR/RS, Gilmar Desconzi, Prefeitura Municipal, através da Secretaria de Turismo e Emater, para viabilizar o desenvolvimento do Programa de Turismo Rural do Senar no Município, sendo portanto, uma iniciativa fundamental para a capacitação e quali- ficação dos agricultores, artesãos e outros empreendedores interessados em criar ofertas turísticas em suas propriedades para o desenvolvimento econômico, cultural, ambiental e politico institucional.

Resultados/Atividades Realizadas

A primeira ação do Programa de Turismo Rural do Senar foi convidar os empreendedores/ produtores rurais e agricultores para um encontro de apresentação do referido programa no município de Faxinal do Soturno com a palestra de sensibilização no mês de setembro do ano de 2022, realizado pela Instrutora Mirele Milani da Silva, com duração de 4 (quatro) horas, sendo que neste encontro foi apresentado a proposta do programa,

o qual já vem sendo desenvolvido no Rio Grande do Sul desde o ano de 2005 através do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, que é uma entidade civil sem fins lucrativos com personalidade jurídica de direito privado integrante do Sistema "S" e atrelada a Federação da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul (FARSUL) com sede em Porto Alegre.

O Senar atua no Rio Grande do Sul em parceria com os Sindicatos Rurais e/ou Sindicatos do Trabalhadores Rurais e as Prefeituras Municipais bem como secretarias e demais órgãos que são pertinentes ao desenvolvimento do processo de qualificação, bem como entidades como associações dos agricultores e produtores rurais.

A missão do Senar é desenvolver ações de formação de formação profissional rural e atividades e promoção social voltadas para o homem rural contribuindo com a sua profissionalização integração na sociedade e melhoria da qualidade de vida e pleno exercício da cidadania. As ações e atividades realizadas pelo Senar são custeadas pela previdência rural, 2% (dois por cento) é descontado do bloco do produtor automaticamente, sendo revertido para os cursos e treinamentos gratuitamente aos interessados.

O programa de turismo rural tem o propósito de agregar valor a propriedade rural por uma série de cursos e capacitações que se relacionam entre si permitindo que essas propriedades desenvolvam com segurança, atividades de turismo nos seguimentos cultural, econômico, social e ambiental.

O objetivo do programa de turismo rural do Senar é ampliar o olhar possibilitando uma visão holística do empreendedor para sua propriedade conhecendo ferramentas necessárias para identificar e implementar negócios de turismo nos mais variados segmentos entre eles o turismo rural de acordo com os recursos encontrados na propriedade e os atrativos já existentes, buscando a preservação ambiental e a segurança do cliente, hóspede ou turista respeitando a vocação e habilidade da família rural. O referido programa é constituído por 220 (duzentas e vinte) horas aula divididas em módulos teóricos e práticos, tendo como público alvo o produtor rural, artesão e empreendedor que desejam diversificar a sua propriedade oferecendo as atividades ligadas ao turismo rural. Como pré-requisito os participantes precisam ser alfabetizados, ter acima de 18 (dezoito) anos e exige o número mínimo de 10 (dez) pessoas e número máximo de 15 (quinze) para executar uma turma. O programa em comento, está dividido em 9 (nove) módulos com uma carga horária específica para cada módulo sendo que a sensibilização contempla 4 (quatro) horas/aula.

O primeiro módulo denominado de "Identificação e seleção de oportunidades de negócios", foi realizado em outubro do ano de 2022, onde a instrutora Mirele Milani da Silva, orientou os participantes à identificação de oportunidades já existentes em suas propriedades para complementar a atividade primária onde foi realizado um diagnóstico para cada empreendedor, com o objetivo de visualizar a sua propriedade com olhar de turista, buscando integrar as atividades existente com atividades terciárias de hospedagem, lazer, entretenimento e gastronomia, entre outras ofertas turísticas. A carga horária do referido encontro foi de 24 (vinte e quatro) divididos em três dias de atividades teóricas e práticas. As práticas ocorrem através de visitas "in loco" nas propriedades rurais dos participantes da capacitação.

O segundo módulo denominado "Planejamento e implantação de pousadas e restaurantes" com carga horária de 24 (vinte e quatro) horas, aconteceu em janeiro do ano de 2023 com a instrutora Mireli Milani da Silva, e foram abordados as temáticas de organização, planejamento e hospitalidade em serviços de hospedagem e suas tipologias (pousada, hotel fazenda, *hostel*, camping, etc), a importância do sistema brasileiro de classificação de hospedagem, as práticas de sustentabilidade em meios de hospedagem, higiene e segurança em meios de hospedagem e o aproveitamento de espaços; como atividade prática, realizou-se a estruturação e organização de espaços de acolhimento como pousadas, recepções, espaços de vivências coletivas, etc. Foi realizado considerações sobre a atividade coletiva para posteriormente fazer as exposições sobre a prática concretizada e os encaminhamentos para ações individuais e coletivas necessárias. Desta forma busca-se a metodologia de agregar a prática ao processo de aprendizagem teórico, além de, colaborar para a construção do trabalho associativista e estratégias de cooperação e integração entre os empreendedores e os empreendimentos.

O terceiro módulo, denominado "A acolhida no meio rural", com carga horária de 24 (vinte e quatro) horas, foi desenvolvido em junho do ano de 2023, com a instrutora Mirele Milani da Silva, onde instruiu a teoria referente à hospitalidade e a técnicas de acolhimento no meio rural, experiências e vivências individuais e coletivas.

Foram desenvolvidas atividades práticas de visitas “in loco” em espaços de acolhimento como museus rurais, recepções, espaços de vivências coletivas, etc. Além disso, realizou-se uma oficina de pintura artesanal de placas em madeira com o objetivo de identificação dos espaços de acolhimentos e instagramavéis, orientando o visitante/turista para localização na propriedade e também como mensagens que ressignificam sua estada no local, como: “bem-vindo”, “aqui é o paraíso” e “estamos felizes com você aqui”

O quarto módulo desenvolvido em outubro do ano de 2023, denominado de “Roteiros, trilhas e caminhadas ecológicas”, realizado pela instrutora Mirele Milani da Silva, com duração de 24 (vinte e quatro) horas abordou a teoria do turismo de natureza através do ecoturismo e turismo de aventura e suas conexões com o turismo no espaço rural, perfil do ecoturista e do turista de aventura e suas motivações, bem como as tipologias e classificações de trilhas ecólogas e legislações vigentes, além da temática sobre a roteirização, atrativos e produtos turísticos. Ao longo das atividades foram realizadas atividades nas propriedades para reconhecimento e estruturação dos atrativos naturais potenciais, de aventura e eco pedagógicos. Como aula prática ocorreu a realização de trilhas e caminhadas ecológicas nos locais com vocação para desenvolver as referidas atividades. Neste nódulo foi realizado o planejamento para a criação de um produto turístico denominada de “Roteiro Gastronômico da Colônia”.

O quinto módulo, também com 24 (vinte e quatro) horas, chamado de “Pontos de vendas de produto agroalimentares e artesanatos” realizou-se em janeiro do ano de 2024, onde a instrutora Mirele Milani da Silva, orientou a parte teórica sobre a agregação de valor e dinamização da economia através da cultura e produtos agroalimentares e tipologias de artesanatos. Na oportunidade realizou-se visitas “in loco” em casas/lojas/espaços de artesanatos, centro de cultura, feiras rurais bem como produtos coloniais e de artesanato dos participantes do curso para reconhecimento de elementos culturais locais e futura composição de roteiros, e/ou rotas com estas ofertas, além disso, realizou-se mutirão coletivo para organização de espaços de comercialização.

O sexto módulo denominado “Organização da cozinha rural” com carga horária de 24 (vinte e quatro) horas foi desenvolvido no mês de fevereiro do ano de 2024 pela instrutora Claudiana Y Castro, onde a a mesma fez a explanação sobre o turismo gastronômico, a história da gastronomia no Rio Grande do Sul e nas regiões turísticas, e ainda a necessidade de identificação de potencial gastronômico na região. Como atividade prática, foi realizada uma visita na cozinha da Escola de Ciências Gastronômicas e Cultura Alimentar da Faculdade Antônio Meneghetti no Recanto Maestro em São João do Polêsine, com o objetivo de verificar na prática as necessidades de layout e organização de espaço, instrumentos e utensílios para produção de alimentos e posteriormente foi feito uma análise de como devem ser organizados os espaços de alimentação na propriedade rural para bem receber o turista conforme a legislação vigente e com técnicas de acolhimento, bem-estar e segurança alimentar.

O sétimo módulo chamado de “Segredos da boa culinária rural” com carga horária de 32 (trinte e duas) horas foi ministrado pela instrutora Claudiana Y Castro no mês de março do ano de 2024, com a apresentação dos principais conceitos teóricos sobre elaboração de cardápios para diferentes tipos de estabelecimentos e diferentes tipos de públicos, sensibilização sobre as boas práticas na produção de alimentos, abordando as legislações atuais da produção de alimentos, planejamento e treinamento de pessoas. Para vivenciar um serviço de alimentação, foi realizado uma aula prática na propriedade da família Garlet, com oferta gastronômica típica italiana e ainda, realizou-se uma visita ao roteiro “Cantos e Encantos Rurais de Santa Cruz do Sul” para experimentar as ofertas gastronômicas nos empreendimentos: Thomaz Ecke - Cozinha Criativa e Sítio Pedagógico Paraíso, onde as participantes tiveram a oportunidade de vivência incrível sobre tudo que envolve a vocação de alimentar pessoas no meio rural.

O oitavo módulo intitulado “Os serviços de restaurantes rurais” conduzido pela instrutora Claudiana Y Castro, com carga horária de 24 (vinte e quatro) horas ocorreu no mês de abril do ano de 2024 onde abordou os principais serviços nos restaurantes, tipologias de serviços de salão, a importância de montagem de mesa e técnicas de atendimento ao cliente e métodos de produção e serviços de bebidas e como atividade prática desenvolveu-se uma visita piloto ao “Roteiro Gastronômico da Colônia” do município de Faxinal do Soturno com as participantes do programa, bem como, convidados formadores de opinião, guias de turismo e representan-

tes do poder público, para testar a oferta de turismo rural a ser consolidada no município, para este momento tivemos a visita em alguns empreendimentos da referida capacitação, que farão parte do produto turístico.

A finalização do processo de capacitação e qualificação do programa de turismo rural de Senar ocorreu com o nono módulo, com carga horária de 16 (dezesseis) horas, denominado de “consolidação das ações” com a instrutora Mirele Miani da Siva, no mês de julho do ano de 2024 onde foram entregues os certificados aos empreendedores participantes de todo processo de qualificação em parceria com o Senar, Prefeitura Municipal, Emater/Ascar e Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Faxinal do Soturno, ressaltando principalmente o protagonismo das empreendedoras e a construção coletiva do produto turístico “Roteiro Gastronômico da Colônia” de Faxinal do Soturno.

Conclusão/Implicações Práticas/Recomendações

A experiência de capacitação e desenvolvimento do turismo rural em Faxinal do Soturno mostrou-se de grande relevância para o município e região, não só pela geração de novas oportunidades de negócio, mas também pela criação de uma rede colaborativa de empreendedores.

O grupo de empreendedoras de turismo rural, formadas ao longo desse pro- cesso, são: Pianezza Café, Delícias do Sítio, Nostra Casa Hospedagem Rural, Azi- enda Bastiani, Mel DallaCorte, Sítio Serrano, Aconchego do Sobrado, Café do Chalé e Recanto Anjo da Guarda.

A continuidade das ações como novas parcerias para capacitação e o desen- volvimento de novos cursos através do Senar, bem como, o de gestão de proprieda- des rurais serão essenciais para manter a qualidade dos serviços oferecidos aos turistas. Recomenda-se a continuidade do apoio institucional e a realização de novos encontros além da formação da associação de turismo, da implementação de projetos de divulgação e marketing para fortalecer ainda mais o roteiro criado pelo esforço, empenho e dedicação das participantes do programa, das instrutoras do Senar e das entidades parceiras em todo o processo de capacitação.

Referências

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvi- mento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 set. 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007- 2010/2008/lei/l11771.htm. Acesso em: 4 mar.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2024-2027**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2024. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso- a-informacao/acoes-e-programas/PNT/plano-nacional-do-turismo. Acesso em: 4 mar. 2025.

SENAR RS - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL. **Programa Turismo Rural**. Porto Alegre, RS: SENAR RS. Disponível em: https://www.senar- rs.com.br/programas-capacitacao/programa-turismo-rural. Acesso em: 4 mar. 2025.

DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NO MUNICÍPIO DE VALE DO SOL: CAPACITAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

CLAUDIANA Y CASTRO[1], MARIELE ELENA MULLER[2]

[1] Turismóloga, Mestre em Turismo e Guia de Turismo (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural).
[2] Historiadora, pós-graduada em História da Alimentação e Patrimônio Cultural, mestranda em Desenvolvimento Regional pela Universidade de Santa Cruz do Sul e agricultora familiar.

Resumo: Este relato de experiência tem como objetivo compartilhar o processo de desenvolvimento do turismo rural no município de Vale do Sol, destacando as metodologias adotadas para a implementação e capacitação dos empreendedores locais. O processo envolveu a criação e realização de reuniões do Conselho Municipal de Turismo com apoio da Emater, além do desenvolvimento do Programa de Turismo Rural do Senar, em parceria com o Sindicato dos Trabalhadores Agricultores Familiares de Santa Cruz do Sul, Sinimbu, Vale do Sol e Herveiras, o Sindicato Rural de Santa Cruz do Sul e a Prefeitura Municipal de Vale do Sol. Como resultado, foram estabelecidos cinco empreendimentos turísticos: SisHaus, Mirante da Pedra Branca, Pousada Escalada do Sol, Recanto da Costaneira, Alice no Paraíso das Flores e Artisan Cervejaria e Destilaria. Este projeto revelou o grande potencial dos empreendedores locais e a importância de suas ofertas turísticas autênticas e de qualidade. O desenvolvimento continua com a formação da Associação de Turismo Rural de Vale do Sol.

Palavras-chave: Turismo rural; Capacitação; Empreendimentos turísticos; Vale do Sol; Desenvolvimento local.

Introdução

O turismo rural no município de Vale do Sol foi impulsionado pela colaboração entre diversos agentes locais, como o Conselho Municipal de Turismo e a Emater. A pri- meira etapa do processo foi marcada por reuniões para definir atividades voltadas ao turismo, como caminhadas e atividades ao ar livre. Com o apoio de parceiros estraté- gicos, como o Sindicato Rural de Santa Cruz e o Sindicato dos Trabalhadores Agri- cultores Familiares de Santa Cruz do Sul, Sinimbu, Vale do Sol e Herveiras, foi possí- vel solicitar o desenvolvimento do Programa de Turismo Rural do Senar, uma iniciativa fundamental para a capacitação dos agricultores, artesãos e outros empreendedores interessados em criar ofertas turísticas em suas propriedades.

Resultados/Atividades Realizadas

A primeira ação do programa aconteceu em abril de 2022, com uma grande participação de mais de 40 pessoas na Câmara de Vereadores de Vale do Sol. O programa ofereceu 15 vagas para cada turma, o que resultou na organização de dois grupos de trabalho. O curso foi estrutu- rado em módulos, começando com a identificação e seleção de oportunidades de negócios no município, com visitas a empreendimentos turísticos locais, como a Casa da Efasol e o Mirante da Pedra Branca. A partir dessas visitas, foi possível observar o potencial turístico de diversas propriedades e entender as necessidades dos empreendedores. Entre os espaços visitados esta- vam a propriedade de Senhora Beloni Gabe, o Mirante da Pedra Branca da Senhora Jucele Zingler, a propriedade Alice no Paraíso das Flores da senhora Alice Drost, a Igreja Batista da localidade de For-

mosa e o salão Weiland do Senhor Cláudio Weiland. Também foram visitados o Sítio Pedagógico do Vô Albino do Senhores Alan e Cleusa Voese e entre outros. Este processo de sensibilização e planejamento foi fundamental para o desenvolvimento da rede de turismo rural no município. A capacitação continuou em junho de 2022 com o módulo de planejamento e implantação de pousadas e restaurantes rurais. Visitas a empreendimento como a Pousada Escalada do Sol do senhor Alan Correa, no Vale do Rio Pardo, e à Pousada Bela Vista Refúgio, em Herveiras, foram realizadas para identificar boas práticas e adaptar ao contexto local. Em agosto de 2022, o módulo sobre acolhida no meio rural foi realizado, com a análise FOFA (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças) dos empreendimentos, além da produção de pla- cas de sinalização para facilitar a orientação dos turistas. O grupo de empreendedores se uniu para sediar uma reunião regional da Aturvarp no Empreendimento Alice no Paraíso das Flores, com organização de decoração do espaço e o oferecimento de um café simbólico aos participantes. Outras atividades incluem a participação no Seminário de Turismo realizado em Cachoeira do Sul, a participação em eventos da Setur (Secretaria de Turismo do Estado) e a realização de visitas técnicas a outros roteiros turísticos, como o Caminho de Ivorá, com empreen- dedores locais. Durante o processo, um dos empreendimentos que se destacaram foi a SisHaus da senhora Anne Reinke, que, ao longo do programa, inaugurou o Café e Sorveteria SisHaus. Em dezembro de 2022, foi organizada uma semana do município, com a realização de um módulo sobre planejamento de pontos de vendas de produtos artesanais e coloniais.

Outras atividades, como o módulo de trilhas e caminhadas ecológicas, realizadas em fevereiro de 2023, e o módulo de jardinagem para acolhimento de turistas, em abril de 2023, continuaram a capacitar os empreendedores para as demandas do turismo rural. Durante 2023 e 2024, o grupo ainda participou de eventos regionais, como a rodada de negócios do projeto Qualifica Turismo do Vale do Rio Pardo, e atividades focadas na gastronomia rural e em melhorar a estrutura das propriedades turísticas.

Conclusão/Implicações Práticas/Recomendações

A experiência de capacitação e desenvolvimento do turismo rural em Vale do Sol tem se mos- trado de grande relevância para o município, não só pela geração de novas oportunidades de negócio, mas também pela criação de uma rede colaborativa de empreendedores. A associação de turismo rural, formada ao longo desse processo, representa um passo importante para con- solidar as atividades turísticas da região. A continuidade dos programas de capacitação e o de- senvolvimento de novos módulos, como o de gestão de propriedades rurais e o de culinária típica, são essenciais para manter a qualidade dos serviços oferecidos aos turistas. Recomenda- se a continuidade do apoio institucional e a realização de novos encontros de sensibilização, além da implementação de projetos de divulgação e marketing para fortalecer ainda mais o setor turístico local.

Referências

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Dispõe sobre a Política Nacional de Tu- rismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estí- mulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 set. 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm. Acesso em: 4 mar. 2025.

BRASIL. **Decreto nº 7.381, de 22 de dezembro de 2010**. Regulamenta a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribui- ções do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 23 dez. 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7381.htm. Acesso em: 4 mar. 2025.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2024-2027**. Brasília, DF: Minis- tério do Turismo, 2024. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informa- cao/acoes-e-programas/PNT/plano-nacional-do-turismo. Acesso em: 4 mar. 2025.

SENAR RS - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL. **Programa Turismo Rural**. Porto Alegre, RS: SENAR RS. Disponível em: https://www.senar-rs.com.br/progra- mas-capacitacao/programa-turismo-rural. Acesso em: 4 mar. 2025.

ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO E OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, NO TERRITÓRIO CAÇAPAVA GEOPARQUE UNESCO

ALINE MORAES CUNHA[1]

[1] Bacharel em Turismo - Instrutora de Turismo Rural/ PLANTUR/SENAR/RS.

Resumo: O presente relato busca apresentar a experiência de empreendimentos rurais no território do Caçapava Geoparque Mundial da UNESCO, para a estruturação de equipamentos turísticos receptivos, durante o período de 2019 a 2021 e o consequente atendimento aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Com esta ação, além de gerar novas fontes de renda e de dinamização da economia, se buscava sensibilizar a comunidade para os benefícios e oportunidades, trazidos pelo Turismo Rural e pelo Geoturismo. Como metodologia, os prestadores de serviços e proprietários de empreendimentos rurais localizados nos Geossítios das Guaritas e Pedra do Segredo, foram reunidos e qualificados, através do Programa de Turismo Rural do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - SENAR/RS, em parceria com o Sindicato Rural de Caçapava do Sul. Esta organização do território, além da geração de novas oportunidades e da dinamização da economia, enquadra nos ODS, número 08 (Trabalho Descente e Crescimento Econômico).

Palavras-chave: Turismo Rural; Geoturismo; Desenvolvimento Sustentável; ODS;

Introdução

O presente relato busca apresentar a experiência de empreendimentos rurais no território do Caçapava Geoparque Mundial da UNESCO, para a estruturação de equipamentos turísticos receptivos, durante o período de 2019 a 2021. Como neste período o Geopaque Caçapava ainda era aspirante, entre tantas iniciativas, a estruturação de equipamentos turísticos que pudessem acolher os visitantes já existentes e os estimulados após o reconhecimento do território, como Geoparque UNESCO, era uma demanda que carregava também o potencial de geração de postos de trabalho e renda para as comunidades. Com esta ação, além de gerar novas fontes de renda e de dinamização da economia, se buscava sensibilizar a comunidade para os benefícios e oportunidades, trazidos pelo Turismo Rural e pelo Geoturismo. Como metodologia, os prestadores de serviços e proprietários de empreendimentos rurais localizados nos Geossítios das Guaritas e Pedra do Segredo, que manifestaram interesse em iniciar um negócio turístico, foram reunidos e qualificados, através do Programa de Turismo Rural do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - SENAR/RS (SENAR, 2025), em parceria com o Sindicato Rural de Caçapava do Sul, em nove módulos temáticos, que totalizam 220 horas teóricas e práticas, fazendo uso de metodologias participativas.

Resultados/Atividades Realizadas

Desta qualificação surgiram o Hostel e Pousada Guaritas, ofertando hospedagem, alimentação, contemplação e trilha auto-guiada; o Campo das Pedras, que oferta trilha “geointerpretativa” guiada; a Fazenda e Novelaria Santa Marta, que desde 2005 agrega a vivência cultural do “cordeiro ao novelo”, que apresenta o processo produtivo de lã certificada, para exportação, linhas e artesanatos em tingimento natural a base de plantas nativas, que ganhou em 2023 no mesmo evento de titulação do Geoparque Caçapava recebeu a certi-

ficação da UNESCO, o Prêmio Melhores Práticas, da Rede Mundial de Geoparques UNESCO (UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA, 2023). Também participaram a Flor de Tuna, agência que atua nas Guaritas e também faz a gestão do Parque Natural Municipal Pedra do Segredo, trabalhando a junção do Ecoturismo, Geoturismo e Aventura, ao fazer a apresentação histórica, socioambiental e geológica do parque e trilhas guiadas ou autoguiadas, ofertando também vias estruturadas de escalada; e a Guaritas Turismo, agência especializada em Ecoturismo e Geoturismo, cicloturismo, caminhadas e escaladas nas Guaritas.

Com o andamento dos empreendimentos, em janeiro de 2024, foi elaborado um roteiro piloto de dois dias, interligando os Geossítios Serra do Segredo e Pedras das Guaritas, que foi apresentado a 15 visitantes, alunos do Programa de Turismo Rural do SENAR/RS, da cidade vizinha de Bagé. Nestes dois dias, foram visitados e avaliados o Olival Alma do Segredo, o Parque Natural Municipal Pedra do Segredo, o Olival Dom José, o Hostel e Pousada Guaritas, a Novelaria Santa Marta, a Associação de Moradores das Guaritas e o Campo das Pedras, cujos registros podem ser vistos nas imagens abaixo. Conforme avaliação participativa oral realizada com os visitantes, todos os empreendimentos, mesmo os mais simples, superaram as expectativas, compondo dois dias de aprendizagem sobre a cultura local, produção rural e formação geológica do que território.

Imagens 1 e 2: Olival Alma do Segredo:



Fonte: Registros da autora (2024)

Imagens 3 e 4: Parque Natural Municipal Pedra do Segredo



Fonte: Registros da autora (2024)

Imagens 5 e 6: Olival Dom José



Fonte: Registros da autora (2024)

Imagens 7 e 8: Hostel e Pousada Guaritas



Fonte: Registros da autora (2024)

Imagens 9 e 10: Novelaria Santa Marta



Fonte: Registros da autora (2024)

Imagens 11 e 12: Associação de Moradores das Guaritas



Fonte: Registros da autora (2024)

Imagens 13 e 14: Campo das Pedras



Fonte: Registros da autora (2024)

Conclusão/Implicações Práticas/Recomendações

Esta organização do território através da estruturação de equipamentos, e serviços turísticos para o bem receber, se enquadra nos Objetivo de Desenvolvimento Sustentável – ODS, número 08 - Trabalho Descente e Crescimento Econômico ODS BRASIL, 2025), ao gerar postos de trabalho digno, com qualificação dos trabalhadores, promovendo o empreendedorismo e a inovação, dinamizando a economia através do turismo e suas potencialidades, garantindo a sustentabilidade dos empreendimentos, conservação dos recursos e sobrevivência no território do Geoparque. Recomenda-se o acompanhamento da oferta, fluxo de visitantes e resultados econômicos alcançados pelos equipamentos turísticos aqui relatados, para a verificação do Turismo Rural e Geoturismo interligados na oferta turística local, como estratégias efetivas de desenvolvimento Sustentável, para que esta experiência possa ter seus resultados multiplicados e outros Geoparques e comunidades rurais.

Referências

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL BRASIL - ODS BRASIL (2025). **Indicadores Brasileiros para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:** Objetivo 8 - Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo, e trabalho decente para todos. Disponível em:< https://odsbrasil.gov.br/objetivo/objetivo?n=8> Acesso em: 20 abr. 2025.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL -SENAR, 2025. **Programa de Turismo Rural.** Disponível em:<https://www.senar-rs.com.br/programas- capacitacao/programa-turismo-rural>; Acesso em 21 abr.2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA - UFSM (2023); **Geoparques Caçapava e Quarta Colônia recebem certificação da Unesco.** Além do certificado, o Geoparque Caçapava foi premiado como exemplo de “Boas Práticas” Disponível em: <https://www.ufsm.br/2023/09/09/geoparques-certificacao>

FAZENDA DA CRIA EM SÃO FRANCISCO DE PAULA – RS: DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL

ISAURA MARTINI MÜLLER[1], VANESSA KARINE SPINDLER[2]

[1] Produtora rural, empreendedora na Fazenda da Cria
[2] Assessora de Turismo na Fazenda da Cria

Resumo: A Fazenda da Cria, localizada em São Francisco de Paula, na região das Hortênsias na Serra Gaúcha, tem buscado desenvolver o Turismo Rural. O objetivo deste relato está em mostrar que o meio rural pode ser utilizado para o turismo e não apenas para cultivo e plantio e, com isso, busca-se enaltecer e atentar para as atividades, inovação e persistência das atividades. Como estudo de caso, levantou-se as atividades que estão sendo oferecidas, bem como a contribuição do local para o desenvolvimento do turismo rural no município. Ainda há desafios para que as pessoas possam usufruir do espaço, conhecer o local e não apenas curtir a natureza, como o município é conhecido.

Palavras-chave: Fazenda da Cria; Turismo Rural; São Francisco de Paula;

Introdução

São Francisco de Paula, município localizado na região das Hortênsias na Serra Gaúcha, se destaca pelo território amplo, principalmente do meio rural, sendo uma das maiores cidades do Rio Grande do Sul. Com isso, sítios, fazendas, chácaras tem buscado no turismo rural outra fonte de renda. O caso da Fazenda da Cria é um exemplo disso, que com o passar do tempo tem tido o olhar para desenvolver o Turismo Rural e implementando atividades para atendimento aos turistas. O local, tem foco no plantio de hortaliças, levando para Ceasa e supermercados de alta qualidade, o que torna exigente a entrega da mercadoria para chegar no consumidor final. Com isso, as estufas são uma das atrações para observação dos visitantes. A gastronomia é outra atração importante, pois além de mostrar o que se planta, o turista pode provar as iguarias feitas na própria Fazenda com os produtos cultivados. Outro ponto importante é o espaço para eventos, tanto externo quanto interno, mostrando que meio rural é plural. O objetivo está em mostrar que o meio rural pode ser utilizado para o turismo e não apenas para cultivo e plantio e, com isso, busca-se enaltecer e atentar para as atividades, inovação e persistência das atividades.

Novaes *apud* Portuguez (2006) lembra a sociedade teve seu início da área rural, pois foi o campo que supriu a necessidade humana, o alimento. Ainda para a autora, mo- radores da área urbana buscam o meio rural para cura, por conta do estresse da vida moderna. Desse modo, as áreas rurais sofrem valorização, pois este espaço passa a ser o foco para lazer, descanso e a opção para sair dos centros urbanos.

Para o Ministério do Turismo (2010), 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 MTUR, 2010, p. 18).

Muita história, cultura e patrimônio pode ser encontrado no ambiente rural. Lugares como as fazendas mostram onde tudo começou. A Fazenda da Cria tem algo peculiar, é onde iniciou a história do município de São

Francisco de Paula, o que justifica o nome do local. Com mais de 30 hectares, o plantio de hortaliças vai desde o alho poró até ruibarbo, planta medicinal rica em vitamina muito comum no continente europeu e se adaptou ao solo e clima dos campos de cima da serra.

Segundo o Plano Estratégico de Desenvolvimento Regional 2015 – 2030 Corede Hortênsias1, é possível afirmar que o setor rural é um dos setores que precisam ser envolvidos, observando a sua ligação com o turismo e unindo a academia que tem papel importante na Região das Hortênsias,

> A formulação de um turismo na região passa por alguns aspectos: a criação em parceria com as universidades da região com projetos de extensão envolvendo capacitação, além da associação com outras áreas turísticas e com estrutura do trade do setor. O trinômio: ambiente, setor rural e eventos são valores eminentes para a sua consolidação. (PLANO ESTRATÉGICO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL 2015 – 2030 COREDE HORTÊNSIAS, p.17).

Baseado nisso, e na evolução das atividades, a Fazenda da Cria tem como fonte econômica o aluguel do espaço para eventos, ampliando os serviços prestados.

Resultados/Atividades Realizadas

Importante ressaltar que no espaço onde é a Fazenda da Cria, por anos, havia um moinho de farinha de milho, em modelo antigo, onde a farinha era moída na pedra. Por motivos de saúde, tiveram que fechar

Importante destacar a perseverança e a inovação em um local que foi conhecido como um dos maiores criadores de gado do Estado, durante muito tempo. E o turismo ainda busca se destacar como economia. Muitos são os benefícios que o ambiente rural traz: a conexão com a natureza é um dos muitos benefícios de estar no ambiente natural; Conhecer mais sobre a vida rural, cuidados com animais, práticas sustentáveis e agricultura; Experiência prática, participando de atividades como plantio ou manejo, através de oficina que ajudam a entender melhor o dia a dia na fazenda; Valorização do trabalho rural e reconhecer a importância do plantio, valorizando a comida que encontramos nos mercados e também a preservação ambiental. E as memórias positivas e afetivas, relembrando momentos especiais que podem ter sido vivido em outra época ligada a vida no campo.

A Fazenda da Cria une, mostra o que é cultivado e mostra de onde vem o alimento, além de proporcionar a interação com o meio rural.

Conclusão/Implicações Práticas/Recomendações

A Fazenda da Cria tem buscado inovar e fazer com que o Turismo Rural seja realmente uma economia tanto em seu local quanto no município de São Francisco de Paula. Os eventos promovidos nem sempre tem a quantidade de público esperado, porém é fato a necessidade de persistência, pois o município ainda é visto como local de descanso, a exemplo são as hospedagens em meio a natureza. Ainda há a necessidade e possibilidade de criar uma cultura turística através de produtos diferenciados para atrais ainda mais o olhar e visitantes e tornando o turismo rural fonte de renda e economicamente em destaque.

Referências

BUFFÃO, Marcio Paffrath. **Muito Prazer**! Eu me chamo... Rincão dos Kroeff. Porto Alegre, RS: Evangraf, 2011.

COREDE. **Plano Estratégico de Desenvolvimento Regional 2015 – 2030.** Disponível em: <http://planejamento.rs.gov.br/upload/arquivos/201710/09144213-plano-hor- tensias.pdf>. Acesso em 21 abr 2025.

EMATER/RS. **Turismo Rural.** Disponível em <http://www.emater.tche.br/ site/turismorural/ apresentacao. php>. Acesso em: 21 abr 2025.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira (et al). **Turismo no Espaço Rural**. São Paulo: Roca, 2006.

SENAR. **Turismo Rural**: acolhida no meio rural. Curitiba, 2003.

SOUZA, Marcelino de; DOLCI, Tissiane Schmidt. **Turismo rural:** fundamentos e re- flexões. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019.

TULIK, Olga. **Turismo rural**. 2 ed. São Paulo, SP: Aleph, 2003.

FESTIVAL MULTICULTURAL RURAL – CONSTRUINDO PONTES COM A COMUNIDADE

MÁRCIO ROGÉRIO OLIVATO POZZER[1], BRUNO FERNANDES MENDES[2]

[1] Doutor em Integração da América Latina, Docente de Gestão Pública do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS),Campus Osório.
[2] Bacharel em Turismo, Mestrando em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI.

Resumo: O texto relata a experiência vivenciada na Incubadora de Redes, Empreendimentos Solidários e Inovações no Serviço Público (IRES) do Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS) *Campus* Osório, na organização e planejamento do Festival Multicultural Rural. O evento foi realizado no Morro da Borússia, em Osório/RS, de forma presencial. O Festival contou com a participação da comunidade local, agricultores e expositores da região, instituições de ensino, entidades de classe, organizações da sociedade civil e o poder público. Nesse sentido, o texto apresenta os objetivos e estratégias desenvolvidas no processo de organização do Festival e dos atores envolvidos. Constata-se que o evento contribuiu para a formação profissional e acadêmica dos estudantes envolvidos, por meio da extensão, desenvolvendo a autonomia e a capacidade de organização, bem como para fomento do turismo de base rural no município de Osório e região do Litoral Norte gaúcho, congregando atores importantes para a temática do desenvolvimento na localidade.

Palavras-chave: Turismo Rural; Extensão; Incubadora; Osório.

Introdução

O presente relato de experiência apresenta as atividades desenvolvidas pela Incubadora de Redes, Empreendimentos Solidários e Inovações no Serviço Público (IRES) do Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS) - *Campus* Osório (Pozzer et al., 2022) durante os meses de julho e dezembro de 2022, na organização do Festival Multicultural Rural, realizado por meio de projeto voltado ao turismo rural de base comunitária, que teve como propósito fomentar a organização de produtores rurais e de empreendimentos turísticos, promovendo ações que valorizem os saberes e os recursos dos territórios rurais do Litoral Norte gaúcho.

Tratou-se de um projeto interdisciplinar e indissociável do ensino, e da pesquisa, ao qual, por meio da extensão, promoveu ações, que foram ao encontro dos objetivos institucionais dos Institutos Federais, atentos às demandas sociais e à formação de sujeitos críticos e reflexivos (Pozzer; Neuhold, 2024). Nessa iniciativa, a partir do turismo rural, buscou-se fomentar o associativismo ancorado em uma perspectiva de desenvolvimento endógeno e sustentável.

A primeira edição do Festival, nomeada como edição especial de Natal, ocorreu em 17 de dezembro de 2022. Coube à IRES estabelecer uma governança participativa que envolveu atores da sociedade civil, proprietários rurais, empreendedores privados e órgãos do poder público, a partir de uma metodologia ativa e participante, respaldada em um caráter crítico e científico que buscou contribuir para a compreensão dos fenômenos sociais a partir do respeito aos indivíduos e aos grupos atuantes (WHYTE, 2005).

Resultados/Atividades Realizadas

No Litoral Norte, região impactada pela sazonalidade (dada a oscilação no fluxo de visitantes ao longo do ano), o turismo no meio rural vem se mostrado como uma alternativa importante, pois possibilita a inovação,

agrega valor a produtos e serviços, promove dinamização econômica dos territórios rurais e valoriza o patrimônio cultural e natural existente, à medida que a sustentabilidade e o empoderamento local são valores inegociáveis (Brasil, 2003; Rosalina et al., 2021).

A elaboração do Festival iniciou a partir do diagnóstico das demandas que foram apresentadas pelo grupo de empreendedores e produtores do turismo rural, nomeado Grupo Osório Rural. O grupo via a necessidade de realização de eventos que estimulam o turismo no Distrito da Borússia, dando enfoque à história do município a partir da utilização de um local estratégico: o pátio da Igreja de São Sebastião. O lugar foi escolhido pela simbologia, compreendendo um conjunto de sentidos, referências e identidade (Carlos, 1996).

Realizou-se uma reunião, com a presença dos membros da IRES, Grupo Osório Rural, Grupo Sal da Terra do município do Caraá, da Rede de Orgânicos da região do Litoral Norte e representantes do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Osório.

Assim, instituíu-se um Grupo de Trabalho (GT) com a organização e assessoramento da IRES, com objetivo de operacionalizar a elaboração do evento. As diretrizes do Festival surgiram nesse encontro, valorizando a identidade dos grupos envolvidos e dos produtos da região, pautados pelos pilares do turismo e da agroecologia, além da preocupação com os aspectos culturais da população local.

O GT reuniu-se com os Conselhos Municipais de Cultural e de Turismo, com a Secretaria Municipal de Desenvolvimento, Turismo, Cultura e Juventude, para a solicitação oficial de apoio logístico e estrutural do Festival, que respondeu positivamente, firmando o patrocínio para a realização do evento.

Definiu-se a identidade visual do Festival e a programação, que contou com apresentações culturais, exposições de produtos da região, *City Tour* Rural nas propriedades que compõem o roteiro de turismo rural do Morro da Borússia, exposição sobre o memorial cultural da comunidade e uma roda de conversa com o tema a “Agroecologia para alimentar o mundo”.

Conclusão/Implicações Práticas/Recomendações

A cooperação entre os atores foi essencial para a concretização do Festival, atendendo à demanda da sociedade civil. A primeira edição demonstrou resultados positivos em termos de público, participação comunitária e vendas de expositores. Identificou-se a necessidade de ajustes, como comercialização de roteiros turísticos e otimização da estrutura física. Busca-se a inclusão do Festival na agenda oficial de eventos de Osório.

A experiência foi enriquecedora para estudantes e professores, possibilitando aprendizado técnico e empírico sobre agroecologia, turismo e desenvolvimento regional. A IRES segue atuando no projeto, viabilizando três edições subsequentes, a inserção do grupo em organizações regionais de turismo e a transição do Grupo para a Associação Osório Rural, evidenciando o amadurecimento das relações e do turismo local.

Referências

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

CARLOS, Ana Fani Alessandri**. O lugar no/do mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996. POZZER, M. R. O.; NEUHOLD, R. R.; SELISTRE, I. C. T. PANCOTTO, A.; PUGEN, B. ZANELLA, L; Incubadora de Redes, Empreendimentos Solidários e Inovações no Serviço Público. **Viver IFRS**, v. 2, n. 10, 2022.

POZZER, Márcio, R. O.; NEUHOLD, Roberta, R. R. O desenvolvimento regional como eixo estruturante dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia. Prometeica - **Revista De Filosofia E Ciências**, 29, 2024. https://doi.org/10.34024/prometeica.2024.29.15280

Rosalina, P. D., Dupre, K., & Wang, Y. Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges.***Journal of Hospitality and Tourism Management*** , 47, 2021.

WHYTE, W. F. **Sociedade de esquina: a estrutura social de uma área urbana pobre e degradada**. Trad.Maria Lúcia de Oliveira. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

FIOS DA IMAGINAÇÃO: RELATO DE EXPERIÊNCIA DE OFICINAS DE FELTRAGEM EM LÃ EM CONTEXTO ESCOLAR

ANA GABRIELA DE FREITAS SACCOL[1], MIRIAN DENISE SCHALEMBERG[2], CAROLINA IUVA DE MELLO[3], CRISTINA LANDERDAHL[4]

[1] Zootecnista, doutora em Zootecnia, professora do Departamento de Zootecnia (UFSM)
[2] Médica Veterinária, graduanda em Zootecnia (UFSM), produtora rural na propriedade Três Pátrias e empreendedora Cultural Fios da Imaginação
[3] Designer, doutora em Extensão Rural e professora do Departamento de Desenho Industrial (UFSM)
[4] Desenhista Industrial, doutora em Artes Visuais (UFSM) e pesquisadora

Resumo: O projeto 'Oficinas Fios da Imaginação', desenvolvido em 2024 em quatro escolas públicas do município de Santa Maria (RS), teve como objetivos estimular a criatividade dos estudantes, integrar práticas artesanais ao currículo escolar e fomentar o empreendedorismo. Financiada pela Lei Paulo Gustavo, com apoio da Prefeitura Municipal de Santa Maria, a iniciativa promoveu oficinas de feltragem molhada e agulhada, utilizando lã ovina como matéria-prima. As atividades proporcionaram uma vivência educativa e sensorial, destacando as potencialidades da lã como material sustentável e biodegradável, em contraste com o uso de insumos sintéticos. As oficinas abordaram temas como o uso consciente dos recursos naturais, a valorização do saber-fazer artesanal e a possibilidade de geração de renda por meio do artesanato. A experiência mostrou-se significativa tanto para os estudantes quanto para a comunidade escolar, contribuindo para a construção de uma educação mais sensível, criativa e conectada ao território.

Palavras-chave: artesanato; educação; lã ovina; sustentabilidade; saberes tradicionais.

Introdução

Este relato de experiência apresenta o desenvolvimento do projeto 'Oficinas Fios da Imaginação', cuja proposta central foi promover a valorização de saberes e fazeres tradicionais por meio de oficinas que exploraram as potencialidades da lã ovina como matéria-prima. As atividades foram direcionadas a estudantes do sexto ao nono ano de escolas públicas do município de Santa Maria (RS) e tiveram como foco o estímulo à criatividade, a integração de práticas manuais ao ambiente escolar e a aproximação entre educação e possibilidades de geração de renda. A iniciativa também buscou despertar o interesse pelo fazer artesanal, desenvolver habilidades motoras e sensoriais, além de ampliar o olhar dos participantes sobre o uso consciente de materiais sustentáveis e ecológicos.

Atividades Realizadas

As atividades foram realizadas entre abril e novembro de 2024, em quatro escolas públicas do município de Santa Maria (RS). Para garantir a efetividade das ações e o alcance dos objetivos propostos, o projeto foi estruturado em quatro etapas:

A primeira etapa consistiu na aquisição e/ou construção de equipamentos fundamentais para o desenvolvimento das oficinas (Figura 1). Foram confeccionados um lavatório de lã transportável, um abridor de lã artesanal, além da compra de cardas manuais e uma cardadeira elétrica. Esses equipamentos permitiram a autonomia e mobilidade das ações, possibilitando o processamento da lã ovina, desde a lavagem, abertura e

cardagem até o tingimento da lã para utilização nas oficinas, essenciais para garantir a qualidade do material e o aproveitamento didático de todas as etapas.

Figura 1 - Equipamentos utilizados para o preparo das oficinas.



Fonte: as autoras.

A segunda etapa focou na visibilidade e promoção do projeto por meio de postagens em redes sociais (Instagram @fiosdaimaginacao24), criação de materiais gráficos e participação em eventos públicos. Destaca-se a realização de uma oficina aberta no 'Dia da Criatividade', no LabCriativo, e a participação no espaço da Secretaria de Município de Educação (SMEd) durante a Feira do Livro de Santa Maria, (Figura 2). Essas ações ampliaram o alcance do projeto e contribuíram para o engajamento da comunidade, despertando o interesse pelo uso da lã ovina no artesanato.

Figura 2 - Feira do Livro de Santa Maria — Oficina de bolinhas de feltragem molhada.



Fonte: as autoras.

A terceira etapa consistiu na articulação com a SMEd para viabilizar a implementação das oficinas no ambiente escolar. Uma reunião foi realizada no dia 11 de junho de 2024 com a equipe do Núcleo de Formação Continuada da SMEd, incluindo uma oficina prática de feltragem agulhada. Na sequência, professoras de Educação Artística foram convidadas a participar de oficinas formativas realizadas no Laboratório de Lã da UFSM e no LabCriativo entre os meses de junho e julho (Figura 3). Essa etapa foi importante para sensibilizar as docentes quanto ao potencial pedagógico da lã ovina como recurso didático e expressivo.

Figura 3 – Oficinas de lavagem, abertura e cardagem, da lã e oficina de feltragem molhada.



Fonte: as autoras.

A etapa final foi a realização de oito oficinas em quatro escolas da rede municipal de ensino, contemplando estudantes do sexto ao nono ano. As oficinas, divididas entre as técnicas de feltragem molhada (Figura 4) e agulhada (Figura 5), foram integradas às aulas de Artes.

Figura 4 – Oficinas de feltragem molhada.



Fonte: as autoras.

Figura 5 – Oficinas de feltragem agulhada.



Fonte: as autoras.

Os estudantes puderam explorar técnicas artesanais que uniram criatividade, tradição e sustentabilidade. Desde os primeiros encontros, ficou evidente o vínculo afetivo que muitos alunos tinham com a lã. Uma estudante comentou: *"Minha avó trabalhava com lã e eu nunca tinha tentado fazer nada com ela. Agora sei como é legal."* Essa relação com o saber tradicional apareceu em diversos relatos, revelando como o projeto resgatou memórias e tradições que estavam presentes no cotidiano, mas muitas vezes passavam despercebidas.

As professoras também destacaram o efeito terapêutico das oficinas: *"Alguns alunos que têm dificuldade de concentração se mostraram muito envolvidos com a atividade. A repetição dos movimentos, o contato com a lã molhada e o silêncio parecia acalmar e focar os estudantes"*. Além do aspecto emocional e cultural, o projeto despertou nos alunos o olhar empreendedor. Uma aluna do 9º ano comentou: *"Acho que dava pra fazer chaveiros, bichinhos e até vender."* Outra estudante teve a ideia de confeccionar bolinhas coloridas para enfeitar árvores de Natal: *"Minha mãe tem várias amigas que comprariam!"*

As oficinas não apenas estimularam habilidades motoras finas e a criatividade, como também promoveram discussões sobre sustentabilidade, economia criativa e valorização da cultura local. Como desdobramento, algumas escolas sinalizaram o interesse em continuar desenvolvendo atividades semelhantes, integrando-as a feiras escolares e projetos pedagógicos permanentes.

Conclusão

A experiência proporcionada pelo projeto 'Oficinas Fios da Imaginação' demonstrou o potencial das práticas artesanais no ambiente escolar, especialmente quando articuladas ao desenvolvimento de habilidades manuais, à valorização de saberes tradicionais e ao uso de materiais ecológicos e sustentáveis. O envolvimento das professoras de Educação Artística e da Secretaria Municipal de Educação foi fundamental para a inserção das atividades no cotidiano escolar, ampliando as possibilidades de continuidade e replicação do projeto. Os relatos dos estudantes evidenciaram um possível despertar para o empreendedorismo, com ideias voltadas à produção e comercialização de artefatos em lã, o que aponta para a possibilidade de desenvolvimento de ações futuras que articulem educação e geração de renda.

TURISMO RURAL NO NOSSO GALPÃO – CTG CANDEEIRO DA AMIZADE VERA CRUZ - REGIÃO DO VALE DO RIO PARDO- RS

CLAUDIANA Y CASTRO[1], PAULO MANS[2]

[1] Turismóloga, Mestre em Turismo e Guia de Turismo (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural).
[2] Funcionário Público (Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul)

Resumo: O presente relato de experiência tem como objetivo compartilhar a criação do produto de turismo rural no nosso Galpão do CTG Candeeiro da Amizade do Município de Vera Cruz, Região do Vale do Rio Pardo. Destacando as metodologias adotadas para a implementação e consultoria da patronagem do CTG, processo que envolveu a realização de encontros e reuniões com a assessora técnica, por meio do Projeto Qualifica Turismo do Vale do Rio Pardo, desenvolvido entre 2023 e 2024, através do Sebrae, Aturvarp, Sicredi, Senar. Como resultado, foi estabelecido a criação e oferta de vivência de turismo rural no CTG com atividades ao público turista convidado. Este projeto revelou o potencial da Entidade Tradicionalista de valorizar a cultura gaúcha, bem como a geração de renda complementar e a importância de suas ofertas turísticas autênticas e de qualidade. O desenvolvimento continua com a proposta de oferta do produto para as agências de turismo estadual, bem como participação em eventos regionais, estaduais e fortalecimento da entidade para a consolidação do produto turístico.

Palavras-chave: Turismo rural; Assessoria; Entidade Tradicionalista; Vera Cruz; Desenvolvimento local e regional.

Introdução

O turismo rural no município de Vera Cruz sempre foi impulsionado pela colaboração entre diversos atores locais, como o Conselho Municipal de Turismo, Prefeitura Muni- cipal, Secretária de Turismo e Cultura e Emater. A primeira etapa do processo foi marcada pela participação da Entidade CTG Candeeiro da Amizade no encontro com o Sebrae e parceiros para executar o projeto Qualifica Turismo. Através da adesão de mais 39 empresas o mesmo foi desenvolvido entre os anos de 2023 e 2024, tornando uma iniciativa fundamental para a capacitação dos empreendedores e outros interes- sados em criar e qualificar ofertas turísticas competitivas na Região do Vale do Rio Pardo.

Resultados/Atividades Realizadas

A primeira ação foi a participação no CTG Candieiro da Amizade de Vera Cruz do Projeto Qualifica Turismo da Região do Vale Rio Pardo executado pelo SEBRAE /RS em parceria com Associação de Turismo do Vale do Rio Pardo, Sicredi, Senar, sendo que o projeto de 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) foi dividido entre os par- ceiros e cada empresa/entidade. Foram realizadas consultorias técnicas de carga horária 40 horas com a patronagem de forma individual sendo que para o CTG Can- deeiro da Amizade criou a oportunidade de desenvolver o Turismo Rural no Nosso Galpão, um produto turístico autêntico com identidade do município de Vera Cruz e da cultura gaúcha. Objetivo principal foi criar um produto para atrair visitantes e turis- tas da Região do Vale do Rio Pardo bem como Estado do Rio Grande do sul, sendo que a demanda principalmente são os estrangeiros que residem em Santa Cruz do Sul por conta das unidades de fumageiras. Como metodologia foi realizada as consul- torias presenciais, bem como a construção do projeto. No dia 09 de março de 2024 foi rea-

lizada a atividade no CTG, sendo planejado, organizado e realizado o convite para formadores de opinião, amigos do turismo bem como aos gestores públicos, pa- tronagem, hotéis e agências de turismo. A recepção foi realizada pela patronagem do Candeeiro da Amizade, através do senhor Angelo Flores e Patroa Daiana Henker Flores com uma acolhida com café de cambona e bolinho de chuva. Logo após os visitantes foram convidados a assistir à apresentação da Invernada Artística Juvenil do CTG Candeeiro da Amizade e também a apresentação do histórico, contando os fatos que deixaram esta entidade cada vez mais forte no decorrer de todos esses anos pelo Xiru de Fala Jeferson dos Santos. Ao meio-dia foi servida a tradicional Galinhada Campeira com os acompanhantes produzida pela equipe da gastronomia da entidade e após foi convidado os presentes para fazer uma caminhada até a estrutura de exe- cução da Ecoterapia que é um dos serviços que o CTG Candeeiro da Amizade realiza gratuitamente e voluntariamente para pessoas com necessidades especiais bem como cidadãos do município de Vera Cruz e região. Neste momento foi feita a expli- cação sobre toda o desenvolvimento da ecoterapia e os benefícios desta atividade. Os visitantes também puderam fazer um passeio a cavalo e tirar fotos para conhecer as baias de hospedagem dos cavalos. No retorno até a sede principal foi feita com o triciclo com o carreto com lugar para seis pessoas. Então ainda foi apresentado o departamento esportivo que dispõe do Jogo de bocha, coordenado por Canisio Ha- mees, sendo que os visitantes puderam praticar este jogo que é muito tradicional no Estado do Rio Grande do Sul. Como fechamento das atividades do dia, houve a oficina do café de cambona apresentado pelo senhor Paulo Mans, que se desenvolve colo- cando uma brasa dentro do café e também a oficina de lenço com a simbologia dos lenços, uma vez que os visitantes puderam praticar e entender o quão importante a preservação e a valorização da cultura gaúcha por meio desta oferta de turismo rural no nosso galpão no CTG Candeeiro da Amizade através da consultoria do SEBRAE ofertamos então mais um produto turístico para região do Vale do Rio Pardo enrique- cendo as experiências possíveis e ser executadas neste nesta região.

Conclusão/Implicações Práticas/Recomendações

A experiência desenvolvida através do Sebrae para o turismo rural em Vera Cruz se mostrou de grande relevância para o município, não só pela geração de novas opor- tunidades de negócio, bem como para a entidade agregar uma oferta turística. Porém faz se necessárias ao longo do processo, dar continuidade as consultorias e ofertas para consolidar o produto turístico no Município e região. Conclui- se que a entidade, se aproprie deste produto mantendo uma gestão através da patronagem e divulgando aos turistas. Recomenda-se então a continuidade das consultorias, participação em eventos locais, regionais e estaduais bem como oferta junto a agências de turismo da região para divulgação e marketing fortalecendo ainda mais o produto turístico.

Referências

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Dispõe sobre a Política Nacional de Tu- rismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estí- mulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 set. 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm. Acesso em: 4 mar. 2025.

SENAR RS - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL. **Programa Turismo Rural**. Porto Alegre, RS: SENAR RS. Disponível em: https://www.senar-rs.com.br/progra- mas-capacitacao/programa-turismo-rural. Acesso em: 4 mar. 2025.

RESUMOS EXPANDIDOS

COMER, LEMBRAR, APRECIAR: O SOUVENIR GASTRONÔMICO COMO ELEMENTO DE VALORIZAÇÃO PATRIMONIAL NO QUARTA COLÔNIA GEOPARQUE MUNDIAL DA UNESCO

ALINE BRITTO FIALHO[1], ANA JÚLIA SCORTEGAGNA SOCAL[2], CAROLINE CILIANE CERETTA[3]

[1]Mestre em Patrimônio Cultural (UFSM)
[2]Mestre em Patrimônio Cultural (UFSM) – Universidade Federal do Rio Grande (FURG)
[3]Bacharel em Turismo – Doutora em Extensão Rural – Departamento de Turismo (UFSM)

Resumo: O souvenir gastronômico, além de representar uma lembrança de viagem, pode atuar como um mediador cultural entre o turista e o destino, especialmente em territórios como o Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO. Este estudo tem como objetivo analisar o potencial dos souvenirs gastronômicos como instrumentos de valorização patrimonial, conectando turistas aos saberes e sabores locais. Com base em revisão bibliográfica, discute-se como esses produtos comunicam modos de fazer, identidade alimentar e geodiversidade. O estudo evidencia que o souvenir gastronômico pode enriquecer a experiência turística, fortalecer a identidade territorial e impulsionar o empreendedorismo local. Sua função simbólica e educativa contribui para o desenvolvimento sustentável e a preservação de memórias culturais.

Palavras-chave: Souvenir gastronômico; patrimônio cultural; Geoparque Quarta Colônia.

Introdução

O turismo contemporâneo demanda experiências autênticas, capazes de conectar os visitantes aos territórios por meio da cultura, da história e dos sabores locais. Nesse contexto, os souvenirs gastronômicos se consolidam como importantes mediadores simbólicos entre o turista e o destino visitado, funcionando como 'objetos de memória' que evocam experiências e contribuem para a valorização do patrimônio cultural (Kovaleski et al., 2018). Em áreas reconhecidas como Geoparques Mundiais da UNESCO, tais produtos ganham ainda maior relevância, pois integram estratégias de desenvolvimento sustentável e fortalecimento da identidade territorial (Ramos; Moreira, 2021).

O Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO foi certificado em 2023 por sua característica de singularidade geológica e os fósseis de dinossauros mais antigos já descobertos no mundo, bem como o interesse da comunidade acadêmica, das administrações municipais e demais instituições locais em contribuir com a população da Quarta Colônia na construção de uma estratégia de desenvolvimento endógeno regional (Geoparque Quarta Colônia, 2025).

Este trabalho tem como objetivo analisar o potencial do souvenir gastronômico como elemento de valorização patrimonial no contexto do Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO, evidenciando suas contribuições para o território e para a experiência turística.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, com base em revisão bibliográfica e análise interpretativa de estudos sobre souvenirs gastronômicos, geofoods e geoprodutos. Utiliza-se como caso a experiência do

Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO, integrando elementos de estudos anteriores sobre o desenvolvimento de souvenirs na região.

Resultados e Discussão

A abordagem do souvenir gastronômico como instrumento de mediação cultural se alinha à perspectiva de que tais objetos não apenas representam um destino, mas o performam, sendo capazes de comunicar valores, modos de vida e práticas locais (Horodyski et al., 2015). O conceito de geofood, discutido por Ramos e Moreira (2021), amplia esse entendimento ao destacar a conexão entre gastronomia e geodiversidade, reforçando o vínculo entre produção alimentar e identidade geológica- cultural. Já o estudo de Leite et al. (2021) sobre geoprodutos evidencia como esses bens podem articular sustentabilidade, inovação e empreendedorismo social, ao promoverem inclusão e renda por meio da valorização dos saberes locais. Estes conhecimentos e práticas associadas ao modo de fazer - enraizados no cotidiano destas comunidades - reúnem técnicas, ofícios e matérias-primas capazes de identificar um grupo social ou uma localidade (Brasil, 2018). Os souvenirs gastronômicos, assim, operam tanto como produto turístico quanto como ferramenta representativa do patrimônio cultural local (Iburzstyn, 2021).

O souvenir gastronômico, quando inserido em um contexto como o do Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO, transcende o papel de lembrança e passa a atuar como dispositivo de educação patrimonial não formal. Embalagens que apresentam narrativas sobre a origem dos ingredientes, modos de produção artesanal e vínculos com a geodiversidade local ampliam a experiência turística ao integrar conteúdo ao ato de presentear ou consumir um produto.

Considerações Finais

A valorização do souvenir gastronômico como elemento de valorização patrimonial no Geoparque Quarta Colônia revela-se uma estratégia potente para a preservação de saberes tradicionais, para o fortalecimento da identidade territorial e para a diversificação das experiências turísticas. Ao envolver produtores locais, resgatar memórias alimentares, práticas sociais, conhecimentos transmitidos entre gerações e comunicar os vínculos entre cultura e território, esses produtos assumem papel central na construção de uma narrativa territorial baseada na sustentabilidade, pertencimento e autenticidade, pois são a expressão de uma identidade cultural. Assim, a consolidação de um souvenir gastronômico pode contribuir para o fortalecimento do turismo na região.

Referências

BRASIL. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Saberes, fazeres, gingas e celebrações: ações para a salvaguarda de bens registrados como patrimônio cultural do Brasil 2002-2018. Coordenação de edição: Rívia Ryker Bandeira de Alencar. Brasília, DF: IPHAN, 2018.

HORODYSKI, G. S.; FERNANDES, C. L.; GÂNDARA, J. M. A produção e a comercialização de souvenirs nos destinos turísticos brasileiros. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 45-63, 2015.

IBURZSTYN, I. Características e exemplos da oferta gastronômica relacionada ao patrimônio geológico no âmbito da Rede Global de Geoparques (GGN). *Revista Mangút: Conexões Gastronômicas*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 56–73, 2021.

KOVALESKI, A.; COUTINHO, H. M.; HORODYSKI, G. S. Discussão sobre o tema souvenir gastronômico no turismo: revisão de literatura. *Marketing & Tourism Review*, Belo Horizonte, v. 3, n. 3, p. 1-17, 2018.

LEITE, M. J. F. et al. Geoprodutos em comunidades turísticas para o desenvolvimento sustentável e empreendedorismo social: um estudo de caso. *Revista Produção Online*, Florianópolis, v. 21, n. 3, p. 913-929, 2021.

Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO. Disponível em: <https://www.geoparquequartacolonia.com.br/geoparque/geoparque-quarta-colonia> Acesso em: 9 mar. 2025.

RAMOS, R. G.; MOREIRA, J. C. Características e exemplos da oferta gastronômica relacionada ao patrimônio geológico no âmbito da Rede Global de Geoparques (GGN). *Revista Mangút: Conexões Gastronômicas*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 56– 73, 2021.

COMIDA EMBLEMÁTICA NA QUARTA COLÔNIA: UM ESTUDO SOBRE A POLENTA

RAQUEL LUNARDI[1], LIEGE ZAMBERLAN[2], ALINE PRESTES ROQUE[3]

[1] Doutora em Desenvolvimento Rural, docente Instituto Federal Farroupilha
[2] Doutora em Comunicação, Università di Firenze
[3] Doutoranda em Extensão Rural, Instituto Federal Farroupilha

Resumo: O presente artigo resulta de uma pesquisa realizada no território da Quarta Colônia, localizado no centro do estado do Rio Grande do Sul, Brasil, e tem como objetivo apresentar a polenta como uma comida emblemática local, configurando-se como uma iguaria de caráter colonial ítalo-brasileiro, ao articular a tradição de origem italiana com os modos de produção e consumo no território. Para tanto, analisa-se sua importância no cotidiano alimentar das famílias descendentes de imigrantes italianos, bem como sua presença nos restaurantes da região. A metodologia adotada possui abordagem qualitativa e, após revisão teórica orientada por palavras-chave, envolveu a análise de entrevistas realizadas entre os anos de 2019 e 2024 com famílias de descendência italiana e estabelecimentos gastronômicos locais. Os resultados evidenciam que a polenta preserva saberes tradicionais e reproduz os sabores herdados dos imigrantes italianos, consolidando-se como um alimento identitário e portador de memória. Além disso, destaca-se seu potencial enquanto atrativo turístico, recomendando-se o reconhecimento e a valorização desse alimento como patrimônio gastronômico da Quarta Colônia junto à sociedade local.

Palavras-chave: Comida, patrimônio, turismo, Quarta colônia.

Introdução

Apresentamos, neste artigo, os resultados de uma pesquisa iniciada em 2019 e ainda em andamento, voltada ao estudo da comida dos descendentes de imigrantes italianos da Quarta Colônia. A região é composta por nove municípios (Agudo, Dona Francisca, Pinhal Grande, Nova Palma, Faxinal do Soturno, Ivorá, São João do Polêsine, Restinga Seca e Silveira Martins), articulados pelo Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia (CONDESUS).

Ancorados nas memórias dos descendentes de imigrantes italianos, buscamos evidenciar a polenta como uma comida emblemática, destacando os saberes e fazeres próprios desse território. Proveniente da região do Vêneto, a polenta representa para os imigrantes memórias relacionadas a diferentes momentos do processo de colonização, destacando-se como uma das comidas de maior importância para as comunidades desde o início da imigração.

Sua presença na mesa dos imigrantes e de seus descendentes revela-se extremamente forte, seja como prato principal em momentos de dificuldade, seja como acompanhamento de outros pratos ou mesmo como "comida de luxo" em restaurantes de alta gastronomia. Não por acaso, a polenta era consumida "de manhã, de meio-dia, de tarde e de noite, todos os dias". Para Giordani (2020), a polenta se tornou um emblema, que foi ressignificado ao longo das décadas e que hoje surge com diferentes roupagens, sem perder sua essência tão fundamental.

Do ponto de vista metodológico, optamos por uma abordagem qualitativa, embasada na História Oral de vida. Acreditamos que, por meio dela, podemos recuperar memórias locais e conhecer as trajetórias individuais e coletivas a partir do olhar do narrador, ao reconstruir caminhos percorridos e reconstituir épocas e acontecimentos relevantes, tanto em nível individual quanto coletivo. As memórias do passado, recriadas no presente, emergem das lembranças do cotidiano, das linguagens, da música, dos saberes e fazeres, das tradições e,

sobretudo, da comida, seja na esfera pessoal ou no convívio coletivo, evidenciando ainda os diálogos que se estabelecem entre esses diferentes aspectos.

Com o objetivo de registrar essa memória, foram realizadas 16 entrevistas de história de vida (relatos orais) entre 2022 e 2024. Além disso, entrevistaram-se os proprietários de dois restaurantes de comida típica (representados pelos números 1 e 2) e analisou-se a Festa da Fortaia na comunidade de Santos Anjos, em Faxinal do Soturno, evento no qual a polenta se destaca como principal acompanhamento da fortaia. As conversas foram norteadas por um roteiro previamente elaborado, embora se tenha privilegiado perguntas abertas para aprofundar as narrativas e percepções dos entrevistados. Como resultado, apresentamos o saber fazer da polenta na Quarta Colônia e as manifestações dessa comida emblemática além da alimentação evidenciando-a como um dos alimentos mais presentes na mesa dos descendentes italianos da Quarta Colônia e ressaltando sua importância para a memória das famílias e na composição da mesa dos restaurantes.

Quando si mangia la bella polenta: o saber fazer da polenta da Quarta Colônia

No final do século XIX, ao migrarem para o Brasil, os italianos da região do Vêneto trouxeram seus hábitos alimentares, dentre eles o consumo da polenta. Sem acesso ao trigo para a produção de pão, por ser muito caro, adotaram a polenta, preparada à base de milho, como alimento central, combinada com molho de carne, galinha ou miúdos, queijo, ovo, peixe e puina (talha de leite), além de variadas formas de preparo, como a polenta mole, frita ou brustolada. O consumo de polenta com leite, por vezes adoçada com açúcar no café da manhã, também foi referido, enquanto a polenta com melado destacava-se como lanche infantil nas pausas das brincadeiras vespertinas. Já a polenta com queijo ou, eventualmente, com salame, era mais comum entre os adultos. Em alguns casos, registrou-se ainda polenta consumida com banha ou amassada com café passado, evidenciando sua versatilidade no cotidiano alimentar local.

Embora servida em todas as refeições: café da manhã, almoço, merenda, jantar ou ceia, a polenta acabou perdendo espaço para outras comidas consideradas “menos pobres”, tornando-se, em determinados momentos, coadjuvante à mesa. Contudo, as memórias trazidas pelas narrativas mostram sua relevância em um período de luta, dor e superação dos imigrantes, o que explica por que ainda se configura como uma das comidas mais emblemáticas da Quarta Colônia, ao lado do risoto e do queijo. Foi por meio dela que, em um contexto socioeconômico desfavorável, a fome deu lugar à saciedade, fortalecendo, simultaneamente, os laços culturais gastronômicos.

Na mesa do colono da Quarta Colônia, a polenta ocupou e ainda ocupa um lugar de destaque no cotidiano de muitas famílias, bem como em restaurantes especializados em comida italiana presentes no território, sobretudo quando servida na tradicional tábua de frios. Entretanto, pesquisas conduzidas por Frigo, Saraiva e Lunardi (2021) indicam que, entre as gerações mais recentes da Quarta Colônia, a polenta vem gradualmente perdendo popularidade. Nossos achados empíricos corroboram com essa tendência. As memórias veiculadas pelas narrativas ressaltam a polenta como um símbolo da identidade italiana, sendo as falas permeadas por forte carga emocional, uma vez que esse alimento representou um período de dificuldades enfrentado pelos imigrantes e por seus descendentes.

Apesar dessa redução no dia a dia, nos últimos anos a polenta tornou-se um componente identitário da culinária da Quarta Colônia, sendo consumida em festas e em restaurantes de comida italiana. Nessas ocasiões, costuma integrar a tábua de frios, na qual é servida com queijo, salame, copa e morcilha.Além disso, vem ocupando cada vez mais espaço como opção de entrada em diversos bares da região, em competição direta com a batata frita. A Figura 2 ilustra um cardápio de restaurante do território que incluem a polenta em sua composição.

Considerações Finais

A polenta, atualmente, vem sendo ressignificada no território em estudo como uma comida emblemática e de valor turístico, pois se encontra presente na mesa do dia a dia, nas mesas de festas e também nos restau-

rantes de comida italiana. O que, para os primeiros descendentes italianos, era consumido diariamente, agora é apreciado em celebrações, transformando-se em símbolo de identidade. Esse fenômeno contribui para a criação de uma culinária emblemática, denominada “italiana”, que combina pratos antes vinculados a ocasiões especiais com os consumidos no cotidiano, além de incorporar novos alimentos, promovendo o desenvolvimento do turismo gastronômico neste território.

Referências

Frigo, M. S., Oliveira, C. N. S., & Lunardi, R. (2021). Culinária dos Imigrantes Italianos no Brasil: Um Legado sem Herdeiros? / Italian Immigrants Culinary in Brazil: A Legacy without Heights?. *Revista Rosa Dos Ventos - Turismo E Hospitalidade*, *13*(4).

GIORDANI, JÚLIO. 2020. A alimentação como mecanismo de construção da identidade: o caso dos imigrantes italianos no RS. Dissertação de Mestrado, UFRGS.

GASTRONOMIA E HIBRIDIZAÇÕES CULTURAIS: PRÁTICAS CULINÁRIAS NA QUARTA COLÔNIA, RIO GRANDE DO SUL [BRASIL]

RAQUEL LUNARDI[1], SUSANA DE ARAÚJO GASTAL[2]

[1] Turismóloga, Doutora em Desenvolvimento Rural, Docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha.
[2] Doutora em Comunicação, UNIVALI

Resumo: O estudo buscou compreender os processos culturais associados a hibridizações das práticas alimentares herdadas de germânicos e itálicos, no território da Quarta Colônia, no Estado do Rio Grande do Sul, e suas possíveis implicações na oferta turística dos nove municípios que a integram, quais sejam, Agudo, Dona Francisca, Ivorá, Faxinal do Soturno, Nova Palma, Pinhal Grande, São João do Polêsine, Silveira Martins e Restinga Seca. A pesquisa, de viés qualitativo e explicativo, metodologicamente apoiou-se na História Oral para direcionar a coleta de dados, no presente caso priorizando a entrevista e pesquisa documental. Imigrantes italianos e germânicos estabeleceram-se neste território no século XIX, mantendo-se até o presente, forte ruralidade nos modos de vida, especialmente em termos de práticas culinárias. Como resultados, a investigação elencou dados que indicam que os processos de hibridização, pressupostos no início do estudo, não se confirmou, o que não invalida o estudo. Os dados mostraram, nas famílias pesquisadas, que a convivência entre as duas etnias, não substitui ou modifica as tradições alimentares de cada uma delas. Exemplifica-se com as práticas culinárias associadas ao risoto (prato “de gringo”) e à galinhada (a comida “de alemão”), que utilizam os mesmos ingredientes, porém com processo de elaboração diferenciado, não se hibridizaram no decorrer do tempo.

Palavras-chave: Gastronomia; Práticas Culinárias; Germanidade; Italianidade; Quarta Colônia, Santa Maria-RS, Brasil.

Introdução

A literatura registra que, no Brasil, o cenário rural vem demonstrando que, onde a produção agrícola era a única forma de sustento familiar e de relações mercadológicas viáveis, as atividades industriais e serviços como o turismo - principalmente o turismo gastronômico - estão se estabelecendo como alternativas complementares às atividades da agricultura tradicional. As multiatividades nas propriedades rurais, por sua vez, buscam priorizar nas mesmas, o consumo de bens e serviços com vínculos identitários com o território (VENDRUSCOLO; CERETTA; FROEHLICH, 2019)

No caso da ocupação do hoje Território Quarta Colônia (QC), esta se deu, majoritariamente, a partir da presença de imigrantes germânicos e itálicos nas décadas finais do século XIX, registrando-se ali, minoritariamente, povos originais, africanos e portugueses. As mudanças territoriais presentes na região nas últimas décadas, incentivaram novas estratégias de desenvolvimento a partir de sistemas locais, utilizando-se de recursos de diversas representações a partir de sua origem, história e natureza, apostando na valorização do patrimônio cultural e natural, no resgate da memória e no fortalecimento da identidade (CANDAU, 2019). Ou seja, a governança da Quarta Colônia identificou como estratégia de desenvolvimento, a construção de uma identidade territorial ligada a ocupação multiétnica do território, entre outras daquelas associadas a heranças ítalo e germânico coloniais, a partir de ativos como a gastronomia, as edificações históricas, a religião e a qualidade paisagística do território. No que se refere a potencialização da comida como atrativo gastronômico, trata-se

de reivindicação identitária que se dá por meio de uma tipicidade difusa[7] 'colonial'[8], ligada apenas ao histórico de colonização e sem uma busca por vinculação específica e singular às características biofísicas, culturais ou históricas do local (FROEHLICH; VENDRUSCOLO, 2012; VENDRUSCOLO, 2009).

Assim, o presente estudo centrou-se nas práticas culinárias de itálicos e germânicos, buscando permanências, descontinuidades e inovações nas cozinhas, bem como suas similaridades e diferenças. Não foi intenção, neste momento de pesquisa, discutir questões como autenticidade ou pureza identitária, mas demonstrar como um tipo de saber fazer, uma construção simbólica que possui história ou histórias, individuais e coletivas de um grupo ou território, pode exercer importante função sociocultural ao constituírem-se como referente memorial e identitário de indivíduos e coletividades nos seus cotidianos.

Procedimentos Metodológicos

Metodologicamente, trata-se de abordagem qualitativa, seguindo-se a História Oral, seus instrumentos e métodos, visto tratar-se de abordagem que incentiva o contato direto com os sujeitos partícipes dos processos socioculturais, considerando a importância de suas memórias, mas também narrativas que registrem o momento presente, no caso, de suas práticas culinárias.

Nessa perspectiva, os dados foram obtidos através de conversas com pessoas (relatos orais) que, ao focalizarem suas lembranças pessoais, constroem também uma visão mais concreta da dinâmica de funcionamento e das várias etapas da trajetória do grupo social ao qual pertencem, ponderando esses fatos pela sua importância na vida desses indivíduos. Utilizou-se a entrevista aberta e dialógicas como principal técnica de registro, realizadas entre o período de 2022 a 2024, priorizando-se 16 famílias constituídas por ítalos e germano descendentes.

Resultados e Discussão

A potencialização da gastronomia do território Quarta Colônia, ao longo dos últimos trinta anos, aciona uma presença multiétnica, mas fortemente ligada às origens migratórias itálica e germânica, presentes nas práticas culinárias, o que inclui rituais de comensalidade, tanto com foco no turismo como no lazer dos locais. A gastronomia acionada turisticamente na Quarta Colônia é marcada, entre outros, pela italianidade do salame, da sopa de agnolini, da polenta e do risoto de galinha, a germanidade se fazendo presente pelas cucas, pelos doces, pela galinhada, a primeira sobrepondo-se sobre a segunda.

Entretanto, entre os pratos distintivos do território, destaca-se o risoto de galinha, muito presente no cotidiano das famílias descendentes de imigrantes italianos, no caso, na sua maioria originários da região do Vêneto, produtora de arroz. O arroz foi introduzido na Quarta Colônia, pelos imigrantes, seus descendentes mantendo a sua produção. Dessa forma, o arroz tornou-se um produto de fácil acesso, principalmente nos períodos iniciais da colonização, de maior escassez de alimentos.

O risoto também é uma das comidas que mais teve alterações no seu preparo, passando do caldo com arroz branco ao risoto temperado de hoje: "Hoje no risoto se faz com galinha comprada, a caipira fica com aspecto preto, aí fica feio. Coloca a galinha para ferver na água, depois desfia ela e o caldo separa. Daí, faz separado o molho com cebola, tomate sem a pele, tempero verde, depois de bem cozido eu passava no liquidificar. A galinha separa e coloca depois ferver o caldo, coloca o arroz no caldo e quando 'tá' quase pronto coloca o molho e depois a galinha desfiada e por último o queijo. No caldo coloca um caldo de galinha, o diferencial é o queijo, o queijo bom deixa risoto bom. Eu coloco também a margarina ou a manteiga" (Entrevistada E).

[7] Froehlich e Vendruscolo (2012) reiteram que os produtos reivindicados pela estratégia de desenvolvimento territorial da Quarta Colônia são encontrados em outros territórios de colonização italiana que existem no RS, acarretando uma reivindicação por uma tipicidade difusa de italianidade, mas não uma tipicidade singular vinculada especificamente ao território.

[8] Compreendemos como Gastronomia colonial da Quarta Colônia a prática e conhecimento relacionada aos saberes e arte culinária assentada no trabalho familiar e em pequena escala, artesanal que se diferencia dos produtos padronizados presentes no modo de vida urbano-industrial e em sua cultura de consumo (FROEHLICH; VENDRUSCOLO, 2012).

Entre os germânicos, tem-se a galinhada. A galinhada é elaborada com galinha em pedaços, temperada com sal e temperos a gosto. Primeiramente ela é frita e, depois, adicionado o arroz. O preparo deve ficar mais seco, e não tão suculento como o risoto. “A galinhada é com as partes inteira e frita e depois larga o arroz, a diferença é a água do brodo. Na galinhada vai milho verde, outros temperos” (entrevistada A1). A galinhada é servida em qualquer momento, no almoço, nos finais de semana e nas festas. A galinhada não pode faltar na mesa do descendente de imigrantes alemão.

Considerações Finais

Após a apresentação das memórias da comida, especialmente a de criança, realizada com 16 famílias de descendentes de imigrantes italianos e germânicos no território da Quarta Colônia pode-se constatar que existem semelhanças entre o que se come, mas também há muitas diferenças entre a “comida de gringo” e a “comida de alemão”.

A diferença mais apontada pelos entrevistados, tanto os italianos como os germânicos, são o risoto e o arroz com galinha. O risoto que é de italiano, não é feito pelos germânicos. Os germânicos preparam o arroz com galinha. A essência do prato é a mesma, ou seja, a galinha e o arroz, mas o preparo e a finalização é diferente e “é diferente porque um é de gringo e o outro é de alemão”.

Quando do início da pesquisa, havia a hipótese de que existiria uma hibridização entre as comidas de descendentes de imigrantes italianos e alemães. Feitas as entrevistas, o levantamento de dados aponta que a hibridização, no formato que idealizado por nós, pesquisadoras, não se fazia presente nos dados coletados. Não há uma reconfiguração ou modificação de uma comida ou de outra a partir da relação entre as duas matrizes étnicas. Quando as duas etnias estão presentes numa mesma família, uma delas será predominante e a outras não mais preparada no cotidiano. Ou seja, não há um novo prato, que resulte da mistura do risoto com a galinhada. Ou é um, ou é o outro. As hibridizações sociais das famílias não se traduzem na preparação das comidas. As modificações que ocorrem são de caráter, de modos de preparo e ingredientes, pois o paladar dos italianos é diferente do paladar dos germânicos. Importante considerar que tal diversidade de preparos é salutar para o turismo gastronômico no território em estudo, pela expressão da multiplicidade étnica ali presente, com singularidades, que se traduz em uma identidade territorial de matriz italiana e germânica.

GEOPARQUES: CAMINHOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL SUSTENTÁVEL

MAURICIO REBELLATO[1], FLAVI FERREIRA LISBOA FILHO[2]

[1] Doutorando em Comunicação - UFSM
[2] Doutor – Bolsista produtividade do CNPq - UFSM

Resumo: Um Geoparque pode impulsionar a economia, o reconhecimento social e a preservação do que já existe em um território, através de um trabalho articulado entre os diferentes atores sociais. Através dos Estudos Culturais (Williams, 2001), consideramos que os patrimônios culturais e naturais podem reforçar a identidade coletiva de um povo. Apresentamos estratégias usadas no Geoparque Caçapava Mundial UNESCO, no Rio Grande do Sul, Brasil, especialmente no que se refere ao potencial para o turismo rural, para o desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: Comunicação; desenvolvimento sustentável; geoparque.

Introdução

A relação entre o ganho econômico, em paralelo com a conservação dos recursos naturais e paisagísticos e a valorização do patrimônio cultural de uma região, tem despertado debates sobre propostas que integram o patrimônio e as políticas públicas de desenvolvimento sustentável de um território. Guimarães (2005), destaca que entre elas, desde o início dos anos 2000, está a criação de Geoparques mundiais como alternativa sustentável de desenvolvimento, assentada na conservação e aproveitamento turístico do patrimônio geológico e geomorfológico e ainda, na organização de recursos e empreendimentos turísticos que se estabelecem em torno desse tipo de patrimônio.

Geoparques são áreas delimitadas, que podem abranger um município, cidades, regiões, com grande valor geológico e que representam um conjunto "regido por um projeto de desenvolvimento econômico e social sustentável, que se encontra em constante reformulação e adaptação às realidades locais". (Rocha, Ferreira e Figueiredo, 2017, p. 272).

Um exemplo, é o Caçapava Geoparque Mundial, na região central do Rio Grande do Sul, certificado em 2023, pela UNESCO. A área é formada pelo município de Caçapava do Sul, com 32.515 (IBGE/2022), sendo que 25% moram no meio rural.

Em busca de um desenvolvimento sustentável, o território tem feito articulações, por meio de iniciativas sociais e políticas públicas, através de movimentos sociais, organizações não-governamentais e entidades públicas e privadas. Neste trabalho, lançamos olhar sobre potencialidades para o desenvolvimento do turismo rural sustentável associado ao território Geoparque.

Procedimentos Metodológicos

Nos amparamos nos Estudos Culturais (Williams, 2001), tendo a cultura como local de produção de significados. Compreender a relação entre cultura e sociedade na construção identitária dos sujeitos é essencial para explorar caminhos ao desenvolvimento sustentável. Também realizamos uma pesquisa bibliográfica (Oliveira, 2008), para esse resumo, assim como, uma pesquisa de campo, na Novelaria Santa Marta, em Caçapava do Sul.

Resultados e Discussão

Conforme o Dossiê do Geoparque Caçapava, o território apresenta desafios no meio rural, como estradas não pavimentadas, baixa diversificação econômica, êxodo rural, envelhecimento populacional, poucas oportunidades de trabalho e falta de conhecimento da comunidade sobre seu patrimônio e potencial. Além disso, essas necessidades, encontram respaldo histórico no que Grisa e Schneider (2014, s/p) destacam, de que no Brasil, os agricultores, principalmente os familiares, sempre estiveram à margem das ações do Estado, onde a fragilidade do homem do campo, sempre foi reforçada diante das opções de desenvolvimento no País. Mas um bom exemplo de ressignificação econômica e social, através do geoturismo, vem do geossítio das Guaritas, uma área com cerca de 30 km², onde pecuaristas familiares mantêm uma atividade sustentável e tradicional na área rural. A paisagem, é formada por cerros íngremes esculpidos em rochas sedimentares do Paleozóico, depositadas há cerca de 500 milhões de anos. É neste geossítio que se encontra a Fazenda e Novelaria Santa Marta, conforme figura 1.

Figura 1: Ovelhas e produção de novelos de lã



Fonte: Novelaria Santa Marta

Novelaria foi reconhecida em 2023 com o prêmio “Boas Práticas” da Rede Global de Geoparques por sua atuação. A lã das ovelhas é lavada com sabão feito do sebo do próprio animal, depois cardada e fiada com roca de pedal, mantendo a tradição gaúcha. O tingimento é feito com infusões de chás e ervas nativas. A experiência “Do Cordeiro ao Novelo” permite ao turista conhecer o rebanho e acompanhar todo o processo artesanal. Além disso, os proprietários passaram a oferecer almoço aos visitantes, bem como uma trilha em que se pode apreciar aspectos geológicos do relevo e também da biodiversidade local. Além disso, o Geoparque é formado por uma rede de parceiros: hotéis, restaurantes, prestadores de serviços, etc. Também se fomenta a oportunidade de geração de renda, através de geoprodutos, que são materiais desenvolvidos, fabricados ou manufaturados dentro do território. Os produtos são inspirados na geodiversidade local com matéria-prima do lugar, modo de produção tradicional, ou ainda em suas formas, rótulos ou embalagens. Tudo isso reforça o sentimento de pertencimento, “enaltecendo os vínculos das populações nativas com suas comunidades locais, gerando reflexos positivos, como a preservação ambiental e a diminuição do êxodo rural” (Chaves; Lisboa Filho, 2022, p. 53).

Considerações Finais

Através da cultura é possível identificar padrões, neste caso, relacionados a como o desenvolvimento sustentável de um território, está atrelado a forma como as estratégias são propostas e como isso pode atuar na

apropriação dos sentidos pela comunidade, bem como na construção identitária feita a partir do pertencimento a um território Geoparque.

Por fim, acreditamos que no decorrer das próximas etapas da pesquisa, aprofundaremos as reflexões acerca deste território, trazendo outras contribuições sobre como as estratégias já realizadas podem ser melhor exploradas para que se atinja o desenvolvimento sustentável e de como a comunicação pode contribuir para a construção identitária dessa população, de forma que contribua para a mobilização comunitária e fortaleça o turismo rural.

Referências

Chaves, T., & Lisboa Filho, F. F. (2022). Desenvolvimento e educação patrimonial: um olhar sobre o Geoparque Quarta Colônia UNESCO. In *Geoparque Quarta Colônia Aspirante UNESCO - Conservação do Patrimônio e desenvolvimento regional sustentável* (pp.

Grisa, C., & Schneider, S. (2014). Três gerações de políticas públicas para a agricultura familiar e formas de interação entre sociedade e estado no Brasil. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 52(Supl. 1).

Guimarães, G. B., Liccardo, A., Melo, M. S., Moreira, J. C., Piekarz, G. F., & Mochiutti, N. F. (2012). Geoparque dos Campos Gerais, PR: por que ele ainda não foi criado? In *Anais... 46 Congresso Brasileiro de Geologia*.

OLIVEIRA, Maria Marly de. Como fazer pesquisa qualitativa. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

Williams, R. (2001). *The long revolution.* Peterborough: Ont. Broadview Press.

O GEOPARQUE QUARTA COLÔNIA COMO DESTINO TURÍSTICO GASTRONÔMICO

MARINA SACILOTO FRIGO

Doutoranda em História - UFSM

Resumo: As demandas turísticas por destinos que aliem cultura e natureza são uma tendência em ascensão, assim como a degustação de preparações gastronômicas mais naturais e próximas de sua origem. Essa culinária tradicional se constitui como patrimônio gastronômico, distinguindo o território que a produz, como se percebe no Geoparque Quarta Colônia, Rio Grande do Sul. Tal território é formado por nove municípios que foram colonizados por imigrantes europeus, no século XIX, tendo no Geoparque uma ótima oportunidade de preservação do patrimônio gastronômico local, aliado ao desenvolvimento do geoturismo. Este estudo ancora-se na abordagem qualitativa e busca responder ao seguinte questionamento: quais das preparações gastronômicas locais podem ser distinguidas como ativos do geoturismo? O objetivo do estudo é identificar essas preparações, além de rememorar receitas, técnicas e instrumentos utilizados, divulgar essas receitas na própria comunidade e prover material da culinária identificada, possibilitando a sua reprodução, para a implementação do geoturismo.

Palavras-chave: Geoturismo; Geoparque Quarta Colônia; Patrimônio cultural gastronômico.

Introdução

Ao longo dos últimos anos e, mais especialmente, após a pandemia da covid19, observa-se uma demanda crescente por destinos junto a natureza para o lazer em família, bem como a busca por uma alimentação mais saudável, natural e local. Essa nova tendência tem aumentado o fluxo turístico para o Geoparque Quarta Colônia, na região central do Rio Grande do Sul. Entende-se por geoparque um território que se utiliza de estratégias sustentáveis de desenvolvimento baseadas na conservação do patrimônio geológico, associado aos demais elementos do patrimônio natural e cultural, visando melhor qualidade de vida das populações que o habitam (Castro et.al., 2015).

Tal território engloba nove (9) municípios, colonizados por imigrantes europeus no século XIX. Além da sua riqueza geológica, é dotado de beleza natural e cultura diversificada, tendo na gastronomia um dos seus destaques, resultado da miscigenação de etnias e temperos, que deu origem a uma culinária carregada de identidade e simbolismo. Em vista das fragilidades detectadas em relação a esse patrimônio cultural gastronômico, há que se incentivar a sua preservação, no contexto do Geoparque, pois, conforme apontam Ramos e Moreira (2021), ao inserir a culinária na experiência do geoturista, além de se resguardar saberes e fazeres e propiciar o fortalecimento da comida, como fator de identidade local, destacam-se, ainda, ações de cunho socioeconômico, pela geração de trabalho e renda de forma sustentável.

Visando a salvaguarda dessa herança culinária, pergunta-se: quais das preparações gastronômicas locais podem ser distinguidas como ativos do geoturismo? Na busca de resposta à essa questão, o objetivo do estudo é identificar as comidas com potencial para tornarem-se ativos turísticos no Geoparque Quarta Colônia. Para tanto, há que se rememorar receitas, técnicas e instrumentos utilizados; divulgar essas re- ceitas na própria comunidade; prover material da culinária identificada, possibilitando a sua reprodução, para a implementação do geoturismo.

A valorização desse patrimônio cultural gastronômico é fundamental para manter vivo o traço identitário local e para fomentar o turismo gastronômico pois, conforme co- menta Csergo (1998), os turistas reivindicam por autenticidade e vivenciam a nostalgia de um outrora ao escolher locais que ofereçam a gastronomia tradicional. Oferecida como produto turístico, aciona símbolos e memórias agradando ao público visitante, em um ritual rememorativo.

Procedimentos Metodológicos

Considerando a abordagem qualitativa, optou-se pela utilização do método de análise da narrativa e a coleta de dados secundários e primários em três etapas, sendo: análise documental de manuscritos culinários cedidos por moradoras da Quarta Colônia, além de pesquisa bibliográfica sobre o tema; elaboração de um questionário online, com sete (07) questões objetivas, fechadas ou abertas, utilizando-se a ferramenta Google Forms, que foi direcionado a moradores e visitantes do território, com o objetivo de conhecer o perfil do consumidor e, principalmente, as suas preferências de consumo dos produtos gastronômicos locais; elaboração de um caderno de receitas com as preparações elencadas na etapa anterior, que documentam e retratam a identidade alimentar do Geoparque Quarta Colônia.

O questionário foi testado e validado através de 50 devolutivas antes de ser disponi- bilizado de forma online nas mídias sociais (Facebook, WhatsApp e Instagram) e atra- vés de e-mail. Ficou acessível entre os meses de fevereiro e junho de 2022, sendo encerrado em 05/07/22, quando totalizava 195 respostas. Estas, foram analisadas sob a ótica da proposição do estudo, considerando-se os números, percentuais e gráficos disponibilizados automaticamente pelo Google Forms.

Resultados e Discussão

A maioria dos retornos ao questionário vieram de mulheres, com idade entre 36 e 45 anos, moradoras de Santa Maria, que frequentam a Quarta Colônia várias vezes ao ano e que lembram da gastronomia, quando pensam na região. Os dez (10) produtos gastronômicos mais apreciados foram: o risoto, a sopa de agnolini, o salame, os queijos, o bife à milanesa, a polenta, a fortaia, a cuca italiana, o galeto e a copa. Essas escolhas, calcadas nos saberes e fazeres tradicionais, valorizam os produtos e os modos de produção locais, estando em conexão com a filosofia dos geoparques.

Com base nas escolhas da pesquisa, elaborou-se um caderno de receitas com a descrição das preparações, além do registro dos saberes e modos de fazer a elas associados, sendo organizadas em ordem alfabética. Também foram inseridas imagens do processo de elaboração e do resultado das preparações, bem como informações a respeito da sua evolução histórica, curiosidades e os insumos que as compõem.

Considerações Finais

De acordo com a filosofia adotada nos geoparques, a valorização e salvaguarda dos recursos locais, sejam naturais ou culturais, fazem parte de seu objetivo. Assim, o desenvolvimento territorial é incentivado, com o uso e a proteção desses recursos, gerando bem-estar econômico e social à população. Destarte, no Geoparque Quarta Colônia a valorização das tradições culinárias e da memória estabelecem vínculos com o local, estimulam o orgulho da população e aumentam o interesse por sua conservação, além de atuar como reforço identitário e de pertencimento territorial, pela apropriação do seu patrimônio cultural gastronômico.

Referências

CASTRO, Emanuel de; FERNANDES, Gonçalo Poeta; FIRMINO, Gisela. Os geoparques como estratégias de desenvolvimento turístico de base territorial. *In:* FERNANDES, Gonçalo Poeta (coord.). **Inovação, gestão e educação em turismo e hotelaria.** Instituto Politécnico da Guarda, nov. 2015. p. 49-61. Disponível em: http://bdigital.ipg.pt/dspace/handle/10314/2369. Acesso em: 14 out. 2019.

CSERGO, Julia. A emergência das cozinhas regionais. *In*: FLANDRIN, Jean-Louis; MONANARI, Massimo (org.). **História da Alimentação**. Tradução de Luciano Vieira Machado, Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p. 667-688.

RAMOS, Ricardo Gomes; MOREIRA, Jasmine Cardozo. Características e exemplos da oferta gastronômica relacionada ao patrimônio geológico no âmbito da Rede Global de Geoparques (GGN). **Mangút:** Conexões Gastronômicas, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 56-73, jun. 2021.

TURISMO RURAL EM FOCO: O PAPEL DOS OBSERVATÓRIOS EM TERRITÓRIOS DE GEOPARQUE

MÔNICA ELISA DIAS PONS[1], CAROLINE CILIANE CERETTA[1], BRUNO BATISTA PILATTI[2], RÔMULO ALMANSA KLUSENER[2]

[1] Docente Departamento de Turismo/UFSM
[2] Graduando em Gestão de Turismo/UFSM

Resumo: Este trabalho propõe uma reflexão inicial sobre a atuação dos observatórios de turismo para o monitoramento da atividade turística em territórios rurais que integram geoparques, com foco no caso do Observatório de turismo - Caminhos do Sul, fruto de um projeto em parceria da Universidade Federal de Santa Maria e do Instituto Federal Farroupilha. O Quarta Colônia Geoparque Mundial UNESCO está localizado na região central do Rio Grande do Sul, representa um contexto privilegiado para à implementação de metodologias de observação e análise contínua. Como objetivo principal, o estudo busca apresentar a proposta do Observatório Caminhos do Sul, de maneira que reúne, sistematicamente os principais estudos e perspectivas do desenvolvimento do turismo no centro do estado do Rio Grande do Sul. A pesquisa adota uma abordagem quali-quantitativa, integrando levantamento bibliográfico, coleta de dados em eventos turísticos da região de abrangência e sistematização em plataforma digital pública (em construção). Os indicadores de resultados primários sinalizam que as pesquisas de um observatório podem fortalecer a governança territorial, auxiliar em capacitações para à oferta turística e contribuir para o alinhamento entre estratégias locais e diretrizes globais da UNESCO para o desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: observatório de turismo; turismo rural; geoparques; desenvolvi- mento sustentável; Quarta Colônia.

Introdução

A evolução do turismo na Quarta Colônia é resultado do processo de con- strução social que, no decorrer do tempo, foi trazendo evidências junto a comuni- dade local de uma nova oportunidade de desenvolvimento frente aos desafios so- ciais-ambientais-políticos-econômicos-culturais.

A procura por atrativos culturais locais, as descobertas paleontológicas, as festividades culturais, a religiosidade, a gastronomia típica, bem como, paisagens rurais e naturais, são os principais motivos da visibilidade do território Quarta Colônia como destino turístico emergente (Ceretta, 2017). Na década de 90, centra- dos nas perspectivas econômico-politicas de integração nove municípios geografi- camente próximos, se organizam em conjunto e constituem a formação do Consór- cio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia – CONDESUS, instaurando uma nova fase de incentivo e valorização do turismo, entre outras demandas da região.

Com esta finalidade foram desenvolvidas ações voltadas ao desenvolvimento sustentável, com atividades de educação patrimonial, ambiental e cultural, motivan- do o envolvimento dos agentes locais na valorização dos serviços turísticos. Com a integração dos municípios e o fomento ao turismo, a partir de uma identidade multi- cultural, da paisagem natural e a revelação de espécies geomorfológicas, geológicas e fossilíferas de reconhecimento internacional, a Quarta Colônia foi validada como Geoparque Mundial da UNESCO. Nessa certificação o turismo representa um dos pilares estratégicos para o desenvolvimento sustentável do território e do processo de concepção do Geoparque (Geoparque Quarta Colônia, 2023; Ceretta, Dotto e Pons, 2022).

Este trabalho apresenta o Observatório Caminhos do Sul como iniciativa que alia ciência, gestão e território em prol do turismo rural qualificado. Assim, este es- tudo tem como objetivo principal apresentar a proposta de Observatório Caminhos do Sul, de maneira que reúne, sistematicamente os principais estudos e perspectivas do desenvolvimento do turismo no centro do estado do Rio Grande do Sul. Es- pecificamente, busca-se identificar o papel dos Observatórios para os destinos turísticos emergentes, como é o caso da Quarta Colônia Geoparque Mundial UNESCO; identificar quais são as principais plataformas e ou ferramentas para mon- itoramento de dados turísticos a partir da proposta do Observatório.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa é orientada por uma abordagem quali-quantitativa. Os procedimentos metodológicos incluíram: (i) revisão bibliográfica sobre observatórios, turismo rural e geoparques; (ii) levantamento de dados primários em eventos e atrativos locais nos municípios da Quarta Colônia; (iii) análise e categorização dos dados; (iv) estru- turação de um portal digital (em construção). com acesso público às informações A triangulação de dados permite identificar padrões, carências e oportunidades de planejamento turístico integrado.

Resultados e Discussão

À experiência do Observatório Caminhos do Sul tem demonstrado o potencial dos observatórios como instrumentos integradores de saberes e práticas. Em territórios com aspirações de reconhecimento internacional como geoparques, a presença de um sistema de observação contínua permite alinhar objetivos globais com ações lo- cais.. A participação na Rede Brasileira de Observatórios de Turismo amplia o im- pacto institucional e metodológico do observatório, o compartilhamento de experiên- cias e aplicação de pesquisas distintas em diferentes regiões contribuem para o aprimoramento técnico-metodológico.

Considerações Finais

Observatórios de turismo em regiões reconhecidas como geoparques assumem um papel decisivo no suporte à gestão territorial e à qualificação da oferta turística. À experiência do Observatório de Turismo Caminhos do Sul evidencia que o levanta- mento sistemático de dados, aliado ao acesso público e ao diálogo com as comuni- dades, com o poder público-privado, amplia a capacidade de planejamento e con- tribui para o desenvolvimento de boas práticas turísticas também no meio rural.

Referências

BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo Rural: orientações básicas. Brasília: MTur, 2010.

CAMPOS, A. C.; CORDEIRO, J. F.; MOURA, A. A. Observatórios de turismo: ex- periências brasileiras e contribuições para o planejamento e a gestão. Revista Bra- sileira de Pesquisa em Turismo, v. 15, n. 2, 2021.

CERETTA, C. C.; DOTTO, D. M. R.; PONS, M. E. D. (2022). Turismo, patrimônio e geoparque: Olhares, estratégias e horizontes no território Quarta Colônia (RS, Bra- sil). In: Figueiró, A. S. et al. (Org.) *Geoparque Quarta Colônia Aspirante UNESCO*: Conservação do patrimônio e desenvolvimento regional sustentável. Santa Maria, RS: PRE-UFSM.

CERETTA, C. C. (2017). *As representações sociais nas festas de padroeiros da Quarta Colônia.* 2017. 203p. Tese (Doutorado em Extensão Rural) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria. Disponível em: http://repositorio.ufsm.br/handle/1/17943. Acesso em: 12 de setembro de 2023.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. Revista de Administração de Empresas, v. 35, p. 57-63, 1995.

QUARTA COLÔNIA GEOPARQUE MUNDIAL DA UNESCO. (2023). *Geoparque Quarta Colônia*. Disponível em: https://www.geoparquequartacolonia.com.br/geoparque/geoparque-quarta-colonia.

REDE BRASILEIRA DE OBSERVATÓRIOS DE TURISMO. História. 2025. Disponível em: https://www.rbotbrasil.com/historia. Acesso em: 18 abr. 2025.

UNESCO. Global Geoparks. Paris: UNESCO, 2023. Disponível em: https://www.unesco.org/en/geoparks

Esse projeto tem apoio da chamada Universal CNPq/MCTI No 10/2023 - Faixa A - Grupos Emergentes.

DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL EM VALE DO SOL: UMA TRAJETÓRIA DE CAPACITAÇÃO E RESILIÊNCIA EM TEMPOS DE CRISE

CLAUDIANA Y CASTRO[1], MARIELI ELENA MULLER[2]

[1] Turismóloga, Mestre em Turismo e Guia de Turismo (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural)
[2] Historiadora, pós-graduada em História da Alimentação e Patrimônio Cultural, mestranda em Desenvolvimento Regional pela Universidade de Santa Cruz do Sul e agricultora familiar.

Resumo: Este trabalho apresenta a trajetória do turismo rural no município de Vale do Sol, com foco no processo de capacitação e desenvolvimento de empreendimentos turísticos locais. Durante o desenvolvimento do projeto, a proposta foi criar um ambiente propício para o crescimento do turismo, mesmo em tempos de crise. O objetivo principal foi qualificar empreendedores locais, promovendo a melhoria dos serviços oferecidos e a inserção de novos produtos turísticos na região. A metodologia aplicada envolveu encontros e capacitações com a participação ativa da comunidade, em um contexto de ensino remoto e presencial, devido às restrições impostas pela pandemia. Os principais resultados incluíram a criação de empreendimentos como a Pousada Escalada do Sol, Recanto da Costaneira e Artisan Cervejaria e Destilaria, todos com ofertas autênticas de turismo rural e com um potencial significativo de desenvolvimento. A partir da capacitação oferecida, os empreendedores locais demonstraram resiliência, adaptando seus negócios às novas realidades e desafios impostos pela pandemia. O processo de qualificação culminou na formação de uma associação de turismo rural no município, visando a continuidade das ações e o fortalecimento do setor. A conclusão do trabalho aponta para a importância da capacitação contínua e do trabalho colaborativo, não apenas para o fortalecimento do turismo rural, mas também como uma alternativa de geração de emprego e renda no município.

Palavras-chave: turismo rural; capacitação; desenvolvimento local; resiliência; pandemia.

Introdução

O turismo rural tem se destacado como uma alternativa sustentável e rentável para o desenvolvimento local em várias regiões do Brasil. No município de Vale do Sol, o turismo rural começou a ser estruturado em um contexto desafiador, marcado por um período de crise que inclui a pandemia, seca e enchente. O objetivo deste estudo foi analisar o processo de desenvolvimento do turismo rural, com ênfase na capacitação dos empreendedores locais e na adaptação do setor às novas exigências impostas pelas crises perpassadas. A relevância deste trabalho se encontra no fato de que o turismo rural se apresenta como uma atividade capaz de gerar emprego e renda, ao mesmo tempo que promove a valorização cultural e o desenvolvimento sustentável da região. O turismo rural, ao diversificar a produção das propriedades rurais, contribui para a manutenção das atividades no campo e a sucessão familiar, permitindo que jovens permanecem no campo ao verem a viabilidade de negócios ligados à terra (ALVES, 2019). A justificativa para a pesquisa reside na necessidade de compreender como as ações de capacitação podem contribuir para o fortalecimento do turismo local em um contexto de crise.

Procedimentos Metodológicos

A abordagem adotada neste estudo foi qualitativa, com a utilização de pesquisa-ação. A pesquisa envolveu a realização de reuniões de capacitação, visitas técnicas e atividades práticas em empreendimentos locais. A

coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas com os empreendedores, observações de campo e análise de documentos do processo de capacitação. As atividades ocorreram em diferentes momentos, com ênfase na implementação de novas práticas de gestão e na adaptação dos empreendimentos à pandemia, seca e enchente. A análise dos dados foi feita por meio da comparação entre os resultados obtidos e as expectativas dos empreendedores antes e após a capacitação.

Resultados e Discussão

Os principais resultados obtidos com o desenvolvimento do turismo rural em Vale do Sol foram a implementação de novos empreendimentos e a melhoria da qualidade dos serviços oferecidos. Entre os empreendimentos destacam-se a Pousada Esca- lada do Sol, o Recanto da Costaneira e a Artisan Cervejaria e Destilaria. Esses em- preendimentos se destacam pela oferta de experiências autênticas, que valorizam a cultura local e o patrimônio natural da região. A pandemia, seca e enchente embora tenham representado um obstáculo inicial, também trouxe oportunidades de reinven- ção, com a adoção de tecnologias e práticas de distanciamento social nos empreen- dimentos. Como destaca Lima (2017), o turismo rural pode ser uma estratégia impor- tante para a diversificação da propriedade rural e como uma oportunidade para os produtores rurais preservarem suas propriedades, ao mesmo tempo em que geram renda e promovem o turismo sustentável. A discussão dos resultados reflete a impor- tância da qualificação contínua e da adaptação dos negócios às novas realidades do mercado turístico, especialmente em tempos de crise. A análise revelou que o turismo rural pode ter um papel significativo na sucessão familiar. Segundo Pereira e Souza (2020), a introdução do turismo em propriedades rurais é uma forma de atrair a juven- tude rural para o campo, criando alternativas viáveis de trabalho e incentivo à perma- nência da nova geração na atividade rural. Vale do Sol se beneficia dessa perspectiva, pois ao promover o turismo local, além de valorizar o patrimônio natural e cultural, fomenta a economia local e retém os jovens na comunidade, ao oferecer novas opor- tunidades de trabalho.

Considerações Finais

O desenvolvimento do turismo rural em Vale do Sol, apesar dos desafios impostos pela pandemia, mostrou-se um exemplo de resiliência e adaptação. A capacitação dos empreendedores locais foi fundamental para a criação de novos empreendimentos turísticos e para a melhoria dos serviços oferecidos. A formação da associação de turismo rural no município representa um passo importante para a continuidade do trabalho e o fortalecimento do setor. A experiência vivida no município demonstra que a qualificação e o trabalho colaborativo são essenciais para o sucesso e a sustentabilidade do turismo rural. Como apontado por Silva et al. (2019), o turismo rural tem um grande potencial para a diversificação da agricultura familiar, especialmente em regiões como Vale do Sol, em que a economia local depende fortemente da atividade rural. Futuras pesquisas podem explorar o impacto econômico do turismo rural no município e a expansão de roteiros turísticos sustentáveis na região.

Referências

ALVES, M. F. Turismo rural: inovação e empreendedorismo no meio rural. São Paulo: Editora Senac, 2019.LIMA, E. P. O Turismo como estratégia de diversificação da pro- dução rural. Revista Brasileira de Turismo Rural, v. 6, n. 2, p. 45-58, 2017.

PEREIRA, C. R.; SOUZA, J. L. O impacto do turismo rural na sucessão familiar no campo. Revista de Desenvolvimento Regional, v. 5, p. 33-42, 2020.

SILVA, R. A.; COSTA, L. M.; MORAIS, F. S. Turismo rural e sustentabilidade: desa- fios e perspectivas. São Paulo: Editora Globo, 2019.

IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL E DO COMPORTAMENTO DO ENOTURISTA DA REGIÃO UVA E VINHO DO RIO GRANDE DO SUL

MAICON DE MENEZES DE SANTOS[1], MAX DE VEIGA[2], TISSIANE SCHMIDT DOLCI[3], CLAUDIO VINICIUS SILVA FARIAS[4]

[1] Especialista em Gestão Empresarial, IFRS - Campus Porto Alegre
[2] Especialista em Gestão Empresarial, IFRS - Campus Porto Alegre
[3] Doutora em Desenvolvimento Rural, IFRS - Campus Porto Alegre
[4] Doutor em Desenvolvimento Rural, IFRS - Campus Porto Alegre

Resumo: O enoturismo tem ganhado destaque no Brasil, especialmente na Região Uva e Vinho do Rio Grande do Sul, onde a cultura vitivinícola está profundamente enraizada. Este estudo busca identificar o perfil e o comportamento dos enoturistas que visitam a região, analisando suas motivações e experiências. Foi realizada uma survey com 224 respondentes, visitantes de vinícolas dessa região, que permitiu analisar as características sociodemográficas, as preferências e os hábitos desses turistas. Os resultados indicam que o enoturista que visita a região é majoritariamente adulto, de renda média e alta, com interesse na cultura do vinho e em experiências enogastronômicas. Além disso, observa-se a importância da hospitalidade e da qualidade dos serviços na satisfação do visitante. Os resultados obtidos poderão subsidiar políticas públicas e iniciativas privadas voltadas à qualificação do enoturismo na região.

Palavras-chave: Enoturismo, perfil do turista, comportamento do consumidor, vitivinicultura.

Introdução

O enoturismo vem crescendo mundialmente, impulsionado pelo interesse por experiências ligadas à cultura, produção e consumo de vinho (Chiattone e Chiattone, 2013). A atividade engloba não apenas a visitação às vinícolas, mas também a participação em eventos, degustações harmonizadas, cursos sobre vinhos e circuitos enogastronômicos (Charters; Ali-Knight, 2000; Hall, Mitchel, Sharples, 2003). No Brasil, a Região Uva e Vinho do Rio Grande do Sul destaca-se como um dos principais pólos enoturísticos do país. A vocação vitivinícola dessa área remonta ao período da imigração italiana e o enoturismo representa uma oportunidade para fortalecer essa herança histórica e transformá-la em um diferencial competitivo para o turismo.

Nesse contexto, compreender o perfil e o comportamento dos turistas é fundamental para aprimorar a oferta turística e, consequentemente, impulsionar a economia local. Assim, a pesquisa foi orientada pela questão norteadora: Qual o perfil e comportamento dos turistas da Região Uva e Vinho? E, teve como objetivos: delinear o perfil dos enoturistas, identificar suas motivações e hábitos de consumo.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa, baseada na aplicação de questionários estruturados a enoturistas que visitaram a região entre abril e junho de 2024. A amostra foi composta por 224 visitantes de diferentes idades e regiões do Brasil. A seleção dos participantes foi feita de forma não probabilística por conveniência. A coleta de dados foi realizada pela internet utilizando a plataforma Google Forms. O questionário foi divulgado em redes sociais e promovido através de anúncios e perfis ligados ao mundo do vinho, abordando questões relacionadas ao perfil sociodemográfico, motivações, percepção da infraestrutura local, hábitos de

consumo, e canais de informação utilizados para planejar a viagem. Os dados foram analisados por meio de estatísticas descritivas, permitindo identificar o perfil e padrões de comportamento dos visitantes.

Resultados e Discussão

Os resultados demonstram que a maioria dos enoturistas é composta por adultos entre 30 e 50 anos, com renda média e alta, e nível de escolaridade elevado. A motivação principal para a visita é a experiência sensorial proporcionada pelo vinho, combinada com a possibilidade de vivenciar a cultura local e explorar a gastronomia da região. A participação em degustações e a oportunidade de conhecer o processo de vinificação foram apontadas como os momentos mais marcantes da viagem. Tais resultados convergem com as pesquisas realizadas por Getz e Brown (2006) e Andrade *et al.* (2023).

Os resultados mostram que 92% dos respondentes estavam satisfeitos com as experiências vivenciadas nas vinícolas. Entretanto, houve indicações de pontos de melhoria, entre os quais destaca-se originalidade e diversidade das experiências; atividades para crianças; horário de atendimento. Observou-se que a maioria dos visitantes adquire produtos locais, especialmente vinhos. As marcas das grandes vinícolas são as mais citadas pelos turistas, mas marcas de pequenos empreendimentos também foram lembradas. Esses resultados estão de acordo com diversas pesquisas (Hall, Sharples, *et al.*, 2003; Castro et al, 2017) que mostram os benefícios do turismo para geração de renda e dinamização da economia local, envolvendo diversos atores da cadeia produtiva.

Considerações Finais

O estudo evidencia a relevância do enoturismo para o desenvolvimento socioeconômico da Região Uva e Vinho do Rio Grande do Sul. Ao delinear o perfil dos enoturistas, evidencia-se que são pessoas adultas, com um poder aquisitivo robusto, um grau de instrução elevado, que estão dispostas a consumir produtos e experiências com identidade cultural e do território. Percebe-se a satisfação dos pesquisados com as experiências vivenciadas e com a hospitalidade da região. As informações obtidas na pesquisa permitem que os gestores e produtores do setor elaborem estratégias para atender às expectativas do público-alvo, fortalecendo a imagem do destino. Sugere-se que pesquisas futuras aprofundem a investigação sobre a fidelização desses turistas e a influência de novas tendências do mercado na experiência enoturística.

Referências

ANDRADE, I.; FLORES, L. C.; PEREIRA, L. A.; PEREIRA, T. Fatores críticos de sucesso no enoturismo no Vale dos Vinhedos – Brasil: uma percepção dos enoturistas. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, Brasil, v. 34, p. 85–104, 2023. https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v34i1p85-104.

CASTRO, V. A.; SANTOS, G. O.; GIMENES-MINASSE, M.; GIRALDI, J. Práticas de visitação nas vinícolas da Serra Gaúcha: unindo vitivinicultura e turismo no sul do Brasil. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, Brasil, v. 28, n. 3, p. 380–402, 2017.
CHARTERS, S.; ALI-KNIGHT, J. Wine tourism — a thirst for knowledge? **International Journal of Wine Marketing**, v. 12, n. 3, p. 70-80, 2000.

CHIATTONE, M. V.; CHIATTONE, P. V. Enoturismo: atrativo e ferramenta para o desenvolvimento sustentável de regiões. **Revista Rosa dos Ventos**, v. 5, n. 4p. 616- 634, 2013.

GETZ, D.; BROWN, G. Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. **Tourism Management**, Netherlands, v. 27, n. 1, p. 146-158, fev. 2006. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.002.

HALL, C. M.; MITCHELL, R.; SHARPLES, L. Consuming places: the role of food, wine and tourism in regional development. *In*: HALL, C. M. *et al.* (ed.). **Food tourism around the world**: development, management and markets. UK: Elsevier, 2003. p. 25- 59.

SABORES, SABERES E PAISAGENS: O TURISMO RURAL COMO EXPERIÊNCIA DE VIDA NO INTERIOR DE AGUDO (RS)

THAÍS GOMES TORRES[1], BIANCA DA SILVA TRINDADE[2]

[1] Doutora em Geografia, docente nos cursos de Turismo, Hotelaria e Tecnologia em Eventos - Universidade Federal do Rio Grande (FURG)
[2] Doutoranda em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC).

Resumo: Este estudo propõe uma reflexão sobre o turismo rural no interior do município de Agudo, no Rio Grande do Sul, compreendendo-o não apenas como uma atividade econômica, mas como uma experiência cultural, afetiva e existencial. A partir da valorização dos saberes tradicionais, dos sabores locais e das paisagens que moldam o cotidiano rural, o turismo rural é aqui interpretado como uma forma de reconexão com o território, a memória e a identidade. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, fundamentada em revisão bibliográfica e análise interpretativa, buscando evidenciar o potencial dessa prática turística como instrumento de desenvolvimento local sustentável, preservação do patrimônio imaterial e fortalecimento dos laços entre visitantes e comunidades anfitriãs. Os resultados apontam para a importância de promover um turismo comprometido com a cultura local, capaz de gerar vivências autênticas e significativas no campo.

Palavras-chave: Turismo Rural; Saberes Tradicionais; Agudo (RS); Experiências; Paisagens Culturais.

Introdução

O turismo rural tem se consolidado como uma alternativa sustentável de desenvolvimento para pequenas localidades, promovendo a valorização da agricultura familiar, da cultura local e das paisagens naturais. No município de Agudo, situado na região centro do Rio Grande do Sul, essa modalidade turística vem ganhando espaço por meio da oferta de experiências autênticas no meio rural, impulsionadas pela presença marcante da imigração germânica e pelo modo de vida agrícola ainda preservado na região. A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2010) reconhece o turismo rural como uma das modalidades que compõem a diversidade dos produtos turísticos, destacando seu papel estratégico na dinamização dos espaços rurais.

O turismo rural tem ganhado destaque nas últimas décadas como alternativa sustentável ao turismo massificado, ao propor uma relação mais íntima e sensível entre o visitante e o território visitado. No contexto do interior do Rio Grande do Sul, especialmente em localidades como Agudo, essa modalidade turística emerge como um espaço de trocas simbólicas, onde o cotidiano do campo se transforma em experiência de vida para quem o visita.

A relevância deste estudo está em compreender como o turismo rural pode contribuir para o fortalecimento das economias locais, a permanência dos jovens no campo e a valorização das tradições culturais. Nesse contexto, o problema de pesquisa que se apresenta é: de que forma o turismo rural em Agudo se configura como uma estratégia de desenvolvimento local e de valorização do território rural?

O objetivo geral é analisar o turismo rural em Agudo (RS) enquanto prática social e econômica, identificando seus principais elementos, desafios e potencialidades. Como objetivos específicos, busca-se: mapear as iniciativas existentes; compreender o perfil dos empreendedores e visitantes; e refletir sobre os impactos sociais e culturais dessa prática no município.

A justificativa desta pesquisa reside na importância de fortalecer iniciativas que aliam turismo, cultura e ruralidade, contribuindo para a diversificação econômica, a preservação das identidades locais e o estímulo a

um turismo mais consciente e integrado ao território. Estudar o caso de Agudo (RS) permite observar como experiências turísticas podem emergir de realidades cotidianas, promovendo novas formas de viver, sentir e (re)significar o campo. Além disso, o turismo rural está diretamente relacionado à busca, por parte do homem urbano, de experiências que lhe possibilitem resgatar suas origens culturais, promover o contato com a natureza e valorizar expressões culturais locais.

O turismo rural, segundo Lane (1994), é uma forma de turismo praticada em áreas rurais que valoriza os recursos naturais, culturais e humanos locais. Mais do que um deslocamento físico, o turismo rural representa uma imersão em modos de vida que preservam tradições, fortalecem vínculos comunitários e promovem o contato direto com o ambiente natural.

Para Oliveira (2003), o turismo rural se configura como "espaço de encontro entre o visitante e o modo de vida do campo", sendo capaz de revelar um patrimônio imaterial rico, por vezes invisíveis à lógica do turismo tradicional.

Procedimentos Metodológicos

A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo de abordagem qualitativa, com enfoque interpretativo, voltado à compreensão das experiências vinculadas ao turismo rural no interior do município de Agudo (RS). Essa abordagem foi escolhida por ser a mais adequada para investigar fenômenos sociais e culturais em profundidade, valorizando os sentidos e significados atribuídos pelos sujeitos aos seus modos de vida, práticas cotidianas e interações com o território.

Conforme destaca Minayo (2001), a pesquisa qualitativa busca captar o universo simbólico dos sujeitos, seus valores, crenças, motivações e percepções, permitindo que o pesquisador compreenda a realidade social a partir do ponto de vista dos participantes. Nesse sentido, o estudo pretende lançar luz sobre como o turismo rural é vivenciado por agricultores, empreendedores locais e visitantes, considerando o contexto sociocultural em que estão inseridos.

A produção dos dados ocorreu por meio de observação participante, entrevistas semiestruturadas com moradores e visitantes envolvidos com o turismo rural, além de anotações em diário de campo. A escolha desses instrumentos visou garantir uma escuta atenta e respeitosa, bem como captar nuances das interações, dos discursos e dos ambientes observados. A seleção dos participantes foi feita de forma intencional, buscando-se diversidade de vozes, saberes e vivências relacionadas ao tema.

A análise dos dados seguiu os princípios da análise temática de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2011), articulando as falas dos sujeitos às referências teóricas que sustentam a pesquisa. Essa análise possibilitou identificar categorias emergentes ligadas aos sabores, saberes tradicionais, paisagens culturais e à vivência do turismo rural como experiência transformadora.

Por fim, adotou-se uma postura ética e sensível em todas as etapas da pesquisa, priorizando o diálogo com a comunidade, o consentimento livre e esclarecido dos participantes e o respeito à cultura local.

Resultados e Discussões

No município de Agudo, situado na região centro do Rio Grande do Sul, o turismo rural se apresenta como uma prática que vai além da simples visitação: trata- se de uma experiência de vida que entrelaça sabores, saberes e paisagens, proporcionando ao visitante uma imersão nas múltiplas dimensões da ruralidade local. Essa vivência não se resume às atividades ofertadas, mas se revela sobretudo nas formas como o território é experienciado, narrado e valorizado pelas comunidades e pelos visitantes.

Os sabores, profundamente marcados pela herança cultural germânica e pela agricultura familiar, revelam práticas alimentares que resistem ao tempo e carregam significados que extrapolam o ato de comer. Alimentos como pães, cucas, doces caseiros, embutidos artesanais e refeições preparadas no fogão a lenha constituem verdadeiros patrimônios sensoriais. Quando degustados nos próprios espaços de produção, como cozinhas

rurais ou salões comunitários, esses alimentos evocam memórias afetivas, fortalecem vínculos de hospitalidade e transformam o paladar em uma porta de entrada para a cultura local.

Os saberes, por sua vez, manifestam-se nos modos de fazer e de viver das pessoas que habitam e cuidam do campo. São saberes tradicionais, muitas vezes invisibilizados, mas que ganham protagonismo no contato com o visitante. Práticas como o cultivo de hortas, a produção de conservas, a confecção de artesanatos e a partilha de histórias de vida e de imigração revelam um conhecimento ancestral que é, ao mesmo tempo, resistência e continuidade. Esses saberes-fazeres carregam não apenas técnicas, mas valores, modos de ver o mundo e relações com o tempo e com a natureza.

As paisagens de Agudo (RS), compostas por morros, vales, plantações, rios e pequenas propriedades familiares, também desempenham um papel central na experiência turística. Elas não são apenas cenários contemplativos, mas sim paisagens vividas e significadas, como aponta Milton Santos (1997), ao compreendê- las como “expressões do vivido”. Caminhar por trilhas, observar a rotina do campo, respirar o ar do interior e perceber os sons e silêncios da natureza são experiências que despertam sentidos adormecidos pela vida urbana e promovem um tipo de reconexão com o essencial.

Nesse contexto, os roteiros de turismo rural em Agudo (RS) incluem visitações a propriedades produtivas, oficinas de saberes artesanais, degustações de produtos coloniais, participação em festas típicas e caminhadas por paisagens naturais. Essas atividades não apenas entretêm, mas também educam e sensibilizam, tornando-se espaços de troca, escuta e reconhecimento mútuo entre anfitriões e visitantes.

Ao se permitir viver essas experiências, o turista se aproxima de uma lógica de turismo que valoriza o ser mais do que o ter, o sentir mais do que o ver. Como defendem Pine e Gilmore (1999), estamos diante da “economia da experiência”, na qual o valor está no que emociona, transforma e deixa marcas na memória. Em Agudo (RS), o turismo rural é, assim, uma experiência de pertencimento tanto para quem recebe quanto para quem visita.

Considerações Finais

A rotina exaustiva dos centros urbanos marcada pelo ritmo acelerado, pela hiperconectividade, pela insegurança e pela sobrecarga emocional tem intensificado o desejo por experiências que proporcionem bem-estar, pausa e reconexão com modos de vida mais simples e integrados à natureza. Em meio a apartamentos apertados, jornadas fragmentadas e relações cada vez mais mediadas por telas, cresce a busca por vivências que restabeleçam o vínculo com o essencial: o tempo desacelerado, o alimento preparado com afeto, o silêncio do campo, o contato com o outro e com a terra.

É nesse cenário que o turismo rural se apresenta como uma alternativa viável e necessária, oferecendo mais do que lazer oferecendo sentido. No município de Agudo (RS), essa modalidade turística revela-se como uma experiência cultural e sensorial que ultrapassa o deslocamento geográfico, permitindo ao visitante mergulhar na vida rural por meio de seus sabores, saberes e paisagens.

A culinária típica, os modos tradicionais de produção, as narrativas familiares e a hospitalidade enraizada em valores comunitários constroem um ambiente propício para experiências significativas. A paisagem, por sua vez, deixa de ser mero cenário para tornar-se espaço vivido e compartilhado, carregado de memória, trabalho e afeto. Cada trilha, cada cozinha, cada relato ouvido ou alimento provado contribui para formar um mosaico de sentidos que reconecta o visitante a dimensões muitas vezes adormecidas no cotidiano urbano.

O turismo rural em Agudo (RS), portanto, não é apenas produto turístico, mas expressão de um modo de vida que resiste e floresce, apesar das pressões do mundo globalizado. Trata-se de um campo fértil para o desenvolvimento sustentável, desde que esse desenvolvimento seja construído com base no protagonismo das comunidades locais, no respeito às suas identidades culturais e na valorização da produção e do saber locais.

É urgente fortalecer políticas públicas e iniciativas que estimulem o turismo de base comunitária, com incentivos à formação de redes solidárias, qualificação dos anfitriões, integração dos roteiros e preservação ambiental. Só assim será possível transformar o turismo em um instrumento de reconexão consigo mesmo, com

os outros e com o território, capaz de promover não apenas desenvolvimento econômico, mas também sentido de pertencimento, memória e cuidado com a vida em suas múltiplas formas.

Referências

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.

LANE, B. What is Rural Tourism? Journal of Sustainable Tourism, 2(1-2), p. 7–21, 1994.

MINAYO, M. C. S. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MOLLETA, V. F., & GOIDANICH, K. L. Turismo rural. Sebrae/RS, 1999.

OLIVEIRA, M. D. Turismo Rural: cultura e natureza no meio rural brasileiro. São Paulo: Contexto, 2003.

OMT. Organização Mundial do Turismo. Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. Naciones Unidas, 2010.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

PREFEITURA MUNICIPAL DE AGUDO. <https:/Rota Caminhos da Pommern Serra - Pontos Turísticos - Prefeitura Municipal de Agudo>. Acesso: 10 de mar. 2025.

SANTOS, M. A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1997.

TURISMO NO ESPAÇO RURAL: CULTURA LOCAL E RELIGIOSIDADE

DALVA MARIA RIGHI DOTTO[1], MÔNICA ELISA DIAS PONS[2], DIEGO TRINDADE HAHN[3]

[1] Universidade Federal de Santa Maria – https://orcid.org/0000-0002-0374-4430
[2] Universidade Federal de Santa Maria – http://orcid.org/0000-0002-0935-0168
[3] Prefeitura Municipal de Nova Palma - http://lattes.cnpq.br/7119171112921173

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo principal apresentar a proposta do Roteiro Caminho dos Capitéis, no município de Nova Palma (RS), destacando o patrimônio arquitetônico e cultural representado por essas pequenas estruturas religiosas que compõem a paisagem rural local. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa e foi estruturada em quatro etapas: levantamento documental, pesquisa de campo, georreferenciamento e registro fotográfico dos capitéis, e elaboração de materiais informativos. Ao todo foram identificados e mapeados 40 capitéis, localizados predominantemente na zona rural, os quais passaram a integrar um roteiro turístico cultural dividido em seis sub roteiros temáticos. Os resultados apontam para o potencial do turismo como estratégia de valorização da cultura local e de desenvolvimento regional sustentável, promovendo o contato com a natureza, a religiosidade e a produção artesanal. A proposta fortalece o vínculo entre a comunidade e os visitantes e amplia as possibilidades de inserção do município no mapa do turismo cultural e rural.

Palavras-chave: turismo rural; patrimônio cultural; capitéis; roteiros turísticos; Nova Palma.

Introdução

O turismo no espaço rural tem ganhado relevância como instrumento de valorização cultural e dinamização econômica. Em Nova Palma (RS), município da Quarta Colônia, destaca-se a presença de capitéis, estruturas arquitetônicas religiosas de pequeno porte, construídas por famílias descendentes de imigrantes italianos. O estudo busca evidenciar a relevância dessas estruturas na composição de um roteiro turístico cultural e sua contribuição para o desenvolvimento local.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa adotou abordagem qualitativa e foi desenvolvida em quatro etapas: (i) levantamento documental sobre turismo rural e roteirização; (ii) pesquisa de campo para mapeamento, caracterização histórica, georreferenciamento e registro fotográfico dos capitéis sendo que o levantamento das informações históricas dos Capitéis teve como base os arquivos do Padre Luiz Sponchiado, no Centro de Pesquisas Genealógicas (CPG), o livro Imigração e Quarta Colônia - Nova Palma e Pe. Luizinho (segunda edição, revisada e ampliada), de Breno Antonio Sponchiado, as informações constantes nos próprios capitéis e registros escritos e orais junto a membros das comunidades onde os capitéis estão localizados; (iii) análise das informações para definição do roteiro Caminho dos Capitéis; e (iv) produção de materiais informativos digitais e impressos. A principal base documental incluiu arquivos locais, registros orais e fontes bibliográficas regionais.

Resultados e Discussão

Foram identificados 40 capitéis no município de Nova Palma, dos quais 38 localizam-se na zona rural. O conjunto dessas estruturas foi organizado no Roteiro Caminho dos Capitéis, subdividido em seis trajetos: ro-

teiro das Águas, roteiro dos Vales, roteiro das Origens, roteiro dos Povos Nativos, roteiro Coração do Interior e roteiro das Terras Altas. Esses percursos valorizam diferentes aspectos culturais do território, como as paisagens naturais, o patrimônio religioso, gastronômico, o artesanato local, as agroindústrias e outros elementos que traduzem a diversidade cultural local. O roteiro integra o patrimônio material e imaterial ao cotidiano rural, oferecendo experiências significativas aos visitantes.

As comunidades da área rural que possuem Capitéis estão listadas na tabela 01, com a descrição do Capitel e ano de construção.

Tabela 01 – Capitéis do município de Nova Palma

Comunidade	Capitel	Ano de construção
Linha do Soturno	Capitel Nossa Senhora do Rosário	1936
Rincão dos Fréos	Santa Lúcia	1931
	São Luiz Gonzaga	1957
Rincão Santo Antônio	Santo Antônio de Pádua	1924
	Capitel Nossa Senhora da Perpétua Socorro	1943
Linha Duas	Santa Apolônia	1898
	Nossa Senhora da Saúde	1946
Linha Rigon	São Caetano da Divina Providência	1937
	São Roque	1949
Novo Paraíso	Santa Gema Galgani	1929
	Nossa Senhora Aparecida	1938
	São Vicente Pallotti	1950
	Sagrado Coração de Jesus	1952
	Nossa Senhora da Medianeira	1957
	São Vicente Pallotti	1958
	Nossa Senhora da Saúde	1964
	Nossa Senhora da Cabeça	1974
Linha Geral	Nossa Senhora de Aparecida	1940
Bom Retiro	Nossa Senhora de Aparecida	1941
Linha Um	Santo Antônio	1929
	Nossa Senhora da Consolação	1942
Salete	São Patrício	1950
Vila Cruz	São Luiz	1901
	Nossa Senhora da Glória	1906
	São Luis	1939
	Sagrado Coração de Jesus	1939
	Sagrado Coração de Jesus	1946
	São Tiago	1948
	Mãe e Rainha Três Vezes Admirável de Schoenstatt	1953
Pinhalzinho	Santo Antônio	1946
	Santa Lúcia	1952
Caemborá	Santo Antônio	1948
	Santa Terezinha	1981
Bugre	Santo Antônio de Pádua	1934
Gramado	Nossa Senhora de Fátima	1930
	Nossa Senhora da Medianeira	1963
	Nossa Senhora de Lourdes	1964
	São José	1969

Fonte: Dotto, Pons e Hahn (2021)

Considerações Finais

A estruturação do Roteiro Caminho dos Capitéis demonstrou a viabilidade de articulação entre turismo e patrimônio no espaço rural, promovendo o desenvolvimento sustentável, a geração de renda e o fortalecimento da identidade cultural local. Após o mapeamento e no contexto mais recente foram construídos na região mais três capiteis, são eles: Santa Rita de Cássia – Comunidade Sede; São Francisco – Comunidade Pinhalzinho e Nossa Senhora da Salete – Comunidade de Salete; os mesmos ainda não fazem parte do roteiro Caminho dos Capitéis. A proposta do roteiro oferece múltiplas possibilidades para ampliação da atividade turística, de forma ordenada no âmbito rural/urbano do município de Nova Palma, na Quarta Colônia e constitui uma fonte significativa para novos estudos com ênfase na valorização do patrimônio e do território.

Referências

BAHL, M. Viagens e roteiros turísticos. Curitiba: Protexto, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo. Brasília: MTur, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores. Brasília: MTur, 2009.

BRASIL. Plano Nacional de Turismo 2013/2016. Brasília, 2013.

CECCHIN, D. N.; DOTTO, B. R. Capitéis: elementos arquitetônicos... In: DOTTO, D. M. R. et al. Caminho dos Capitéis. UFSM, 2021.

DOTTO, D. M. R.; PONS, M. E. D.; HAHN, D. T. Caminho dos Capitéis: Nova Palma/RS. Santa Maria: UFSM, 2021.

SILVA, G. T.; COSTA NOVO, C. B. M. Roteiro Turístico. Manaus: CETAM, 2010.

SOUZA, M.; KLEIN, A. L.; RODRIGUES, R. G. Turismo rural no contexto do novo rural brasileiro. In: COELHO-DE-SOUZA, G. (Org.). Transformações no espaço rural. UFRGS, 2011.

SPONCHIADO, B. A. Imigração e 4ª colônia: Nova Palma e Pe. Luizinho. Santa Maria: Ed. UFSM, 1996.

TURISMO NO ESPAÇO RURAL E ECONOMIA COMPARTILHADA: UM MAPEAMENTO DAS TIPOLOGIAS DOS IMÓVEIS RURAIS ENCONTRADOS NA PLATAFORMA AIRBNB NA REGIÃO DA QUARTA COLÔNIA

RÔMULO ALMANSA KLUSENER[1], MARCELO RIBEIRO[2], IVO ELESBÃO[3]

[1] Graduando em Gestão de Turismo, UFSM
[2] Doutor em Turismo e Desenvolvimento Sustentável, Departamento de Turismo - UFSM
[3] Doutor em Geografia, Departamento de Turismo - UFSM

Resumo: O crescimento da economia compartilhada tem impactado o turismo rural, ampliando a oferta de hospedagens alternativas por meio de plataformas digitais. No entanto, a diversidade estrutural dos imóveis ainda é pouco documentada no Brasil. Este estudo mapeia e categoriza as tipologias de hospedagens rurais disponíveis no Airbnb na Quarta Colônia, identificando a quantidade de imóveis e seus métodos construtivos. O levantamento revela tendências da oferta e sua relação com o meio rural, fornecendo informações relevantes para o turismo e o planejamento territorial.

Palavras-chave: Turismo Rural; Economia Compartilhada; Meios de Hospedagem.

Introdução

Em janeiro de 2025, o número de turistas estrangeiros no Brasil aumentou em mais de 50% em relação ao mesmo período do ano anterior (MARQUES, 2025). Com esse crescimento, a demanda por meios de hospedagem no país também se intensificou. Nesse contexto, as plataformas digitais, como o Airbnb, tornaram-se uma alternativa acessível e prática para os viajantes. No meio rural, essa oferta tem se expandido significativamente, proporcionando experiências diferenciadas que aproximam o turista do espaço rural e de suas vivências.

Entretanto, é indispensável a realização da análise acerca da variedade estrutural dessas acomodações, que permite a compreensão do impacto e do potencial desse mercado no Brasil. O presente estudo tem como objetivo realizar um mapeamento dos imóveis rurais cadastrados no Airbnb nos nove municípios que integram a região chamada Quarta Colônia, Rio Grande do Sul, por meio de uma análise qualitativa a fim de esquematizar a estrutura desses meios de hospedagem.

Este trabalho justifica-se a partir do entendimento que os meios de hospedagem oferecem uma visão de como a economia compartilhada impacta no turismo rural, bem como entender como os imóveis se relacionam com os atrativos e ainda com a finalidade de fornecer dados para garantir um planejamento de políticas assertivas para o desenvolvimento territorial sustentável da região.

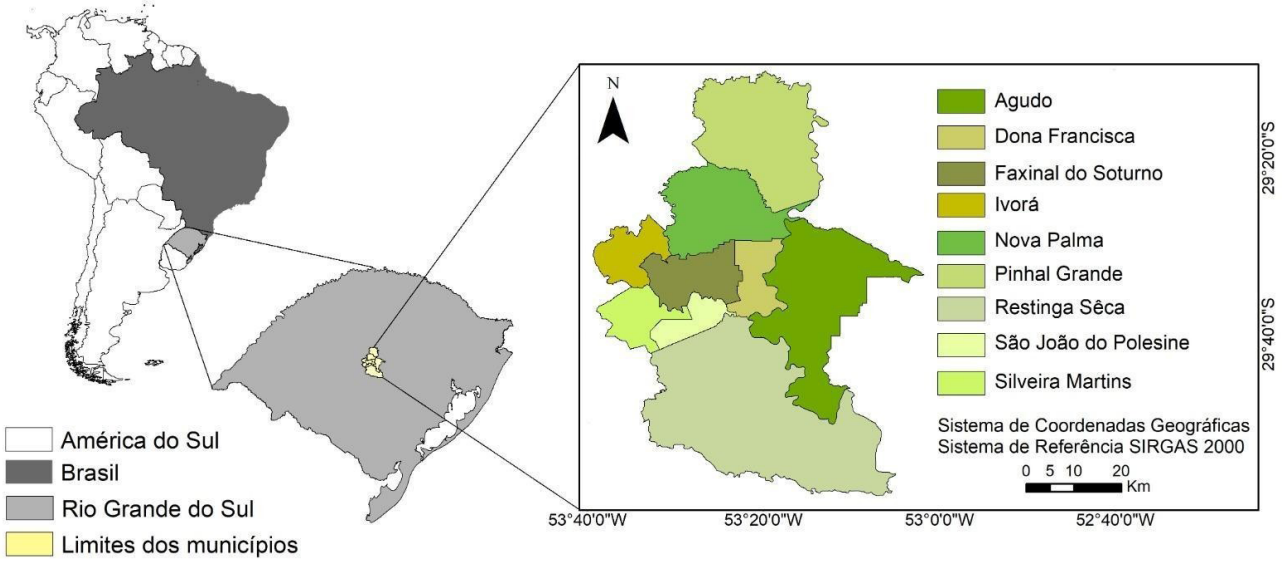
Procedimentos Metodológicos

O estudo segue uma abordagem qualitativa onde o processo de escrita com o papel de obter e disseminar os dados, com um caráter descritivo a luz de compreender amplamente o fenômeno estudado, o ambiente e os indivíduos que nele vivem devem ser analisados de maneira integrada e não devem ser simplificados a apenas

variáveis isoladas, mas sim observados em sua totalidade (GODOY, 1995). As etapas metodológicas incluem a coleta de informações sobre os imóveis rurais disponíveis na plataforma Airbnb na Quarta Colônia.

Situada na região central do Rio Grande do Sul (Figura 1), a Quarta Colônia está localizada a aproximadamente 250 km de Porto Alegre e a 30 km de Santa Maria.

Figura 1. Localização da região da Quarta Colônia.



Fonte: Elaborado própria (2025).

A Quarta Colônia é formada pelos municípios de Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Pinhal Grande, Restinga Sêca, São João do Polêsine e Silveira Martins, que trabalham em conjunto por meio do Consórcio Intermunicipal de Desenvolvimento Sustentável (CONDESUS). Com foco no desenvolvimento sustentável, a região tem no turismo um setor de interesse comum. Após um período de cerca de 30 anos sem crescimento expressivo nesse segmento, esforços têm sido direcionados para a valorização do patrimônio local e do território, promovendo o turismo como uma alternativa para impulsionar a economia e fortalecer a identidade regional (Quarta Colônia Geoparque Mundial UNESCO, 2025).

Resultados e Discussão

Com a certificação da Quarta Colônia como Geoparque Mundial da UNESCO no ano de 2023, o debate sobre o desenvolvimento turístico regional, antes estagnado, passa a ser reavaliado por gestores municipais, universidades e membros da comunidade. Diante disso a análise da infraestrutura de hospedagem, mapeamento de suas tipologias permitem o melhor entendimento do território, quais as possibilidades de expansão do setor e ainda qual a relação dos meios de hospedagem com os atrativos no espaço rural.

A pesquisa identificou um total de 10 meios de hospedagem disponíveis na plataforma Airbnb, localizados nos municípios de Restinga Sêca, São João do Polêsine e Silveira Martins (Quadro 1). As hospedagens encontradas se dividem em três tipologias: casa, cabana e container, com métodos construtivos classificados em alvenaria, madeira e estrutura mista de madeira e alvenaria. Além disso, foi calculado o valor médio das diárias por pessoa, que resultou em R$ 341,00 (Quadro 1). Nos municípios de Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma e Pinhal Grande, não foram encontrados meios de hospedagem disponíveis na plataforma Airbnb.

Quadro 1- Municípios e tipos de hospedagem. Quarta Colônia, 2025.

MUNICÍPIO	QUANTIDADE	TIPOLOGIA	MÉTODO CONSTRUTIVO	MÉDIA DIÁRIAS POR PESSOA (R$)
Restinga Seca	3	Container, Casa, Cabana	Alvenaria, Container	263,00
São João do Polêsine	4	Casa	Alvenaria	367,00
Silveira Martins	3	Cabana	Madeira, Misto Madeira Alvenaria	393,00
TOTAL	10	-	-	341,00

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Esses dados evidenciam uma oferta restrita e concentrada, além da predominância de construções em alvenaria e madeira. A ausência de hospedagens em grande parte da região pode representar um desafio para o turismo local, ao mesmo tempo que sinaliza oportunidades para investimentos no setor.

Considerações Finais

A pesquisa permitiu mapear e classificar as hospedagens rurais disponíveis na plataforma Airbnb na região da Quarta Colônia, evidenciando um cenário ainda restrito em termos de oferta. Dos nove municípios que compõem a região, apenas três – Restinga Seca, São João do Polêsine e Silveira Martins – apresentaram meios de hospedagem cadastrados. A diversidade estrutural foi relativamente limitada, com as acomodações distribuídas entre casas, cabanas e contêineres, construídas em alvenaria, madeira ou em uma combinação desses.

Com a certificação da Quarta Colônia como Geoparque Mundial da UNESCO, a necessidade de fortalecimento da rede de hospedagem torna-se ainda mais relevante. O turismo rural pode desempenhar um papel estratégico no desenvolvimento territorial sustentável, conectando visitantes à cultura local e contribuindo para o crescimento da economia da região.

A ampliação dessa pesquisa, incluindo outros tipos de acomodações e uma análise mais aprofundada da demanda turística, poderá fornecer um panorama ainda mais detalhado sobre o potencial e os desafios do turismo na Quarta Colônia.

Referências

GODOY, Arlida Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de administração de empresas**, v. 35, p. 57-63, 1995.

MARQUES, Fábio. **Brasil inicia 2025 com recorde**: 1,4 milhão de turistas internacionais e o melhor janeiro desde 1990. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2025. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasil-inicia-2025-com-recorde-1-4-milhao-de-turistas-internacionais-e-o-melhor-janeiro-desde-1990. Acesso em: 15 mar. 2025.

MINISTÉRIO DO TURISMO, 2025. **Turismo Rural:** Orientações Básicas. Disponível em: Turismo Rural: Orientações Básicas. Acesso em: 17 mar. 2025.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Tourism and the Sharing Economy**. Madrid: UNWTO, 2020. Disponível em: https://www.unwto.org/archive/europe/publication/new-platform-tourism-services-or-s o-called-sharing-economy-understand-rethink-and-adapt. Acesso em: 17 de mar. 2025.

QUARTA COLÔNIA GEOPARQUE MUNDIAL UNESCO. **Quarta Colônia Geoparque Mundial UNESCO**, 2025. Disponível em: https://www.geoparquequartacolonia.com.br/home. Acesso em: 14 mar. 2025.

TURISMO RURAL NA CAPITAL MUNDIAL DAS ETNIAS, IJUÍ, RS, BRASIL

VANILSON PEREIRA SILVEIRA

Turismólogo e Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul

Resumo: O estudo busca apresentar um panorama do turismo rural no município de Ijuí, reconhecido como a Capital Mundial das Etnias, localizado na região noroeste do estado do Rio do Grande do Sul. A metodologia adotada compreende uma revisão bibliográfica para abordagem conceitual, aliada a apresentação das experiências voltadas ao desenvolvimento e/ou fortalecimento do turismo rural. Em termos de resultados é possível apontar o potencial do segmento rural para o município. A sensibilização dos empreendedores sobre os desafios e oportunidades do turismo rural envolve um dos aspectos que requer aprimoramento com objetivo de consolidar a atividade como um diferencial competitivo para o município.

Palavras-chave: Turismo Rural; Ijuí; Capital Mundial das Etnias.

Introdução

Nos últimos anos, o Turismo Rural tem se consolidado com um importante recurso de desenvolvimento dos destinos. O conceito adotado pelo Ministério do Turismo (Brasil, 2003, p. 11) ressalta que o "turismo rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade".

Em 2023, dados da pesquisa "Demanda Turismo Rural", divulgada pelo Ministério do Turismo, apontam *insights* importantes em relação ao comportamento dos viajantes e as oportunidades para o segmento. O estudo destaca que entre os principais fatores que motivam a escolha pelo turismo rural, 70% dos viajantes destacam a busca por paz e tranquilidade, enquanto 73% valorizam a autenticidade da comida caseira, evidenciando o potencial da gastronomia como atrativo turístico (Brasil, 2025).

Nesse sentido, quando estruturado o turismo rural pode trazer inúmeros benefícios para a comunidade, incluindo a diversificação dos polos turísticos, a redução do êxodo rural, o estímulo ao intercâmbio cultural, a geração de novas fontes de renda e o fortalecimento da consciência ecológica, entre outros (Zimmermann, 2000).

Sharpley e Vass (2006, p. 1042) destacam que o principal benefício advindo da diversificação rumo ao turismo rural é a "obtenção de renda adicional (e, portanto, segurança na exploração agrícola, em longo prazo) oriunda da provisão de serviços, experiências e/ou produtos". Nessa linha, Blos (2000,p.220) aponta que, "uma das características fortes do turismo rural é a exigência de ser uma atividade econômica complementar a uma outra principal primária".

Por outro lado, a ausência de um planejamento adequado pode ocasionar impactos negativos a longo prazo, como conflitos sociais, degradação ambiental e redução da demanda, comprometendo os recursos naturais e culturais disponíveis (Dreher, 2004).

Desse modo, planejar a atividade a curto, médio e longo prazo significa estruturá-la de maneira sólida para a consolidação do destino. Assim, o município de Ijuí tem investido no turismo rural como uma de suas vertentes no processo de desenvolvimento do turismo.

Turismo Rural na Capital Mundial das Etnias

Em 2022, Ijuí recebeu o título de Capital Mundial das Etnias. O município foi reconhecido através do Encontro Internacional de Folclore e Artes Populares das Etnias e IIª Assembleia da IOV das Américas. O município integra ainda a Rota das Águas, Culturas e Sabores, lançada em 2022.

Nos últimos anos, várias propriedades rurais estão se estruturando para receber visitantes, incluindo a criação de espaços de hospedagem, eventos e experiências imersivas no meio rural, dentre elas: Azeite Pé de Oliva, Quinta das Águas, entre outras. Outro exemplo é o roteiro "Turistando na Colônia", operado por uma agência receptiva, é composto, até o momento, por quatro propriedades rurais: Azeite Tramonto, Querência Amada, Casa Lorenzoni e Sítio Águas do Aconchego.

A atuação da Secretaria Municipal de Cultura, Esporte e Turismo (SMCET) tem sido estruturado por meio de diversas estratégias, como: a qualificação dos proprietários rurais, a instalação de placas de sinalização turística, o fortalecimento de parcerias com o *trade* turístico, o mapeamento das propriedades rurais, entre outras ações voltadas à valorização do turismo rural.

No entanto, o êxito dessas iniciativas, depende também da compreensão, por parte dos proprietários rurais, de que o turismo rural não é apenas uma atividade complementar, mas sim um negócio. Nesse sentido é fundamental que os empreendedores reconheçam o potencial econômico da atividade, invistam na qualificação dos serviços e adotem uma postura profissional na gestão de suas propriedades rurais.

Considerações finais

O Turismo Rural, enquanto segmento em desenvolvimento no município de Ijuí, desponta como uma oportunidade promissora, evidenciando a vocação turística da região. A sensibilização dos empreendedores sobre os desafios e oportunidades do turismo rural envolve um elemento essencial para promover maior engajamento e alinhamento às demandas do mercado.

No município, as propriedades rurais estão em diferentes estágios de desen- volvimento, refletindo uma diversidade de estratégias e ritmos de crescimento. Al- gumas estão focadas na estruturação básica, investindo em infraestrutura, capacita- ção e adaptação às exigências do mercado. Outras buscam aprimorar suas ofertas, diversificando atividades para agregar valor à experiência dos visitantes e ampliar sua sustentabilidade econômica.

Vale ressaltar que a busca por resultados imediatos pode se tornar um obstáculo. O turismo rural exige planejamento estratégico a curto, médio e longo prazo, garantindo o crescimento sustentável e estruturado, que valorize tanto os empreendedores quanto a experiência dos visitantes. Para que isso ocorra é fundamental um trabalho integrado garantindo que o segmento promova o desenvolvimento local e se torne um diferencial competitivo no mercado.

Referências

BLOS, Wladimir. O Turismo rural na transição para um outro modelo de desenvolvimento rural. In: ALMEIDA, Joaquim e RIEDL, Mário. Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento. Bauru – SP: EDUSC, 2000, p.199 – 222.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Demanda Turismo Rural*. Brasília, 2024. Disponível em: https://www.sprintdados.com.br/turismorural. Acesso em: 20 fev. 2025.

DREHER, Marialva Tomio. Planejamento do turismo em áreas não-urbanas: envolvendo a comunidade. In: Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 4, 2003, Joinville. As políticas públicas e ações privadas no turismo rural. Joinville: IELUSC, 2004. p. 241 - 249.

SHARPLEY, R. VASS, A. Tourism, farming and diversification: an attitudinal study. In: Tourism Management, v. 27, 2006. p. 1040-1052.

ZIMMERMANN, Adonis. Planejamento e organização do turismo rural no Brasil. In: Turismo rural e desenvolvimento local. Campinas, SP: Papirus, 2000.

A PRODUÇÃO DE LAVANDA EM MORRO REUTER/RS: CADEIA PRODUTIVA, TURISMO RURAL E POTENCIAL PARA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

CLAUDIO VINÍCIUIS SILVA FARIAS[1], KELLY LISSANDRA BRUCH[2], VERA LÚCIA MARTINS MILANI[3], OLGA MARIA GON[4]

[1] Doutor em Desenvolvimento Rural (IFRS)
[2] Doutora em Direito (UFRGS)
[3] Doutora Engenharia de Produção (IFRS)
[4] Mestranda Profnit (IFRS)

Resumo: O cultivo da lavanda dentata em Morro Reuter, iniciado em 1997, consolidou-se como uma distintiva atividade econômica para a região. Este estudo explora a cadeia produtiva da lavanda dentata, abordando seu cultivo, extração do óleo essencial e sua viabilidade para uma Indicação Geográfica (IG). Ademais, destaca-se a relação entre essa atividade e o turismo rural, que vem ganhando espaço na região a partir da valorização da lavanda como produto e experiência sensorial. Através de uma abordagem metodológica qualitativa, que inclui levantamento de dados secundários e entrevistas com produtores e visitantes, analisou-se as práticas de cultivo, processamento e comercialização, bem como os impactos socioeconômicos gerados pelo turismo associado à lavanda. Os resultados apontam para uma produção padronizada, com potencial de ampliação mediante consolidação de mercado consumidor e incentivo ao turismo rural. Ademais, identificou-se que a lavanda dentata de Morro Reuter possui composição bioquímica singular, diferenciando-se de outras variedades internacionais. A oficialização de uma IG pode agregar valor ao produto e impulsionar o turismo local. Conclui-se que a estruturação dessa cadeia produtiva, aliada ao desenvolvimento turístico, pode fortalecer a economia local e fomentar a sustentabilidade da lavanda na região.

Palavras-chave: Lavanda dentata; cadeia produtiva; Indicação Geográfica; turismo rural.

Introdução

O cultivo da lavanda dentata em Morro Reuter teve início em 1997, a partir da iniciativa do então prefeito Wilson Fladimir Reinheimer. A adaptação favorável ao solo e clima da região fomentou o interesse de produtores locais, resultando na expansão do cultivo. Atualmente, mais de vinte famílias dedicam-se à produção da planta e seus derivados. A lavanda tornou-se um símbolo da cidade e impulsionou o turismo, principalmente através da Festa Nacional da Lavanda. O presente estudo busca analisar a cadeia produtiva da lavanda dentata, seus desafios e oportunidades, destacando o potencial de uma Indicação Geográfica para a região e sua interconexão com o turismo rural, que vem crescendo exponencialmente.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa exploratória, combinando levantamento de dados secundários e entrevistas semiestruturadas com produtores locais e turistas da região. Foram analisados aspectos da cadeia produtiva, incluindo insumos, técnicas de cultivo, extração do óleo essencial e estratégias de comercialização. Também foram investigadas percepções dos consumidores, coletadas durante a 5ª Festa da Lavanda em 2022. Para compreender o impacto do turismo rural, foram realizadas entrevistas com turistas que visitaram lavandários da região e participou-se de experiências de campo, como visitas guiadas e workshops sobre a produção da lavanda.

Resultados e Discussão

O cultivo da lavanda dentata segue etapas padronizadas, desde a preparação do solo até a extração do óleo essencial por destilação. A produção anual estimada é de 300 litros de óleo essencial, podendo ser ampliada com maior demanda de mercado. A análise química do óleo de lavanda dentata revelou concentrações distintas de 1,8 cineol, cânfora e fenchona, conferindo propriedades estimulantes e diferenciando-o de outras variedades de lavanda.

A pesquisa junto aos consumidores indicou uma forte aceitação do produto, sendo a Festa Nacional da Lavanda o principal canal de comercialização. Observou- se também um crescimento significativo do turismo rural na região, impulsionado pela oferta de experiências ligadas ao cultivo da lavanda (Da Silva, 2022). A visita aos lavandários, a participação em oficinas de destilação e a compra de produtos derivados são algumas das atividades que atraem visitantes. Essa modalidade de turismo contribui não apenas para a divulgação e consumo dos produtos, mas também para a valorização da cultura local e para a geração de renda aos produtores.

A falta de uma Indicação Geográfica, no entanto, impede a consolidação de um mercado competitivo para o óleo essencial (Marques Jr et al., 2023). Ao mesmo tempo, a falta de infraestrutura e políticas de incentivo ao turismo rural na região limita o pleno aproveitamento do potencial econômico da lavanda.

Considerações Finais

A produção de lavanda dentata em Morro Reuter apresenta um grande potencial econômico e turístico. No entanto, a estruturação da cadeia produtiva e a certificação através de uma Indicação Geográfica são estratégias essenciais para valorizar o produto e expandir o mercado. Paralelamente, é fundamental que haja investimentos na infraestrutura do turismo rural, possibilitando uma maior exploração das experiências ligadas à lavanda. A implementação da IG e o incentivo ao turismo rural podem impulsionar a produção e diversificação de produtos derivados, alavancando o desenvolvimento regional.

Referências

DA SILVA, Jonas Silva. **Comportamento do consumidor de óleos essenciais oriundos da região de Morro Reuter/RS**. [Trabalho de Conclusão de Curso]. Especialização em Gestão Empresarial, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia - Campus Porto Alegre, 2022. 29p.

MARQUES JR, Sindernei dos Santos et al. Lavanda dentata of Morro Reuter / Rio Grande do Sul and its potential for geographical indication. **Revista INGI-Indicação Geográfica e Inovação**, v. 7, n. 3, p. 2240-2254, 2023.

COMPETITIVIDADE EM ROTA DE TURISMO RURAL

LILIANE MARCON[1], ANA CLAUDIA MACHADO PADILHA[2]

[1] Mestranda Universidade de Passo Fundo
[2] Pesquisadora e Professora Titular II na Universidade de Passo Fundo (UPF)

KEYWORDS: Turismo rural, Competitividade, Desenvolvimento Rural

PURPOSE: O estado do Rio Grande do Sul possui 28 regiões turísticas, que seguem padrões pré-definidos pelo Ministério do Turismo. A Rota das Terras Encantadas é uma dessas regiões, destacando-se pelo turismo rural, que promove o contato direto com a natureza, a história, a agricultura e as tradições regionais.

A região é composta por 20 municípios que abrangem o Alto Jacuí e Alto da Serra do Botucaraí. Juntos, esses municípios buscam desenvolver o turismo, valorizando as belezas culturais e naturais da região. Considerando a vocação da região voltada para o meio rural, esta pesquisa tem como objetivo avaliar os indicadores utilizados pelos empreendimentos rurais voltados ao turismo.

THEORETICAL FRAMEWORK: O artigo examina o impacto económico e social do turismo rural, sublinhando a sua importância no crescimento económico, na criação de emprego e na promoção de produtos turísticos por meio de rotas turísticas. Destaca a necessidade de cooperação entre os atores do turismo para alcançar o desenvolvimento sustentável e melhorar a eficiência organizacional.

DESIGN/METHODOLOGY/APPROACH: Em 2023, o departamento de turismo responsável pela região conduziu uma pesquisa a pedido da Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul. A pesquisa foi realizada de forma quantitativa e com coleta de dados in loco e envolveu empreendedores com vocação para o turismo rural em sete municípios, abrangendo 16 empreendimentos.

A pesquisa foi realizada em empreendimentos com mais de um ano de funcionamento, diretamente com o proprietário ou responsável, garantindo a veracidade das informações. Verificou-se que, na maioria dos casos, o turismo é considerado uma oferta complementar, ficando atrás da agricultura ou pecuária como atividade principal das propriedades.

FINDINGS: Primeiramente, o turismo rural pode contribuir para a diminuição do êxodo rural, ao oferecer uma nova fonte de renda para os moradores do campo. Isso pode ajudar a estabilizar a população rural e manter as comunidades ativas e prósperas.

Além disso, o turismo rural tem um impacto ambiental positivo. Incentivar atividades turísticas sustentáveis no campo pode promover a conservação da natureza e da biodiversidade local. Socialmente, o turismo rural pode facilitar a inclusão social, aproximando o campo da cidade.

Em suma, ao promover o turismo rural de forma adequada, podemos alcançar benefícios econômicos, ambientais, sociais e culturais, contribuindo para um desenvolvimento mais equilibrado e sustentável das comunidades rurais.

ORIGINALITY/VALUE. Realizar esta pesquisa anualmente, mantendo o cadastro atualizado e incorporando novos empreendimentos, é essencial para monitorar o desenvolvimento do turismo rural. Além disso, seria interessante implementar incentivos fiscais e tributários para os empreendimentos do setor rural, o qual estimularia o crescimento econômico, aumentando a competitividade e atraindo mais investimentos para a região.

REFERENCES

https://www.rotadasterrasencantadas.com.br/pagina/view/2

MAZUREK, M. Competitiveness in tourism: models of tourism competitiveness and their applicability

CONSERVAÇÃO AMBIENTAL DOS RECURSOS E MONITORAMENTO DE IMPACTOS - CARMI

SCHEILA GRAZIELA RIGOTTI[1], CARMEN REGINA DORNELES NOGUEIRA[2], CLÁUDIO GABRIEL SOARES ARAÚJO[3], FÁTIMA REGINA ZAN[4]

[1] Mestre em Engenharia, Consultora externa do Sebrae e Instrutora do Senar
[2] Doutora em Geografia Humana, Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA)
[3] Mestre em Políticas Públicas, Faculdade de Educação Superior do Paraná (FESP)
[4] Doutora em Ciência da Propriedade Intelectual, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha (IFFAR)

Resumo: A crescente degradação ambiental, com o aquecimento global, a destruição das florestas e a perda de espécies, tem gerado preocupações sobre o equilíbrio ambiental. Este estudo visa desenvolver metodologias para o monitoramento e gestão de áreas naturais, compatibilizando o uso dos recursos com a conservação. Focando nas metodologias VAMP, VERP, VIM, ROS, TOMM e LAC, este trabalho propõe a aplicação dessas metodologias em um projeto de Trilhas de Interpretação em áreas rurais. As metodologias são analisadas e ajustadas para promover o uso sustentável, com foco na capacidade de carga turística (CC) e na proteção ambiental. Considerando que que cada metodologia contribui de forma parcial para a proposta em questão foi proposta uma ferramenta com abrangência de indicadores de análise atingindo a globalidade do espaço em estudo que foi denominado método CARMI (Conservação Ambiental dos Recursos e Monitoramento de Impactos).

Palavras-chave: CARMI; carga turística; metodologias; trilhas interpretativas; conservação ambiental

Introdução

A degradação do meio ambiente, impulsionada por fatores como aquecimento global, destruição das florestas e a extinção de espécies, tem levado à necessidade urgente de novas estratégias para a conservação ambiental. O aumento do turismo em áreas naturais pode agravar esses problemas, caso não seja gerido de forma sustentável. As metodologias de monitoramento de visitação e de cálculo da capacidade de carga turística (CC) desempenham papel importante nesse processo. Este estudo propõe o uso integrado de metodologias amplamente reconhecidas, como VAMP, VERP, VIM, ROS, TOMM e LAC, a fim de melhorar a gestão do turismo em áreas naturais.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa foi realizada nas Trilhas de Interpretação dos Distritos do Sossego Comandai, em Santo Ângelo/RS, no projeto coordenado pela URI - Campus Santo Ângelo. A metodologia VAMP foi aplicada para o desenvolvimento do projeto de trilha interpretativa, aproveitando as características ambientais locais, como a presença de mata nativa. A capacidade de carga (CC) foi utilizada para definir o número máximo de visitantes, levando em consideração fatores como área ocupada, tempo de visitação e condições ambientais (erosão, compactação do solo, etc.).

Além disso, foram adaptadas as metodologias VERP, VIM, ROS, TOMM e LAC. A VERP e a VIM focaram no monitoramento dos impactos da visitação, enquanto a ROS ajudou a definir o zoneamento da área. A TOMM foi aplicada para considerar o contexto mais amplo do empreendimento, e a LAC, com suas nove etapas, guiou o planejamento de ações de manejo e monitoramento.

Resultados e Discussão

A aplicação integrada das metodologias trouxe bons resultados para o monitoramento da visitação e a preservação dos recursos naturais. A metodologia VAMP, ao focar no desenvolvimento de projetos voltados para os usuários, contribuiu para a conscientização ambiental dos visitantes. A Capacidade de Carga permitiu determinar um limite sustentável para o número de visitantes, protegendo a área contra impactos negativos (Di Pietro Filho, 2003). No entanto, algumas limitações foram observadas: a VAMP não considerou totalmente a capacidade do empreendimento, e a VERP não impôs restrições ao número de usuários. A VIM, embora eficaz no monitoramento, precisou de adaptações para o contexto local. A ROS, embora útil para o zoneamento, não foi suficiente para definir de forma precisa o número de visitantes, e a TOMM exigiu ferramentas adicionais para o controle de manejo. A LAC, por sua complexidade, demandou uma aplicação mais extensa, mas foi eficaz na orientação de ações corretivas.

Observou-se que cada metodologia contribuiu de forma parcial para a proposta em questão sentindo-se a necessidade de estruturar uma ferramenta com abrangência de indicadores de análise e atingindo a globalidade do espaço em estudo. Para resolver este problema elaborou-se o método CARMI (Conservação Ambiental dos Recursos e Monitoramento de Impactos) que poderá ser aplicada em empreendimentos turísticos rurais, com exploração em áreas naturais ou poderá ser adequada para aplicação nos Sítios Arqueológicos de Patrimônio da Humanidade como por exemplo.

O CARMI leva em consideração os seguintes elementos: análise contextual do empreendimento e do planejamento em questão, os arranjos envolvidos, as características da localidade, o perfil dos visitantes, o envolvimento da comunidade receptora, a descrição dos aspectos naturais, geográficos, culturais, o zoneamento da área. Um estudo detalhado dos indicadores e impactos ambientais, cálculo da capacidade de suporte propõem conforme a necessidade do lugar um monitoramento periódico.

A metodologia proposta passa a ser uma ferramenta para a compilação de dados fundamentais que utilizar-se-á de instrumentos de aplicação e auxiliará na necessidade de superar desafios em relação ao gerenciamento do produto turístico, ao uso racional dos recursos, ao planejamento integrado e a uma gestão responsável social e ambientalmente que possa resultar em múltiplas ações que conduzam à sustentabilidade.

As ferramentas criadas (mapas, registros fotográficos e tabelas) foram essenciais para monitorar os impactos e ajustar a gestão das áreas naturais. A integração dessas metodologias possibilitou uma gestão mais equilibrada entre o uso turístico e a conservação ambiental.

Considerações Finais

A pesquisa confirmou que o uso combinado de metodologias de monitoramento e controle de visitação é fundamental para a gestão sustentável de áreas naturais. As metodologias VAMP, VERP, VIM, ROS, TOMM e LAC, quando aplicadas de forma integrada, oferecem uma abordagem eficaz para equilibrar o uso dos recursos com a conservação ambiental. A Capacidade de Carga é uma ferramenta crucial para definir limites de visitação sustentáveis, enquanto as outras metodologias contribuem para o monitoramento e controle dos impactos (Magro, 2002). O projeto das Trilhas de Interpretação dos Distritos do Sossego Comandai serve como um exemplo de como essas metodologias podem ser aplicadas em empreendimentos rurais, promovendo a preservação ambiental e o uso responsável das áreas naturais. O método CARMI contribui para o estudo integrado e gerenciamento do produto turístico, promovendo o uso racional dos recursos, e uma gestão responsável social e ambientalmente que possa resultar em múltiplas ações que conduzam à sustentabilidade.

Referências

DI PIETRO FILHO, J. E. Ilha do Campeche: **A Importância do Estudo da Capacidade de Carga.** Florianópolis: PPG em Engenharia de Produção da UFSC.,2003. Dissertação não publicada.

MAGRO, Teresa Cristina e FREIXÊDAS, Valéria Maradei. **Trilhas:** como facilitar a seleção de pontos interpretativos. São Paulo: Instituto de Pesquisas e Estudos Florestais, 1998. Circular Técnica n° 186.

TURISMO AGROECOLÓGICO: UM PARALELO ENTRE BRASIL E ÁUSTRIA

JANINE SCHMITZ

Bacharel em turismo - coletivo Ecolhar

Resumo: O turismo agroecológico surge como uma estratégia sustentável para fortalecer a agricultura orgânica e o desenvolvimento rural. Este artigo compara experiências do Brasil, com destaque para o programa Acolhida na Colônia, e da Áustria, com o Urlaub am Bauernhof, demonstrando como iniciativas de turismo em propriedades agroecológicas promovem geração de renda, conservação ambiental e valorização cultural. Além de viabilizar economicamente a transição agroecológica dos agricultores, esse tipo de turismo tem forte impacto pedagógico sobre os visitantes, incentivando o consumo consciente e a fidelização aos alimentos orgânicos. Dados indicam que, no Brasil, o ecoturismo representa 60% do faturamento de pequenas empresas do setor, enquanto na Áustria o agriturismo movimenta bilhões de euros e gera milhares de empregos. Os resultados evidenciam que o turismo agroecológico não apenas diversifica rendas no campo, mas também atua como instrumento de transformação social e ambiental.

Palavras-chave: turismo agroecológico, sustentabilidade, agricultura orgânica, Brasil, Áustria.

Introdução

O turismo agroecológico representa uma convergência entre práticas agrícolas sustentáveis e atividades turísticas, oferecendo experiências que respeitam o meio ambiente e valorizam as culturas locais. No Brasil, iniciativas como o “Acolhida na Colônia” têm demonstrado o potencial do turismo rural como ferramenta de desenvolvimento sustentável. Na Áustria, o programa “Urlaub am Bauernhof” tem promovido o turismo em propriedades agrícolas, proporcionando aos visitantes uma imersão na vida rural e na produção agroecológica. Este artigo visa comparar essas duas experiências, analisando suas contribuições para o desenvolvimento rural e a preservação ambiental.

Revisão Bibliográfica

A agroecologia, definida como a aplicação de princípios ecológicos à agricultura, tem sido reconhecida como fundamental para a promoção da sustentabilidade no campo. Estudos indicam que o turismo agroecológico pode atuar como catalisador para a adoção de práticas agrícolas sustentáveis, ao mesmo tempo em que oferece aos turistas experiências autênticas e educativas. No Brasil, programas como o “Acolhida na Colônia” envolvem famílias de agricultores em atividades turísticas, promovendo a valorização da agricultura familiar e a preservação ambiental. Na Áustria, o “Urlaub am Bauernhof” permite que os visitantes se hospedem em propriedades agrícolas, participando de atividades como colheitas e produção de alimentos, fortalecendo a conexão entre cidade e campo.

Procedimentos Metodológicos

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, com revisão bibliográfica e análise de estudos de caso. Foram selecionados artigos acadêmicos, relatórios de programas e publicações institucionais que descrevem as

iniciativas de turismo agroecológico no Brasil e na Áustria. A análise focou em identificar os objetivos, estratégias e resultados dessas iniciativas, buscando compreender suas contribuições para o desenvolvimento rural e a sustentabilidade ambiental.

Resultados e Discussão

No Brasil, o "Acolhida na Colônia" envolve mais de 180 famílias de agricultores em cinco regiões de Santa Catarina, oferecendo aos turistas a oportunidade de vivenciar o cotidiano rural, participar de atividades agrícolas e consumir produtos locais. Essa iniciativa tem contribuído para a geração de renda, preservação ambiental e fortalecimento da identidade cultural.

Entretanto, agricultores que trabalham plantando sem agrotóxicos, ou seja, de forma agroecológica, passam por diversos desafios que impactam diretamente no rendimento econômico. O primeiro desafio é a transição, que pode levar de dois a três anos. Outro obstáculo importante é o suporte técnico durante esse período e mesmo após a conversão, já que as agências de fomento estão tradicionalmente preparadas para atender à agricultura convencional. Além disso, a comercialização também representa um desafio, pois os produtores precisam se inserir em um mercado que valorize e demande produtos orgânicos — muitas vezes restrito aos grandes centros urbanos ou mediado por grandes redes de supermercados. Estas redes, por sua vez, impõem exigências comerciais que podem ser desfavoráveis aos pequenos produtores, como multas por atraso na entrega e devolução de produtos não vendidos e deteriorados.

Diversificar os rendimentos durante esse período de transição, e mesmo após ele, é uma estratégia que pode facilitar a adoção e a manutenção da prática agroecológica. É nesse contexto que o turismo agroecológico se apresenta como uma alternativa viável para complementar a renda do agricultor. Além disso, essa modalidade de turismo possui um caráter altamente pedagógico: permite sensibilizar os visitantes quanto à importância do consumo saudável, sustentável e consciente, contribuindo também para a manutenção dessa transformação no comportamento do consumidor.

Dados do último Censo Agropecuário realizado no Brasil, em 2017, revelam que a produção orgânica corresponde a apenas 1,28% dos estabelecimentos rurais, o que representa menos de 0,5% da área agricultável do país (conforme os autores do artigo "Construção de uma tipologia para a produção orgânica no Brasil"). Esses números reforçam a importância de políticas públicas e estratégias complementares, como o turismo agroecológico, para apoiar a transição e ampliação da agricultura orgânica.

Na Áustria, o programa "Urlaub am Bauernhof" envolve cerca de 1.800 propriedades agrícolas, proporcionando aos visitantes experiências como a participação em colheitas, produção de queijos e convivência com os animais. Essa abordagem tem promovido o turismo sustentável, a educação ambiental e o apoio à agricultura familiar.

Ambos os programas demonstram que o turismo agroecológico pode ser uma estratégia eficaz para o desenvolvimento rural sustentável. No entanto, o contexto brasileiro demanda ações mais robustas para fortalecer a rede de suporte aos agricultores em transição agroecológica.

Considerações Finais

As experiências do Brasil e da Áustria demonstram que o turismo agroecológico pode ser uma importante ferramenta para o desenvolvimento rural sustentável. Ao integrar práticas agrícolas ecológicas com atividades turísticas educativas, essa modalidade fortalece a geração de renda, especialmente durante os desafiadores períodos de transição agroecológica, além de contribuir para a preservação ambiental e valorização da cultura local.

Mais do que um complemento econômico, o turismo agroecológico atua como uma ponte entre o campo e a cidade, sensibilizando os visitantes quanto à importância do consumo consciente e sustentável. A imersão na rotina das propriedades rurais agroecológicas tem se mostrado eficaz na conversão de turistas em consumidores fiéis de alimentos orgânicos, fortalecendo mercados locais e criando redes de apoio à produção ecológica.

Enquanto a Áustria apresenta um modelo consolidado e institucionalizado de turismo rural em propriedades agrícolas, o Brasil mostra grande potencial de expansão, ainda que enfrente desafios estruturais e de políticas públicas. Fortalecer iniciativas como o "Acolhida na Colônia", ampliar o apoio técnico e facilitar o acesso dos produtores ao mercado consumidor são ações estratégicas para a consolidação do turismo agroecológico no país.

Dessa forma, conclui-se que o turismo agroecológico não apenas contribui para a sustentabilidade econômica de agricultores familiares, mas também promove transformações sociais e ambientais de longo prazo, tanto no Brasil quanto na Áustria.

Referências

AGRICULTURA ORGÂNICA. [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://portalidea.com.br/cursos/agricultura-orgnica-apostila01.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2025.

CAMARGO, Michele Schwendler; FERREIRA, Gabriela Armstrong; NITSCHE, Leticia Bartoszeck. Turismo rural de base agroecológica. Cadernos de Agroecologia, v. 13, n. 1, 2018. Disponível em: https://cadernosdeagroecologia.org. Acesso em: 21 abr. 2025.

CERETTA, C. C.; SILVA, M. A.; SILVA, A. M.; et al. Agroecologia e turismo: reflexões e saberes transdisciplinares. Extensão Rural, v. 27, n. 2, p. 1-15, 2020. Disponível em: https://periodicos.ufsm.br/extensionrural. Acesso em: 21 abr. 2025.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Agropecuário 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: https://censoagro2017.ibge.gov.br. Acesso em: 21 abr. 2025.

GRAND VIEW RESEARCH. Agritourism Market Austria. 2023. Disponível em: https://www.grandviewresearch.com. Acesso em: 21 abr. 2025.

IMA, Lucas Ferreira et al.. CONSTRUÇÃO DE UMA TIPOLOGIA PARA A PRODUÇÃO ORGÂNICA NO BRASIL.. In: Anais do 59º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER) & 6º Encontro Brasileiro de Pesquisadores em Cooperativismo (EBPC). Anais...Brasília(DF) UnB, 2021. Disponível em: https//www.even3.com.br/anais/soberebpc2021/343573-CONSTRUCAO-DE-UMA-TIPOLOGIA-PARA-A-PRODUCAO-ORGANICA-NO-BRASIL. Acesso em: 16/04/2025

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Ecoturismo e sustentabilidade no Brasil. Brasília: SEBRAE, 2024. Disponível em: https://www.sebrae.com.br. Acesso em: 21 abr. 2025.

Thuenen: Aktuelle Trends der deutschen Ökobranche. Disponível em: <https://www.thuenen.de/de/themenfelder/oekologischer-landbau/aktuelle-trends-der- deutschen-oekobranche>. Acesso em: 20 abr. 2025.

TURISMO RURAL E A CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS (CBST)

CRISTINA ESPINDOLA ROMOR VARGAS[1], JORGE LUIZ AMARAL DE MORAES[2]

[1] Mestranda em Desenvolvimento Regional, Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT
[2] Doutor em Desenvolvimento Rural, Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT

Resumo: O enfoque teórico-metodológico da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) tem se revelado uma nova dinâmica para o desenvolvimento territorial sustentável, principalmente para territórios em zonas rurais, ao valorizar seus atributos específicos articulados com o cenário natural, histórico e cultural do território. Neste contexto, o turismo rural pode ter uma importante contribuição. Este trabalho tem o objetivo de analisar o potencial do turismo rural como componente de uma Cesta de Bens e Serviços Territoriais. Através de pesquisa qualitativa e bibliográfica, o trabalho apresenta estudos já realizados em diversos territórios para se estabelecer a relação do turismo rural e a CBST e verificar de que forma o turismo compõe a "cesta". Os resultados demonstram que o turismo rural pode ser um elo de ligação entre os bens e serviços de qualidade de um território e assim, dinamizar a economia territorial.

Palavras-chave: Turismo Rural; Cesta de Bens e Serviços Territoriais; Desenvolvimento Territorial Sustentável

Introdução

Em estudos sobre o desenvolvimento territorial sustentável, pesquisadores franceses ao observar o contexto rural da França no início dos anos 2000, elaboraram o enfoque teórico-metodológico da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST). O foco desta abordagem está no desenvolvimento de territórios em zonas rurais que foram marginalizados pelo processo de globalização, através da valorização de seus recursos específicos e pela ação conjunta de seus diversos atores sociais (Cazella *et al.*, 2019).

No cenário da CBST, os atributos territoriais associados à paisagem natural, ao clima, ao patrimônio histórico, cultural e arquitetônico, representam potenciais componentes da "Cesta" (Capellesso *et al.*, 2022). Esses atributos atraem turistas para atividades como ecoturismo, enoturismo, agroturismo, turismo de aventura, entre outras. O turismo rural atrelado à especificidade do território propicia a valorização da gastronomia, do artesanato, da cultura e do saber-fazer da região (Cazella *et al.*, 2019).

Com o intuito de melhor entender como o turismo pode contribuir para o desenvolvimento sustentável das zonas rurais, o presente estudo tem o objetivo de analisar o potencial do turismo rural como componente de uma Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST). E para tanto, os objetivos específicos do estudo são: 1) examinar a relação do turismo rural com a abordagem da CBST e, 2) compreender de que forma o turismo rural compõe uma CBST.

Este trabalho se justifica na medida que estudos a respeito do tema da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) buscam contextualizar e adaptar seus aspectos para a realidade do Brasil; e ainda, agregar o potencial do turismo rural para ampliar as oportunidades econômicas nas zonas rurais, reduzindo o êxodo rural e as desigualdades sociais nesses territórios.

Procedimentos Metodológicos

Os procedimentos metodológicos adotados para o estudo caracterizam a pesquisa quanto à abordagem, como qualitativa; quanto aos objetivos, como exploratória e descritiva; e, quanto aos procedimentos técnicos,

como bibliográfica. A coleta dos dados bibliográficos foi realizada pela busca de artigos científicos através do banco de dados do Google Acadêmico, utilizando o termo “Cesta de Bens e Serviços Territoriais” como palavra-chave e determinando o ano de publicação entre 2010 e 2024. Realizou-se a leitura dos artigos e o fichamento destes a partir da análise do conteúdo, centrando naqueles que continham a conceituação da abordagem da CBST e a relação entre a CBST e o Turismo Rural.

Resultados e Discussão

A abordagem da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) trata de bens e serviços de qualidade, sendo estes produzidos e prestados através da valorização de atributos específicos de um território; e que, através de ações compartilhadas pelos atores privados, públicos e associativos do território, adotam a estratégia da “cesta” ao articular a oferta dos bens e serviços em circuitos curtos de comercialização, gerando assim uma renda de qualidade territorial para os produtores e prestadores de serviços envolvidos (Cazella *et al.*, 2020).

Este referencial teórico-metodológico permite explicar a importância dos diferenciais qualitativos e as relações históricas dos atores em um território. Conforme Lauermann, Capellesso e Gazolla (2023), a articulação de ações coletivas visa promover o desenvolvimento territorial; ações e articulações conjuntas neste âmbito e somados outros produtos e serviços presentes no território permitem adotar o enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais como eixo orientador para novas ações territoriais. As estratégias para o desenvolvimento territorial são suportadas pelos diferenciais de qualidade; pelos mercados físicos e digitais acessados pelos atores produtivos; pela participação de cooperativas; pela relação dos atributos com o cenário territorial; pelos processos de governança dos atores que atuam no território; e, por políticas públicas.

O conceito de desenvolvimento territorial sustentável prevê articulações entre espaços rurais e urbanos, levando em consideração principalmente a provisão de alimentos. Mas também, por outras ações que podem estar associadas ao turismo rural, com a preservação de paisagens, de saberes, da história, cultura e patrimônio territorial (Denardin *et al.*, 2022). Conforme os autores, iniciativas orientadas para a valorização dos recursos territoriais exigem a atuação de organizações públicas, privadas e associativas e o empoderamento dos atores territoriais para identificar, preservar e especificar os recursos territoriais de forma criativa, colaborativa e inclusiva.

Outro aspecto desta abordagem é a oferta dos bens e serviços em circuitos curtos de comercialização. Para Ribeiro, Capellesso e Cazella (2024), os canais de comercialização sob o enfoque teórico-metodológico da CBST têm forte ancoragem territorial; a construção da reputação de produtos com diferencial de qualidade e em sinergia com serviços turísticos se dá inicialmente nos mercados de proximidade ter- ritorial.

O turismo de proximidade se mostra como uma vertente contemporânea, prin- cipalmente no período pós COVID-19, fomentando a demanda por destinos próximos. A busca por destinos domésticos, com baixa concentração de pessoas e com deslo- camento feito em veículos próprios, promoveu a prática do turismo para locais dentro dos munícipios, nas regiões vizinhas e nos espaços rurais próximos às aglomerações urbanas. Essa nova tendência demonstra o interesse por atividades de turismo e lazer que proporcionam experiências e vivências nas comunidades rurais (Oliveira; Fontana, 2021).

Em estudo realizado no Planalto Norte Catarinense, Prado *et al.* (2022) demonstraram que elementos do modelo da Cesta de Bens e Serviços Territoriais, relacionados a produtos e serviços de qualidade, ao cenário, à governança territorial e à valorização de recursos e ativos territoriais específicos de qualidade, são encontrados naquele território. No entanto, o estudo revelou que existe uma desarticulação entre as ações que já estão em curso, no sentido de que os ativos territoriais específicos não estejam interligados entre si; e ainda, percebeu-se a pouca articulação entre os atores públicos com os atores privados. Para os pesquisadores, uma maneira de enfrentar esses desafios é adotar melhorias nas estruturas para o turismo no território, já que a atividade turística é vista como um elo entre muitos dos recursos territoriais na região.

Da mesma forma, Cazella *et al.* (2019) reforçam que o turismo rural pode ser um elo de ligação entre os recursos e ativos do território. Ao perceberem que ativos específicos da Serra Catarinense, como o queijo ar-

tesanal serrano, a maçã, o vinho de altitude e o mel de melato, integrados com o cenário natural, histórico, cultural e biológico da região, poderiam representar uma estratégia baseada no enfoque da CBST. Entretanto, neste estudo também foi percebida a desarticulação entre os atores territoriais, que buscavam a valorização exclusiva de seus produtos. O turismo incipiente na região mostra-se como um potencial elo de ligação, através da ressignificação de produtos, serviços e atores do território e valorização dos atributos territoriais e sua especificação (Cazella *et al.*, 2019).

As amenidades ambientais de um determinado território com suas características específicas atraem turistas e visitantes ao território em busca de prazer. Em observações nas regiões de Aquitânia, Auvergne e Ródano-Alpes, na França, Mollard *et al.* (2014) demonstraram o significativo potencial que as comodidades ambientais em zonas rurais, gerenciadas de forma coordenada entre entes públicos e privados, têm para a contribuição do desenvolvimento territorial. Os autores afirmam que a promoção de uma "cesta" composta de uma forte comodidade ambiental com outros produtos locais e serviços correlacionados (sendo o turismo o mais importante deles) potencializa o que já é existente no território e que há uma valorização positiva deste pela qualidade e denominação de origem dos seus produtos e tendo as atividades turísticas como o vetor para o desenvolvimento econômico territorial.

Para Mello e Froehlich (2019), as festividades típicas que promovem fluxos turísticos à região da Quarta Colônia, no RS, podem fortalecer ações articuladas para a comercialização do artesanato que é produzido com técnicas artesanais características dos imigrantes italianos e reconhecido como um importante recurso territorial. Os autores vislumbram que o artesanato poderia ser dinamizado ao incluí- lo em uma oferta do tipo Cesta de Bens e Serviços Territoriais como um "souvenir identitário", articulado com o ativo de maior expressão do território, que é a gastronomia típica colonial italiana. Para isso, verifica-se a necessidade em avançar na gestão da governança territorial, ampliando a atuação dos atores sociais e a adoção de estratégias que valorizem bens e serviços privados e públicos do território. Em um estudo realizado no município de Anchieta, Santa Catarina, os pesquisadores Capellesso *et al.* (2022) tiveram o objetivo de inventariar recursos em ativação pelos atores na perspectiva de uma Cesta de Bens e Serviços Territoriais. Os resultados do estudo mostraram que em um território, a paisagem natural singular, o saber-fazer e tradições dos agricultores familiares podem conferir autenticidade à produção e aos serviços pela qualidade diferenciada dos atributos coloniais, culinária típica, biodiversidade, aspectos culturais, conformidade orgânica e a valorização dos recursos naturais através do turismo de aventura.

Já no município de Mesquita, Rio de Janeiro, região estudada por Souza e Farias (2023), através da metodologia da Cesta de Bens e Serviços Territoriais, foi possível identificar diversos atributos territoriais que já se encontram em fase de valorização no território (produção agroecológica e agroindústria de polpas de frutas e o turismo religioso), assim como atributos que possuem potencial e em iniciativas de ativação (turismo ecológico, de natureza e aventura). De acordo com os pesquisadores, os atores associativos, políticos e privados do território valorizam os atributos identificados para a geração de renda através das melhorias operacionais na agroindústria e nas obras de infraestrutura na região da Área de Preservação Ambiental (APA) do município.

No conceito de criação de uma Cesta de Bens e Serviços Territoriais, a história e a cultura do local pesam na caracterização da imagem da "cesta" para o consumidor. O patrimônio vitícola de um território constitui um recurso específico de uma Cesta de Bens e Serviços Territoriais e sendo associado a outros patrimônios locais e atividades de práticas do enoturismo, têm-se uma oferta completa (Souissi, 2021).

Na península de Cap Bon, na Tunísia, o enoturismo pode ser um novo produto turístico alternativo para o desenvolvimento econômico da região, uma vez que o patrimônio natural, cultural e histórico de suas vinhas, constituem ativos territoriais e de diferenciação em oposição ao turismo concentrado nos balneários da costa tunisiana. Para Souissi (2021), o "terroir rural Cap Bon" poderia ser constituído da cultura própria construída em torno do vinho. Para sua promoção, todos os atores do meio rural, sejam agricultores, população local, associações e serviços públicos, devem ser chamados para coordenar e trabalhar em rede para a constituição de circuitos rurais e vitivinícolas.

Na região de Baronnies (sul de Drôme, França), os pesquisadores Moalla e Mollard (2011), investigaram o papel das cognições ambientais na diferenciação da procura de produtos e serviços turísticos nas zonas ru-

rais. Os autores concluíram que as cognições ambientais são um vetor importante na percepção da qualidade e da valorização econômica dos produtos e serviços turísticos daquele território. A ancoragem cognitiva dos atributos ambientais da região explica a alta taxa de retorno de turistas e o elevado diferencial dos preços que gera uma fonte de renda, seja pelos altos preços das hospedagens rurais ou seja pela constituição da Cesta de Bens e Serviços Territoriais.

O queijo Herve, único queijo com Denominação de Origem Protegida (DOP) da Bélgica, é um produto agroalimentar local muito apreciado por turistas e demonstra a singularidade de um território. A integração deste produto à cena do turismo local reflete os objetivos de promover a economia e de preservar e transmitir um bem cultural que se refere às práticas e modo de vida rural. Esse queijo local com seus atributos históricos, geográficos e sociotécnicos, com o respeito aos métodos ancestrais e o saber fazer local, é uma marca territorial. A construção dessa imagem se deu através de muitos investimentos locais e a produção de imagens, discurso e encenação do produto junto aos espaços e pelos atores turísticos do território. As estratégias turísticas se utilizam da imagem e notoriedade do produto com DOP para contribuir para a diferenciação e atratividade do território turístico de Herve (Myttenaere, 2011).

A oferta do agroturismo deve ser coerente com as demais ofertas turísticas em um território. Durrande-Moreau, Courvoisier e Boucquet (2017) afirmam que o marketing territorial é capaz de garantir esta coerência na medida que estabelece princípios e processos para a constituição de uma "cesta de produtos e serviços" que integre território e patrimônio, sendo que um produto agrícola pode atrair turistas em torno dele, valorizando assim, outros bens e serviços. Para os autores, os princípios do marketing territorial afirmam a identidade territorial, através do envolvimento das partes interessadas e da construção de projetos em conjunto. Já os processos, referem-se ao diagnóstico, a seleção e implementação de projetos utilizando os recursos locais e o posicionamento escolhido.

Considerações Finais

Este trabalho teve o objetivo de analisar o potencial do turismo rural como componente de uma Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) para a promoção do desenvolvimento sustentável em zonas rurais. Os resultados do levantamento bibliográfico realizado a fim de examinar a relação do turismo rural com a abordagem da CBST, demonstram que o turismo rural pode ser o elo de ligação entre os recursos e ativos específicos de um território. E que estes, articulados ao entorno de uma identidade cultural, histórica, social e natural e pelo saber fazer e modo de vida do meio rural, concebe-se uma "cesta" de bens e serviços de qualidade territorial.

Através da análise de estudos realizados em diversos territórios rurais, atingiu- se o objetivo de compreender de que forma o turismo rural compõe uma CBST. Na medida que, a diferenciação dos produtos e serviços atraem visitantes pela sua qualidade agregada ao cenário criado ao redor dos atributos específicos do território. Assim, o turismo rural ao proporcionar experiências e vivências nas comunidades rurais, integra os atributos culturais, naturais e históricos do território.

Dessa forma, conclui-se que o turismo rural ao compor uma cesta de bens e serviços territoriais, mostra-se como uma nova dinâmica para a geração de renda, a manutenção dos negócios familiares do campo, a redução do êxodo rural, além da preservação ambiental e da valorização do modo de vida local e da identidade cultural.

Referências

CAPELLESSO, A. J.; PAGLIOSA, L. G.; SLAVIERO, A.; DAL RI HEINECK, A. C.; PERIN, G. **A identificação e ativação de recursos pelos atores: as sementes de uma Cesta de Bens e Serviços Territoriais em Anchieta (SC).** Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas, [S. l.], v. 42, n. 1, p. 205–223, 2022.

CAZELLA, A. A.; MEDEIROS, M.; DESCONSI, C.; SCHNEIDER, S.; PAULA, L. G.N. de. **O enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais: seus fundamentos teóricos e aplicação no Brasil.** Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional G&DR. Taubaté, SP, Brasil, v. 16, n. 3, p. 193-206, set-dez/2020.

CAZELLA, A. A.; PAULA, L. G.N. de; MEDEIROS, M.; TURNES, V. A. **A construção de um território de desenvolvimento rural: recursos e ativos territoriais específicos.** Redes (Santa Cruz do Sul. Online), v. 24, n. 3, p. 49-74, setembro- dezembro, 2019.

DENARDIN, V. F.; ALVES, C. L. B.; CAZELLA, A. A.; FETT JUNIOR, N.; LOPES, P. R. **Abordagem territorial do desenvolvimento: dimensão natural e contribuições para o diagnóstico e prospecção de cenários.** Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, [S. l.], v. 18, n. 1, 2022.

DURRANDE-MOREAU, A.; COURVOISIER, F. H.; BOCQUET, A. M. **Le nouvel agritourisme intégré, une tendance du tourisme durable.** Téoros, 36, 1, 2017.

FROEHLICH, J. M.; ROQUE, A. P**. O Território Quarta Colônia sob o enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais: uma perspectiva histórica.** Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas, [S. l.], v. 42, n. 1, p. 168–185, 2022.

LAUERMANN, D.; CAPELLESSO, A. J.; GAZOLLA, M. **O enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais aplicado à análise das agroindústrias familiares e suas especificidades alimentares no extremo Oeste Catarinense.** Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas, [S. l.], v. 42, n. 1, p. 150–167, 2022.

MELLO, C. I. de; FROEHLICH, J. M. **O bem que falta na cesta: o artesanato no território Quarta Colônia, RS.** Estudos Sociedade e Agricultura (Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro), vol. 27, núm. 2, Junho-Setembro, pp. 282-306, 2019.

MYTTENAERE, B. de. **Tourisme rural et valorisation des ressources alimentaires locales: le cas de l'AOP fromage de Herve.** Bulletin de la Société Géographique de Liège, 57, 2011/2.

MOALLA, M.; MOLLARD, A. **Le rôle des cognitions environnementales dans la valorisation économique des produits et services touristiques.** Géographie, économie, société, Vol. 13(2), 165-188, 2011.

MOLLARD, A., BOSCHET, C.; DISSART, J. C.; LACROIX, A.; RAMBONILAZA, M.; VOLLET, D. **Les aménités environnementales: quelle contribution au développement des territoires ruraux?**, VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement, Hors-série 20, décembre 2014.

OLIVEIRA, N. M.; FONTANA, R. F. **Turismo de proximidade e turismo no espaço rural como oportunidades perante a pandemia: estudo de caso na Pousada e Restaurante Mini Fazendinha.** Anais do I Congresso Internacional de Turismo Rural e Ruralidades – CITRR; XII Congresso Brasileiro de Turismo Rural – CBT; III Congresso Brasileiro da Guerra do Contestado – CBGC e XXXVII Semana de Geografia da UEL, Londrina, v. 1, n. 1, 2021.

PRADO, F. H.; MILANO, M. Z.; DORTZBACH, D.; CAZELLA, A. A.; DESCONSI, C. **O processo social de construção de indicação geográfica: desenvolvimento territorial sustentável no Planalto Norte Catarinense.** Desenvolvimento e Meio Ambiente, [S. l.], v. 59, 2022.

RIBEIRO, M. B.; CAPELLESSO, A. J.; CAZELLA, A. A. **Construção de mercados por agroindústrias familiares: análise sob a perspectiva da abordagem da Cesta de Bens e Serviços Territoriais.** DRd - Desenvolvimento Regional em debate, [S. l.], v. 14, p. 815–841, 2024.

SOUISSI, M. **La mise en tourisme du patrimoine viticole: l'œnotourisme dans les vignobles du Cap Bon (Tunisie).** Mondes du Tourisme, 19, 2021.

SOUZA, M. de C. F. G.; FARIAS, F. **Basket of territorial goods and services: possibilities through community-based tourism in a brazilian city, Mesquita (RJ).** Revista Produção e Desenvolvimento, [S. l.], v. 9, n. 1, 2023.

TURISMO RURAL EM SÃO FRANCISCO DE PAULA: AS POLÍTICAS PÚBLICAS COMO FERRAMENTA PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VANESSA KARINE SPINDLER[1], MOISÉS DE SOUZA[2]

[1] Mestrado em Ambiente e Sustentabilidade na UERGS
[2] Mestrado em Ambiente e Sustentabilidade na UERGS

Resumo: o presente estudo propõe identificar como potencializar o turismo rural em São Francisco de Paula, através das políticas públicas. A pesquisa tem caráter exploratória com abordagem qualitativa. Buscou-se coleta de dados em documentos com o poder público municipal relacionando com as políticas públicas federais. Percebe-se que há potencial e campo para se trabalhar o turismo rural no território que abrange o município.

Palavras-chave: Turismo Rural; Políticas Públicas; Ruralidades; São Francisco de Paula.

Introdução

O município de São Francisco de Paula, localizado na região das Hortênsias no Rio Grande do Sul e possui um dos maiores territórios rurais do Estado e com enorme potencial para desenvolvimento do Turismo Rural. Para tanto o rural e o urbano pre- cisam desenvolver fluxos contínuos de bens e serviços para viabilizar o "enriqueci- mento" local e com isso desenvolver o turismo. A partir disso, o presente estudo pro- põe identificar como potencializar o turismo rural em São Francisco de Paula, através das políticas públicas. Souza e Dolci (2019) lembram dois aspectos importantes, pri- meiro que o Turismo Rural atinge uma parte pequena de turistas, mas que geralmente são pessoas de alto consumo e que gastam consideravelmente no período em que estão no meio rural. E o segundo aspecto, e não menos importante, está na questão que o segmento de turismo rural deve ser considerado uma atividade de destaque, porém não a solução de tudo quando se fala de desenvolvimento rural e que é traba- lhado e persistido tem resultados a longo prazo. Ainda para os mesmos autores

> As políticas públicas podem ser instrumentos capazes de pro- mover bem-estar social e crescimento econômico, mas, para isso, é imprescindível que essas políticas sejam elaboradas le- vando em consideração o contexto da região onde estão inseridas e a participação da sociedade.

A necessidade de se ter políticas públicas relacionadas ao turismo passou a ser de suma importância para que a atividade consiga se desenvolver. Howlett *et al* (2013) alerta que a política pública é a relação entre governo e cidadãos e que em uma visão mais contemporânea o foco de entendimento está no que os governos estão fazendo. Em 1962, o Conselho Municipal de Turismo de São Francisco de Paula publicou um livreto com apresentação do Dr. Bellerophonte Albuquerque, prefeito e presidente do Conselho na época. A obra retrata a Lei nº 439, de 12 de junho de 1961 que fala do símbolo do município com seus detalhes. Conta também o trajeto desde Porto Alegre para chegar em São Francisco de Paula, com as paradas e como era a paisagem na década de 60. As curiosidades do ano de 61, com uma história de uma família que se desloca da capital até a cidade

serrana, com principais pontos turísticos, e para a surpresa de muitos o Cânion Itaimbezinho, que pertenceu ao município e hoje faz parte dos Cânions de Cambará do Sul. O hino também é mostrado no livreto, assim como belas fotografias.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa tem caráter exploratória com abordagem qualitativa. Buscou-se coleta de dados junto ao poder público municipal.

Resultados e Discussão

Abaixo o quadro reunindo as diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural do Ministério do Turismo.

Quadro 1: Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural

DIRETRIZ		DESCRIÇÃO
1	Ordenamento	• Identificação da legislação pertinente; • Desenvolvimento de estudos comparados das legis- lações vigentes; • Promoção de discussões intersetoriais e institucio- nais para normatização da atividade; • Estabelecimento de normas, regras e procedimen- tos específicos para a atividade;
		• Levantamento, classificação e cadastramento dos serviços; Identificação da demanda;
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;
3	Articulação	• Valorização e fortalecimento de fórum com repre- sentatividade nacional; • Estímulo à criação e fortalecimento de instituições e órgãos representativos do Turismo Rural; • Estabelecimento de convênios, acordos e parcerias interinstitucionais e intersetoriais;
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 infraestrutura; • 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
5	Capacitação	• Identificação das diferentes necessidades de capacitação; • Avaliação de programas, metodologias e possíveis parcerias; • Elaboração conjunta de políticas, programas, planos e projetos específicos de profissionalização; • Promoção de cursos de qualificação e de aperfeiçoamento profissional; • Apoio e promoção de eventos locais, regionais, nacionais e internacionais;
6	Envolvimento das comunidades	• Identificação dos territórios com vocação para o Turismo Rural; Promoção de encontros e de intercâmbios; • Planejamento do desenvolvimento territorial de forma integrada e participativa;
7	Infraestrutura	• Mapeamento regional para identificar as necessidades de infraestrutura; • Identificação das responsabilidades e competências dos envolvidos; • Implantação de infra-estrutura;

Fonte: Sistematizado pelos autores (2025)

No Plano Municipal de Turismo, o Turismo Rural é citado como um segmento em potencial. Porém conforme o levantamento de documentos e relacionando com o quadro acima, há uma caminhada para integrar os distritos, criar o ambiente necessário para que o turista possa usufruir do meio rural com produtos estruturados.

Considerações Finais

Para tanto, conforme o quadro acima e os documentos coletados, é fato que, há potencial no território, visto o município ser composto por 7 distritos. O turismo rural ainda é um segmento que tem mostrado ascensão, mas ainda precisa de organização como roteiros e rotas e incentivos para empreendedores.

Referências

BRASIL.**Turismo Rural: orientações básicas. 2ed** . Disponível em: <chrome- extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.gov.br/turismo/pt- br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-rural- orientacoes-basicas.pdf> Acesso em 21 abr 2025.

COREDE. **Plano Estratégico de Desenvolvimento Regional 2015 – 2030.** Disponível em: http://planejamento.rs.gov.br/upload/arquivos/201710/09144213-plano-hortensias.pdf

HOWLETT, Michael; RAMESH, M; PERL, Anthony. **Política Pública: Seus Ciclos e Subsistema, uma Abordagem Integradora**. 3 ed. Canada: Elsevier, 2013

LUCENA, Plinio A. **São Francisco de Paula** – monografia. 1971.

SEBRAE. **Turismo Rural.** Disponível em: <https://blog.sebrae-sc.com.br/sis-turismo- rural> Acesso em 21 abr 2025.

SOUZA, Marcelino de; DOLCI, Tissiane Schmidt. **Turismo rural: fundamentos e reflexões.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019.

TULIK, Olga. **Turismo rural**. 2 ed. São Paulo, SP: Aleph, 2003.

Promoção:

Patrocínio:

ISBN 978-65-01-80406-4