



JOÃO PEDRO MACHADO E SOUZA

**PERCEPÇÃO E INTEGRAÇÃO DOS ATORES SOCIAIS
NO TURISMO NO ESPAÇO RURAL NA SERRA DA
MANTIQUEIRA: O CASO DO MUNICÍPIO DE
PIRANGUÇU, MG**

**LAVRAS - MG
2019**

JOÃO PEDRO MACHADO E SOUZA

**PERCEPÇÃO E INTEGRAÇÃO DOS ATORES SOCIAIS NO TURISMO NO
ESPAÇO RURAL NA SERRA DA MANTIQUEIRA: O CASO DO MUNICÍPIO DE
PIRANGUÇU, MG**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável e Extensão, para a obtenção do título de Mestre.

Prof. Dr. Rafael Eduardo Chiodi
Orientador

**LAVRAS - MG
2019**

**Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema de Geração de Ficha
Catalográfica da Biblioteca Universitária da UFLA, com dados
informados pelo(a) próprio(a) autor(a).**

Souza, João Pedro Machado e.

Percepção e integração dos atores sociais no turismo no espaço rural na Serra da Mantiqueira: o caso do município de Piranguçu, MG / João Pedro Machado e Souza. – 2019.

102 p.

Orientador(a): Rafael Eduardo Chiodi.

Dissertação (mestrado profissional) – Universidade Federal de Lavras, 2019.

Bibliografia.

1. Turismo no espaço rural. 2. Integração. 3. Múltiplos-atores.
I. Chiodi, Rafael Eduardo. II. Título.

JOÃO PEDRO MACHADO E SOUZA

**PERCEPÇÃO E INTEGRAÇÃO DOS ATORES SOCIAIS NO TURISMO NO
ESPAÇO RURAL NA SERRA DA MANTIQUEIRA: O CASO DO MUNICÍPIO DE
PIRANGUÇU, MG**

**PERCEPTION AND INTEGRATION OF SOCIAL ACTORS OF TOURISM IN THE
RURAL AREA IN SERRA DA MANTIQUEIRA: THE CASE OF THE MUNICIPALITY
OF PIRANGUÇU, MG**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável e Extensão, para a obtenção do título de Mestre.

APROVADA em 28 de março de 2019.

Dr. Rafael Eduardo Chiodi UFLA

Dr. Viviane Pereira Santos UFLA

Dr. Ferdinando Filetto UFMT

Prof. Dr. Rafael Eduardo Chiodi
Orientador

**LAVRAS - MG
2019**

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal de Lavras, especialmente ao Departamento de Ciência do Solo, pela oportunidade e pela concessão da bolsa institucional.

Ao Conselho Municipal de Turismo de Piranguçu, pela aprendizagem propiciada durante as reuniões e eventos.

Ao professor Rafael Eduardo Chiodi, pela orientação, pelas ideias e pela disposição em ajudar.

[...] A todos os funcionários e a todas as funcionárias do DAE/UFLA. A todos e todas professores, professoras e colegas do programa, pelas conversas e pelos cafés coletivos.

Aos meus amados pais, Irene e Pedro, pelo enorme esforço em minha formação e por serem a essência da minha existência.

À minha companheira, Cláudia (Dory), pela destreza e pelo apoio dado em todos os momentos.

MUITO OBRIGADO!

RESUMO

A partir da metade do século XX transformações promoveram novas dinâmicas econômicas no meio rural. O turismo no espaço rural (TER) surge como uma das principais atividades para a revitalização econômica de regiões rurais. O contexto do turismo no espaço rural no município de Piranguçu/MG vem ganhando importância nos últimos anos. Nesse contexto, o objetivo neste trabalho foi examinar a percepção dos atores sociais sobre o turismo e suas interações no sentido de desenvolver um turismo rural integrado (TRI). No trabalho foi adotada como metodologia a pesquisa de campo, observação participante e pesquisa documental, focando em cinco grupos de atores, a saber: agricultura familiar, poder público local, operador turístico, provedor de recursos turísticos e instituição da sociedade civil organizada. Os resultados mostraram uma diversidade na produção agrícola e nos atrativos turísticos, principalmente recursos naturais e atividades *outdoor*. Há a possibilidade de vínculo entre turismo e agricultura local, pois a baixa valorização e a escassez de mercado foram os maiores problemas na comercialização e a maioria dos agricultores e agricultoras se mostraram favoráveis ao desenvolvimento do TER e interessados em participar da atividade, principalmente pelo potencial de retorno econômico. Os atores diretamente ligados ao TER também enfatizaram os benefícios econômicos do turismo. Todavia, os atores sociais não apresentam estratégias conjuntas para alavancar o turismo, e as ações do poder público são limitadas no sentido de unir esses atores e melhorar a estrutura turística local. O TER não está desenvolvido em um grau que afete a dinâmica econômica e social local. Em contrapartida, existe um enorme potencial devido aos atrativos turísticos e à relativa predisposição dos atores da agricultura familiar em se envolverem com o TER. A fraca articulação/participação dos atores e a carência de informações são os principais obstáculos para o progresso do TER. Portanto, o TRI é uma realidade ainda abstrata no município, recomendando-se maior articulação dos atores sociais e maior esforço do poder público local.

Palavras-chave: TER. Integração. Agricultura familiar. Provedores turísticos. ONG. Piranguçu.

ABSTRACT

From the middle of the twentieth century transformations promoted new economic dynamics in rural areas. Tourism in rural area (TRA) emerges as one of the main activities for rural areas economic revitalization. The rural tourism context in the county of Piranguçu / MG has been gaining importance in recent years. In this context, the objective of this study was to examine the perception of social actors about tourism and their interactions in the development of integrated rural tourism (IRT). In this study was adopted as methodology field research, participant observation and documentary research, focusing on five groups of actors, namely: family farming, local public authority, tour operator, tourist resource provider and institution of organized civil society. The results showed diversity in agricultural production and tourist attractions, mainly natural resources and outdoor activities. There is a possibility of bond between tourism and local agriculture, because the low value and the market shortage were the major problems in the commercialization and the majority of the farmers were favorable to the development of the TRA and interested in participating in the activity, mainly for the potential of economic return. The actors directly linked to TRA also emphasized the economic benefits of tourism. However, the social actors do not present joint strategies to leverage tourism, and the actions of the public power are limited in the sense of uniting these actors and improving the local tourist structure. TRA is not developed to a degree that affects local economic and social dynamics. On the other hand, there is an enormous potential due to the tourist attractions and the relative predisposition of the familiar agriculture actors to become involved with the TRA. The weak actors articulation / participation and the lack of information are the main obstacles to the progress of the TRA. Therefore, IRT is still an abstract reality in the county, recommending a greater articulation of the social actors and greater effort of the local government.

Keywords: TRA. Integration. Family farming. Tourism providers. NGOs. Piranguçu.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Localização do município nas bacias hidrográficas e regiões geográficas de planejamento.....	32
Figura 2 -	Distribuição por comunidades rurais das famílias rurais agrícolas.....	37
Figura 3 -	Produção agrícola comercializada pelas famílias rurais agrícolas.....	39
Figura 4 -	Proporção do nível de conhecimento das famílias rurais agrícolas sobre o TER.....	47
Figura 5 -	Frequência das percepções das famílias rurais agrícolas sobre o TER.....	49
Figura 6 -	Importância do TER para os agentes diretamente envolvidos no turismo.....	52
Figura 7 -	Potencialidades turísticas do município.....	55
Figura 8 -	Temas e categorias que afetam o desenvolvimento do TER.....	61
Figura 9 -	Interesse das famílias rurais agrícolas na inserção no TER.....	66
Figura 10 -	Frequência dos locais de compra dos suprimentos alimentares consumidos pelos serviços turísticos.....	70
Figura 11 -	A rede e a intensidade de relação dos atores sociais participantes da pesquisa. HO – hospedagem; PP – poder público; R – restaurante; OP – operadora de turismo; AF – agricultura familiar.....	76

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - As sete dimensões do turismo rural integrado.	25
Tabela 2 - Principais destinos do cultivo e/ou produção agropecuária das unidades rurais.	41
Tabela 3 - Problemas na produção observados pelas famílias rurais agrícolas.	43
Tabela 4 - Problemas na comercialização observados pelas famílias rurais agrícolas.	45
Tabela 5 - Intensidade do fluxo de visitantes ao longo do ano.	60
Tabela 6 - Atores sociais importantes no desenvolvimento do turismo no espaço rural.	72

LISTA DE SIGLAS

AAPP -	Associação Agropecuária dos Produtores de Piranguçu
APA -	Área de Proteção Ambiental
APRUMI -	Associação da Cúpula do Leite ou da Associação Dos Produtores Rurais da Microrregião de Itajubá
CEASA -	Centrais Estaduais de Abastecimento
CMDRS -	Conselho Municipal do Desenvolvimento Rural Sustentável
CODEMA -	Conselho Municipal do Meio Ambiente
COMPHAAC -	Conselho do Patrimônio Histórico, Artístico, Ambiental e Cultural
COMTUR -	Conselho Municipal do Turismo
EMATER -	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
EQUOTUR -	Escola de Equitação de Piranguçu
FJP -	Fundação João Pinheiro
IBGE -	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM -	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
IDHM -	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
IPEA -	Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas
LO -	Lei Orgânica
MTur -	Ministério do Turismo
OCS -	Organização de Controle Social
ONG -	Organização Não Governamental
PIB -	Produto Interno Bruto
PMCT -	Política Municipal de Cultura e Turismo
PNAE -	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNTRAF -	Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar
PNUD -	Programas das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PRONAF -	Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar
SENAR -	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
TER -	Turismo no Espaço Rural
TR -	Turismo Rural
TRAF -	Turismo Rural na Agricultura Familiar
TRI -	Turismo Rural Integrado
UEPGRH -	Unidade Estadual de Planejamento e Gestão de Recursos Hídricos

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	OBJETIVOS	13
3	REFERENCIAL TEÓRICO	14
3.1	Em direção ao desenvolvimento não agrícola do rural	14
3.2	O turismo no espaço rural e suas múltiplas faces	18
3.1	As redes de integração no desenvolvimento do ter	24
4	METODOLOGIA.....	31
4.1	Caracterização do local de estudo	31
4.2	Os atores sociais do turismo no espaço rural	33
4.3	Preparação e análise dos dados	36
5	RESULTADOS	37
5.1	A agricultura familiar e sua relação com o turismo	37
5.1.1	Produção agropecuária das unidades familiares	38
5.1.2	Canais de comercialização da produção agropecuária	41
5.1.3	As demandas da agricultura familiar	43
5.1.4	A visão do turismo no espaço rural pelas unidades familiares.....	47
5.2	O turismo como impulsionador da economia	52
5.2.1	A beleza natural em meio à Serra	52
5.2.2	Os potenciais turísticos no meio rural	55
5.2.2	As barreiras para o desenvolvimento do TER.....	61
5.3	As redes e as possíveis conexões entre os atores.....	65
5.3.1	A porteira aberta para o turismo no espaço rural!	65
5.3.2	Os atores sociais (ir)relevantes e a (des)articulação	71
6	CONCLUSÕES.....	83
	REFERÊNCIAS.....	85
	APÊNDICES	96

1 INTRODUÇÃO

O turismo visto sob a perspectiva econômica é a terceira maior atividade exportadora do mundo. Em 2017, o turismo internacional movimentou 1,6 trilhões de dólares e registrou 1,3 milhões de chegadas aos destinos turísticos (WORLD TOURISM ORGANIZATION - UNWTO, 2018). O turismo tem os seus primórdios na movimentação de pessoas para desfrutar novos lugares, conquistar territórios, comercializar, por motivos de saúde e religiosos (OLIVEIRA, 2000; PAIVA, 1995). Na sociedade industrial, o fenômeno turístico explodiu devido à modernização dos meios de produção, ao aumento do tempo livre para lazer, ao estreitamento das fronteiras nacionais pela globalização, ao aumento dos ganhos da força de trabalho e à elevação do nível de alfabetização (CORDERO, 2006; DIAS, 2003; OLIVEIRA, 2000).

A partir do final do século XIX, novas motivações afloraram decorrentes das condições insalubres nos grandes centros urbanos industriais, a contemplação da natureza e a necessidade de descanso distante das cidades estimularam a valorização do meio rural (LANE, 1994; OLIVEIRA, 2000). No âmbito do desenvolvimento rural, na metade do século XX, a dicotomia clássica entre urbano/rural foi sendo atenuada com a crescente combinação de atividades agrícolas e outras atividades produtivas em um contexto até então predominantemente agrícola, afetando a base ocupacional das áreas rurais e reduzindo a importância econômica da agricultura na estrutura familiar (BASALDI, 2001; MINGIONE; PUGLIESE, 1987). Os espaços rurais e urbanos começaram adquirir certa 'paridade social' e a se interacionarem mais intensamente, rompendo o isolamento entre o campo e a cidade, ainda que com representações sociais dramaticamente diferentes (WANDERLEY, 2000).

Um dos efeitos mais relevantes da globalização foi nas áreas rurais, colocando a conservação da natureza e o turismo/lazer como um dos principais vetores de valorização dessas áreas (LANE, 1994; VEIGA, 2006; WANDERLEY, 2000). Nos anos de 1970 e 1980, o turismo no espaço rural (TER) ampliou suas raízes (LANE, 1994). No Brasil, ele se difundiu nos anos 1990, e em maior ou menor grau em todos os Estados como alternativa de renda (MENDONÇA; BATALHA; SANTOS, 2002; TULIK, 2010). Entretanto, para que o turismo se torne uma ferramenta de desenvolvimento para o território rural, garantindo a revitalização econômica e a preservação dos recursos, da história, das tradições e culturas locais, é fundamental pautar-se em estratégias de planejamento adequadas (MENDONÇA; BATALHA; SANTOS, 2002; SAXENA et al., 2007) e que considere a complexidade

inerente da atividade, decorrente da diversidade de recursos e atores envolvidos (CAWLEY; GILLMOR, 2008; NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017).

De acordo com Butler (1980), todo destino turístico tem um ciclo de vida composto pelas fases exploração, envolvimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação e, a partir desta última, revitalização ou declínio. As principais variáveis consideradas se relacionam ao número de turistas, grau de estruturação turística e magnitude da publicidade. Compreender o ciclo é importante, pois permite ao poder público, iniciativa privada e comunidade local ajustarem as estratégias frente às transformações em cada estágio do turismo.

O município de Piranguçu, no sul de Minas Gerais, se encontra no “estágio de envolvimento” por apresentar “certa regularidade dos visitantes”, alguns “arranjos de viagens turísticas” e “instalações primariamente ou exclusivamente para os visitantes” e “área básica de mercado inicial” marcadamente no meio rural turismo (BUTLER, 1980, p. 7-8). Nesse sentido, a integração entre recursos turísticos, agentes e populações rurais e o uso sustentável e produtivo dos recursos locais, proposta pelo TRI, são pilares que ajudam a manter a integridade e a sustentabilidade do rural (OLIVER; JENKINS, 2003) e surge como uma oportunidade para a construção de um TER diferenciado no município.

O interesse pela temática veio com a participação no Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) na gestão 2017-2018, o que permitiu ao pesquisador compreender um pouco da realidade do turismo no município. Percebe-se que a discussão sobre o turismo no município vem tomando forma desde 2016, quando o COMTUR foi reestruturado e começou a ser mais ativo nos rumos do turismo no município. Embora os avanços visando à organização da atividade sejam nítidos, e o município tenha um leque interessante de recursos turísticos, esses não se consolidam em um TER capaz de atrair um público constante e nem de ampliar seus benefícios econômicos para uma proporção maior da população local. A questão envolve a deficiência no planejamento da atividade, geralmente realizada sem a participação de um grupo mais abrangente de atores interessados. Nesse ponto, os agricultores e agricultoras locais se encontram distanciados das estratégias para o turismo no município. Outro ponto é a dificuldade dos atores ligados ao TER de se articularem em uma agenda de desenvolvimento turístico que amplifique os benefícios sociais, econômicos e ambientais.

Esta pesquisa adquire importância pelo caráter empírico e abrangente, com a intervenção de diferentes atores. No Brasil, alguns dos poucos estudos empíricos recentes de turismo no espaço rural focam no produto turístico (ARAÚJO; BAHIA; FERREIRA, 2011; CARVALHO, 2018) ou nas empresas/instituições do turismo (MANOSSO; SALOMÉ; CARVALHO, 2010; RAMALHO, 2016; SANTANA; SANTOS, 2016; SOUZA; SANTOS;

THOMÉ-ORTIZ, 2017). Os estudos sobre o meio rural (SILVA, 2017; VIEIRA; RIBEIRO, 2017) ou relacionado ao turismo (PIMENTA; MELLO, 2014) no município são ainda mais recentes.

Dessa forma, o TER pode ser percebido em fase inicial de desenvolvimento em Piranguçu e, portanto, entender aspectos relacionados às percepções e às articulações desempenhadas pelos atores sociais locais dentro do contexto do TER nesse município é importante no sentido de identificar a condição atual e contribuir com possibilidades futuras de desenvolvimento dessa atividade econômica.

2 OBJETIVOS

O objetivo geral foi compreender o turismo no espaço rural no município de Piranguçu na perspectiva do turismo rural integrado, concentrando-se em cinco grupos de atores sociais direta ou indiretamente envolvidos com a atividade.

Especificamente, busca-se:

- examinar o perfil demográfico e produtivo da agricultura familiar local;
- pesquisar a percepção dos atores sociais sobre o turismo no espaço rural;
- investigar a articulação dos operadores turísticos e provedores de recursos turísticos com a agricultura familiar local;
- analisar a interação entre os atores sociais no planejamento do turismo no espaço rural.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Em direção ao desenvolvimento não agrícola do rural

A história democrática brasileira é pautada por uma participação social precária na elaboração de políticas de desenvolvimento econômico, social e ambiental. As políticas de abertura da economia brasileira para o capital estrangeiro na Era Vargas (1930 – 1954) favoreceram a parcela da população com o acesso aos representantes do Estado e excluía a sociedade de participar. A manutenção de políticas desenvolvimentistas do governo JK (1956 – 1961) consolidou a urbanização brasileira e a expulsão da população rural (MENDES et al., 2010).

Dois fases marcam as estratégias de desenvolvimento rural desenvolvidas pelo Estado brasileiro durante o final da década de 1960 e a meados dos anos 1990: o período desenvolvimentista marcado por um governo militar patrimonialista autoritário e burocrático e o período de crise e reforma do Estado (FERREIRA et al., 2009).

A modernização da agricultura baseada em um modelo empresarial altamente tecnológico e dependente, estimulada durante o militarismo (1964 – 1985), atendia aos interesses das oligarquias agrárias e atuou como controle das revoluções agrárias (ROMEIRO, 1998). O plano agrícola dos governos militares enfatizava os complexos agroindustriais e os projetos de colonização, gerando mais conflitos em razão da migração de novos colonos a regiões já ocupadas (ALTAFIN, 2005). A reforma agrária prevista no Estatuto da Terra de 1964 restringiu a distribuir lotes de terras improdutivas à camada mais pobre (MARTINS, 1981).

A solução para resolver a marginalidade e o “atraso” da área rural após a Grande Guerra foi a progressiva modernização do processo de produção na agricultura e sua integração com economia nacional e globalizada (MURDOCH, 2000; WANDERLEY, 2000). Essa concepção de intervenção dirigida e orientada predominou no meio rural do Brasil no auge da “revolução verde”, na qual o desenvolvimento rural era tratado como sinônimo de desenvolvimento agrícola (SCHNEIDER, 2010). Entretanto, a estratégia entrou em crise e apresentou uma série de consequências negativas de ordem econômica e na estrutura e vida social local, aumentando o interesse no desenvolvimento “endógeno” (MURDOCH, 2000; WANDERLEY, 2000). O êxodo rural intensificado por esse processo continua emblemático e reflete substancialmente na continuidade ou não da juventude e das mulheres no campo (CASTRO et al., 2013; MENDONÇA et al., 2013). Concomitantemente, foi vista a

emergência de um novo tipo de turismo se espalhando por várias áreas rurais, sendo reconhecido pelo mercado, pelas pessoas e comunidades rurais e pelos governos como uma alternativa sustentável ao declínio do setor agrícola (LANE; KASTENHOLZ, 2015).

Na década de 1990, mudanças políticas e econômicas com a implantação do modelo neoliberal redesenharam a regulação no campo, com a redução do papel do Estado como líder e provedor de apoio (MARSDEN, 1998; MENDES et al., 2010), refletindo em um período de transição dentro do setor rural brasileiro. As políticas agrícolas na regulação do setor foram perdendo eficácia e, com a pressão de movimentos sociais, agora com postura mais proativa e propositiva, a descentralização política e financeira assentada na Constituição de 1988, e a incorporação da noção de sustentabilidade nas agendas políticas, novos instrumentos foram sendo criados pelo Estado para fortalecer a agricultura familiar, como a Lei Agrária e o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) (BUAINAIN; SOUZA-FILHO, 2007; SCHNEIDER, 2010).

Na efervescência dessa conjuntura, o desenvolvimento rural começa a assimilar outros significados, transcendendo o caráter produtivista de larga escala. O reconhecimento de estudiosos e formuladores de políticas acerca da importância econômica, social e produtiva da agricultura familiar, a expansão da atuação do Estado e a disputa política e ideológica entre agronegócio e agricultura familiar foram decisivos para que esta última ganhasse *status* de categoria política (SCHNEIDER, 2010).

No campo teórico destacava o fenômeno da pluriatividade¹, em referência à diversificação das atividades dentro e fora da propriedade e com diferentes tipos de remuneração como parte do rol de estratégias de alocação dos recursos para reprodução social das unidades (MARAFON, 2006; SCHNEIDER, 2003). Estudos, no Brasil, indicavam que muitas ocupações não agrícolas, antes marginais na reprodução das famílias, foram gradualmente adquirindo importância econômica nas propriedades (SCHNEIDER; FIALHO, 2000; SILVA; DEL GROSSI; CAMPANHOLA, 2005; VEIGA, 2006). À medida que o emprego agrícola reduzia, o desenvolvimento rural, por meio da promoção do turismo e da recreação, se tornava cada vez mais um elemento importante na governança econômica rural, visto como a solução para a crise que afetava o espaço rural (MARSDEN, 1998; SILVA; VILARINHO; DALE, 1998).

¹ A pluriatividade no estabelecimento familiar, assim como a contratação de trabalhadores, é inerente à forma de produzir do camponês (WANDERLEY, 1996). Abramovay (1992) mostra que esses traços de formas complementares de obtenção de renda dos pequenos proprietários já eram apontados por atores clássicos do campesinato, citando os “trabalhos acessórios” de Kaustky ou as “outras atividades não agrícolas” de Chayanov.

Esse período da década 1990 é marcado pela consolidação do crescimento do turismo no meio rural ao redor do mundo. Seu papel como ferramenta de regeneração econômica mostrou resultados interessantes em muitas regiões rurais (LANE; KASTENHOLZ, 2015). Pode-se dizer que esse processo se liga a características do TER destacadas por Schneider e Fialho (2000). O potencial econômico não necessariamente passa pela presença de atrativos naturais extraordinários, apesar de exigir aspectos culturais bem desenvolvidos, e a facilidade de criar opções de renda a partir de atividades não agrícolas até então com outras funções dentro da propriedade, mas que passaram a despertar interesse e a serem comercializadas.

Nesse contexto, o turismo começou a se consolidar no território rural brasileiro como fonte financeira alternativa às famílias do campo em resposta ao decréscimo das ocupações e das rendas agrícolas (MARAFON, 2006; SILVA; VILARINHO; DALE, 1998). Oficialmente, a experiência mais antiga foi no município de Lages, Santa Catarina, em 1985, quando algumas unidades rurais viram o turismo como alternativa ao aproveitamento da estrutura existente nas fazendas e estâncias de gado (SILVA; VILARINHO; DALE, 1998).

Na década de 1990, novas experiências foram brotando nos demais estados brasileiros, explorando suas peculiaridades. Nos estados do Rio Grande do Sul, São Paulo e Bahia foram as casas e fazendas coloniais e as fazendas centenárias que se destacaram. Em Minas Gerais foi a vocação para as rotas da cachaça, do queijo e das flores. No Rio de Janeiro e Pernambuco foram o patrimônio arquitetônico do ciclo do café e os engenhos do ciclo da cana-de-açúcar, respectivamente. No Mato Grosso, o ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura ganhavam a cena (MENDONÇA; BATALHA; SANTOS, 2002). No Sul de Minas Gerais, já se observava elevados índices de ocupação não agrícola, com o lazer e o turismo emergindo como uma nova atividade produtiva na realidade local, frente à perda da atratividade econômica e a migração de mão de obra para as cidades, abriram suas propriedades, inicialmente para visitação e depois para pouso (ROQUE; ALENCAR, 2001).

A primeira tentativa oficial do Estado de organiza o do turismo rural (TR) veio em 1994, com a elabora o pelo Ministério do Turismo em parceria com outras institui es das diretrizes do TR, fundamentada em parâmetros econômicos de gera o de emprego e renda e na agrega o de valor aos produtos locais. Em 2002, definiu-se o Marco Conceitual do Turismo Rural que, entre outros, delimitou a abrangência do conceito de Turismo Rural, referindo-se somente às práticas próprias do meio rural (TULIK, 2010). O turismo foi reforçado como ferramenta para o desenvolvimento rural em 2004, quando o Ministério do Desenvolvimento Agrário criou uma linha especial de crédito do Pronaf, o Programa Nacional

de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF)², a partir de iniciativa da Rede TRAF (Turismo Rural na Agricultura Familiar), grupo de articulação nacional (BLANCO, 2004; CANDIOTTO, 2013).

Do outro lado, as transformações no Estado em conjunto com o fortalecimento da sociedade civil culminaram na criação da Lei nº 11.326 de 2006, vindo para formalizar o conceito de agricultura familiar (BRASIL, 2006). Tal lei ao não exigir a existência da produção agrícola deixa implícito o incentivo à pluriatividade do empreendimento rural, tais como atividades do setor de serviços - hospedagem, alimentação e recreação (ARAÚJO; BAHIA; FERREIRA, 2011).

Em 2010, as Orientações para o Turismo Rural do Ministério do Turismo reconheceu o TER como o conjunto de práticas realizadas no meio rural, não necessariamente rurais.

Todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na oferta: Turismo Rural, Turismo Ecológico ou Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Saúde, Turismo Cultural, Turismo Esportivo, atividades estas que se complementam ou não (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p. 18).

Dessa maneira, o TER engloba todas as manifestações do turismo que ocorre no campo, ou seja, são atividades não agrícolas, localizadas geograficamente em zonas rurais, que podem ou não envolver as propriedades agropecuárias. É o turismo baseado em (e fazendo uso das) paisagens rurais, envolvendo uma gama de atividades potenciais apoiadas em diferentes tipos de recursos e nichos de mercado, incluindo: escalada, canoagem /*rafting*, estudos da natureza em ambientes ao ar livre (observação de aves, fotografia etc.) e do patrimônio rural, *mountain bike* /cicloturismo, equitação, apreciação da paisagem, passeios em vilarejos, festivais e rodeios, pesca, enduros, corrida de montanha, visita à arquiteturas religiosas e centenárias, turismo gastronômico, turismo de saúde, ecoturismo, turismo rural, entre outros (LANE, 1994; LANE; KASTENHOLZ, 2015; OLIVER; JENKINS, 2003; SILVA; VILARINHO; DALE, 1998; TULIK, 2010).

A expansão do TER está relacionada à valorização da cultura tradicional e no modo de vida rural, à tranquilidade e paz e à proximidade com a natureza no ambiente rural, à fácil acessibilidade dos locais ou atrações, à socialização com entes em um ambiente diferente, à mística em suas características culturais, históricas, étnicas e geográficas, às melhorias na

² A PNTRAF tem como objetivo “promover o desenvolvimento rural sustentável, mediante implantação e fortalecimento das atividades turísticas pelos agricultores familiares” (BRASIL, 2004, p. 13).

infraestrutura e nos equipamentos rurais e ao desejo de conhecer melhor o país de origem e suas raízes (CANDIOTTO, 2011; FRISVOLL; FORBORD; BLEKESAUNE, 2016; ILBERY; SAXENA; KNEAFSEY, 2007; KASTENHOLZ; LIMA, 2011; NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017; OLIVER; JENKINS, 2003; SANTANA; SANTOS, 2016; SILVA, 2007). É interesse observar que essa imagem do campo é dramaticamente romantizada, pois deixa de fora os problemas que afetam o mundo rural, como a pobreza, a falta de emprego e de serviços, o encerramento de escolas e a falência da agricultura (SILVA, 2007).

3.2 O turismo no espaço rural e suas múltiplas faces

A incorporação do turismo no sistema capitalista é resultado do processo de diferenciação da produção capitalista na fase pós-Taylor Fordismo, marcada pela promoção de novos setores econômicos (CORDERO, 2006). No entanto, esse processo transformou o turismo enquanto significados de viagens em mercadoria³ que nem todos têm acesso (PAIVA, 1995). O turismo internacional é assimétrico tanto nas atividades de alto valor agregado quanto na população consumidora dos serviços turísticos (BALMFORD et al., 2015; OURIQUES, 2012).

É conhecido o potencial da indústria do turismo em transformar e consumir o espaço como mercadoria, recriando territórios a partir da apropriação do espaço físico e social e da subordinação do trabalho, das práticas culturais e das relações sociais ao capital, resultando na perda de controle local sobre o espaço e recursos estratégicos e em vazamentos externos excessivos das receitas geradas (BROHMAN, 1996; CORDERO, 2006; CORIOLANO, 2006; CRUZ-CÓRIA et al., 2012). Nessa ótica, o turismo é visto como “uma indústria que usa a comunidade como recursos, comercializa-a como um produto, e, nesse processo, afeta a vida de todos” (MURPHY, 1980, p. 1).

Por volta dos anos 1980, os impactos sociais e ambientais provenientes da atividade turística do turismo de massa, levaram a discussões em torno de iniciativas de gestão turística mais responsável. O conceito de desenvolvimento sustentável incluiu o turismo, remetido à noção de Turismo Sustentável nos anos 1990 (SWARBROOKE, 2000). Outro aspecto foi a noção do envolvimento da comunidade local no planejamento turístico (MURPHY, 1988; SIMMONS, 1994). Assim, o turismo no espaço rural surge como uma modalidade alternativa

³ É a produção do não lugar, da não identidade cujas relações com a natureza e as relações sociais e históricas do lugar não são compreendidas pelo turista consumidor e não lhe permite obter referências do lugar na memória (CARLOS, 1999).

com a pretensão de ser a antítese do turismo de massa (LANE; KASTENHOLZ, 2015; MENDONÇA; BATALHA; SANTOS, 2002).

Não obstante, as nuances da indústria do turismo, seu desenvolvimento só será positivo para as comunidades locais se suas necessidades prevalecerem aos interesses da indústria (BROHMAN, 1996) e os vínculos econômicos locais serem fortalecidos, por exemplo, consumindo produtos locais (TELFER; WALL, 1996). O TER “não pode ser considerado uma panaceia, mas não pode ser ignorado como alternativa” (SILVA; VILARINHO; DALE, 1998, p. 132). Nesse sentido, as estratégias devem ser avaliadas de acordo com a intensidade e a forma com que o turismo se integra aos objetivos mais amplos de desenvolvimento das comunidades locais (BROHMAN, 1996).

O turismo traz consequências à vida dos residentes locais, geralmente efeitos econômico, sociocultural e ambiental (ANDERECK et al., 2005; GARCÍA; VÁSQUEZ; MACÍAS, 2015). O desenvolvimento do turismo pode trazer melhorias para a economia local com o aumento na oferta de empregos e desenvolvimento de novos mercados para os produtos locais (ANDERECK et al., 2005; CAWLEY; GILLMOR, 2008; GOMES; ROMANIELLO; SILVA, 2006; LÁTKOVÁ; VOGT, 2012; LEE, 2013; LEPP, 2007; NYAUPANE; POUDEL, 2011; SOUZA; SANTOS; THOMÉ-ORTIZ, 2017; STYLIDIS et al., 2014), com melhorias na qualidade de vida local a partir da disponibilidade de serviços públicos e oportunidades de recreação e empoderamento local (ALLEN et al., 1993; ANDERECK et al., 2005; CLARK; CHABREL, 2007; LÁTKOVÁ; VOGT, 2012; LEE, 2013; LONG; PERDUE; ALLEN, 1990; MCGEHEE; ANDERECK, 2004; NYAUPANE; POUDEL, 2011; STYLIDIS et al., 2014). O turismo também ajuda preservar culturas, tradições e patrimônios arquitetônicos (BILSEN, 1987; BLANCO, 2004; CLARK; CHABREL, 2007; LEE, 2013; MCGEHEE; ANDERECK, 2004), reforçando o senso de lugar (ANDERECK et al., 2005; BARCUS, 2013), e contribui para a preservação dos recursos naturais (ANDERECK et al., 2005; NYAUPANE; POUDEL, 2011).

No outro extremo, o turismo pode trazer consequências negativas como o aumento do lixo, tráfego de veículos e erosão de trilhas (ANDERECK et al., 2005; CAWLEY; GILMOR, 2008; CLARK; CHABREL, 2007; LÁTKOVÁ; VOGT, 2012; LEE, 2013; STYLIDIS et al., 2014). O aumento dos custos de vida das populações residentes no destino turístico (LÁTKOVÁ; VOGT, 2012; LEE, 2013; MCGEHEE; ANDERECK, 2004), a deterioração do meio ambiente (ANDRIOTIS, 2005; LONG; PERDUE; ALLEN, 1990; STYLIDIS et al., 2014), o aumento da especulação imobiliária (ALLEN et al., 1993; GOMES; ROMANIELLO; SILVA, 2006; MARAFON, 2006; STYLIDIS et al., 2014). A atividade

pode representar uma ameaça à autenticidade da cultura local ao atender às expectativas dos visitantes (ANDRIOTIS, 2005; CAWLEY; GILMOR, 2008; MCGEHEE; ANDERECK, 2004) e pode aumentar o consumo de drogas, crimes e prostituição (ANDERECK et al., 2005; BILSEN, 1987). Os conflitos pelo acesso a recursos escassos e reforço de padrões de desigualdade socioeconômica regionais são outras ameaças atribuídas ao turismo (BROHMAN, 1996; MARAFON, 2006; NYAUPANE; POUDEL, 2011; SCHNEIDER; FIALHO, 2000).

Tendo em vista a natureza multifacetada e complexa do turismo no espaço rural e das próprias áreas rurais, a combinação entre turismo e espaço rural exige cuidados (FROEHLICH, 2000; KASTENHOLZ; LIMA, 2011; LANE, 1994). Os projetos turísticos devem ser capazes de alertar os benefícios e potenciais, mas também os problemas e riscos da atividade, para que os sujeitos se envolvam e tenham condições de preservar seus modos de vida e valorizar suas identidades (CANDIOTTO, 2011; KLOSTER; CUNHA, 2014; MCGEHEE; ANDERECK, 2004; MENDONÇA; BATALHA; SANTOS, 2002).

O TER deveria servir como ferramenta de diversificação das atividades rurais e manutenção da família no campo e seu sucesso não necessariamente ligado ao turismo (SAARINEN; LENAHO, 2014), se adaptando ao meio rural e não o contrário (CANDIOTTO, 2011). Nesse âmbito, vale destacar o papel dos alimentos produzidos localmente para o turismo que, no momento atual, se tornaram umas das motivações centrais das viagens ao meio rural (FRISVOLL; FORBORD; BLEKESAUNE, 2016; ILBERY; SAXENA; KNEAFSEY, 2007; SANTANA; SANTOS, 2016; SILVA, 2007; SIMS, 2009). Adicionalmente, a globalização também trouxe a desconfiança dos consumidores nos alimentos da produção convencional. Os alimentos passaram a ser qualificados por atributos específicos como a ligação com o local e os processos e métodos de produção ecológica, despontando a criação de sistemas alimentares mais sustentáveis, com as cadeias de relações produtor-consumidor e sociedade-agricultura mais curtas (RENTING; MARSDEN; BANKS, 2003).

Desse modo, os turistas parecem mais inclinados a experimentar alimentos produzidos localmente, representando uma oportunidade para melhorar o *link* entre turismo e agricultura e de diversificação do meio rural (HALL; MITCHELL; SHARPLES, 2003; SIMS, 2009; TORRES, 2002). As motivações para o consumo de produtos locais por turistas vão desde a simples demanda por produtos “típicos” até a busca de um autêntico senso de conexão com as pessoas e o local (SIMS, 2009). A comida local é vista como uma “transportadora de ruralidade” (FRISVOLL; FORBORD; BLEKESAUNE, 2016, p. 86). Essas motivações

podem ser agrupadas em cinco dimensões conforme a escala de Kim e Eves (2012): experiência cultural (ex. aprendizagem e experiência autêntica), relação interpessoal (ex. socialização/interação e prestígio social), entusiasmo (ex. escape da rotina), apelo sensorial (ex. cheiro, sabor, aparência) e preocupações com a saúde (ex. valor nutricional e frescura dos alimentos).

Quan e Wang (2004) propõem que a experiência do consumo de alimentos no turismo assume duas dimensões: como experiência de apoio para que os turistas realizem seu roteiro principal de viagem ou como motivação principal, com o consumo como ápice da experiência turística (nicho de mercado). Portanto, a “qualidade total da experiência turística depende do apoio e reforço mútuo entre essas dimensões” (QUAN; WANG, 2004, p. 300). Desse modo, a agricultura tradicional local, desde que com excedente de produção disponível para venda, pode se beneficiar fornecendo produtos a outros estabelecimentos turísticos (CLARK; CHABREL, 2007; HALL; MITCHELL; SHARPLES, 2003; HILLEL; BELHASSEN; SHANI, 2013; LEPP, 2007; NYAUPANE; POUDEL, 2011; TELFER; WALL, 1996, 2000; TORRES, 2002).

Mas a interação turismo e meio rural, especificamente a agricultura local, não é tão sinérgica quanto parece. Primeiro, a principal força da demanda por alimentos da indústria do turismo é o consumo e as preferências dos turistas (TORRES, 2002), que variam de acordo com uma série de fatores (MAK et al., 2012) associados à cultura/religião, a aspectos sociais e demográficos (idade, gênero e classe social), a variáveis psicológicas (rejeição ou extremo desejo por novos alimentos, familiaridade e experiências passadas com o alimento) e a fatores motivacionais (simbólicos, obrigatórios, contraste, extensão e prazer). Além disso, estudos indicam que grandes redes de hospedagem têm maior predisposição para consumirem alimentos importados de fornecedores intermediários ou produzir os próprios alimentos, com ligações limitadas com a produção agrícola local (PILLAY; ROGERSON, 2013; RAMALHO, 2016; ROGERSON, 2012; TELFER; WALL, 2000; TORRES, 2003). As características e a força dessas ligações, portanto, dependem de vários fatores associados à demanda e à produção, a fatores de *marketing* ou intermediários e ao papel do Estado (PILLAY; ROGERSON, 2013).

A relação entre turismo e agricultura pode estabelecer uma competição por trabalho, criando um déficit no setor agrário com o abandono da agricultura pelas unidades agrícolas, atraídas por maiores ganhos com o turismo (TORRES, 2003). Existem conflitos entre ideias de desenvolvimento turístico e o desejo de manter o uso tradicional dos recursos locais (OLIVER; JENKINS, 2003). Com o turismo, a natureza passa a ter uma nova referência, com

valores simbólicos conflitantes à visão das comunidades tradicionais e concepções distintas a respeito do que é o rural e dos usos direcionados ao espaço rural (CARNEIRO; TEIXEIRA, 2012; WANDERLEY, 2000). A inserção de novos hábitos, funções e atividades tendem a desvalorizar a terra como bem de produção e de uso social, provocando a reconfiguração produtiva e social da paisagem rural e a fragmentação social e geográfica (CARNEIRO; TEIXEIRA, 2012; CRUZ-CÓRIA et al., 2012). O meio rural torna-se um espaço de consumo ou em um patrimônio ambiental a ser preservado (WANDERLEY, 2000). Isso é um dos grandes desafios na gestão do turismo, que inevitavelmente transforma a paisagem rural (OLIVER; JENKINS, 2003).

Logo, o turismo pode estimular a produção agrícola local, de outra forma, a agricultura pode ser substituída por outras atividades mais rentáveis, especialmente nas regiões geográficas desfavoráveis (SCHNEIDER; FIALHO, 2000). Pode-se dizer então que o espectro de relações entre turismo e agricultura varia do “conflito onde o turismo compete com a agricultura por terra, água e mão de obra para simbiose em que a indústria do turismo compra produtos agrícolas locais e usa a paisagem agrícola para o agroturismo” (TELFER; WALL, 2000, p. 423).

Ademais, a atenuação dos efeitos negativos e a ampliação dos positivos do turismo passam pelo conhecimento das sociedades receptora e emissora, de entender as representações sociais desses grupos, a relação paradoxal entre turistas e anfitriões e a história social da sociedade receptora (BARRETO, 2003). O nexos entre turismo e agricultura deve ser examinado dentro do contexto de desenvolvimento agrícola do país (TORRES, 2003). Nesse ponto, a precarização estrutural e as desigualdades sociais históricas, no Brasil, que bloquearam as potencialidades do meio rural e negaram acesso a políticas públicas aos mais pobres (MARTINS, 1981; WANDERLEY, 1996) devem estar situadas nas propostas de turismo no espaço rural brasileiro.

É fundamental entender que o turismo difere marcadamente da agricultura e de outras atividades rurais. A gestão da atividade, dentro da mesma lógica de mercado do turismo convencional é incompatível com as características econômicas e socioculturais de muitas áreas rurais (BARRETO, 2003; CANDIOTTO, 2011; LANE, 1994; TELFER; WALL, 1996). Quando se fala em “rural”, duas características são consideradas fundamentais, a relação específica dos habitantes do campo com a natureza e as relações sociais diferenciadas (WANDERLEY, 2000).

Dessa forma, o envolvimento da comunidade local é necessário em algum nível, pois é ela que está em melhor posição para conhecer suas próprias necessidades e desejos

(SIMPSON, 2008) e por ser parte essencial na hospitalidade de uma área (ANDRIOTIS, 2005; SIMMONS, 1994). Um papel mais ativo da população residente nas intervenções e propostas do turismo a ser implantado é mecanismo básico para garantir a preservação do capital social e cultural da comunidade (CORDERO, 2006). Além disso, influencia positivamente na percepção dos benefícios e fomenta o apoio ao turismo (LEE, 2013; SIMMONS, 1994; WILSON et al., 2001). A participação da comunidade local⁴ é crucial no desenvolvimento de um turismo que almeja a satisfação do visitante e benefícios contínuos para os residentes do destino (SIMMONS, 1994).

Para que o turismo possa contribuir para as metas sociais, políticas e econômicas mais amplas do desenvolvimento é preciso um desenho institucional de planejamento que facilite e estimule a participação de vários grupos sociais que representam os diversos interesses da comunidade em geral (BROHMAN, 1996). No meio rural, agricultores e agricultoras familiares locais manifestam-se como atores sociais imprescindíveis nesse processo. A agricultura familiar é uma das categorias sociais mais atingidas pelas influências negativas do TER por ter sua renda majoritariamente da agricultura e pelas dificuldades de participar do mercado turístico (CANDIOTTO, 2011; SCHNEIDER; FIALHO, 2000). Além disso, a atividade agrícola permanece um dos eixos definidores do meio rural. A perda da importância econômica da agricultura não significa perda da importância das unidades agrícolas na vida local (WANDERLEY, 2000).

Embora desejável, há inúmeras limitações ao desenvolvimento participativo do turismo, especialmente em regiões rurais dos países em desenvolvimento. Tosun (2000), na tentativa de organizá-las, agrupou em três tópicos: i) a nível operacional (ex. centralização administração pelo governo central, falta de coordenação entre departamentos do governo e falta de informações da atividade e de acesso ampliado); ii) restrições estruturais (ex. falta de experiência em métodos participativos de planejamento dos profissionais, mantimento do *status quo* de subordinação pelas classes dominantes, falta de estruturas legais que encorajam a participação das pessoas locais e falta de recursos financeiros das comunidades); iii) fatores culturais (ex. limitação das pessoas em dispor tempo e energia em condições de precariedade

⁴ Tosun (1999) identifica três formas de participação da comunidade local no desenvolvimento do turismo. A participação espontânea é quando o envolvimento é voluntário e baseado nas próprias motivações e necessidades da comunidade, podendo haver ou não poder na tomada de decisão. A participação passiva é quando a comunidade local apenas dá sugestões para o desenvolvimento do turismo, limitando à execução de tarefas ou ratificação de decisões já tomadas por entidades externas. A pseudoparticipação é o oposto de uma participação genuína e refere-se quando a comunidade não tem voz no processo de decisão, servindo primariamente para atender às necessidades das autoridades, turistas ou operadores turísticos.

socioeconômica, apatia e baixo nível de interesse e consciência sobre as questões sociais, culturais, econômicas e políticas).

Por fim, para que o turismo seja uma estratégia de desenvolvimento rural espera-se que: i) as relações sociais e produtivas preexistentes devem ser respeitadas e atendidas; ii) os mecanismos nas relações econômicas e espaciais envolvem valores e regras diferenciadas; iii) o turismo pela seletividade pode não promover totalmente a inclusão social; iv) o caráter complementar da atividade, recomendando considerá-lo na ótica da pluriatividade e v) a inclusão de social deve ser promovida a partir da participação social e o incremento dos processos de responsabilização (SCHNEIDER, 2009). Tendo isso em mente, o TER como um conceito ideológico e orientado ao desenvolvimento pode ser operacionalizado utilizando a estrutura do turismo rural integrado, que confere elementos que reconhecem a necessidade de sustentabilidade, mas também, a natureza complexa das áreas rurais (SAARINEN; LENA, 2014).

3.1 As redes de integração no desenvolvimento do TER

O conceito do TRI⁵ pode ser entendido como uma ajuda para compreender o potencial do turismo para sustentar a paisagem rural (OLIVER; JENKINS, 2003) ou um processo no qual a economia local é reativada através da dinamização e participação da comunidade local, utilizando os recursos endógenos e melhorando a qualidade de vida (NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017).

O objetivo básico do TRI é “promover a sustentabilidade ambiental, econômica e sociocultural no turismo e capacitar a população local e, assim, contribuir para a sustentabilidade do sistema rural mais amplo” (CAWLEY; GILMOR, 2008, p. 318). Os atores concentram-se em comercializar as qualidades distintivas de uma localidade, incluindo cultura, meio ambiente e bens de produção local, em vez de focar na economia de escala (BARCUS, 2013).

O TRI pode ser definido como uma malha de redes entre atores sociais na qual os recursos endógenos e enraizados são mobilizados para desenvolver os ativos e capacidades das comunidades rurais e empoderá-los a participar, influenciar e responsabilizar os atores e

⁵ A base teórica do TRI (do inglês *Integrated tourism rural*) foi desenvolvida através de uma série de projetos de pesquisa conduzidos como parte de um projeto da União Europeia chamado Apoio e Promoção do Turismo Integrado nas Regiões Ricas da Europa (SPRITE). Este projeto foi realizado em seis países europeus - República Tcheca, França, Grécia, Irlanda, Espanha e Reino Unido (SAXENA et al., 2007). O projeto buscava integrar o turismo como uma ferramenta de desenvolvimento para as áreas rurais atrasadas, trabalhando sob a premissa de que a melhoria do potencial econômico sustentável das áreas rurais requer a associação e o trabalho conjunto dos atores e o uso produtivo e sustentável do meio rural (OLIVER; JENKINS, 2003).

instituições que afetam suas vidas (SAXENA et al., 2007; SAXENA; ILBERY, 2008). Em síntese, um turismo intrinsecamente ligado às estruturas naturais e humanas do ambiente em que ocorre (OLIVER; JENKINS, 2003).

Um conjunto de seis dimensões que determina uma integração no turismo rural é identificado na literatura (TABELA 1), a saber: rede (*networking*); enraizamento, endogeneidade, sustentabilidade, escala, complementaridade e empoderamento. Ao envolver essas dimensões, espera-se que as atividades de turismo possam ser integradas aos ambientes rurais locais sem comprometer as características do meio ambiente, das comunidades e seus modos de vida (SAARINEN; LENA, 2014). Cada dimensão pode ter avanços em taxas diferentes e cada grupo de atores pode perceber melhorias em distintos aspectos. Os tipos de turismo também definem a amplitude dos benefícios, alguns podem trazer benefícios multidimensionais para múltiplos atores da comunidade, outros podem ser mais limitados (CAWLEY; GILMOR, 2008; CLARK; CHABREL, 2007; ILBERY; SAXENA; KNEAFSEY, 2007).

Tabela 1 - As sete dimensões do turismo rural integrado.

Dimensão	Descrição	Referências
Networking	Envolve a capacidade de pessoas, empresas e agências de conectarem-se a outras pessoas, as suas capacidades e ideias para trabalhar em conjunto para desenvolver e gerenciar o turismo	Saarinen; Leao (2014)
Enraizamento (<i>embeddedness</i>)	Remete às ligações diretas dos recursos e atividades com o lugar formadas por relações e redes dentro de contextos socioculturais específicos de um local específico. As redes enraizadas são construídas em torno de conhecimentos e relacionamentos locais.	Saxena et al., 2007; Navarro; Iglesias; Vinzón (2017)
Endogeneidade	Desenvolvimento construído em torno de recursos econômicos, ambientais e culturais localmente distintos e estruturado para reter o máximo de benefícios em uma localidade usando e agregando valor a seus recursos e focando em seus requisitos, capacidades e valores	Saxena; Ilbery (2008)
Sustentabilidade	O TRI incorpora muitos dos componentes do turismo sustentável, mas enfatiza mais explicitamente a importância das redes e ligações	Barcus (2013)
Complementariedade	O grau em que o turismo fornece recursos ou instalações que beneficiam aqueles que vivem localmente na área, mesmo que não estejam diretamente envolvidos na indústria do turismo.	Clark; Chabrel (2007); Petrou et al. (2007)
Escala	Extensão do turismo em uma área em termos de sua distribuição ao longo do tempo e geograficamente, considerando os limites de capacidade de carga da área. Refere-se ao tamanho e extensão dos recursos turísticos e ao volume e impacto das atividades turísticas em relação à base econômica, social, cultural e de recursos existente	Oliver; Jenkins (2003); Clark; Chabrel (2007)
Empoderamento	A extensão do controle político sobre a indústria do turismo, particularmente exercido em nível local através de propriedade, lei ou planejamento.	Clark; Chabrel (2007)

Fonte: Do autor (2018).

As redes podem ser verticais extralocais ou horizontais locais. As verticais envolvem as relações externas à localidade, necessária para obter apoio externo e atrair turistas, enquanto as horizontais coordenam as atividades locais e fortalecem as capacidades produtivas dos atores, sendo fundamental para criação de empresas e produtos (CAWLEY; GILMOR, 2008; MURDOCH, 2000). A integração nos eixos verticais permite a região desmembrar seu produto turístico e exportar suas qualidades por meio do *marketing* e da construção de relacionamentos com atores de fora da localidade. No eixo horizontal, os atores estão vinculados a outras atividades econômicas, sociais e culturais da paisagem rural, promovendo maior enraizamento do produto turístico e da experiência turística e encorajando os visitantes a “consumirem” mais produtos e atividades locais (OLIVER; JENKINS, 2003).

Tais redes podem ser definidas quanto ao tipo de contato: informais ou formais. Ambas têm suas vantagens, limitações e importância. As primeiras ocorrem geralmente entre empresas locais afastadas do núcleo turístico ou onde o estágio de desenvolvimento turístico é recente. São flexíveis, menos onerosos e um meio eficaz e barato de trocar informações, recursos, clientes e atividades promocionais, no entanto, podem indicar problemas estruturais. As redes formais são mais abrangentes geograficamente, despendem mais tempo e envolvem a copromoção ou coestratégias comerciais comuns, oferecendo maior segurança contra os riscos (PETROU et al., 2007). Elas também podem ser informativas ao focar no acesso a informações coletivas sobre as atividades turísticas regionais ou colaborativas ao centrar nas relações entre empresas e instituições para o desenvolvimento de um produto turístico (NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017).

As redes permitem aos atores acessar informações, explorar e compartilhar recursos como tradições locais, formas de arte, experiências, empreendedorismo e conhecimentos e atuar coletivamente com vista na geração de ações que atraem visitantes (SAXENA et al., 2007) e recursos financeiros (BARCUS, 2013) e favorecem a agregação de valor e maior autenticidade da experiência turística (NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017). A existência de relações colaborativas e cooperativas é a essência do desenvolvimento do turismo rural integrado (NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017). No entanto, a natureza e os relacionamentos nessas redes são substancialmente influenciados pelas estruturas sociais e pela dinâmica da população da região (NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017; PETROU et al., 2007; SAXENA; ILBERY, 2008). Além de que, as redes não são fatos sociais pré-determinados e podem ser difíceis de criar, sustentar e gerenciar (SAXENA et al., 2007).

O termo enraizamento evidencia o contexto territorial no qual as redes estão inseridas, reforçando a identidade cultural ao distinguir que é “de dentro” e quem é “de fora” (SAXENA

et al., 2007). As redes enraizadas são construídas em torno do conhecimento e dos relacionamentos locais (NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017). Ele existe quando as atividades turísticas fazem parte da vida social e recreativa da comunidade local ou se as atrações refletirem o patrimônio natural, construído, histórico e cultural local (OLIVER; JENKINS, 2003) e quando as relações são formadas dentro de contextos socioculturais específicos (SAXENA et al., 2007).

Os produtos turísticos estão incorporados a uma região quando as atrações são baseadas no patrimônio natural, construído, histórico e cultural da localidade existente em uma região, isso inclui artes, artesanato e festivais, esportes e atividades baseados na natureza, locais históricos e gastronômicos e as trilhas da região (OLIVER; JENKINS, 2003). A capacidade de a comida simbolizar o lugar e a cultura e de fornecer um fator de bem-estar social moral e a conexão com o destino sustenta a ligação entre a comida e o lugar como um dos pilares do desenvolvimento integrado do turismo (SIMS, 2009).

Porém, recursos turísticos excessivamente incorporados ao local podem limitar o alcance de mercado do produto turístico local, permanecendo à margem do setor turístico globalizado (OLIVER; JENKINS, 2003), pode haver um relaxamento com os aspectos de qualidade dos produtos por não estimular a concorrência (CAWLEY; GILMOR, 2008) e inibir atitudes criativas, inovadoras e participativas (SAXENA; ILBERY, 2008). Redes desenraizadas podem facilitar o acesso a mercados externos e conectar com recursos e investimentos exógenos. Contudo, podem resultar em distanciamento social e cultural confrontando com as necessidades e interesses das comunidades rurais e em perda da originalidade dos produtos e recursos locais (SAXENA et al., 2007; SAXENA; ILBERY, 2008).

O conceito de endogeneidade está intimamente ligado àquele do enraizamento, na medida em que o desenvolvimento endógeno é construído em torno de recursos econômicos, ambientais e culturais localmente distintos (SAXENA; ILBERY, 2008). O desenvolvimento é endógeno quando a responsabilidade de sua elaboração e execução é dos atores locais (MURDOCH, 2000). Algumas áreas podem não ter as habilidades e características necessárias para desenvolver o turismo, e isso pode limitar sua capacidade de se beneficiar de formas de turismo que anseiam conhecer tradições locais, exemplo o turismo rural (SAXENA et al., 2007). A abordagem do turismo integrado rejeita a polarização exógeno-endógeno dos modelos clássicos de desenvolvimento (PETROU et al., 2007). A entrada desenfreada de elementos exógenos, todavia, pode limitar a integração dos atores, depositando processos de desenvolvimento definidos externamente e divorciada da realidade local (SAXENA et al.,

2007), causando vazamentos de receita para fora da localidade (OLIVER; JENKINS, 2003). É preciso conceber o rural como diferentes tipos de espaço, como um conjunto de conexões locais e não locais com diferentes combinações de redes (MARSDEN, 1998).

Assim os conceitos de des/enraizamento, endogeneidade e exogeneidade são relativos. Dessa forma, é fundamental incorporar a ação econômica dentro das práticas sociais e políticas locais, mas também é importante, permitir que os produtos e serviços locais se desmembrem a fim de alcançar mercados mais distantes (SAXENA; ILBERY, 2008) e garantir a sustentabilidade socioeconômica e a viabilidade a longo prazo da atividade turística (OLIVER; JENKINS, 2003). Entretanto, é extremamente importante que as ligações econômicas locais sejam forjadas e aprimoradas para que o turismo beneficie as pessoas da localidade onde o turismo ocorre (TELFER; WALL, 1996).

A estrutura do TRI compactua de um sentido mais amplo do que o turismo sustentável ao enfatizar o apoio mútuo e a troca de informações que conecte atividades e recursos econômicos, sociais, culturais, naturais e humanos, anteriormente fragmentados e dispersos, definindo papéis e responsabilidades aos atores na implementação e no monitoramento das estratégias de desenvolvimento e na gestão de recursos em nível local e regional (SAXENA et al., 2007). O turismo sustentável dá mais atenção à atenuação dos impactos da atividade do que à potencialização dos benefícios (OLIVER; JENKINS, 2003).

O conceito de desenvolvimento sustentável é relevante para o TRI, já que a promoção de um meio de vida sustentável passa pela garantia de um processo local e participativo de gestão dos recursos naturais de forma negociada e contratual que compatibilize os interesses dos grupos e das comunidades locais envolvidas (SACHS, 1993, 2009). As políticas e ações se orientam para o resgate da relação da sociedade com os ecossistemas locais, fortalecendo os vínculos sociais, culturais, ecológicos, espirituais (VIANA, 2000).

Nesse sentido, a agricultura familiar é socialmente reconhecida como produtora de alimentos saudáveis, e por isso, abrem-se perspectivas para a inclusão de produtores familiares em circuitos alimentares que prezam por valores socioculturais, em que a confiança mútua também é valorizada, e não exclusivamente, as variáveis técnico-produtivas (NIEDERLE, 2014, 2017).

É necessário ponderar qual é a escala mais apropriada do desenvolvimento das atividades turísticas (CLARK; CHABREL, 2007; LANE, 1994; MURPHY, 1988). A escala mais apropriada para desenvolvimento parece ser uma combinação dos níveis local e regional. No nível local, tem-se a proximidade da interação da comunidade com o turismo e o potencial

de sinergia entre as parcerias. No nível regional, tem-se a oportunidade de integrar o local em um pacote mais abrangente e complementar de atrações (MARSDEN, 1998).

Projetos de pequena escala são mais fáceis de serem absorvidos pela população local, conseqüentemente têm maior aceitação. As acomodações, por exemplo, devem ser construídas de acordo com as tradições locais, com materiais locais, criando assim coerência com o ambiente local (BILSEN, 1987). O modelo integrado prioriza a pequena escala com administração familiar ou comunal e apropriação local dos bens turísticos e a redução da distância entre o visitante e a população local (BILSEN, 1987; CORDERO, 2006), mas pode acontecer de atrações de grande escala e atividades turísticas e infraestrutura de pequena escala coexistirem e se complementarem efetivamente em termos de sazonalidade (OLIVER; JENKINS, 2003).

Um aspecto crítico no desenvolvimento integrado do turismo rural é a complementariedade, ao invés da substituição, entre os recursos e atividades locais relevantes para produzir um produto turístico mais diversificado e integrado (PETROU et al., 2007). O turismo como atividade adicional deve servir para a diversificação das economias rurais e para a manutenção das comunidades rurais e dos modos de vida (LANE, 1994; SILVA; VILARINHO; DALE, 1998). Ela pode ser medida por duas dimensões: pelo caráter complementar das atividades turísticas com as atividades locais tradicionais, e pelo compartilhamento de todos os recursos, produtos, serviços e atividades entre os turistas e os residentes locais (NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017).

A noção de empoderamento se dá tanto no nível individual ou psicológico quanto no nível comunitário (SAXENA et al., 2007). O empoderamento local se expressa quando há maior controle dos recursos locais por atores / estruturas locais, participação da comunidade nas tomadas de decisões do turismo e da paisagem rural com um todo e aumento na autoestima dos moradores (OLIVER; JENKINS, 2003).

Se as comunidades não forem empoderadas em um sentido real, o envolvimento pode ser restrito às elites locais, com seus interesses sendo considerados em detrimento dos da comunidade, especialmente no que se refere à tomada de decisões importantes que podem ser decididas fora da comunidade (TOSUN, 2000). Assim, idealmente, as redes empoderadas poderiam capacitar os atores e comunidades locais, incentivando-os a tornar sujeitos de transformações da própria história, e também sugere uma diluição das fronteiras existentes entre os formuladores de políticas e os atores locais (SAARINEN; LENA, 2014; SAXENA et al., 2007).

Ainda que as redes tenham qualidades de enraizamento e endogeneidade, nem sempre se traduz em empoderamento para todos os envolvidos, pois elas podem ser socialmente exclusivas, defensivas e reacionárias, em vez de serem inclusivas e progressivas (SAXENA; ILBERY, 2008). A participação e inclusão permanecem temas centrais no desenvolvimento de um projeto turístico equitativo, sustentável e integrado (SAXENA et al., 2007).

4 METODOLOGIA

Em relação ao delineamento, a pesquisa foi de natureza aplicada e utilizou abordagem metodológica quantitativa e qualitativa (RICHARDSON et al., 2011). A opção metodológica pelo estudo de caso foi feita porque a estratégia é adequada ao pesquisador com pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos. O estudo de caso é qualificado quando há uma variedade de fontes que reportam inúmeras evidências, não sendo seu foco realizar generalizações estatísticas a populações ou universos (YIN, 2001).

4.1 Caracterização do local de estudo

O município de Piranguçu está localizado na mesorregião sul do estado de Minas Gerais e pertence à microrregião de Itajubá (Figura 1). Se situa na Unidade Estadual de Planejamento e Gestão de Recursos Hídricos (UEPGRH) do Rio Sapucaí, inserida na bacia hidrográfica do Rio Grande (FIGURA 1). Distância em relação às principais capitais do sudeste do país: 234 km de São Paulo pela BR 381, 328 km do Rio de Janeiro pelas BR 459 e BR 116 e 459 km de Belo Horizonte pela BR 381.

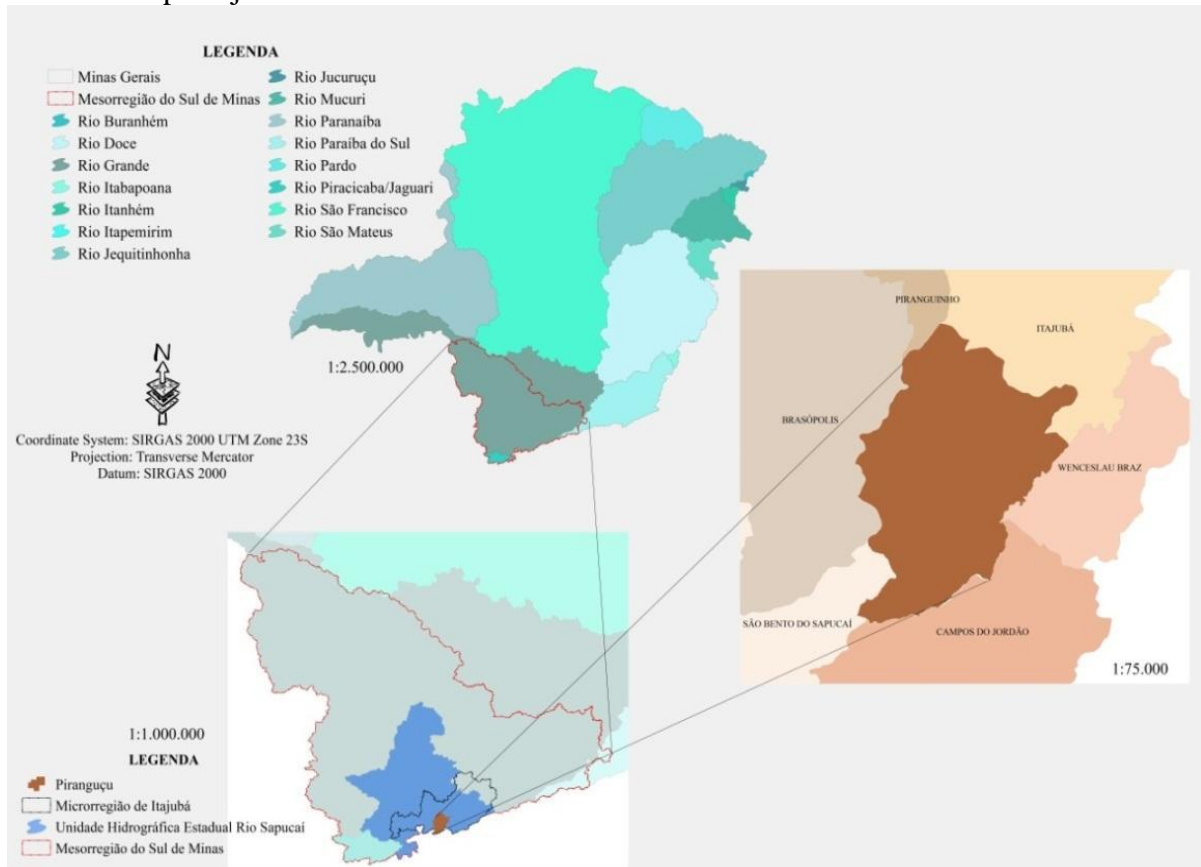
O município possui 203,619 km², tendo mais de 60% do seu território dentro da Área de Proteção Ambiental da Serra da Mantiqueira. A sede urbana está nas coordenadas geográficas 22° 31' 42" S e 45° 29' 43" W e seu limite confronta com os dos municípios mineiros de Brasópolis, Itajubá, Piranguinho e Wenceslau Braz e dos paulistas de Campos do Jordão e São Bento do Sapucaí.

De acordo com os conceitos adotados pelo IBGE, o município é predominantemente rural, com apenas 1% do território considerado urbano e 67% da população residindo na zona rural. Em 2010, a sua população era de 5.217 habitantes, sendo 51,8% homens e 48% mulheres (PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO - PNUD, 2010). Nesse mesmo ano, o município ocupava a 316ª posição no *ranking* estadual quando se trata do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), se encontrando na faixa mediana de desenvolvimento (PNUD, 2010).

A renda *per capita* média cresceu 102,46% nas últimas duas décadas, passando de R\$248,99, em 1991 para R\$504,10, em 2010. Apesar disso, 36,07% da população são vulneráveis à pobreza e 12,4% vivem abaixo da linha da pobreza. Os indicadores de educação

mostram que 67% da população adulta não apresentavam instrução ou tinham apenas o nível fundamental incompleto (PNUD, 2010).

Figura 1 - Localização do município nas bacias hidrográficas e regiões geográficas de planejamento.



Fonte: Agência Nacional das Águas - ANA (2014) e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2016).

Em relação à economia, o município ocupava em 2015, a posição 650º em termos de PIB *per capita* estadual e a penúltima posição dentre os municípios da microrregião. A população economicamente ativa ocupada em 2010 era de 64,1% da população, porém a proporção de pessoas ocupadas em relação à população total em 2015 era de 10,4%. Os principais setores econômicos são serviços (54%), agropecuária (27%) e indústria (19%) (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE, 2017; PNUD, 2010). De acordo com o último Censo Agropecuário (IBGE, 2017), o município apresenta 441 estabelecimentos agropecuários individuais, totalizando uma área de 8.861.643 hectares.

4.2 Os atores sociais do turismo no espaço rural

O principal instrumento de coleta de dados foi a entrevista semiestruturada (RICHARDSON et al., 2011) com questionários mistos, compostos, em sua maior parte, por questões abertas. As entrevistas foram gravadas sempre que autorizado pelo (a) entrevistado (a). A coleta de dados em campo ocorreu entre 11 de junho e 04 de dezembro de 2018.

A observação participante também foi um dos instrumentos quando da participação como conselheiro do COMTUR na gestão 2017 – 2019. Os conselhos gestores de políticas públicas são espaços públicos que buscam partilhar o poder entre sociedade-Estado, cuja função é formular e controlar a execução de políticas públicas (OLIVEIRA; PEREIRA; OLIVEIRA, 2010; TATAGIBA, 2002). Portanto, o COMTUR é importante pelo poder de interferência nos aspectos relacionados ao turismo no município. Além disso, a pesquisa documental em legislações municipais e regimentos internos do COMTUR.

Cinco grupos de atores sociais vinculados com o TER foram definidos como relevantes para a pesquisa, a saber: agricultores e agricultoras familiares, instituições envolvidas com as políticas de turismo, operador de turismo, provedores de recursos turísticos e instituição da sociedade civil organizada. Abaixo segue uma descrição desses atores.

a) Agricultores e agricultoras familiares: sujeitos sociais que têm suas raízes na trajetória de outros “grupos” produtores de alimentos como os índios, os escravos, os mestiços, os brancos não herdeiros (ALTAFIN, 2005). O rural é uma categoria histórica que se transforma que, conservando traços tradicionais⁶ de suas raízes, adapta-se aos novos contextos de reprodução (WANDERLEY, 1996). O conceito de agricultura familiar pode ser visto em termos operacionais, adotado nas políticas públicas, ou sob a perspectiva acadêmica com tratamento mais analítico (ALTAFIN, 2005). Trataremos a agricultura familiar na segunda lente de observação. Inicialmente foi feito um reconhecimento em campo de todo o território, observando as propriedades agrícolas durante o trajeto. Nesse momento, alguns atores foram localizados em suas propriedades e procurou saber se eles se identificavam como

⁶ Esses traços são os vínculos pessoais particulares e a conduta fortemente influenciada pelas regras da comunidade (ABRAMOVAY, 1992), a unidade familiar como um conjunto de espaços articulados com movimentos e estratégias obedecendo a uma rigorosa divisão sexual e hierárquica. A relação com a base de recursos buscando o equilíbrio entre as necessidades domésticas e o potencial da terra (WOORTMANN; WOORTMANN, 1997). O sistema de policultivo exigente de trabalho familiar nas inúmeras aptidões e organização das tarefas (WANDERLEY, 1996). A particularidade na articulação com os mercados e a orientação para a criação de valor agregado na unidade de produção (PLOEG, 2006). Entretanto, não há um modelo puro de agricultura nas unidades familiares, variando quanto ao nível de participação familiar na produção, de dependência externa e de mercantilização da produção e de outros recursos materiais (LAMARCHE, 1997; PLOEG, 2006).

agricultores ou agricultoras familiares. Já em outros casos essas informações foram levantadas com moradores da comunidade e com os (as) agentes diretamente ligados (as) ao turismo. A seleção das propriedades entrevistadas foi por amostragem não probabilística por conveniência que confere livre escolha dos entrevistados por parte do pesquisador (COOPER; SCHINDLER, 2016). A pesquisa junto aos agricultores familiares foi realizada por meio de roteiro de entrevista com 15 questões abertas e fechadas (APÊNDICE A) para verificar as condições demográficas, as características do sistema produtivo agrícola e as relações com o TER.

b) Instituições envolvidas em políticas e planejamento: são aquelas com envolvimento direto ou indireto em uma ou mais das quatro funções principais de turismo: política e planejamento; apoio e implementação de negócios; regulamentação e; promoção e *marketing* (CAWLEY; GILMOR, 2008). Os governos (nacional, estadual e municipal) têm capacidade de influenciar profundamente os efeitos socioeconômicos e ambientais positivos e negativos do turismo (SIMPSON, 2008).

- Poder Executivo local: representado pela Secretaria Municipal de Educação, Cultura, Esporte, Lazer e Turismo, instância decisória no direcionamento da atividade turística no município. A amostragem foi intencional por julgamento (COOPER; SCHINDLER, 2016), com a entrevista ocorrendo com o diretor de turismo por estar diretamente ligado à atividade turística, e por ser conselheiro do COMTUR e do Conselho do Patrimônio Histórico, Artístico, Ambiental e Cultural (COMPHAAC). A pesquisa com o responsável pelo turismo foi realizada por meio de roteiro de entrevista nove questões abertas (APÊNDICE B) para verificar as políticas e/ou projetos, a participação social e a transparência na construção dessas ações.

c) Provedores de recursos turísticos: o papel dos empreendedores é substancial no desenvolvimento do TRI, pois são eles que tomam a decisão de alocação e combinação dos recursos, atividades e produtos (PETROU et al., 2007).

- Serviços de hospedagem: com base no Inventário Turístico Municipal e pesquisa exploratória de campo e em sítios eletrônicos foram identificados seis acomodações na área rural, porém apenas cinco delas foram entrevistadas. Os estabelecimentos apresentam diferentes características: fazenda-hotel, pousada e *hostel*. A pesquisa com os (as) proprietários (as) das acomodações rurais foi realizada por meio de roteiro de entrevista com 23 questões abertas e fechadas (APÊNDICE C) abordando as características do empreendimento e dos turistas, a percepção sobre o TER no município e a relação com os

agricultores e agricultoras locais e com os demais atores sociais que se relacionam com o TER.

- Serviços de alimentação: com base no Inventário Turístico Municipal e pesquisa exploratória de campo e em sítios eletrônicos foram identificados dois restaurantes rurais⁷, sendo ambos entrevistados. Os restaurantes diferem bastante nas estruturas, enquanto um tem um caráter de simplicidade, o outro apresenta lagos, diversos brinquedos, casa na árvore e outros acessórios. A pesquisa com os (as) proprietários (as) dos restaurantes rurais foi realizada por meio de roteiro de entrevista com 19 questões abertas e fechadas (APÊNDICE D) abordando as características do empreendimento e dos visitantes, a percepção sobre o TER no município e a relação com os agricultores e agricultoras locais e com os demais atores sociais que se relacionam com o TER.

d) Operadora de turismo: os guias profissionais são comumente vistos como desempenhando um importante papel intermediário entre o turista e o anfitrião (BILSEN, 1987). Uma única operadora local de turismo com registro no Cadastro Nacional de Empresas do Setor do Turismo – CADASTUR, ferramenta do Ministério do Turismo que busca formalizar os prestadores de serviço turísticos, foi encontrada. A pesquisa junto ao proprietário da operadora foi realizada por meio de roteiro de entrevista com 18 questões abertas e fechadas (APÊNDICE E) abordando as características do empreendimento e dos visitantes, a percepção sobre o TER no município e a relação com os demais atores sociais que se relacionam com o TER.

e) Instituição da sociedade civil organizada: agente importante a ser incluído na gestão do turismo, pois é habilitado como uma ferramenta institucional para capacitar as comunidades locais através de meios educacionais, organizacionais, financeiros, socioculturais, psicológicos e políticos no alcance de uma abordagem de desenvolvimento mais participativo (TOSUN, 2000) e papel crítico na realização de pesquisas importantes, disponibilização de fundos, captação de capital e fortalecimento da capacidade dos residentes locais (SIMPSON, 2008). O município conta com a presença de uma ONG socioambiental com atuação direta no TER. A pesquisa junto ao representante da ONG foi realizada por meio de roteiro de entrevista com 13 questões abertas (APÊNDICE F) abordando a atuação da instituição no município, a relação e percepção sobre o TER no município.

⁷ O município também se encontra estabelecimentos que fazem refeições por encomenda ou somente no domingo.

4.3 Preparação e análise dos dados

Realizadas as pesquisas de campo, os questionários respondidos foram enumerados e organizados em ordem numérica. A organização das informações ocorreu por meio de um plano de tabulação, com campos específicos para cada pergunta a ser analisada. A análise procedente foi a partir do modo de análise univariada, listando os atributos individualmente, assim como o número de “entes” em cada faixa desejada e calculada a frequência dos dados (BABBIE, 1999).

Tabelas foram construídas para cada pergunta do questionário e, após, procedeu-se à análise dos dados. A análise quantitativa foi com o uso de estatística descritiva básica que consiste em organizar, resumir e apresentar os dados estatísticos na forma de gráficos, tabelas, etc. Ela é recomendada para grupos pequenos de amostras por resumir em poucas medidas numéricas todo o conjunto de números (STEVENSON, 1981).

Para a análise qualitativa dos dados utilizou-se as recomendações de Gil (2002) que consiste na redução (simplificação e transformação dos dados originais), na categorização (organização dos dados que permita tirar conclusões) e interpretação (questionamentos acerca da situação explanada).

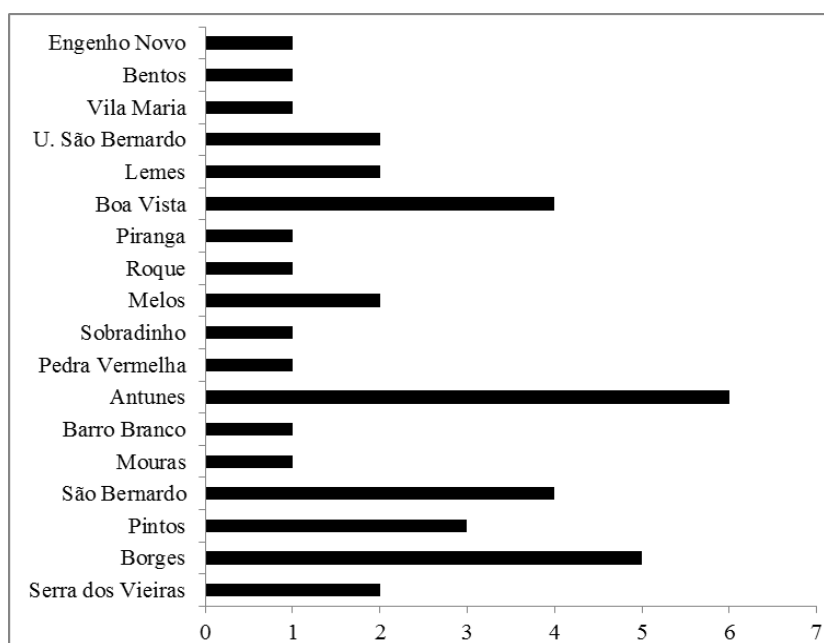
A ferramenta utilizada nas tabulações, estruturação dos dados, para auxiliar na análise e apresentação dos resultados foi o programa *Microsoft Office Excel* que tem a finalidade de efetuar cálculos, analisar informações e gerenciar listas em planilhas. Outra ferramenta foi *Mindomo*, *software* de mapeamento mental para visualização e organização de informações, utilizado neste trabalho na construção da rede de relacionamentos dos atores sociais entrevistados.

5 RESULTADOS

5.1 A agricultura familiar e sua relação com o turismo

Ao todo foram entrevistadas 39 famílias ligadas à produção agropecuária em 18 comunidades rurais (Figura 1). Em média, as famílias entrevistadas residem há 29,6 anos em suas respectivas comunidades, sendo que mais de 70% se estabeleceram há mais de 20 anos. O tempo de residência variou entre três e sessenta anos (Figura 2).

Figura 2 - Distribuição por comunidades rurais das famílias rurais agrícolas.



Fonte: Pesquisa de campo, junho a dezembro de 2018.

A área média das propriedades foi de 29,3 hectares (ha). Vinte unidades familiares (51,3%) tinham área entre 0 e 10 ha e 35,9% entre 11 e 30 ha. Somente três propriedades tinham área maior que 50 ha. Em média, as unidades rurais contavam com 3 membros residentes, com mais de 80,0% tendo de 2 a 4 membros.

A renda proveniente exclusivamente da atividade agrícola foi observada em 30,8% das famílias rurais. A aposentadoria e o salário são rendas adicionais importantes, respectivamente para 23,1% e 20,5% dos entrevistados. O trabalho informal, como roçar pasto, a colheita da produção ou serviço de frete, é fonte de renda para quatro famílias. Em duas propriedades, os membros exerciam-se regularmente atividade não agrícola em

estabelecimento comercial rural e em outras duas a atividade agrícola não apareceu como fonte de renda.

A renda da maioria das famílias entrevistadas (61,5%) se encontrava na faixa de 1,1 a 3 salários mínimos/mês. Em 17,9% delas a renda mensal era entre 3,1 – 5 salários mínimos. As faixas extremas de ganhos, que não ultrapassam um salário mínimo e com renda maior que 5 salários mínimos, foram constatadas em 10,3%. Há um predomínio do trabalho de natureza estritamente familiar (76,9%). Com menos relevância vêm o auxílio de mão de obra contratada (12,8%) e de mão de obra temporária (7,7%).

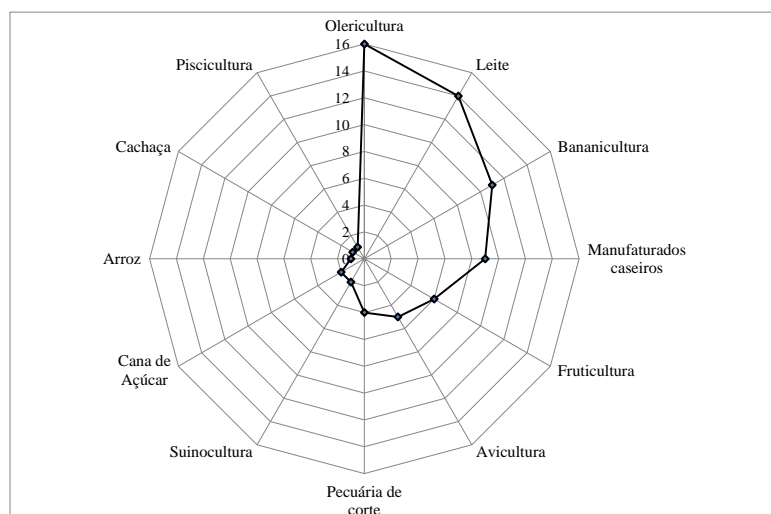
Os resultados refletem o meio rural da microrregião em que o município está inserido, no qual predomina propriedades de tamanho médio, baixo índice de mecanização e mão de obra majoritariamente familiar e produtores pouco capitalizados e tecnificados, produzindo para subsistência e comercializando o excedente nos mercados local/regional (ANDRADE; FERREIRA, 2013).

5.1.1 Produção agropecuária das unidades familiares

Projetos locais de alimentos e bebidas têm um papel importante na agenda do TRI, pois podem abranger todas as suas preocupações simultaneamente (SIMS, 2009). Aproximadamente um terço de todos os gastos no turismo internacional é direcionado à alimentação (TORRES, 2003). Cerca de 20% dos gastos do turista brasileiro são com alimentação, sendo o segundo item com maior peso nas despesas (FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS - FIPE, 2012).

Esses dados mostram o quão importante é a criação de vínculos entre o turismo e a agricultura familiar para estimular o setor agrícola e dinamizar a economia local. Portanto, saber o que é produzido e/ou comercializado na propriedade contribui para compreender como a agricultura familiar pode se articular e se beneficiar do TER, seja pelo turismo rural ou em parceria com estabelecimentos diretamente ligados aos visitantes. A Figura 3 demonstra a produção agropecuária existente nas propriedades.

Figura 3 - Produção agrícola comercializada pelas famílias rurais agrícolas.



Fonte: Pesquisa de campo, junho – dezembro de 2018.

A olericultura apareceu em 16 (42,1%) propriedades, com a produção diversificada de vegetais. As folhosas mais cultivadas são alface, couve, cebolinha, salsinha, rúcula, repolho e espinafre, e flores, couve-flor e brócolis. Uma voltava-se exclusivamente para a produção de brócolis-japonês e couve-flor. O cultivo de legumes, por sua vez, já se apresentou mais esparso. A denominada “lavoura branca”, que exige plantio anual do vegetal, como raízes e tubérculos (principalmente de mandioca e de batata doce) foram encontrados nos cultivos de sete unidades agrícolas e o milho em quatro. Dentre a “lavoura de temporada”, as leguminosas, especialmente o feijão, foram observadas em quatro propriedades, da mesma forma para frutos como quiabo e jiló. Outros legumes como coentro (folhosas), inhame e cará-moela (raízes e tubérculos), fava e amendoim (leguminosas) e berinjela, tomate, mogango e pimentão (frutos) também foram citados.

Em 14 (35,9%) propriedades a pecuária era voltada para a produção de leite *in natura*. A produção média das propriedades leiteiras foi 46,0 litros/dia. Segundo o IBGE, entre os anos de 1990 e 2007, a produção leiteira do município aumentou 130,1%, atingindo 5,5 milhões de litros por ano (INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA - IPEA, 2017).

A fruticultura se concentra na bananicultura e na produção de pomares. A bananicultura é quando se utiliza a banana como única fruta no sistema de cultivo. Diante disso, foram encontradas 11 (28,2%) unidades familiares produtoras de banana. Em Piranguçu, a produção de banana vem se destacando tanto pelo tamanho da área plantada quanto pelo valor da produção agrícola. O *boom* do cultivo de banana é notável a partir da

metade da década de 1990 e, em duas décadas (1990 – 2010), a área colhida de banana passou de 50 ha para 400 ha e a quantidade produzida aumentou de mais de 800% (IPEA, 2017).

Os manufaturados caseiros eram fabricados em nove propriedades e compostos por roscas e pães caseiros, coxinha, bolacha de nata, biscoito de polvilho, doces de calda e tempero caseiro, rapadura orgânica, e também queijo e iogurte. É importante destacar, no entanto, que a produção de doces é maior no Distrito do Bairro do Centro, porém não houve amostragem nessa localidade pela ausência de propriedade agrícola familiar.

Por sua vez, os pomares representam o sistema de cultivo que utiliza cultura diferente da banana ou esta acompanhada de outra espécie. Dessa forma, seis (15,4%) famílias rurais contavam com produção de laranja, de morango/amora e de banana com laranja como carro-chefe do cultivo ou com as frutíferas (banana, manga, limão, laranja, uva e maracujá) sendo um complemento à produção de hortaliças.

A avicultura foi verificada em cinco propriedades, criado “tudo sorte”. Em todas havia criação de frango e galinha para venda dos animais e dos ovos e, em uma criavam-se patos. A pecuária de corte foi encontrada em 10,3% (4) das propriedades. Ainda na pecuária, a criação de suínos foi citada por dois entrevistados como atividade econômica, assim como as que reportaram o cultivo de cana-de-açúcar. A suinocultura tem um aspecto importante porque apesar de “não dá lucro, é um banco de guardá dinheiro” (Família rural 3). A piscicultura foi citada por um único proprietário rural, em fase inicial e ainda não sendo comercializada.

Uma família entrevistada cultivava “somente arroz irrigado”. Antigamente, o arroz estava presente “por todo esse varjão” e também em áreas declivosas, o chamado arroz “sequeiro”. Hoje, são quatro unidades rurais que mantêm o cultivo de arroz. A produção de cachaça é realizada por uma unidade familiar desde 1870, porém o volume produzido reduziu drasticamente. Se “de primeiro fazia mil litros por dia”, hoje se faz 300 litros ao mês, relatou um dos proprietários.

A pecuária de leite, as hortaliças e a banana são atividades agrícolas predominantes e com grau elevado de importância econômica. Por outro lado, culturas tradicionalmente cultivadas na região como o arroz, feijão e cana-de-açúcar vêm perdendo sua importância social e econômica. A criação de aves, suínos e peixes ocorre informal e esporadicamente e em pouca quantidade. Particularmente essa decaída na agropecuária vincula-se à fragilidade das instituições públicas no município que, de maneira geral, não oferecem um aparato legislativo de apoio à agricultura familiar (FERREIRA et al., 2009; VIEIRA; RIBEIRO, 2017). Contraditoriamente, também se relaciona com a mudança na percepção de valorização do espaço rural, transformando conservação e potencial turístico da Serra da Mantiqueira em

elementos estratégicos de desenvolvimento local (ANDRADE; FERREIRA, 2013). Isso implica em um esforço no fortalecimento da ligação entre turismo e agricultura para promover mais sinergia do que conflito (ROGERSON, 2012). Os alimentos e bebidas locais são aspectos favoráveis para o turismo integrado quando permitem que a comunidade local se beneficie da experiência desejada pelo visitante (SIMS, 2009).

Os turistas procuram produtos que trazem a memória da natureza e da cultura do destino (SIMS, 2009). A rapadura é tradição familiar e produzida no engenho "puxado a cavalo", os doces (de casca de laranja, abóbora, figo, entre outros) e a cachaça secular são produtos tradicionais de Piranguçu que merecem uma maior atenção. Os pães e roscas caseiras fabricados nas fornalhas é uma prática comum no meio rural do município.

Outro exemplo, o caldo da cana-de-açúcar que tem sido pesquisado como repositor energético e carboidratos para atletas⁸. Em uma localidade onde atividades ao ar livre são favorecidas, conseqüentemente, o gasto energético é maior, a disponibilidade da bebida pode alinhar o incentivo no beneficiamento da matéria-prima ao bem-estar do visitante.

5.1.2 Canais de comercialização da produção agropecuária

Os dados da pesquisa revelam que 38,5% e 33,3% das famílias rurais entrevistadas, respectivamente, apresentavam um ou dois canais de comercialização e em 5,1% a produção era exclusivamente para a subsistência. A Tabela 2 apresenta os canais de comercialização da produção das unidades agrícolas.

Tabela 2 - Principais destinos do cultivo e/ou produção agropecuária das unidades rurais.

<i>Destino</i>	<i>Freq. Abs.</i>	<i>Freq. Rel</i>
Feiras	13	33,3%
Laticínio	11	28,2%
Venda direta	11	28,2%
Agentes Intermediários	10	25,6%
Estabelecimentos externos	9	23,1%
Estabelecimentos locais	5	12,8%
Programas governamentais	4	10,3%
CEASA	4	10,3%
Subsistência	2	5,1%

Fonte: Pesquisa de campo, junho - dezembro de 2018.

⁸ Perroni (2016)

As feiras foram os principais destinos da produção para um terço das famílias agrícolas entrevistadas. Dentre as unidades olericultoras, 62,5% comercializavam a produção em feiras (livre ou orgânica) nos municípios de Itajubá/MG e Campos do Jordão/SP. Duas famílias rurais produtoras de leite e de laranja, comercializavam os produtos na feira livre de Campos do Jordão e outra vendia a banana em feiras livres na região do Vale do Paraíba em São Paulo. Laticínios de Maria da Fé, Wenceslau Braz e Piranguinho em Minas Gerais são os principais destinos (78,5%) do leite *in natura*.

A venda direta para a comunidade local (9,0%) e para turistas (2,0%), tanto do leite quanto das hortaliças, geralmente apresentava peso relativamente baixo na renda, pois os volumes comercializados são baixos. Exceção foram dois entrevistados que tinham na venda de derivados do leite com a comunidade local uma importante fonte de renda.

A relação comercial com agentes intermediários (atravessadores) foi citada por dez famílias rurais, sendo 60% produtoras de banana e as demais leiteiras, olericultoras e produtora de laranja. A comercialização com estabelecimentos externos foi apontada por 23,1% respondentes e incluem supermercados, mercadinhos, comércio de caldo de cana, além de hotéis e restaurantes.

Quanto à venda para estabelecimentos locais, cinco entrevistados informaram esse canal de comercialização, entretanto, percebe-se vínculos comerciais informais. Os mercadinhos de Piranguçu absorvem parte da produção de rapadura e de verduras. Três famílias rurais comercializavam com empreendimentos diretamente relacionados ao TER: com uma das pousadas do município, com um dos restaurantes rurais e outra com um restaurante na sede urbana do município.

A venda para as creches de Itajubá e para as escolas municipais através de programas governamentais federais como o PNAE foram citados por quatro famílias rurais, assim como para o CEASA em Itajubá. A venda direta era realizada por uma unidade, por meio da comercialização, em domicílio, de queijo, iogurte e hortaliças em Piranguçu e Itajubá.

Percebe-se que a articulação da produção agrícola do município com a comunidade e os comércios locais é pouco intensa. As produções agropecuárias são escoadas quase que em sua totalidade para fora do município e sem agregação de valor. O distanciamento dos produtos agrícolas da comunidade local pode dificultar o desenvolvimento de uma imagem gastronômica atraente e autêntica do destino (HILLEL; BELHASSEN; SHANI, 2013). Um maior estímulo às compras governamentais, através, por exemplo, do PNAE, é uma maneira de aproximar a comunidade local por meio dos estudantes ao mesmo tempo em que favorece as unidades familiares produtoras.

Apenas recentemente, as indústrias de doces⁹ de Piranguçu começaram a fabricação de doces de banana produzida localmente. O arroz local beneficiado é vendido fora do município. O leite é vendido quase que exclusivamente para laticínios de municípios vizinhos. Dessa forma, incentivar o maior beneficiamento da produção agrícola, incrementar a compra governamental de alimentos, organizar feiras da agricultura familiar e estimular a cooperação entre atores são caminhos para reduzir essa distância e incorporar os recursos turísticos ao local.

5.1.3 As demandas da agricultura familiar

As famílias rurais agrícolas foram questionadas sobre os problemas na produção e na comercialização da produção agrícola na propriedade. A Tabela 3 sintetiza as dificuldades na produção citadas em quatro variáveis: econômicas, estruturais, naturais e políticas. Mais de um quarto (11) afirmou não ter nenhum problema na produção. É que "terra boa tem bastante", "tem massa" e o "clima bom" também ajuda. Mais de 80% dos estabelecimentos rurais do município não fazem adubação ou utilizam adubo orgânico (IBGE, 2017).

Tabela 3 - Problemas na produção observados pelas famílias rurais agrícolas.

<i>Variáveis</i>	<i>Freq. Abs.</i>	<i>Freq. Rel.</i>
Naturais	18	46,2%
Econômicas	13	33,3%
Nenhum	11	28,2%
Estruturais	7	17,9%
Políticas	5	12,8%

Fonte: Pesquisa de campo, junho de 2018.

Os problemas na produção relacionados às variáveis naturais foram os problemas predominantes informados pelas famílias rurais entrevistadas. Quase a metade das famílias rurais apontaram doenças, condições climáticas da estação, animais silvestres e o relevo como fatores que afetam negativamente a produção. Chama a atenção o prejuízo causado por animais silvestres nas lavouras, como jacu, maritacas e frango d'água, que "ataca as horta em geral" (Família rural 29) e "acaba cum tudo" (Família rural 9). A criação de animais é afetada pelo ataque de grandes mamíferos: "Esses dias levo uma galinha com treze ovo" (Família

⁹ Atualmente estas indústrias de doces totalizam cinco unidades, sendo três de base familiar e as demais apresentam um formato mais profissional e gerando aproximadamente 110 vagas de empregos diretos (VIEIRA; RIBEIRO, 2017).

rural 26). O relevo com muito morro é um obstáculo à produção no município, agravado pela pouca mecanização agrava a situação, menos do que 5% dos estabelecimentos agropecuários possuem algum maquinário agrícola (IBGE, 2017).

Lepp (2007) também encontrou a invasão de animais selvagens como um problema para unidades familiares agrícolas em Uganda, atribuída ao custo pela conservação das áreas naturais. O autor sugere um programa de seguro e ações combinadas entre o turismo e as unidades agrícolas. No Nepal, as incertezas da agricultura em função do clima e de doenças, fez do turismo um amortecedor econômico para muitas unidades rurais. Programas de conservação também podem contribuir com a implantação de estratégias que protejam as culturas agrícolas da vida selvagem (NYAUPANE; POUDEL, 2011). No caso em questão, o mais apropriado seria a construção de estufas, de preferência com materiais sustentáveis, para proteger do ataque de aves.

Em seguida, aspectos econômicos representaram o segundo maior conjunto de fatores que prejudicam a produção e estão relacionados aos custos envolvidos na atividade agropecuária. No caso da agricultura, a diminuta força de trabalho e o relevo são fatores que elevam os custos para produzir: "O relevo como é que é. Aqui não tem como muito trabaíá com trator, com máquina. É mais com braçal mesmo" (Família rural 18). Na pecuária, o "custo elevado das coisas" (Família rural 9) se relaciona aos medicamentos e à alimentação na medida em que "o leite não dá melhora" (Família rural 7).

As variáveis estruturais são aquelas inerentes ao contexto da agricultura familiar (campesinato) na estrutura agrária brasileira. A escassez de mão de obra no campo e a baixa disponibilidade de terra¹⁰ são os pontos preponderantes que afetam a produção nas unidades rurais entrevistadas. O pequeno potencial de retenção e a atração dos centros urbanos mais desenvolvidos economicamente fizeram com que diversas pequenas localidades do sul de Minas Gerais apresentassem estagnação, ou até mesmo decréscimo populacional (ANDRADE; FERREIRA, 2013). A baixa qualidade de serviços de saneamento básico e água encanada, a taxa de analfabetismo maior no meio rural devido ao contexto histórico, a dificuldade de acesso a terra, a falta de serviços sociais são razões para os jovens se deslocarem para a cidade (CASTRO et al., 2013).

Variáveis políticas envolveram aspectos relacionados à ação do poder público municipal como a infraestrutura deficiente para o escoamento hídrico nas estradas rurais

¹⁰ Dados do IBGE referentes à condição do produtor em relação à posse da terra no município mostram que o número de proprietários e arrendatários reduziu 30% e 36%, respectivamente, entre a década de 1980 e 1996 (IPEA, 2017). Isso pode ser um indicativo da concentração de terras, o que torna a terra pouco disponível.

causando o alagamento da área de cultivo e o acúmulo de lixo pela carência de serviços de coleta na comunidade. No que tange ao governo estadual, a assistência técnica da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) no município foi considerada distante por não conhecer “as práticas da roça” (Família rural 4) ou por priorizar a atividade leiteira. A assistência técnica na região historicamente apresenta um viés tecnicista e unidirecional (FERREIRA et al., 2009). No município percebe-se uma carência de ações da Secretaria Municipal de Agropecuária e Meio Ambiente e da EMATER em atender às necessidades da agricultura local (VIEIRA; RIBEIRO, 2017).

As famílias rurais agrícolas também foram questionadas sobre as dificuldades encontradas na comercialização da produção (Tabela 4). Aproximadamente, um quarto afirmou não ter problema algum na comercialização da produção.

Tabela 4 - Problemas na comercialização observados pelas famílias rurais agrícolas.

<i>Dificuldades</i>	<i>Freq. Abs.</i>	<i>Freq. Rel.</i>
Baixa valorização	14	35,9%
Escassez de mercado	11	28,2%
Nenhum	8	20,5%
Logística	6	15,4%
Concorrência elevada	6	15,4%
Infraestrutura municipal	5	12,8%
Exigências legais	2	5,1%
Outros	2	5,1%

Fonte: Pesquisa de Campo, junho - dezembro de 2018.

Para 35,9% das famílias rurais entrevistadas sua produção agrícola não é valorizada. A baixa valorização, portanto, é o agravante principal, pois desequilibra o balanço entre a renda e o trabalho e investimento despendidos na atividade. Na atividade leiteira a questão do preço da venda da produção aparenta ser mais atenuante, especialmente na pequena produção: "O que eu ganho, é o empate que eu tenho no gado" (Família rural 4).

Acompanhando a baixa valorização, vem escassez de mercado como segundo principal (28,2%) empecilho na comercialização. "O mais difícil é vendê esse produto...vendê caro né? Porque vendê pra perdê dinheiro não adianta nada. Aí perde na roça aqui" (Família rural 10). Isso indica poucas alternativas viáveis de escoamento da produção e o desejo de estabelecer outros canais de comercialização.

A venda ligada ao turismo rural, feiras livres e venda para pousadas e restaurantes privilegiam o circuito curto de comercialização. Esse modelo pode dotar a unidade rural de maior autonomia e contribuir para valorizar os produtos locais e incentivar a transição para sistemas de produção e consumo mais sustentáveis (DAROLT et al., 2016).

A dificuldade de seis famílias produtoras (15,4%) diz respeito à logística em função da distância do mercado, pois os principais são Itajubá e Campos do Jordão. Outro fator foi a falta de veículo apropriado para transportar a produção, o que representa uma restrição de comercialização para agricultores locais (TORRES, 2003). Uma peculiaridade do turismo, que o diferencia de outras atividades econômicas, é que nele o consumidor-visitante se desloca para consumir o produto, dado que este é fixo, localizado (OLIVEIRA, 2000). Ele se consome de imediato, e habitualmente há contato direto entre o trabalhador (a) de turismo e o visitante (CORDERO, 2006).

Outro ponto visto como um dificultador no momento da comercialização é a alta concorrência, principalmente com supermercados e intermediários, como lembra esse proprietário rural.

Quando nós começemo a fazê feira em Campos do Jordão, então lá não tinha supermercado, não tinha nada. Tinha só o mercado lá. Então ocê chegava com duzentas dúzia de ovo... tava todo mundo querendo. Hoje ocê leva dez dúzia de ovo lá, ocê não vende de jeito nenhum, porque o supermercado hoje tá cheio né? (Família rural 6).

A infraestrutura municipal vem logo em seguida com cinco entrevistados apontando a “estrada ruim” que não “ajuda escoá a produção” (Família rural 6). A questão é tão complicada que “começô a dá muito problema no carro, daí eu parei” (Família rural 8) e “já chegô até caso de tá tudo colhido e não ir pra feira. Jogá tudo fora por causa da estrada” (Família rural 27). O desenvolvimento dessa infraestrutura é fundamental para maximizar os vínculos potenciais entre turismo e agricultura, pois elas não só ajudam a agricultura no fornecimento de alimentos, como também permitem aos turistas se deslocarem para apreciar as paisagens rurais (TELFER; WALL, 1996, 2000; TORRES, 2003).

As exigências vindas da vigilância sanitária e órgãos de fiscalização ambiental também são vistas como problemas para famílias entrevistadas. As regulações governamentais excessivamente restritivas exigem elevados investimentos de capital e alta geração de renda, raramente disponíveis no quadro da agricultura familiar brasileira, e isso desestimula a formação de redes alimentares regionais e a criação de especialidades artesanais (HILLEL; BELHASSEN; SHANI, 2013).

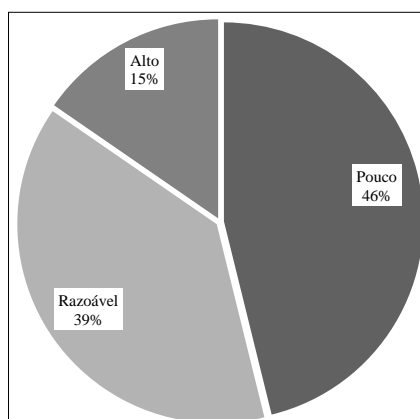
Outros problemas envolvem a contaminação do leite armazenado no tanque comunitário por terceiros, o que acaba prejudicando todas as demais unidades produtoras que utilizam o espaço. O pouco poder na negociação com grandes empreendimentos, havendo a transferência indevida de impostos na receita do produtor(a), não sob a compra realizada pelo comércio.

5.1.4 A visão do turismo no espaço rural pelas unidades familiares

Para vislumbrar a integração da agricultura familiar com o TER deve-se ter como premissa que o turismo representa um “mundo” distante para a maioria dos agricultores e agricultoras, principalmente localizadas ao sul do município. Na porção norte a presença de chácaras de segunda residência e de visitantes é mais intensa. Ali o turismo e a conservação ambiental limitou substancialmente o desenvolvimento da agricultura familiar.

Para avaliar o nível de conhecimento sobre o TER das famílias rurais agrícolas entrevistadas foi realizado um julgamento por juízo de valor baseado na avaliação do pesquisador sobre como essas famílias compreendiam a noção de TER e como observavam os recursos turísticos no município, elaborando-se uma classificação em três categorias de conhecimento: pouco, razoável e alto. De maneira geral, as famílias rurais agrícolas entrevistadas mostraram-se pouco entendidas sobre o turismo que ocorre no espaço rural do município (FIGURA 4).

Figura 4 - Proporção do nível de conhecimento das famílias rurais agrícolas sobre o TER.



Fonte: Pesquisa do autor, junho – dezembro de 2018.

O “pouco conhecimento” sobre o TER se caracterizou quando houve um desconhecimento total de "o que que é isso?" (Família 1) e de "como que é o turismo?"

“(Família rural 14). Ou quando as respostas foram abrangentes, não esclarecendo o que (“até tá parecendo, mas muito pouco” – Família rural 15) e nem o onde (“eu acho aqui um lugar bonito” – Família rural 26) está o turismo no espaço rural do município. Em algumas ocasiões não houve associação de atividades já presentes no cotidiano local como turísticas, como são as festas tradicionais, cavalgada ou cicloturismo. É o ponto de visualizar “nada na área de turismo” e nem “nada de turista” na região. As famílias com esse nível de conhecimento tendem a localizarem distantes de atrativos naturais reconhecidos e/ou de rotas daqueles que elas consideram como verdadeiros “turistas”, um público típico de Campos de Jordão.

As famílias rurais que foram enquadradas com conhecimento razoável, enfatizavam as atividades que por ventura eram realizadas na comunidade em que moravam, em especial o cicloturismo e *motocross*.

Gente de fora que passa muito aqui de carro. Bicicleteiro passa bastantinho. Passa povo a cavalo também (Família rural 28).

A turistada vem passeá pra vê o rio...a paisagem por aqui. Moto todo fim de semana é cheio. Bicicreteiro tem uma turma também (Família rural 32).

O rapel que eis faz ali. Esse caminho [Trilha do Frei Galvão] é muito bom também. Sempre eis tão passando por aí (Família rural 11).

Somente 15% das famílias rurais pode-se dizer que tinham um conhecimento alto acerca do TER, essas tinham uma visão além do entorno. “Tem uns cara que faiz voo. Faz bastante trilha a pé aqui também...Evento religioso assim tem bastante...Piranguçu inteiro” (Família rural 3). Estudos indicam que o maior conhecimento dos residentes locais sobre a contribuição do turismo pode-se traduzir em uma maior percepção das influências positivas do turismo na imagem e na economia da comunidade (ANDERECK et al., 2005; LÁTKOVÁ; VOGT, 2012; MCGEHEE; ANDERECK, 2004).

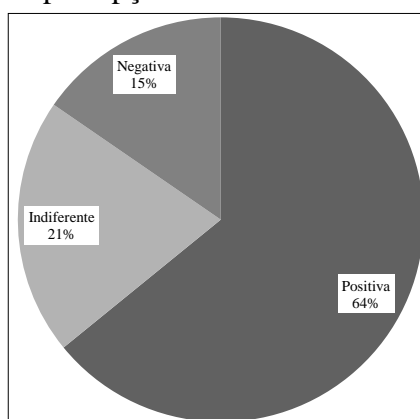
O pouco conhecimento é em grande parte devido à falta de iniciativa dos gestores responsáveis pelo turismo em integrar as unidades familiares agrícolas ao TER. Exceto em uma propriedade, os demais agricultores e agricultoras afirmaram nunca terem sido procuradas pela Secretaria Municipal ou pelo COMTUR. Interessante que no caso, o contato ocorreu após a propriedade abrir para o turismo e ganhar *status* diferenciado pelo modo de produção orgânico.

“Eles já entraram em contato depois que a gente começou o trabalho...ou então compartilharam [divulgação no *facebook*] com a gente. Mas eles vir em parceria, isso aí não, de vir, vamos montar uma estratégia” (Família rural 25).

Ao que pese o baixo conhecimento e a falta de informação, houve uma inclinação maior para os aspectos positivos do TER. Os agricultores e agricultoras rurais foram indagados se a atividade representava algo positivo ou negativo, isto é, como elas avaliavam os efeitos do turismo no espaço rural no município. Compreender a percepção da comunidade local do desenvolvimento do turismo é extremamente importante para o sucesso de um destino turístico (ANDRIOTIS, 2005).

O apoio ao turismo pode ser medido pelas percepções da população local, que refletem a extensão da aceitabilidade do turismo (ANDRIOTIS, 2005) e uma indicação se o desenvolvimento do turismo atende às condições locais (LEPP, 2007). Entender as opiniões dos moradores é fundamental para obter apoio para o desenvolvimento futuro (MCGEHEE; ANDERECK, 2004). Majoritariamente, as famílias agrícolas entrevistadas se manifestaram de forma favorável à atividade em diferentes níveis de influência individual, comunitário ou municipal (Figura 5). Para aproximadamente um quarto dos entrevistados o TER é “invisível”. Trata-se de algo tão abstrato na rotina que a atividade não tem existência, conseqüentemente é “normal”, não tem “contato nenhum”.

Figura 5 - Frequência das percepções das famílias rurais agrícolas sobre o TER.



Fonte: Pesquisa de campo, junho – dezembro de 2018.

Mais de 60% famílias rurais entrevistadas têm uma visão positiva do TER, enfatizando principalmente os benefícios econômicos para o município e para a comunidade. Em geral, os benefícios econômicos são uma das influências mais importantes na avaliação dos residentes em relação ao turismo (GARCÍA; VÁZQUEZ; MACÍAS, 2015). A receita derivada do

turismo é “uma fonte de arrecadação pro município” (Família rural 18) porque “movimenta mais [dinheiro]” (Família rural 12) já que o “pessoal consome” (Família rural 10) mais produtos do local. A dinamização da economia da comunidade também seria favorecida. Segundo alguns respondentes, isso “aumentava até o dinheiro do bairro” (Família rural 20) e “promovia o negócio aqui” (Família rural 2). Similarmente, esses benefícios também foram encontrados em outros estudos junto aos residentes locais (ANDERECK et al., 2005; LÁTKOVÁ; VOGT, 2012; LEE, 2013; MCGEHEE; ANDERECK, 2004). O TER também tem o papel de tornar o lugar conhecido, conforme um proprietário rural, ele “é coisa importante pra conhecer o lugar, divulga também muito. O lugar que não vai ninguém, ele fica esquecido” (Família rural 6).

Outros fatores positivos associados ao TER envolveram a possibilidade de adquirir novos conhecimentos, de valorizar o modo de vida rural e de conservação do meio natural. Um aspecto interessante é a noção que alguns têm do turista, como ilustrado na fala de um dos agricultores entrevistados: “É bom. Eis são educado, eis trata a gente bem. Eis são mió que a pessoa do lugar. Na educação, na conversa. O sotaco nosso eis gosta. A humildade nossa eis gosta” (Família rural 26).

As percepções negativas acerca do TER se relacionam aos danos à propriedade, ao conflito de propriedade e aos riscos decorrentes de atividades turísticas. A modalidade *off road* de *motocross* é a que causa mais transtornos, geralmente porque “eles passa nos pasto, larga as porteira aberta. Mistura os gado tudo” (Família rural 16) ou pelo “baruião danado, às vez criança na estrada e assusta as criança. É um perigo” (Família rural 19).

Outra família entrevistada, a qual reside em local que atravessa uma rota tradicional, se queixa de alguns motoqueiros que acabam abrindo “cavas” e “subindo no pasto” que “eu [produtor] vivo disso” (Família rural 4). Surpreendentemente, o voo livre gera danos financeiros a uma unidade produtora de leite, causando até perdas do rebanho: “A criação vê aquela coisa em cima e dispara pro meio do pasto...arrebenta a cerca, cai na ribanceira” (Família rural 9). A prática de caminhadas também tem potencial de prejudicar os produtores de gado, pois o visitante “joga uma sacola lá [pasto], a vaca vai e come aquilo. É perigoso né?” (Família rural 17). O uso sem autorização das trilhas que ligam a atrativos turísticos foi um conflito observado entre o proprietário da área e a operadora de turismo local.

“E o cara que tá organizando diz [dizem] que cobra as pessoas pra levá lá. E a gente que é o dono nem fica sabendo...É propriedade particular, tão entrando sem pedir. O meu medo maió, que dá vontade de proibir, é o fogo” (Família rural 17).

A constatação das opiniões da comunidade local tem implicação importante no planejamento do turismo, pois estudos indicam que residentes locais que percebem benefícios e impactos positivos do turismo apoiam mais o desenvolvimento do turismo (ANDERECK et al., 2005; LÁTKOVÁ; VOGT, 2012; LEE, 2013; MCGEHEE; ANDERECK, 2004; STYDILIS et al., 2014). Isso não necessariamente conduzindo a um comportamento pró-turismo, mas sim aumentando as intenções de se comportar de maneira condizente com o turismo (LEPP, 2007). Da mesma forma, aqueles que não visualizam benefícios tendem a perceber mais os efeitos negativos do turismo e a apoiar mais as restrições ao seu desenvolvimento (LÁTKOVÁ; VOGT, 2012; LEE, 2013; MCGEHEE; ANDERECK, 2004).

O desenvolvimento do turismo no município está em fase inicial (BUTLER, 1980), o que, em parte, influencia na percepção do turismo. Algumas pesquisas mostram que nas fases iniciais os efeitos do turismo ainda não são percebidos tão intensamente pelos residentes locais a ponto de serem mais propensos a concordar que o turismo tem impactos positivos (BUTLER, 1980; GOMES; ROMANIELLO; SILVA, 2006; LONG; PERDUE; ALLEN, 1990; MCGEHEE; ANDERECK, 2004). Porém, outras já não encontram diferenças nas percepções dos impactos com base no nível de desenvolvimento do turismo (ALLEN et al., 1993; LÁTKOVÁ; VOGT, 2012) ou revelam o oposto (NYAUPANE; POUDEL, 2011). Sumariamente, pode-se inferir que as percepções favoráveis estão relacionadas ao baixo desenvolvimento turístico e à baixa atividade econômica do município, o que cria expectativas em volta do turismo (ALLEN et al., 1993), não significando que os atributos negativos sejam completamente ignorados (ANDERECK et al., 2005).

Os relatos das percepções dos agricultores e agricultoras familiares possibilitam extrair algumas considerações importantes. A primeira é que o TER no município se encontra desordenado, sem instrumentos que estabeleçam normas para a atividade turística e resguardem os direitos da população rural. A segunda é que o TER para a agricultura familiar é uma realidade ainda ofuscada, muito pela falta de mecanismos de comunicação e diálogo do poder público municipal que estreitam essa conexão. A terceira é que o TER, de maneira geral, apresenta um bom índice de aprovação, exceto nos casos em que há danos diretos à propriedade, embora não beneficiem de forma significativa os trabalhadores e trabalhadoras rurais entrevistadas.

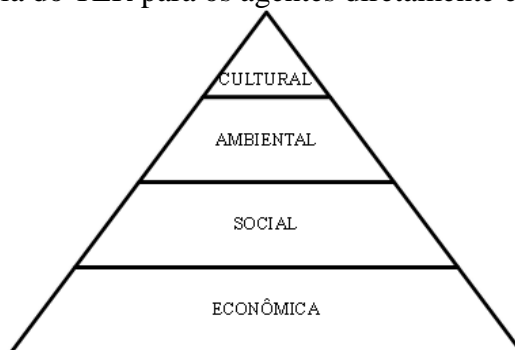
5.2 O turismo como impulsionador da economia

Ao todo foram entrevistados dez agentes diretamente envolvidos com o turismo, sendo sete proprietários e proprietárias de estabelecimentos de hospedagem ou restaurantes, o proprietário da operadora de turismo, o representante da ONG local e o diretor de turismo do município. Em termos de escala são poucos empreendimentos turísticos, a maioria gerida por uma família e com capacidade de suporte pequena das acomodações (média de 30 hóspedes/acomodação). Os empreendimentos pesquisados não têm mais do que 20 anos de existência, o mais antigo é de 2002 e o mais recente é de 2016. Os estabelecimentos de pequena escala são uma força importante na economia local e mais prováveis de estabelecerem ligações diretas com a agricultura familiar local (TELFER; WALL, 2000; TORRES, 2003). Tal fato significa que pode haver um vazamento econômico fora da região relativamente baixo, reforçando a dimensão de endogeneidade do TRI (SAXENA; ILBERY, 2008).

5.2.1 A beleza natural em meio à Serra

Os potenciais aspectos econômicos provenientes da atividade se sobressaíram em relação à importância social, ambiental e cultural que o TER pode vir a desempenhar. A Figura 6 demonstra que a importância do TER, segundo os (as) agentes diretamente envolvidos (as) com o turismo, é primordialmente da perspectiva econômica, com efeitos em escala individual e municipal. Essa tendência está relacionada aos discursos pró-turismo na área rural com ótica econômica e de inserção na lógica mercadológica (FROEHLICH, 2000).

Figura 6 - Importância do TER para os agentes diretamente envolvidos no turismo.



Fonte: Pesquisa de campo, junho de 2018.

O turismo no espaço rural é visto pelos atores envolvidos diretamente como "a salvação da zona rural". É "essencial" (Agente turístico 7) para o município em virtude do enfraquecimento do setor agropecuário nos últimos anos¹¹ e uma oportunidade de adquirir "autonomia econômica" (Agente turístico 3), levando a crer que a atividade seja a próxima "grande indústria de Piranguçu" (Agente turístico 4). Essa capacidade de alavancar a economia vem do aumento da receita de "impostos" e do dinheiro que "gira dentro do município".

A dinamização da economia local foi ligada ao TER pela possibilidade de "articular outros comércios", de estimular o comércio local a contratar mais pessoas e de aumentar o consumo de produtos da agropecuária, pois com o fluxo de visitantes "vai gastá mais verdura do agricultor, vai gastá mais leite, mais fruta do feirante" (Agente turístico 5). É uma alternativa de renda para a comunidade que pode "oferecer os produtos gastronômicos" (Agente turístico 1) ou quando o visitante "acaba gostando da região e comprando [uma propriedade] e empregando gente que tá na roça" (Agente turístico 6). A valorização do lugar causada pela especulação imobiliária foi outro aspecto positivo do TER. Entretanto, o movimento especulativo pode acabar levando ao fracionamento das terras e a expulsão de famílias como observado por Marafon (2006).

É essencial relativizar essa importância do turismo. A dependência no setor é arriscada para o equilíbrio da economia local por seu efeito sazonal, variando constantemente as receitas, e pela demanda extremamente elástica em função de fatores políticos, econômicos e sociais (DIAS, 2003). A especialização exigida pelo turismo e seu aspecto flutuante gera normalmente empregos temporários e de baixa qualificação, e, geralmente, acompanhados de baixa remuneração (CORDERO, 2006; LÁTKOVÁ; VOGT, 2012; RAMALHO, 2016; SCHNEIDER; FIALHO, 2000; SOUZA; SANTOS; THOMÉ-ORTIZ, 2017).

Apesar do crescimento no número de empregos, o TER pode não ser suficiente para inserir a comunidade local (RAMALHO, 2016), pois a exigência de qualificação profissional leva à contratação de pessoas de fora da comunidade (SAUFI; O'BRIEN; WILKINS, 2014). No mesmo sentido, pode ser um caminho para a permanência dos jovens no meio rural, reduzindo ou retardando a migração para a cidade (CLARK; CHABREL, 2007; SCHNEIDER; FIALHO, 2000; SOUZA; SANTOS; THOMÉ-ORTIZ, 2017).

¹¹ A partir dos anos de 1980, a agropecuária inicia sua fase de decadência com redução de sua importância na economia do município. A receita agropecuária e o valor da produção agropecuária diminuíram mais de 60% de 1975 a 1996 (IPEA, 2017).

Socialmente, a importância do TER é pelas possíveis “melhorias na educação, saúde” (Agente turístico 4) e na infraestrutura municipal, consequentemente uma qualidade de vida de melhor.

“É um meio que a prefeitura pode melhorar estrada, melhorar ponte. Porque se tem uma estrada adequada, o turista não vai se importar se tá chovendo, se tá frio” (Agente turístico 5).

A presença de visitantes tende a levar o poder público a tratar o fornecimento de água, o tratamento de esgoto e recolhimento de lixo e melhorias nas estradas como medidas prioritárias (OLIVEIRA, 2000). Alguns estudos mostram que o desenvolvimento do turismo trouxe melhorias nas estradas, pontes e serviços utilitários (ANDERECK et al., 2005; LÁTKOVÁ; VOGT, 2012; LEE, 2013). Isso revela o aspecto de complementariedade dos serviços, os quais também podem ser apreciados por pessoas locais (CLARK; CHABREL, 2007). É dever do poder público “assegurar a igualdade de acesso, dos piranguenses e dos visitantes, às áreas públicas de recreação” (MINAS GERAIS, 2013, p. 2).

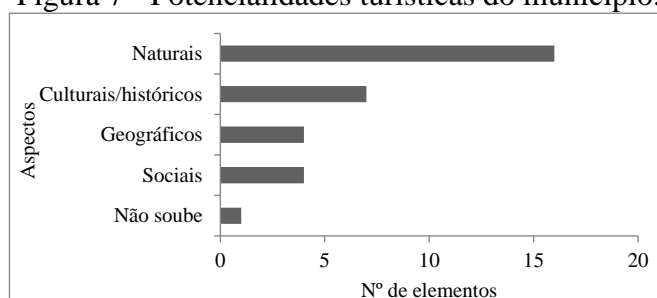
A importância do TER para o meio ambiente foi apontada por três respondentes por contribuir com a “preservação” através da conscientização pela “educação ambiental” ou por ações de reflorestamento de “nascentes” e do “turismo ecológico”. Um respondente mostra a interdependência entre turismo e conservação da natureza: "Se você quer aproveitar o meio ambiente, primeiro tem que cuidar dele" (Agente turístico 7). A preservação de áreas naturais em alguns casos é o principal fator percebido pelos residentes locais (ANDERECK et al., 2005), corroborando com a afirmação dos agentes entrevistados. O turismo é uma ferramenta importante para melhorar os vínculos entre a conservação da biodiversidade e a melhoria de subsistência da população local, desde que acompanhado por um programa mais amplo de conservação que forneça oportunidades econômicas, desenvolva atividades de capacitação, facilite o acesso a informações e promova a conscientização ambiental (NYAUPANE; POUDEL, 2011). Em alguns contextos rurais da Serra da Mantiqueira, as políticas de conservação ambiental e o estímulo ao turismo, aparentemente, não correspondeu às necessidades e vontades das populações rurais (ANDRADE; FERREIRA, 2013).

Para dois respondentes, o TER teve importância por valorizar a cultura e os produtos locais ao “resgatar o antigo” (Agente turístico 2) e ao “valorizar mais a produção [local]” (Agente turístico 6). Esse aspecto deveria ser mais reforçado, pois as atividades turísticas na região sul mineira estão diretamente relacionadas com o cotidiano produtivo e cultura rural, “a manutenção das tradições rurais é fator fundamental, pois este é o seu principal atrativo turístico” (ROQUE; ALENCAR, 2001, p. 12).

5.2.2 Os potenciais turísticos no meio rural

Os (as) atores diretamente envolvidos (as) no TER foram questionados sobre as potencialidades turísticas do município, isto é, o que o qualifica como um “lugar privilegiado” (Agente turístico 1). Observa-se na Figura 7 o predomínio dos aspectos naturais do município com 16 elementos relacionados, seguidos pelos aspectos culturais e históricos com sete, sociais e geográficos com quatro. Um respondente não soube responder.

Figura 7 - Potencialidades turísticas do município.



Fonte: Pesquisa de campo, junho de 2018.

Os aspectos naturais remetem principalmente à paisagem moldada pelas montanhas da Serra da Mantiqueira, citada por oito entrevistados. A paisagem é um recurso turístico de grande valor, pois transmite a essência do turismo, a mudança física de lugar. A paisagem rural¹² se sobressai pela diversidade de componentes que formam um cenário visualmente variado e pela singularidade dos elementos ou manifestações com valores e significados distintos para cada visitante (PIRES, 2003). Os agricultores e agricultoras locais desempenham influência significativa na construção e moldagem dessa paisagem rural e na preservação de tradições culturais (WANDERLEY, 2000), ressaltando a importância da agricultura familiar para o turismo. A paisagem que atrai os visitantes é uma mistura que integra os cultivos agrícolas, os remanescentes florestais, os cursos de água e as casas (SILVA, 2007), junto às montanhas, um excelente produto de comercialização turística por oferecerem várias opções de lazer (OLIVEIRA, 2000).

Outras características naturais do município foram o clima agradável e a biodiversidade, citadas em cinco e três entrevistas respectivamente. A riqueza de fauna e flora

¹² A paisagem rural é o “conjunto e composição cênica de características e elementos presentes no meio rural”. As características da paisagem são determinadas, sobretudo a topografia e o uso do solo – extensivo, intensivo ou diversificado – e os elementos típicos são os povoados e vilarejos isolados, estradas e caminhos de terra, rodas d’água, moinhos, templos religiosos, fornos de carvão, entre outros (PIRES, 2003, p. 126).

é um fator importante de atração de Piranguçu, cujos 67% do território estão dentro da APA Serra da Mantiqueira, unidade de conservação federal. Os elementos naturais e culturais existentes em áreas protegidas¹³ representam grandes atrações para as pessoas (CEBALLOS-LASCURÁIN, 1995).

Em relação aos aspectos culturais e históricos, a cultura do meio rural como um todo é o quesito mais importante para três dos atores diretamente ligados ao TER entrevistados. A “maneira que a gente vive aqui na roça” é uma oportunidade àqueles que “não conhece coisa de roça” (Agente turístico 5) experimentar essa vivência no município. É o que Silva (2007, p. 153) chamou de “formas de ser e de estar genuínas ao espaço físico e social em que se materializam, é a concepção do campo como um lugar de autenticidade”. O artesanato local a partir de fibras, sementes e palhas vegetal foi lembrado em duas entrevistas. Ele é representado especialmente pela Associação Piranguçuense de Artesanato¹⁴ que produz uma diversidade de produtos com foco de mercado nos visitantes de Piranguçu, porém em pequenas quantidades (PIMENTA; MELLO, 2014).

Os demais atributos qualitativos do município foram observados apenas uma vez e envolvem o estilo pitoresco da cidade e as festas tradicionais rurais¹⁵. Os estilos arquitetônicos tradicionais do local parecem agradar os visitantes (CAWLEY; GILMOR, 2008). Os festivais locais são capitais turísticos, por meio dos quais os recursos locais são transformados em atrações comercializáveis (QUAN; WANG; 2004) e representa um ótimo exemplo de complementariedade no turismo, pois abordam aspectos populares da comunidade local e atraem visitantes, que contribuem financeiramente para a manutenção desses eventos culturais. Além disso, pode ampliar o mercado dos produtos locais (BARCUS, 2013; BLANCO, 2004; CLARK; CHABREL, 2007) e ajudam a melhorar a identidade local (QUAN; WANG, 2004). Ao promover a interação social os festivais locais captam uma das principais razões para o consumo de alimentos locais por turistas (KIM; EVES, 2012).

Aqui destaca-se a fala do diretor de turismo sobre essas festas: "Alguns enxergam [como turismo]... a Festa do Doce enxerga, a Festa do Centro enxerga". Essa fala é procedente

¹³ Para ter noção da importância dessas áreas. A estimativa de visitas a 556 áreas protegidas terrestres em 51 países no período de 1998 e 2007 é de oito bilhões de visitantes ao ano e um impacto econômico na ordem de US\$ 600 bilhões anuais (BALMFORD et al., 2015).

¹⁴ Fundada em 2008, a Associação em 2013 contava com 13 artesãs e artesãos. Já nessa época a coesão dos membros e o apoio do poder público municipal estavam enfraquecidos (PIMENTA; MELLO, 2014). Hoje, embora juridicamente ativa, as atividades foram reduzidas e o imóvel da sede foi devolvido, já que a prefeitura não se dispôs mais à pagar o aluguel.

¹⁵ As festas são espalhadas pelas comunidades rurais e de cunho bastante religioso, dedicadas a diversos padroeiros e padroeiras. Mas também a Festa da Banana, do Doce e da Leitoa.

com o achado nesta pesquisa, em que as festas não são vistas como turismo, mas sim como cultura, tradição. Um evento de celebração comunitária. Por sinal, essas festas apresentam grande potencial de posicionar o município como um atrativo gastronômico autêntico, pois se percebe certa ligação entre comida, lugar e comunidade (HILLEL; BELHASSEN; SHANI, 2013).

A posição geográfica estratégica foi apontada por quatro atores sociais ligados ao TER como um dos principais fatores que credencia o município como um potencial destino turístico. A proximidade de Campos do Jordão e outros municípios com “procura grande por turismo” (Diretor de turismo) contribui para atrair pessoas. Os aspectos sociais que podem contribuir para o desenvolvimento do TER dizem respeito à receptividade da população local, citados por duas entrevistadas, que “faz bem para as pessoas que vem para Piranguçu” (Agente turístico 3). A segurança foi lembrada e de fato o município é pacato. Somente uma respondente citou os produtores e produtoras rurais, “muito acessíveis e dispostos a trabalhar, a mostrar o que eles têm para oferecer” (Agente turístico 3).

Quanto aos principais atrativos do município, segundo os atores diretamente ligados ao TER, destacam-se as muitas atividades ao ar livre possíveis nas trilhas ecológicas, o *trekking*, o cicloturismo e o *motocross*. A Trilha do Difunto¹⁶ que dá acesso à rampa de voo livre. Os picos, destacando a Pedra da Boa Vista, a Pedra da Chita e a Pedra da Nuvem Branca, e as cachoeiras, especialmente a Cachoeira São Bernardo, também foram bem citados.

Outros atrativos envolvem as vilas rurais, com algumas se sobressaindo como o bairro do Centro, a Vila Maria e os produtos locais como a cachaça e a agricultura familiar de morango. “[O turista] gosta de vim pra, assim...contemplar a natureza, ter contato com as coisas da roça. Vai lá vê o galinheiro, as galinhas, acha isso importante” (Agente turístico 5). Reconhecer a agricultura familiar como guardião das tradições culturais cuja origem está associada aos trabalhos do campo e às práticas tradicionais (WANDERLEY, 2000) revela a importância de envolver as unidades agrícolas no desenvolvimento do TER. Um atrativo que chamou atenção foi a represa São Bernardo¹⁷, mas francamente “a região toda da Vila Maria é atrativo” (Diretor de turismo). Tanto é que o aproveitamento de represas de geração de

¹⁶ Na verdade se trata de uma estrada aberta por onde antigamente moradores dos bairros do outro lado da Serra dos Coelho transportavam os falecidos até a sede urbana de Piranguçu. No cume o defunto era ancorado em uma armação de madeira enquanto as pessoas descansavam da subida e até hoje é possível observar uma cruz que simboliza o antepassado do caminho.

¹⁷ O Inventário de Proteção do Acervo Cultural (IPAC) - Exercício 2017 de Piranguçu classifica o Conjunto Paisagístico da Represa da Usina São Bernardo e a Cachaça Sassafráz como bens protegidos, nas categorias Estruturas Arquitetônicas/Urbanísticas e Bem Material, respectivamente.

energia elétrica desponta como um fator de indução do turismo no meio rural (SANTANA; SANTOS, 2016; SILVA; VILARINHO; DALE, 1998).

O desenvolvimento do TER é claramente definido dentro de uma estrutura local e procura enfatizar o ambiente local e, em menor grau, os atributos específicos do rural. No entanto, há de maneira geral, uma seletividade nos atrativos, concentrando-se nas localidades elevadas, mais preservadas e menos povoadas. É que os bairros da serra "têm um perfil diferenciado, um clima diferenciado, a proximidade com Campos do Jordão" (Agente turístico 4). A Grande Pedra Vermelha, como ainda hoje é conhecida, não foi lembrada por nenhum agente envolvido (a) com o turismo, embora o nome do município venha *Piranga-Uçu* que era como os índios Puri-Coroados chamavam qualquer pedra elevada, que apresentasse a cor vermelha (PREFEITURA MUNICIPAL DE PIRANGUÇU, 2019).

Essa seleção em relação às áreas com potencial de expansão pode conduzir à depressão e à crise, ao invés de dinamizar a economia local, acentuando os desequilíbrios dentro do próprio território (SCHNEIDER; FIALHO, 2000). A abordagem em redes sugere uma maior dispersão de atrações turísticas, e conseqüentemente de turistas, com menos atenção ao desenvolvimento de locais específicos ou atrações únicas (OLIVER; JENKINS, 2003).

Em sua essência, o TER é de muitos tipos diferentes como retrato da complexidade ambiental, econômica e histórica do meio rural (LANE, 1994). Aliás, nenhum atrativo histórico foi citado pelos agentes envolvidos com o TER e a promoção do potencial turístico dos lugares históricos promove o caráter de endogeneidade do turismo (CLARK; CHABREL, 2007). O município, por exemplo, apresenta inúmeras igrejas/capelas rurais, grutas e fazendas históricas que poderiam ser melhores aproveitadas como recurso turístico.

O público visitante nos empreendimentos turísticos entrevistados varia de acordo com a categoria. Nos serviços de alimentação prevalecem famílias, motoqueiros e cavaleiros e nos serviços de hospedagem ciclistas e famílias/casais, mas também escaladores, executivos de empresas e peregrinos. A operadora de turismo é especializada em "caminhadas ecológicas", atraindo praticantes de *trekking* com foco no ecoturismo¹⁸. A ONG promove o Enduro a Pé da Serra que, segundo o membro entrevistado, é de "cunho ambiental, educação, contribuição social" e intuito de "mostrar a cidade não só pro pessoal de fora, mas pro pessoal da cidade

¹⁸ "Uma forma sustentável de turismo baseado nos recursos naturais, que focaliza principalmente a experiência e aprendizado sobre a natureza; é gerido eticamente para manter um baixo impacto, é não predatório e localmente orientado (controle, benefícios e escala). Ocorre tipicamente em áreas naturais, e deve contribuir para a conservação ou preservação destas" (FENNELL, 2002, p. 53).

também. Muita gente aqui nem conhece a cidade". Acima, vimos que além desses, temos a canoagem e o turismo rural observados/realizados pelas unidades rurais, além do voo livre.

Essas modalidades se encaixam no turismo alternativo, no qual as estratégias enfatizam empreendimentos locais de pequena escala, muitas vezes familiar, participação da comunidade local no planejamento e sustentabilidade cultural e ambiental (BROHMAN, 1996). Por tratar de um município com mais da metade do território em uma unidade de conservação, onde as atividades agropecuárias são restritas ou mesmo não podem ser praticadas, o ecoturismo, por exemplo, é a modalidade mais recomendada por ser capaz de dinamizar as economias locais e por sensibilizar a alocação de investimento público para a conservação (KINKER, 2002; SILVA; VILARINHO; DALE, 1998; WOOD, 2002). O turismo equestre é um forte nicho de mercado em muitas áreas rurais. O aumento extraordinário no interesse e na imagem do ciclismo coloca o *mountain bike* como o sucesso mais recente de todas as atividades no campo por oferecer opções de uso produtivo para a terra de baixa qualidade agrícola ou as florestas (LANE; KASTENHOLZ, 2015).

O *mountain bike* é uma modalidade bem conhecida em Piranguçu, inclusive com eventos acontecendo no município, mas segundo o diretor de turismo, a questão é “complicada”.

Eu liguei pra eles [organizadores], mas não tive resposta nenhuma. Porque eu acho errado, a pessoa passar no município e não pedir autorização, procurar a Secretaria. Quem sai perdendo é o município. Nunca teve ações que pontuassem o município. O ICMS do esporte nunca passou de cinco reais (Diretor de turismo).

Como se vê, o município apresenta uma gama significativa de atividades e atrativos turísticos, porém todo esse potencial de se tornar um destino turístico, de destaque e com peso importante para a economia local, permanece adormecido e pouco explorado. Piranguçu ainda “tem que virar um produto [turístico]” como observado por um respondente. O fluxo médio de visitantes nos serviços de hospedagem foi de 150 por ano e o tempo médio de permanência de 2,4 dias (1,4 pernites) no estabelecimento à procura do turismo no espaço rural. Na operadora de turismo local não são organizados passeios que duram mais do que 10 horas. As procedências dos visitantes são principalmente do estado de São Paulo e do sul de Minas, com alguma menção de visitantes do estado do Rio de Janeiro.

Em termos de escala, percebe-se um baixo volume de atividades turísticas e de estadias mais longas. Por isso, a imagem de Piranguçu como “uma cidade de passagem”. Um aspecto das redes entre empresas envolvidas no turismo é o potencial de desenvolver uma

visão coletiva e mobilizar recursos para oferecer um produto turístico que retenha os visitantes pelo maior tempo possível, agregando uma série de outras atividades ao produto central (NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017).

Saber a sazonalidade do turismo é importante, pois ela afeta a relação entre agricultura e turismo no fluxo dos visitantes ao longo do ano e no período de colheita. A Tabela 5 demonstra que os meses de maior fluxo turístico são dezembro, janeiro e fevereiro (verão) e junho e julho (inverno). Os primeiros são devido à alta procura por banhos de rio/cachoeira e os últimos pela alta demanda de atividades ao ar livre (estação seca).

Tabela 5 - Intensidade do fluxo de visitantes ao longo do ano. AL – alimentação; HO - hospedagem; OP – operadora de turismo.

AGENTE	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
AL1	-	-	-	-	+	+	+	+	+	-	-	-
AL2		+			+	+	-	-	+	+		
HO1	+	-	-	-			+					
HO2	+	+	-	-		+	+				+	+
HO3	+	+	+		-	-	-					+
HO4	+	+	+			-	-					+
HO5			-		+	+	+	+	-		-	
OP	+								-		+	+

Fonte: Pesquisa de campo, junho de 2018.

A alta temporada de turismo exige uma maior demanda por produtos alimentares, com isso a agricultura familiar local deve estar ciente do tempo dessas flutuações para se prepararem. Se os ciclos de pico da temporada turística e da época da colheita não forem síncronos, os estabelecimentos de hospedagem e alimentação tendem a importar alimentos (TELFER; WALL, 1996, 2000). Por conseguinte, é desejável que as atividades turísticas sejam complementares à atividade agrícola para que as expectativas possam ser atendidas com o turismo (BARCUS, 2013; SCHNEIDER; FIALHO, 2000).

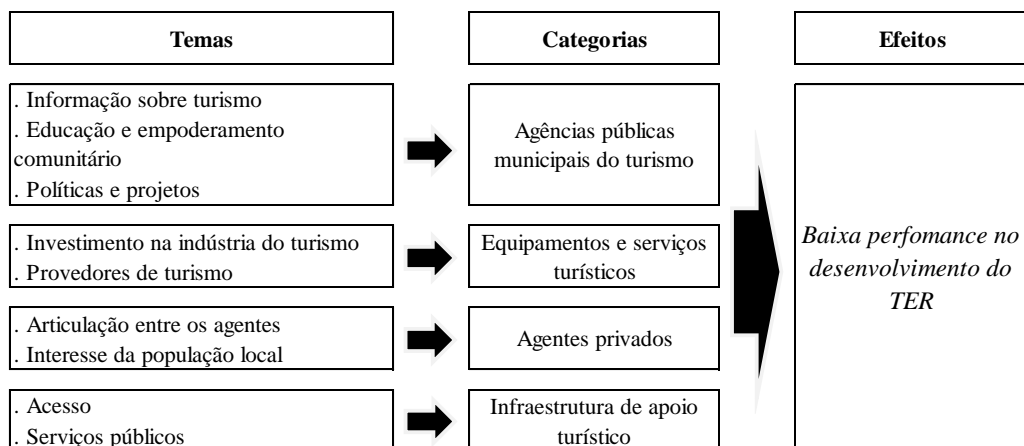
O elemento fundamental que define a experiência do TER sempre foi a paisagem. No entanto, as paisagens rurais são tipicamente determinadas pela agricultura, e isso resulta em oportunidades para a complementaridade entre a produção de alimentos e turismo, identificada como um importante fator para o desenvolvimento rural (LANE; KASTENHOLZ, 2015). Algumas características dos visitantes que influenciam no consumo de produtos locais permite especular o vínculo entre a agricultura familiar e o turismo no espaço rural. Turistas de massa são menos propensos a experimentar comida local ou regional

do que aqueles do turismo alternativo (TORRES, 2002). Pessoas que viajam com a família, crianças e amigos tendem a comprar mais produtos locais do que visitantes que viajam sozinhos. Entretanto, o baixo tempo de permanência no destino restringe o consumo de produtos locais pelos visitantes (FRISVOLL; FORBORD; BLEKESAUNE, 2016).

5.2.2 As barreiras para o desenvolvimento do TER

O desenvolvimento do turismo encontra algumas barreiras que dificultam explorar esse potencial. A Figura 8 representa as opiniões dos agentes ligados ao turismo sobre as dificuldades para o desenvolvimento da atividade no município. As quatro principais categorias de obstáculos foram derivadas de nove temas.

Figura 8 - Temas e categorias que afetam o desenvolvimento do TER.



Fonte: Pesquisa de campo, junho de 2018.

A principal dificuldade se encontra no nível de governança municipal, principalmente as estratégias de divulgação e a comunicação com os atores sociais. A pouca disponibilidade de informações, sobretudo na internet, é um obstáculo também para atrair visitantes, porque "hoje as pessoas utilizam aplicativos de geolocalização e as estradas e pontos que existem em Piranguçu não são mapeadas pelo *google maps*" (Agente turístico 7). A Internet é uma importante fonte de informações no planejamento da viagem e de reforço da imagem turística do destino. A falta de um *site* que promova atores, atividades e recursos reduz a atração dos recursos locais, porque os potenciais turistas não visualizam as experiências de turismo que torna o destino atraente (ILBERY; SAXENA; KNEAFSEY, 2007; NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017).

A comunicação é necessária para criar confiança e garantir que as expectativas de todas as partes sejam atendidas e que a comunidade expresse suas opiniões, necessidades e desejos (SIMPSON, 2008). A falta de informação turística para a população local contribui para um menor conhecimento do turismo e das oportunidades que ele poderia oferecer, assim sendo, é de se esperar um baixo envolvimento público (SAUFI; O'BRIEN; WILKINS, 2014; TOSUN, 2000).

Isso reflete na carência de "mão de obra qualificada" para atender e informar os visitantes. A população local não tem "esse refinamento", sendo necessário um "treinamento". "O que os turistas sempre perguntam que nunca sabem: quais são os lugares, que caminho que tem aqui perto pra fazê? E eles não sabem indicação de nada" (Agente turístico 7). A qualificação é um elemento essencial para a participação ativa da população local no turismo. A falta de recursos humanos qualificados pode estimular o afluxo de funcionários de outras partes para trabalhar no turismo, com isso os empregos não qualificados associados aos baixos salários e às más condições de trabalho são deixados para os membros locais (TOSUN, 2000). Também o baixo "incentivo" por parte do poder público em formar parcerias com os interessados diretamente na atividade e com a comunidade local.

"Outra coisa que eu acho muito importante seria a prefeitura dá um apoio pra nós, porque a gente não tem apoio nenhum na prefeitura nisso aqui. Nem uma propaganda a gente tem" (Agente turístico 5).

Dois instrumentos fundamentais para a consolidação da atividade turística foram citados: planejamento e políticas públicas. O planejamento envolve o "levantamento de tudo que tem". Não só isso, mas definir os locais que determinado empreendimento pode ser instalado, estabelecer níveis de qualidade, impedir a depredação do ambiente natural pela ganância privada, providenciar infraestrutura necessária, definir o tipo de turismo a ser incentivado e estimular o investimento privado no turismo do local (OLIVEIRA, 2000).

As políticas públicas é um arcabouço legal que em parte garante ações mais duradouras e consistentes e reduz a dependência da administração vigente. Elas têm papel importante na mediação entre os turistas, a população local e o setor privado (RAMALHO, 2016).

"Não é culpa de quem tá lá. É que é uma rotatividade muito grande. O prefeito sai, entra outra equipe. Não é questão de infraestrutura, é questão de política pública...não tem política pública de turismo" (Agente 8).

Não obstante a estratégia de unificação e as falhas do executivo, os próprios agentes desconhecem as legislações sobre o turismo. A Lei Orgânica (LO) de Piranguçu tem o capítulo V dedicado à atividade, atribuindo ao município à competência de “promover e incentivar o turismo local, como fator de desenvolvimento social e econômico” (PIRANGUÇU, 2007). A Política Municipal de Cultura e Turismo (PMCT) foi criada em 2013 e traz 23 objetivos a serem atingidos, como “criar oportunidades para educação e treinamento profissional das ocupações relacionadas à hospitalidade e ao turismo” (MINAS GERAIS, 2013, p. 4). A lacuna histórica de instituições democráticas fortes transfere a total responsabilidade na execução das políticas ao governo, muito vezes direcionadas a interesses estreitos (MENDES et al., 2010).

A deficiência nos equipamentos e serviços turísticos é outra grande dificuldade para o desenvolvimento do TER. O município não conta com “centro turístico” ou com “teatro” e “cinema” que “desenvolvam a cultura” da população local e sirva como opção de entretenimento para as visitantes. Em uma das reuniões do COMTUR foi discutida a necessidade de construir um centro de informações turísticas e a possibilidade da administração ser repassada à Associação de Artesanato, porém a iniciativa não se concretizou. Falta sinalização turística nas vias rurais¹⁹ com “placa indicativa, dos bairro certinho, orientando os turistas para onde eles ia passá” (Agente turístico 5).

Há necessidade de ampliar os serviços turísticos, ofertando “mais pousada”, “guias locais” e outros comércios de apoio, “porque aqui na roça não tem como você fazer uma compra grande, deixá estocado” (Agente turístico 5). pela imprevisibilidade do fluxo turístico e perecibilidade dos alimentos. A criação de mais e melhores empreendimentos de alojamento e entretenimento também foi demanda em outros estudos (ANDRIOTIS, 2005). No entanto, a prioridade deve ser fornecer oportunidades aos residentes locais de se beneficiarem do turismo (BILSEN, 1987) e de pequeno porte pelo maior vínculo com a economia local (ANDRIOTIS, 2005). Por outro lado, o foco em grandes empreendimentos derivados de investidores externos pode causar a estagnação do desenvolvimento rural e a descaracterização da paisagem (SAUFI; O’BRIEN; WILKINS, 2014), afetar a arquitetura tradicional do local (OLIVEIRA, 2000) e ser visualmente pouco atraente para os turistas (CAWLEY; GILMOR, 2008).

¹⁹ O Conselho Municipal de Turismo, juntamente com a Prefeitura Municipal, já iniciaram um projeto, ainda em fase piloto, de sinalização das vias rurais com indicação das principais comunidades rurais e atrativos turísticos.

O desenvolvimento do TER em Piranguçu esbarra também no nível privado. O pouco interesse/desconhecimento da população local e a desarticulação dos próprios atores envolvidos são impedimentos para o sucesso do TER. Falta um “despertar da população rural”, “falta aproximação das próprias pessoas do município” (Agente turístico 1). A participação e cooperação entre os empreendedores são essenciais para o sucesso do desenvolvimento do turismo em áreas rurais (WILSON, 2001). É preciso “estimular a cooperação entre a Administração Pública Municipal, os empreendedores da comunidade e os empresários para o progresso dos interesses turísticos de Piranguçu” como previsto na PMCT (MINAS GERAIS, 2013, p. 4).

A carência de infraestrutura de apoio turístico remete em especial às más “condições da estrada” que confronta a ideia de que “pro turismo chegá aqui, tem que tê estrada boa” (Agente turístico 6). A presença de transporte coletivo é importante na visão dos empreendedores, pois possibilita alcançar outros públicos, conseqüentemente, maior lucratividade (MANOSSO; SALOMÉ; CARVALHO, 2010). A ausência ou a baixa qualidade dos serviços públicos é outro obstáculo para o desenvolvimento do TER, se fazendo necessário melhorar a “gestão dos resíduos” e o “péssimo” transporte público.

Como se vê as estradas são demandas prioritárias tanto dos atores ligados ao turismo quanto da agricultura familiar, elucidando a importância da dimensão da complementariedade no TRI. A PMCT tem esse compromisso ao objetivar “proporcionar aos residentes e aos visitantes as melhores condições possíveis de saneamento público” (MINAS GERAIS, 2013, p. 2). Para que se avance na questão do TER, a população deve ser dotada de condições de vislumbrar a possibilidade de se integrar a atividade. O TER dificilmente vai ser uma prioridade em um contexto que não garanta um bem-estar social para uma sociedade mais justa e mais digna. Nesse sentido, para uma respondente, o município “ainda não está em condições para receber os turistas”. A cidade “não iria suportar” e geraria um “desgaste” na população (Agente turística 3).

Fornecer informações é importante no sentido de estimular a população local a promover a atividade por conta própria (WILSON, 2001) e de criar consciência sobre o papel do turismo na melhoria dos meios de subsistência, além de ajudar a manter a transparência (NYAUPANE; POUDEL, 2011). Essas informações devem ser fornecidas por meio dos conselhos locais, que também devem fornecer assistência técnica (NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017). Como observado por um respondente: “Falta essa parte da secretaria de turismo ou quem desenvolve as políticas de turismo ou o próprio COMTUR” (Membro ONG). Ao COMTUR cabe cobrar o poder público por melhorias dos equipamentos turísticos

embasados na LO que reitera a incumbência deste em implantar um centro de documentação e informação turística e na PMCT (MINAS GERAIS, 2013; PIRANGUÇU, 2007).

É preciso implantar iniciativas que promovam a educação para o turismo na população local. A própria LO no artigo 282 inciso 2º obriga as escolas públicas municipais a ministrarem aulas de iniciação ao turismo²⁰ (PIRANGUÇU, 2007). Entre os objetivos da PMCT está “promover a educação patrimonial nas escolas, com a finalidade de desenvolver a compreensão do processo histórico local, o reconhecimento, a valorização, a preservação e a restauração do patrimônio cultural, natural, histórico e artístico” (MINAS GERAIS, 2013, p. 2).

Paralelamente, a população rural principalmente precisa estar inserida no processo de tomada de decisão do turismo no meio rural. A atividade turística vem aumentando no município recentemente, é um fenômeno novo no contexto de grande parte do meio rural do município e, até mesmo, para os órgãos públicos que encontram dificuldades em se adequar a essa realidade.

5.3 As redes e as possíveis conexões entre os atores

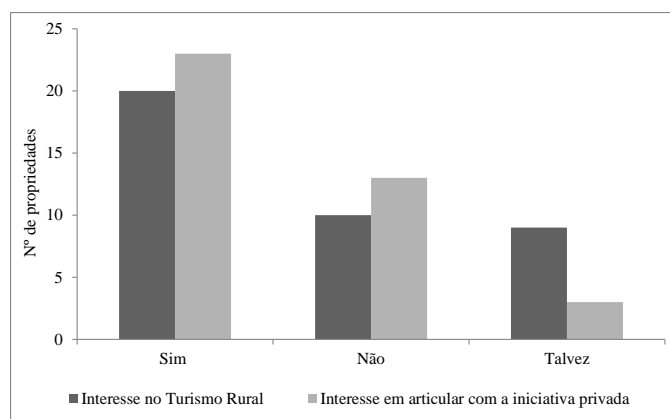
5.3.1 A porteira aberta para o turismo no espaço rural

Quando perguntado sobre o interesse no turismo rural²¹ e em firmar parcerias com os estabelecimentos de hospedagem e alimentação, a maioria das famílias rurais agrícolas se mostraram dispostas. Mais da metade mostraram interesse em ambas as atividades. A propensão é maior para a articulação com a iniciativa privada (FIGURA 9). Araújo, Bahia e Ferreira (2011) também encontraram uma inclinação da agricultura familiar em se envolver com o turismo, especialmente, com a visitação à produção agrícola e venda direta da produção.

²⁰ Em conversa informal com ex-professoras da rede pública municipal foi constatado que a disciplina já não está mais sendo lecionada há alguns anos.

²¹ Aqui falamos do turismo desenvolve-se integrado a uma propriedade rural ativa, de organização e gestão familiares, que envolve o contato direto dos turistas da agricultura familiar por meio de alojamento e/ou participando das atividades rotineiras (TULIK, 2010). O Turismo Rural na Agricultura Familiar (TRAF) é “[...] a atividade turística que ocorre na unidade de produção dos agricultores familiares que mantêm as atividades econômicas típicas da agricultura familiar...”. (BRASIL, 2004, p. 8).

Figura 9 - Interesse das famílias rurais agrícolas na inserção no TER.



Fonte: Pesquisa de campo, junho - dezembro de 2018.

O interesse pelo TR se relaciona à expectativa de oferecer uma experiência positiva para o visitante como “vê tirá leite, vê como lida com a banana. Como que madura ela, como que colhe ela do pé” (Família rural 16) ou “apanhá e comê pra vê o sabor da banana sem remédio” (Família rural 19) ou de saber “como que a lavoura é cuidada. A água limpa, sem agrotóxico” (Família rural 36). A chance de aumentar a venda da produção pelo maior contato com o consumidor também foi citado. É uma maneira do “povo conhecê o serviço da gente, essas coisa que a gente produz” (Família rural 19) e “quanto mais gente conhecê, a chance da gente vendê mais também é maior. Abriria mais comércio” (Família rural 27).

O TR também foi visto como uma aprendizagem de mão dupla. “Tamo aí pra isso mesmo, ensinar o povo. As veiz abri até a mente nossa também” (Família rural 3). E para “valorizar mais o produtor”, aumentando sua autoestima, como afirma uma família entrevistada que está começando a desenvolver o TR, abrindo a propriedade “pro pessoal ir lá colher”: “Hoje a gente sente orgulho de produzir, de ser produtor rural” (Família rural 25). O turismo pode aumentar a base de vegetais cultivados localmente ao promover o contato da agricultura familiar com novas culturas de alimentos (LEPP, 2007), sendo seu potencial de promover intercâmbio cultural valorizado pela comunidade local (LEE, 2013; STYLIDIS et al., 2014).

Em outras propriedades há situações de TR, mas de maneira informal e ocasional. Em uma já “vem gente de São Paulo vê, pra tirá leite” (Família rural 7) e outra o turista “acha bonito o ganso que tem aqui, peru. Tira foto da égua, das árvore” (Família rural 26). É que “o pessoal tem curiosidade. Às veiz passa gente, até da região mesmo, vem tirá foto, vem procurá frango, ovo” (Família rural 29). O turismo pedagógico também acontece, a “criança da escola vem pra vê como é feito a pinga” (Família rural 24).

O depoimento desse proprietário rural mostra outra situação de experiência turística vivenciada.

Semana passada, por exemplo, parô um carro aqui. Era um homi com uma filhinha dele. Ela nunca tinha visto uma laranja no pé. Ele pediu se podia entrá aqui, ela tirá uma foto, pegá a laranja. Falei, claro que pode!...E foi legal né? (Família rural 22).

Outro entrevistado relatou o prazer do visitante estar em um cultivo agrícola, o que Frisvoll, Forbord e Blakesaune (2016) identificaram como a busca pela ruralidade.

“Tempo atrás passô um senhor e falô: Oh quero entrá lá dentro, posso? Eu vim aqui porque eu não posso vê esse negócio que eu quero entrá no meio. Eu quero entrá lá no meio da horta” (Família rural 28).

Em oposição, aproximadamente um terço dos entrevistados (26%) não demonstraram interesse no TR. Os principais motivos se apoiam na falta de recursos financeiros e humanos para oferecer uma estrutura turística de atendimento aos visitantes. Algumas famílias alegam que "não tem muito o que mostrar na propriedade" (Família rural 13) ou pensam que "tinha que ter um lugar arrumado pro povo vim né? (Família rural 16).

A preocupação é ilustrada por este proprietário: “Não tem essa capacidade de assumir...Tem que dá apoio. [O visitante] chega aqui, tem que vê uma aventura diferente, Tem que ter capacidade e falar: Olha eu tenho um centro de turismo” (Família rural 23). Outras barreiras foram a idade, a rigidez na fiscalização e a insegurança devido à presença de pessoas estranhas.

Um dos pontos de destaque nas entrevistas foi a relação entre investimento na propriedade e turismo rural. Na contramão, a propriedade que já realiza turismo rural “tá começando sem estrutura nenhuma pro turismo e só com o que tem plantado, mas tá dando certo” (Família rural 25). Houve casos em que essa relação entra em contradição: "A propriedade aqui parece que sobre o turismo não tem nada. A não ser o engenho [a cavalo]. Isso já pode fazer um turismo né?" (Família rural 18).

Com relação à articulação com a iniciativa privada, 59% das famílias rurais entrevistadas avaliaram a parceria de maneira positiva (FIGURA 9). A possibilidade de estabelecer um novo canal de comercialização para a produção é a principal razão para tal posicionamento. “O que a gente puder produzir e ter onde expor é bom pra quem produz” (Família rural 14) porque vai “tá vendendo um pouco a mais” (Família rural 28).

No entanto, a viabilidade econômica, o “compromisso” de ambas as partes e a logística “pra entregá” são preocupações que surgiram e que devem ser levadas em conta ao se pensar nessa parceria. A primeira se relaciona ao baixo potencial de consumo dos empreendimentos, especialmente no caso da produção orgânica. “Se houver uma possibilidade, tá aberto sim a parceria. A questão que vai pesá é a parte financeira, pelo volume de pessoas [empreendimentos]” (Família rural 25). A valorização da produção é outro aspecto que influencia a parte financeira, como na fala de uma produtora rural.

Aí isso é bom, mas que desse valor também né? Não é achá que tá comprando da gente que é pequeno produtor dá o preço. Faz de conta ocê ter um frango pra comê na panela que vende a cinquenta real a porção pra turismo e comprá da gente e querê achá que R\$ 25,00 tá caro. Aí não vê o quanto que gasta um frango pra chegá o ponto de comê...A gente vendia leitoa pra Campos do Jordão, lá a leitoa um quarto saía o preço que vendia a leitoa inteira. Transforma que a gente tá trabaiando pros outro, sem lucro (Família rural 30).

Para algumas famílias rurais é difícil manter a regularidade no fornecimento de produtos por aspectos inerentes à agricultura e por questões econômicas e políticas. “É uma coisa que é temporária. Porque se for pra gente oferecer um produto direto, fica difícil” (Família rural 13). A possibilidade desperta o interesse em diversificar ou iniciar uma produção. Um dos proprietários rurais demonstrou a intenção de plantar alho porque “pode vender até esse alho lá junto (Pousada), fazê um varal. A turma gosta disso, das tranças de alho” (Família rural 6). Outra cogitou “fazer uma super lavoura de cebolinha, coisa de horta mesmo. Condimento, essas coisa” (Família rural 11).

Aproximadamente 30% das famílias rurais não tiveram interesse em comercializar a produção agrícola com os estabelecimentos de alimentação e hospedagem do município. Os motivos são os riscos envolvidos, pois “é um tiro no escuro. Pode ser muito bom sim, mas ao mesmo tempo é arriscado” (Família rural 15). É também pela falta de disponibilidade de tempo e conseqüentemente ter que contratar “camarada” ou por não ter esse campo de comércio, com mercado já estabelecido. As normas e exigências legais foram fatores que afastaram a agricultura familiar, sobretudo propriedades leiteiras. Uma produtora e um produtor de leite expõem as dificuldades: “Ocê começa, vem um fiscal vê que tô colocando queijo...lá eles qué tudo lacrado” (Família rural 35) e “tem que ter coisa com nota. Agora o laticínio pega, ele que é responsável de tudo” (Família rural 32).

A busca da autenticidade cultural pelos turistas é uma oportunidade das propriedades rurais de oferecer atividades de lazer que se relacionam com a produção agrícola da

propriedade (HILLEL; BELHASSEN; SHANI, 2013; SIMS, 2009). Por outro lado, a adesão da unidade familiar ao turismo rural depende do interesse e das reais e possíveis vantagens que tal inclusão renderá. O desconhecimento dos efeitos sobre seu modo tradicional de vida e os riscos da atividade inibem sua participação no turismo (KLOSTER; CUNHA, 2014) e essa aversão foi encontrada por Araújo, Bahia e Ferreira (2011).

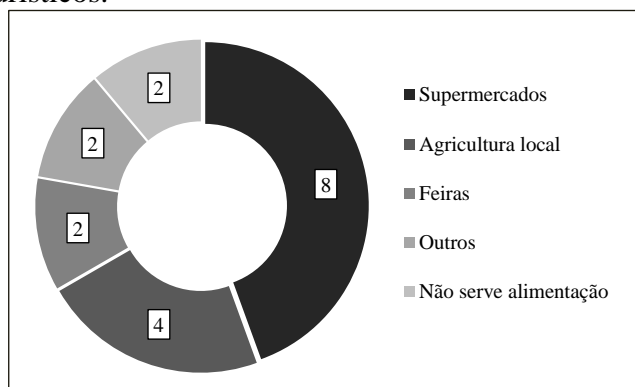
As dificuldades em conciliar a organização produtiva com as atividades turísticas podem afetar o desenvolvimento de atividades rotineiras na propriedade, tornando a agricultura atividade secundária e a propriedade em uma empresa do turismo (CANDIOTTO, 2011, 2013), contrapondo a dimensão de complementariedade em que o turismo deve estar presente simultaneamente e não desenvolvido em substituição às atividades agrícolas tradicionais (NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017).

No outro extremo da cadeia produtiva, os empreendimentos de alimentação e hospedagem também tiveram uma postura em direção à parceria com a agricultura familiar. Dos sete empreendimentos, somente dois não viam nessa articulação benefícios suficientes. Um deles reclamou que "não é uma constância...É sempre: Amanhã cê me traz mais quatro...aí chega amanhã não traz" (Agente turístico 2). Para aos que se propuseram à essa articulação, um dos respondentes afirmou que "beneficiaria as duas partes, porque aí eles ia ter certeza que toda semana eles teria que entregar aquela mercadoria pra mim" (Agente turístico 5). Mas o problema para uma acomodação é que "pessoal não tá produzindo mais. De uns tempo pra cá...se fizer plantação pequena, não colhe mais milho nem feijão" (Agente turístico 6).

As acomodações e restaurantes são condutos valiosos que levam a produção local aos visitantes, fornecendo um mecanismo eficiente para estabelecer redes alimentares locais (DAROLT et al., 2016; HILLEL; BELHASSEN; SHANI, 2013; NYAUPANE; POUDEL, 2011; TORRES, 2002). Argumenta-se que esse elo poderia contribuir na melhoria da qualidade dos produtos e prover garantia de rendimento mínimo, dando oportunidade à unidade de expandir a produção e explorar outros mercados (HALL; MITCHELL; SHARPLES, 2003; NYAUPANE; POUDEL, 2011).

A figura 10 é referente aos locais de compra dos suprimentos alimentares consumidos pelos estabelecimentos de alimentação e hospedagem. Observa-se uma tendência de privilegiar fornecedores indiretos e que dois estabelecimentos de hospedagem não serviam alimentação aos clientes.

Figura 10 - Frequência dos locais de compra dos suprimentos alimentares consumidos pelos serviços turísticos.



Fonte: Pesquisa de campo, junho de 2018.

Todos os estabelecimentos, exceto duas acomodações que não serviam refeições aos hóspedes, têm no supermercado de varejo ou atacadista (externo ou local) o principal fornecedor dos alimentos servidos aos visitantes. Três acomodações serviam café da manhã, com apenas uma também servindo almoço.

Arroz, feijão, macarrão, café, leite, frutas, batata, verduras e legumes, carnes, pão de queijo congelado, produtos para lanche e açaí foram os alimentos comprados nos supermercados. O CEASA e o frigorífico foram outros fornecedores intermediários. A escolha de fornecedor intermediário é pela conveniência e menor custo e por ser menos onerosos do que contratos com diferentes agricultores (as) locais (PILLAY; ROGERSON, 2013; ROGERSON, 2012; TORRES, 2002).

Quanto ao vínculo com a agricultura familiar. Um dos restaurantes comprava frequentemente a produção agrícola de produtores (as) rurais vizinhos. "Verdura em si em peço só com ele [agricultor vizinho]... legumes não peço muito não. O leite [para o sorvete] eu peço no mangueiro aqui embaixo" (Agente turístico 5). Nas acomodações, a ligação é através da produção (frango, ovo, leite e horta) dentro do estabelecimento por "arrendatários" ou de maneira ocasional com o "costume de comprar aqui dos vizinhos" (Agente turístico 4).

O exame das categorias demandadas dos estabelecimentos de alimentação e hospedagem, combinado com os recursos disponíveis na agricultura local, sugere um potencial de criação de vínculos na provisão de frutas e vegetais frescos pelos agricultores e agricultoras locais. No entanto, alguns fatores impedem o desenvolvimento do vínculo entre a agricultura familiar e os empreendimentos privados.

A baixa capitalização financeira das unidades agrícolas, a incapacidade de oferecer quantidades e variedade consistentes com a demanda da iniciativa privada e ausência de

logística de entrega, a falta de conhecimento dos estabelecimentos sobre potenciais unidades produtoras de alimentos e desconfiança quanto à confiabilidade/higiene (PILLAY; ROGERSON, 2013; ROGERSON, 2012; TELFER; WALL, 2000; TORRES, 2002). Podemos acrescentar também a incapacidade dos provedores de turismo em envolver as populações locais pelo baixo fluxo turístico (SAUFI; O'BRIEN; WILKINS, 2014). Do lado dos turistas, é provável que o pouco conhecimento dos visitantes sobre os produtos locais seja um obstáculo (FRISVOLL; FORBORD; BLEKESAUNE, 2016). As exigências da vigilância sanitária, o desconhecimento dos riscos e a falta de cooperação das unidades familiares são outras condicionantes.

5.3.2 Os atores sociais (ir)relevantes e a (des)articulação

Os atores da iniciativa privada, ONG e poder público foram questionados sobre quais atores deveriam participar do processo de planejamento do TER no município (TABELA 6). Optamos por dividir aqueles citados diretamente na pergunta daqueles lembrados em outros trechos da entrevista abordando outros contextos. Um total de 23 “atores sociais” foi verificado durante as entrevistas. A intenção foi mostrar a diversidade de atores sociais potenciais a ser envolvido no planejamento turístico. De outro ponto de vista mostra uma visão limitada e uma distância entre esses atores ao verificar a baixa frequência ou a não inclusão de alguns “atores” no planejamento do TER. Por exemplo, o máximo de indicação direta foi em quatro ocasiões para os restaurantes, menos que 50% do total de entrevistados.

Tabela 6 - Atores sociais importantes no desenvolvimento do turismo no espaço rural.

Tipos	Categorias	Diretos	Indiretos	Total
<i>Serviços privados turísticos</i>	Restaurantes	4	4	8
	Pousadas	3	4	7
	Operadoras de Turismo	2	3	5
<i>População local</i>	População rural	3	4	7
	População em geral	2	4	6
	Proprietários com trilhas	2	1	3
	Agricultura familiar	1	6	7
	Guias Locais		4	4
<i>Poder público</i>	Prefeitura	2	2	4
	Secretaria	2	1	3
	Camara Municipal	1		1
<i>Instituições</i>	ONG	2	2	4
	EMATER	1	1	2
	Associação de Artesanato	1	1	2
<i>Serviços privados (entretenimento)</i>	Voo Livre	1	5	6
	EQUOTUR	1	2	3
	Vinícola Ferreira		2	2
	Canil Minas Border		1	1
<i>Instituições participativas</i>	COMTUR	3	3	6
	CODEMA		1	1
	Circuito Turístico		1	1
<i>Serviços privados em geral</i>	Comerciantes	3	1	4
	Fábrica de Doces		2	2

Fonte: Pesquisa de campo, junho de 2018.

Os resultados mostraram que atores com serviços diretamente relacionados ao turismo (restaurantes, pousadas e operadora de turismo) são os mais relevantes quando se pensa no desenvolvimento do TER no município. Outros serviços privados também foram citados, como a Escola de Equitação de Piranguçu (EQUOTUR) e destaque para o “pessoal do voo livre”, que representa um diferencial turístico e que vem atraindo cada vez mais praticantes.

A comunidade local como parte interessada no TER correspondeu ao segundo bloco de atores, sendo dividido em cinco grupos, destacando os moradores rurais e do município em geral. Os proprietários com trilhas e/ou atrativos em área são fundamentais ao considerar que “90% das trilhas do município estão dentro de propriedade particular” (Agente turístico 1).

Com isso a maioria das atividades turísticas passa pela autorização do “dono de fazenda”. A maioria das grandes propriedades é de pessoas que vivem de fora da localidade, mas detêm poder e influência sob o uso da terra (SIMPSON, 2008). Os picos (ex. Pedra da Chita e Pedra da Divisa) localizados dentro de propriedade privada cujas trilhas atravessam diversas propriedades. Outro é a Vinícola Ferreira, recentemente inaugurada por empreendedor externo, com foco na produção de uvas orgânicas para fabricação de vinho artesanal e que conta com uma rede de trilhas em seu interior, inclusive já com interesse de abri-las para visitação. Por outro lado, atrativos como a Pedra da Boa Vista e a Pedra Vermelha são acessados por ou pertencem às unidades familiares rurais locais. Daí outra importância da agricultura familiar pela influência no controle da propriedade da terra (WANDERLEY, 2000).

Somente um ator ligado ao TER citou à agricultura familiar como grupo importante a estar envolvido no planejamento, ela adquire relevância quase que totalmente em outras ocasiões da entrevista. Alguns fatores reforçam a importância de envolver a agricultura familiar no processo de planejamento da atividade. O relevo notoriamente movimentado da serra da Mantiqueira e a riqueza de nascentes impossibilitam a agricultura convencional e mecanizada, em contrapartida é um estímulo para o fortalecimento da agricultura familiar, em especial à produção orgânica (ANDRADE; FERREIRA, 2013; VIEIRA; RIBEIRO, 2017). Além disso, a população do município é significativamente rural, embora algumas comunidades já tenham características mais urbanas, conseqüentemente, os principais atrativos turísticos se localizam nessa área.

Até mesmo o poder público não foi visto pela maioria como um ator fundamental no TER, mas uma entidade chama a atenção, a câmara dos vereadores. O diálogo com poder legislativo local pode fazer com que ideias, propostas, decisões que excedam os limites do conselho e resoluções se perpetuem em forma de leis municipais (OLIVEIRA; PEREIRA; OLIVEIRA, 2010). Essa exclusão do poder público do papel de líder no desenvolvimento do TER, possivelmente porque sua atuação foi percebida pela maioria dos respondentes como ineficiente.

A atuação foi descrita como "nula" por alguns e "lenta" por outros. Para dois entrevistados o problema estava na perspectiva de progresso do município para o TER com “horizonte muito... restrito ainda” (Agente turístico 4) e "falta de iniciativa de sonhar mais alto" (Agente turístico 3). Um ponto positivo observado por um agente foi a "atenção muito boa para as festas" (Agente turístico 1). As dificuldades observadas pelos respondentes se

encontram no nível de articulação intra e intersetorial, da divulgação e da qualificação do gestor turístico.

As ações da Secretaria de Turismo falham por não ter “o *link* necessário entre os atores” (Agente turístico 4) ou por não formar parcerias com os proprietários rurais locais ou com instituições de ensino e “a parte publicitária é muito fraca” (Agente turístico 2). Uma respondente sugere que se “se a prefeitura divulgasse mais isso aqui, a gente teria bem mais turista” (Agente turístico 5). De fato não existe um *site* informativo oficial sobre o turismo em Piranguçu, mostrando as trilhas, os pontos turísticos, os serviços oferecidos, entre outras informações.

Os respondentes também apontam uma desarticulação dentro da própria máquina pública municipal. Um dos respondentes observou que “o pessoal trabalha tudo separado. É uma secretaria pra lá, outra pra cá” (Agente turístico 7). Esse comentário foi similar a outro agente que sugeriu que o “ponto chave é a união das secretarias” (Agente turístico 1). A baixa qualificação dos responsáveis pela gestão do turismo foi percebida por outros respondentes, como ilustrado pelo comentário a seguir.

“Não tem uma pessoa específica, que tenha uma capacitação dessa parte turística. Às vezes você vai lá na Secretaria de Turismo saber de algum lugar, eles não sabem aonde que é” (Agente turístico 7).

A ONG local foi lembrada pelo pioneirismo em atividades turísticas no município através do Enduro a Pé. Segundo a própria ONG, sua contribuição para o planejamento do TER seria fornecendo informações das “trilhas mapeadas, outros pontos de interesse turístico”. Essas organizações contribuem na preservação e conservação dos recursos naturais locais que ajudam a manter a paisagem rural, indicando o caráter de endogeneidade (BARCUS, 2013). Os projetos da ONG corroboram com essa dimensão, como a “blitz ambiental” com coleta de lixos, distribuição de panfletos sobre a coleta coletiva ou a coleta de pilhas e baterias, em parceria com a instituição de ensino superior FEPI, com “coletores espalhados pela cidade”. Outros projetos estão em fase inicial de desenvolvimento com a instalação de fossas sépticas nas comunidades rurais e a fabricação de biofertilizantes.

A endogeneidade é um fator-chave no turismo integrado. No entanto, agências externas, como a EMATER e o Circuito Turístico podem trazer financiamento, novos padrões organizacionais e habilidades que contribuam para o desenvolvimento local por meio de incentivo a associações de produtores (as) locais e provedores de serviços turísticos ou organização de cursos de treinamento (OLIVER; JENKINS, 2003).

A EMATER do município oferece cursos e oficinas voltados para o beneficiamento da produção local. O curso de ‘Fabricação de Doces secos e cristalizados’, por exemplo, veio de iniciativa de um grupo de mulheres voluntárias que viram a “necessidade de aperfeiçoar todo o processo de fabricação seguindo certo refinamento na produção dos tradicionais doces vendidos nos cartuchos durante a festa” (PREFEITURA MUNICIPAL DE PIRANGUÇU, 2018). A expectativa é um maior empoderamento das mulheres a partir da segurança na comercialização dos doces e do aumento nas opções de renda.

Outra instituição, o SENAR Minas, responsável pela capacitação e promoção social do meio rural. Em 2018, foi ofertado o curso ‘A arte de conduzir em trilhas e roteiros’ “com o objetivo comum de consolidar Piranguçu como destino de Ecoturismo e Turismo de Aventura e ao final foi elaborado um “plano de ação prevendo atividades prioritárias para a promoção do turismo” (FÁVARO, 2018). Porém, dentre os participantes, nenhum era agricultor ou agricultora familiar e as atividades foram realizadas em propriedades sem a prática de agricultura tradicional. Portanto, sua contribuição, em termos práticos, para integrar a agricultura familiar local foi ínfima, e as ações do tal “plano” não foram levadas adiante.

É notória a importância do COMTUR na orientação dos rumos do TER, obtendo mais afirmações dos respondentes do que o poder público. Por outro, o COMPHAAC ou o Conselho Municipal do Desenvolvimento Rural Sustentável (CMDRS) não é sequer mencionado nas entrevistas. O COMTUR se configura como um espaço ideal para as transformações desejadas pelos agentes, contudo

O próprio COMTUR também, tem que ter uma noção de conselho. Ele não é executivo, é deliberativo. Quem tem que executar é a Secretaria de Turismo... Dá-se a visão para o executivo que o COMTUR é o responsável [por executar ações] (Agente turístico 7).

Almeida e Tatagiba (2012, p. 88) sugerem os “vazios produtivos na agenda dos conselhos” para capacitar conselheiros na formulação de políticas que disputem espaço na esfera pública e na ampliação da rede de atuação, buscando alianças no interior de governos e com o legislativo. A promoção de produtos locais de qualidade, artesanato e habilidades pelos conselhos municipais tendem a levar ao empoderamento das comunidades locais (OLIVER; JENKINS, 2003).

A figura 11 demonstra a existência de diferentes níveis de cooperação entre os atores sociais dentro do município. Observa-se uma articulação "ainda muito acanhada" dos indivíduos que ocorre na maioria das vezes em um grau mínimo de cooperação. De modo

Empresas de pequena escala realmente apresentam dificuldades em conceber estratégias e agendas comuns, isso pela falta de tempo para reuniões ou por acharem pequenas demais para estabelecerem redes como mostrado nos estudos de Clark e Chabrel (2007), Petrou et al. (2007) e Saxena e Ilbery (2008). A geografia do município, que dificulta o deslocamento, também parece ser um entrave considerável para a integração desses atores, como afirmou uma respondente: “A principal dificuldade é deslocá aqui pra ir pra lá” (Agente turístico 6). Somente um agente privado entrevistado participava de redes teoricamente formais sendo associado no Circuito Turístico.

Mas, há alguns exemplos de relacionamentos que podem ser ampliados na forma de redes locais e regionais. A relação entre a ONG e um estabelecimento de hospedagem é formalizada e a mais coesa. O estabelecimento cedeu um espaço para a construção do viveiro de mudas nativas da ONG, com parceria registrada em contrato. A ONG e a operadora de turismo têm em comum o objetivo de preservação da natureza, seja com foco na educação ambiental seja orientado pelo ecoturismo e já tiveram parcerias em outros tempos, porém podem aprimorar essa relação e formular estratégias que potencializem o efeito sob a sustentabilidade ambiental. Uma das pousadas entrevistadas estava em processo para o uso de energia solar e de biocombustíveis. Nesse sentido, é importante que haja a troca de experiências entre os atores para a disseminação e o aprimoramento de construções e instalações mais sustentáveis para os equipamentos e serviços de apoio turístico.

A relação do poder público com os demais atores é deficiente, visto que metade deles não apresentou nenhum grau de colaboração com o executivo local e somente dois atores – OP e HO1 - tinham uma maior proximidade por conta da participação ativa no COMTUR. Como já falado, não existe um diálogo entre a Secretaria de Turismo e a agricultura familiar. Fora a Exposição Agropecuária de Piranguçu, a articulação com entidades representativas da agricultura familiar é ínfima e denota um envolvimento ainda é marginalizado. “Falta essa parte da secretaria de turismo ou quem desenvolve as políticas de turismo ou o próprio COMTUR” (Agente turístico 7). A falha no estabelecimento de vínculos entre turismo e agricultura em Piranguçu pode ser atribuída à concorrência por terras e recursos de mão de obra, ao desenvolvimento agrícola local deficiente, à falta de agroindústrias de agregação de valor, infraestruturas inadequadas, à propensão dos estabelecimentos consumirem alimentos de fora e à falta de promoção dos produtos locais (TORRES, 2002, 2003).

A complementariedade entre e dentre recursos e atividades turísticas é potencializada com a formação de redes formais ou informais de sujeitos que almejam desenvolver um processo cooperativo (PETROU et al., 2007), porém muitas áreas rurais não têm tradição de

cooperação entre agricultores, ou entre fomentadores e agências governamentais (LANE, 1994). Na região do sul de Minas, a carência de cooperação na agricultura familiar é um fator limitante ao desenvolvimento rural, e associada a um conjunto de aspectos tais como o tradicionalismo, a cultura individualista, o baixo nível de escolaridade, a falta de informação, o tipo de colonização, a desconfiança das práticas associativistas e o baixo espírito empreendedor (FERREIRA et al., 2009). Em Piranguçu, parece seguir esse caminho: "Aqui não funciona [Associação]. Aqui é cada um pra si. É um dando tombo no outro" (Família rural 10).

Quanto à agricultura familiar, apesar de falhas em seu funcionamento, sua organização é mais formalizada, principalmente o caso da Organização de Controle Social (OCS) de unidades produtoras orgânicos com um forte apoio da EMATER. Além da OCS, algumas outras famílias entrevistadas participavam da Associação da Cúpula do Leite ou da Associação Dos Produtores Rurais da Microrregião de Itajubá (APRUMI). A importância das Associações é atribuída à segurança pela "venda maior e garantida" (Família rural 27) e ao maior poder de barganha para "comprar muito adubo, muitas coisas, em conjunto pra ficar mais barato" (Família rural 6). Também tem a Associação Agropecuária dos Produtores de Piranguçu (AAPP), mas que ultimamente tem se dedicado mais em realizar a exposição agropecuária, maior evento local, na qual foi criada com o propósito de fomentar a atividade leiteira e promover o associativismo, porém quase nada nessa direção aconteceu (VIEIRA; RIBEIRO, 2017). Poucos bairros contavam com Associações de Moradores.

A atuação do Poder Público é limitada no sentido de envolver os atores sociais diretamente e indiretamente ligados ao turismo no planejamento e gestão do turismo. A única ação "participativa" reconhecida pelo poder público foi a Conferência Municipal do Turismo, realizada a cada quatro anos e de onde são definidas as metas do plano de turismo. Segundo o diretor de turismo "a Assembleia é aberta. O próprio Circuito que faz, o COMTUR auxilia e a população ativa participa. Pode dá opiniões, só que o Conselho que define... a Prefeitura que define quais ações que são viáveis". As falhas observadas pelos respondentes (articulação intra e intersetorial, comunicação e experiência), discutidas acima, são limitantes para a participação da comunidade local do desenvolvimento do turismo (TOSUN, 2000). Essa limitação em influenciar na política e na alocação dos recursos é sinal de pouco empoderamento local (ILBERY; SAXENA; KNEAFSEY, 2007). O envolvimento da comunidade local nos processos de tomada de decisões sobre o turismo é fundamental para o apoio ao seu desenvolvimento. Os governos locais devem oferecer oportunidades para que a

população local se envolva no planejamento e gestão e participem de atividades relacionadas ao turismo (LEE, 2013).

O COMTUR representa a única rede formalizada similar ao encontrado por Petrou et al. (2007) e Ramalho (2016). Porém, suas ações são limitadas pelo desconhecimento do que seja a função de um conselho e o papel de um conselheiro, pelo interesse da Secretaria Municipal e por relações de dominância em seu interior. É preciso sacramentar esse mecanismo institucional para facilitar a participação de vários grupos sociais locais no planejamento turístico, criando oportunidades para usarem seus próprios recursos e criatividade na busca de um turismo localmente apropriado (BROHMAN, 1996). O impressionante é que seu regimento interno não estabelece a obrigatoriedade de representantes da agricultura familiar - Associações e OCS - ou de instituições locais e extralocais, como a EMATER, o Circuito Turístico, Instituições de ensino e pesquisa (PIRANGUÇU, 2016).

Algumas propostas podem auxiliar na missão de estabelecer conexões entre os atores sociais. A prefeitura deveria estimular a criação de Associações de Comércio e em conjunto com esses atores realizarem pesquisas, grupos focais e reuniões públicas para analisar e gerar ideias sobre os caminhos de desenvolvimento que cada empreendimento deve adotar (BARCUS, 2013). A Secretaria Municipal poderia elaborar oficinas periodicamente para conscientizar e reunir diferentes grupos no processo de planejamento, aproveitando o conhecimento e a experiência local para montar estratégias de *marketing* a curto e longo prazo ou um programa de educação para informar a comunidade sobre os benefícios do turismo (MURPHY, 1988). Aumentar o acesso à informação sobre o turismo através da produção e distribuição de documentários, panfletos, jornais, mapas e transmissões de rádio também é uma das ações prioritárias (ANDRIOTIS, 2005; NYAUPANE; POUDEL, 2011).

O COMTUR poderia adotar meios de atrair a sociedade para o diálogo sobre o turismo como uma maior socialização via internet das ações e da história do Conselho, distribuição de boletins informativos, reuniões itinerantes, descentralização das reuniões (TATAGIBA, 2002). Todas essas ferramentas são fundamentais para o empoderamento local desde que os interesses dos moradores locais sejam levados em conta pelas instituições de turismo e/ou empresas (NAVARRO; IGLESIAS; VINZÓN, 2017).

O setor privado poderia identificar oportunidades para facilitar que a comunidade local receba os benefícios, não só econômicos, mas que incluem melhorias nos meios de subsistência, benefícios sociais e ambientais, com o poder público criando uma atmosfera que potencialize essa transferência e a formação de parcerias justas entre esses atores (SIMPSON,

2008). Mais ainda, é fundamental institucionalizar acordos estáveis de aquisição e ligações econômicas entre os provedores de turismo e a agricultura familiar. Nessa parte, a comunicação contínua parece ser o segredo para que as expectativas sejam atendidas (ROGERSON, 2012; TELFER; WALL, 1996, 2000).

Seria necessário encorajar a organização das unidades familiares agrícolas para atender aos estabelecimentos de hospedagem e alimentação, empoderando-a no processo de decisão sobre as melhores as oportunidades de mercado (ROGERSON, 2012). As relações cooperativas na agricultura familiar são meios de desenvolver a autoconfiança e alternativas para as unidades com poucos recursos (FERREIRA et al., 2009), mas quando agregados têm potencial de desenvolver novos produtos e mercados (HALL; MITCHELL; SHARPLES, 2003).

Algumas festas tradicionais já atraem um número considerável de turista, mas poderiam agregar outros interessados no turismo, oferecendo mais atividades turísticas para prolongar a permanência do visitante e criando outras fontes de renda para a comunidade local. A organização de eventos culturais como noites de música e exposição de quadros e artesanatos se mostram como preditoras na escolha do destino turístico (ILBERY; SAXENA; KNEAFSEY, 2007). Um respondente apontou nessa direção: "Por que não montar uma feira de orgânico aqui? Põe um sarau, artesanato. Vira atrativo. É uma opção de atrair turista e de fomentar agricultura familiar" (Agente turístico 4).

Uma proprietária de um estabelecimento de hospedagem também se referiu à produção de orgânicos: "Você não tem uma venda de orgânicos, por exemplo, em Piranguçu. Poderia ter mais incentivo em relação a isso" (Agente turístico 9). A orientação à produção orgânica pode ser facilitada porque nas propriedades já há baixa dependência e uso de agrotóxico (IBGE, 2017). Todavia, pesa a escassez de mão de obra que limita a transição pelo uso intensivo de trabalho humano e o pouco incentivo do poder público municipal em adquirir alimentos orgânicos.

Em relação à ONG, além do turismo, ela tem papel fundamental no esforço para atingir a sustentabilidade no município, reivindicando melhorias nos serviços públicos à população, e conseqüentemente para o TER, como o acesso à educação, saúde e saneamento básico. A ONG poderia ajudar as comunidades locais e organizações de base local no acesso a outras instituições como bancos, escolas técnicas, incentivos fiscais e financeiros fornecidos pelos governos para o turismo para iniciar e manter uma abordagem participativa de desenvolvimento do turismo (TOSUN, 2000).

Em que pese à natureza multidimensional do TER, criar a melhor forma de turismo nas áreas rurais é elementar porque sua matéria-prima é a vida e a paisagem rural (LANE; KASTENHOLZ, 2015). As sociedades modernas enfrentam “um novo compromisso institucional”, que é a necessidade de inserir os espaços e as populações rurais na dinâmica econômica e social moderna, e de assegurar a preservação dos recursos naturais do meio rural. Nesse contexto, a importância e o significado que a agricultura assume no meio rural passam, sobretudo por duas ordens de fatores: por um lado, sua capacidade de adquirir a competência exigida pela própria atividade agrícola imposta pela crescente inserção em mercados competitivos e, por outro, sua capacidade de estender a atuação para além da produção agrícola e ampliar a renda com atividades não agrícolas (WANDERLEY, 2000).

Apesar da riqueza de recursos naturais e culturais locais, seu aproveitamento turístico requer a “criação de redes para levar esses recursos, individual ou coletivamente, ao conhecimento dos visitantes” (CLARK; CHABREL, 2007, p. 380). Mas como atenta Saxena e Ilbery (2008, p. 250), a criação de redes é um “processo de longo prazo, resultante de uma complexa interação de forças e condições internas e externas dentro de contextos específicos”. As atrações turísticas são recursos finitos e possivelmente não renováveis, portanto, é fundamental que o desenvolvimento da área turística seja mantido dentro do limite da capacidade de suporte do local (BUTLER, 1980), mas no município não há nenhuma iniciativa nesse sentido.

O sucesso do desenvolvimento local é facilitado quando há uma rede de atores interessados na valorização do território (MURDOCH, 2000). Mas por ora, a participação dos residentes locais no desenvolvimento do turismo se aproxima do tipo passivo, isto é, eles “não são formadores de decisão, mas tomadores da decisão” (TOSUN, 1999, p. 127). As evidências apontam uma necessidade e uma possibilidade de envolver a agricultura familiar do TER. A desconexão entre turismo e agricultura “representa uma oportunidade perdida para a agricultura local e uma hemorragia dos benefícios do turismo” (TORRES, 2003, p. 562), por isso “não há razão para que os alimentos locais e tradicionais sejam vistos como triviais e devam ser ignorados no desenvolvimento do turismo” (QUAN; WANG, 2004, p. 303). Isso restringe o alcance das dimensões-chave de complementariedade e endogeneidade. A iniciativa privada, o governo local e os planejadores do turismo e do desenvolvimento rural podem dirigir mais esforços em programas promocionais e de *marketing* que diminuam a distância entre turistas e alimentos locais (TORRES, 2002).

Os resultados da pesquisa estão em concordância com as conclusões de outros estudos empíricos realizados no meio rural brasileiro que revelam a carência na formatação de um

produto turístico, de estrutura turística, de envolvimento das comunidades locais e de divulgação, a baixa capacitação e qualificação para o turismo, pouca tradição para atividades não agrícolas, a fragilidade das parcerias entre os atores sociais como fatores que limitam o potencial de desenvolvimento do TER (ARAÚJO; BAHIA; FERREIRA, 2011; CARVALHO, 2018; MANOSSO; SALOMÉ; CARVALHO, 2010; RAMALHO, 2016; SANTANA; SANTOS; 2016).

Nesse sentido, o turismo na área rural de Piranguçu fundamentado nos conceitos do TRI pode contribuir em vários desses aspectos. A formação de redes assume que os atores sociais estejam articulados na construção de estratégias de desenvolvimento fortemente ligados aos recursos, atividades e produções locais. A comunidade local é incentivada a participar ativamente do planejamento do TER, compartilhando os benefícios econômicos, sociais e ambientais da atividade e os serviços oferecidos aos visitantes.

6 CONCLUSÕES

O turismo em Piranguçu é caracterizado pelas práticas esportivas *outdoors* e pelas características do relevo, mas também tem um apelo histórico e cultural, motivo pelo qual há confusão de qual segmentação seria expressivo, o ecoturismo/turismo de aventura, turismo rural, histórico. Na parte elevada, os aspectos naturais se sobressaem atraindo visitantes para contemplação da paisagem e prática de caminhada, cicloturismo *hard* e voo livre. Na parte baixa, há uma maior diversidade econômica, com presença de plantios agrícolas e cultivo de animais, pequenas agroindústrias de doce e maior concentração de arquiteturas religiosas.

A integração dos atores sociais com o planejamento do turismo é limitada. Percebeu-se uma fraca articulação dos atores sociais, tanto entre aqueles diretamente envolvidos quanto entre os agricultores e agricultoras familiares, bem como entre esses dois grupos. Isso carrega desafios que perpassam em estabelecer novos mecanismos e fortalecer aqueles já existentes, como o COMTUR e a OCS, que facilitem a integração entre eles, e acima de tudo, promova uma efetiva participação social no planejamento de um turismo no espaço rural com benefícios difusos no município.

A maior parte das modalidades de turismo está estritamente ligada à sustentabilidade cultural e ambiental, porém a atividade turística que mais causa danos ambientais e social é a prática de *motocross*. A percepção negativa da agricultura familiar sobre o turismo em sua maioria deriva da atividade, e a posição totalmente contrária da ONG corrobora com o apelo por uma maior regularização da atividade.

A potencialidade turística se deve aos aspectos naturais, em especial a paisagem, mas também com aspectos culturais que se destacam, como as festas tradicionais. Conseqüentemente, os atrativos naturais como os picos e cachoeiras são os mais importantes, apesar de não apresentarem estruturas para visitação ou cálculo das capacidades de cargas do local e das trilhas que percorrem ecossistemas mais sensíveis. Por outro lado, pouco reconhecimento se deu aos patrimônios históricos e culturais do município. Essa discussão precisa ser reforçada e ampliada com ações que visem à formação de uma consciência cultural no município para que estes sejam mantidos na identidade local e preservados como herança coletiva de Piranguçu.

Atualmente, as ligações entre turismo e agricultura familiar no município são quase inexistentes. A estrutura agrícola no município é majoritariamente de pequena escala, com pouca mão de obra e de caráter familiar e praticamente toda a produção sendo escoada para fora do município, com pouca agregação de valor. A pesquisa mostrou que o baixo esforço do

poder público, a falta de recursos humanos e financeiros, a falta de informações, a baixa iniciativa de cooperação e a pouca tradição em outras atividades não agrícolas são limitantes para um maior envolvimento da agricultura familiar no TER.

Nesse sentido, o desenvolvimento turístico ainda é incipiente para influenciar a dinâmica de desenvolvimento local e está distante da proposta de um turismo rural integrado. Há uma expectativa muito grande em divulgar o município e atrair um número maior de visitantes, mas ao mesmo tempo percebe-se que o município não está se preparando para uma eventual expansão do turismo, o que provavelmente pode virar uma ameaça significativa para o espaço rural. Lograr ao turismo a posição de superador de todos os problemas estruturais existentes no país pode ser uma visão distorcida do fenômeno.

Essa incipiência permite refletir sobre ações visando a um projeto participativo e integrado que atenda às expectativas das partes e valorize a identidade local em escala compatível com a sustentabilidade. Para que haja o desenvolvimento integrado, é necessária a soma de diversos aspectos. Primariamente passa pelo fortalecimento do meio rural, em especial da agricultura familiar, e a construção de estratégias e mecanismos eficientes. Dois principais aspectos se sobressaem: há sinais da necessidade de maior conscientização pública sobre o TER, seus benefícios e custos, sua estruturação, sua contribuição para o bem-estar da comunidade e como a atividade pode evoluir e, também, de um maior compartilhamento de informações e colaboração entre os atores no planejamento fornecendo uma base consistente na tomada de decisão.

Pesquisas futuras sobre o turismo no espaço rural em Piranguçu devem procurar abranger um leque maior de atores locais e extralocais, como agências públicas e privadas de desenvolvimento rural ou do turismo, os residentes locais não agrícolas, os próprios turistas, responsáveis de outras secretarias do município, entre outros. Algumas questões precisam ser aprofundadas. Quais as preferências dos turistas e como eles percebem os alimentos locais de Piranguçu? Quais os perfis de visitantes nas diferentes épocas do ano? Como articular os atores da agricultura familiar em esferas de cooperação mútua? Como os órgãos ligados ao desenvolvimento rural avaliam o turismo no espaço rural do município? Quais os atrativos turísticos mais visitados? Quais as capacidades de carga dos atrativos turísticos? Quais roteiros podem ser implementados para criar vínculos turísticos e agrícolas?

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. Campinas: Hucitec, 1992. 275 p.

AGÊNCIA NACIONAL DAS ÁGUAS (ANA). Bacias e Sub-bacias hidrográficas. **GeoNetwork**, [S.l.], 2014. Disponível em: <<http://metadados.ana.gov.br/geonetwork/srv/pt/main.home>>. Acesso em: 15 mar. 2019.

ALLEN, L. R. et al. Rural residents' attitudes toward recreation and tourism development. **Journal of Travel Research**, Thousand Oaks, v. 31, n. 4, p. 27-33, Apr. 1993.

ALMEIDA, C.; TATAGIBA, L. Os conselhos gestores sob o crivo da política: balanços e perspectivas. **Serviço Social & Sociedade**, São Paulo, n. 109, p. 68-92, jan./mar. 2012.

ALTAFIN, I. Reflexões sobre o conceito de agricultura familiar. **Reforma Agrária em Dados**, Brasília, p. 1-18, 2005. Disponível em: <<http://www.reformaagrariaemdados.org.br/biblioteca/artigo-e-ensaio/reflexões-sobre-o-conceito-de-agricultura-familiar>>. Acesso em: 14 abr. 2018.

ANDERECK, K. L. et al. Residents' perceptions of community tourism impacts. **Annals of Tourism Research**, New York, v. 32, n. 4, p. 1056-1076, Oct. 2005.

ANDRADE, A. C.; FERREIRA, E. R. Produção familiar, conservação ambiental e turismo no espaço rural da microrregião de Itajubá, Minas Gerais. **Campo –Território: revista de geografia agrária**, Uberlândia, v. 8, n. 16, p. 315-341, ago. 2013.

ANDRIOTIS, K. Community groups' perceptions of and preferences for tourism development: evidence from Crete. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, Thousand Oaks, v. 29, n. 1, p. 67-90, Feb. 2005.

ARAÚJO, A. L. M.; BAHIA, E. T.; FERREIRA, W. R. Turismo rural na agricultura familiar: um estudo sobre as possibilidades e limitações no município de Alfredo Vasconcelos, MG. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, p. 370-383, dez. 2011.

BABBIE, E. **Métodos de pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999. 519 p.

BALMFORD, A. et al. Walk on the wild side: estimating the global magnitude of visits to protected areas. **PLoS Biology**, San Francisco, v. 13, n. 2, p. 1-6, Feb. 2015.

BALSADI, O. V. Mudanças no meio rural e desafios para o desenvolvimento sustentável. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 155-165, jan./mar. 2001.

BARCUS, H. Sustainable development or integrated rural tourism? Considering the overlap in rural development strategies. **Journal of Rural and Community Development**, Brandon, v. 8, n. 3, p. 127-143, 2013.

- BARRETO, M. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 9, n. 20, p. 15-29, out. 2003.
- BILSEN, F. Integrated tourism in senegal: an alternative. **Tourism Recreation Research**, London, v. 12, n. 2, p. 19-23, Jan. 1987.
- BLANCO, E. S. O turismo rural em áreas de agricultura familiar: a "novas ruralidades" e a sustentabilidade do desenvolvimento local. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 3, p. 44-49, 2004.
- BRASIL. Lei Federal nº 11.326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 25 jul. 2006.
- _____. **Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF)**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2004. 1 CD-ROM.
- BROHMAN, J. New directions in tourism for third world development. **Annals of Tourism Research**, New York, v. 23, n. 1, p. 48-70, 1996.
- BUAINAIN, A. M.; SOUZA FILHO, H. M. A política agrícola no Brasil: evolução e principais instrumentos. In: BATALHA, M. O. (Org.). **Gestão agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 2007. v. 2, p. 302-362.
- BUTLER, R. W. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. **The Canadian Geographer. Géographe Canadien**, Toronto, v. 24, n. 1, p. 5-12, Mar. 1980.
- CANDIOTTO, L. Z. P. Implicações do turismo no espaço rural e em estabelecimentos da agricultura familiar. **Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, Spain, v. 9, n. 4, p. 559-571, Enero 2011.
- _____. O discurso da viabilidade do turismo rural na agricultura familiar: o Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (Pntraf) e o papel do estado do Paraná no contexto. **Cultur - Revista de Cultura e Turismo**, Ilhéus, v. 7, n. 2, p. 111-131, jun. 2013.
- CARLOS, A. F. A. O turismo e a produção do não lugar. In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 1999. p. 25-39.
- CARNEIRO, M. J.; TEIXEIRA, V. L. De terra de plantação a terra de lazer. In: CARNEIRO, M. J. (Org.). **Ruralidades contemporâneas: modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Mauad, 2012. p. 67-100.
- CARVALHO, K. D. O turismo rural como alternativa para o desenvolvimento das comunidades de Itamatatuiua e Santa Maria em Alcântara, Maranhão (Brasil). **Revista de Turismo Contemporâneo**, Rio Grande do Norte, v. 6, n. 1, p. 20-40, jun. 2018.

CASTRO, A. M. G. et al. A importância do jovem rural para a agricultura familiar. In: _____. (Org.). **Juventude rural, agricultura familiar e políticas de acesso à terra no Brasil**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2013. p. 13-18.

CAWLEY, M.; GILLMOR, D. A. Integrated rural tourism: concepts and practice. **Annals of Tourism Research**, New York, v. 35, n. 2, p. 316-337, Apr. 2008.

CEBALLOS-LASCURÁIN, H. O ecoturismo como fenômeno mundial. In: LINDBERG, K.; HAWKINS, D. E. **Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão**. São Paulo: Ed. SENAC, 1995. p. 23-29.

CLARK, G.; CHABREL, M. Measuring integrated rural tourism. **Tourism Geographies**, London, v. 9, n. 4, p. 371-386, Oct. 2007.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. 12. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016. 712 p.

CORDERO, A. U. Economía política y turismo. In: CORDERO, A. U. (Org.). **Nuevos ejes de acumulación y naturaleza: el caso del turismo**. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2006. p. 23-78.

CORIOLOANO, L. N. T. Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios. In: LEMOS, A. G.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. (Org.). **América Latina: cidade, campo e turismo**. San Pablo: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2006. p. 367-378.

CRUZ-CORIA, E. et al. Las dinámicas de dominación capitalista en el espacio rural: la configuración de paisajes turísticos. **Cuadernos de Desarrollo Rural**, Santafé de Bogotá, v. 9, n. 69, p. 151-174, Enero 2012.

DAROLT, M. R. et al. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Ambiente & Sociedade**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 1-22, abr./jun. 2016.

DIAS, R. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003. 208 p.

FÁVARO, L. Curso em Piranguçu contribuiu para o crescimento do turismo rural local. **FAEMG/SENAR**, Belo Horizonte, out. 2018. Disponível em: <<http://www.sistema.faemg.org.br/Noticia.aspx?Code=17161&Portal=3&PortalNews=3&ParentCode=103&ParentPath=None&ContentVersion=R&show=all>>. Acesso em: 22 jan. 2019.

FENNELL, D. A. **Ecoturismo: uma introdução**. São Paulo: Contexto, 2002. 284 p. (Coleção Turismo Contexto).

FERREIRA, P. A. et al. Estado e agricultores familiares: uma análise interpretativa sobre o desenvolvimento rural no Sul de Minas Gerais. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 47, n. 3, p. 767-792, jul./set. 2009.

FRISVOLL, S.; FORBORD, M.; BLEKESAUNE, A. An empirical investigation of tourists' consumption of local food in rural tourism. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, [S.l.], v. 16, n. 1, p. 76-93, Janu. 2016.

FROEHLICH, J. M. Turismo Rural e Agricultura Familiar: explorando (criticamente) o cruzamento de abordagens e estratégias para o desenvolvimento local. In: ALMEIDA, J.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru: EDUSC, 2000. p. 1-13.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS (FIPE). **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil – 2010/2011**: relatório executivo – produto 6: principais resultados selecionados. São Paulo: FIPE, 2012. 153 p.

GARCÍA, F. A.; VÁZQUEZ, A. B.; MACÍA, R. C. Resident's attitudes towards the impacts of tourism. **Tourism Management Perspectives**, [S.l.], v. 13, p. 33-40, Jan. 2015.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

GOMES, B. M. A.; ROMANIELLO, M. M.; SILVA, M. A. Os efeitos do turismo em comunidades receptoras: um estudo com moradores de Carrancas, MG, Brasil. **Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, Spain, v. 4, n. 3, p. 391-408. 2006.

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**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003. p. 25-59.

HILLEL, A.; BELHASSEN, Y.; SHANI, A. What makes a gastronomic destination attractive? Evidence from the Israeli Negev. **Tourism Management**, Guildford, v. 36, p. 200-209, June 2013.

ILBERY, B.; SAXENA, G.; KNEAFSEY, M. Exploring tourists and gatekeepers' attitudes towards integrated rural tourism in the england-wales Border Region. **Tourism Geographies**, London, v. 9, n. 4, p. 441-468, Nov. 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Base cartográfica municipal 2015**. Brasília: IBGE, 2016. Disponível em: <ftp://geoftp.ibge.gov.br/organizacao_do_territorio/malhas_territoriais/malhas_municipais/municipio_2015/Brasil/BR/>. Acesso em: 19 nov. 2016.

_____. **Censo Agropecuário: 2017 resultados preliminares: Piranguçu**. Belo Horizonte: IBGE, 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/ pirangucu/pesquisa/24/75511>. Acesso em: 28 jan. 2019.

_____. **Censo Demográfico 2010: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. 215 p.

_____. **Malhas digitais**. Belo Horizonte: IBGE, 2015. Disponível em: <ftp://geoftp.ibge.gov.br/organizacao_do_territorio/malhas_territoriais/malhas_municipais/municipio_2015/UFs/MG/>. Acesso em: 15 mar. 2019.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). Ipeadata regional. **Ipeadata**, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br/Default.aspx>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

KASTENHOLZ, E.; LIMA, J. The integral rural tourism experience from the tourist's point of view: a qualitative analysis of its nature and meaning. **Tourism & Management Studies**, Guildford, v. 7, p. 62-74, Dec. 2011.

KIM, Y. G.; EVES, A. Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. **Tourism Management**, Guildford, v. 33, n. 6, p. 1458-1467, Dec. 2012.

KINKER, S. **Ecoturismo e conservação da natureza em parques nacionais**. Campinas, SP: Papyrus, 2002. 224 p. (Coleção Turismo).

KLOSTER, S.; CUNHA, L. A. G. Desenvolvimento territorial e turismo rural: as relações possíveis. **Desenvolvimento em Questão**, Unijuí, v. 12, n. 27, p. 66-94, jul./set. 2014.

LAMARCHE, H. **Agricultura familiar**: comparação internacional, uma realidade multiforme. Campinas: Ed. Unicamp, 1997. 336 p.

LANE, B. What is rural tourism? **Journal of Sustainable Tourism**, Clevedon, v. 2, n. 1, p. 7-21, Aug. 1994.

LANE, B.; KASTENHOLZ, E. Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? **Journal of Sustainable Tourism**, Clevedon, v. 23, n. 8/9, p. 1133-1156, Oct. 2015.

LÁTKOVÁ, P.; VOGT, C. A. Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. **Journal of Travel Research**, Thousand Oaks, v. 51, n. 1, p. 50-67, Jan. 2012.

LEE, T. H. Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. **Tourism Management**, Guildford, v. 34, p. 37-46, Feb. 2013.

LEPP, A. Residents' attitudes towards tourism in Bigodi Village, Uganda. **Tourism Management**, Guildford, v. 28, n. 3, p. 876-885, June 2007.

LONG, P. T.; PERDUE, R. R.; ALLEN, L. R. Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism. **Journal of Travel Research**, Thousand Oaks, v. 28, n. 3, p. 3-9, Jan. 1990.

MAK, A. H. N. et al. Factors influencing tourist food consumption. **International Journal of Hospitality Management**, Amsterdam, v. 31, n. 3, p. 928-936, Sept. 2012.

MANOSSO, F. C.; SALOMÉ, M. V.; CARVALHO, A. T. Turismo rural na região norte do Estado do Paraná: conceito e prática. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 24-35, 2010.

MARAFON, G. J. Agricultura familiar, pluriatividade e turismo rural: reflexões a partir do território fluminense. **Campo –Território**: revista de geografia agrária, Uberlândia, v. 1, n. 1, p. 17-40, fev. 2006.

MARSDEN, T. New rural territories: regulating the differentiated rural spaces. **Journal of Rural Studies**, New York, v. 14, n. 1, p. 107-117, Jan. 1998.

MARTINS, J. S. **Os camponeses e a política no Brasil**. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1981. 185 p.

MCGEHEE, N. G.; ANDERECK, K. L. Factors predicting rural residents' support of tourism. **Journal of Travel Research**, Thousand Oaks, v. 43, n. 2, p. 188-200, Nov. 2004.

MENDES, A. M. C. P. et al. Políticas públicas, desenvolvimento e as transformações do Estado brasileiro. In: SILVA, C. L.; SOUZA-LIMA, J. E. (Org.). **Políticas Públicas e indicadores para o desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Saraiva, 2010. p. 3-34.

MENDONÇA, K. F. C. et al. Formação, sucessão e migração: trajetórias de duas gerações de agricultores do Alto Jequitinhonha, Minas Gerais. **Revista brasileira de Estudos da População**, Rio de Janeiro, v. 30, n. 2, p. 445-463, jul./dez. 2013.

MENDONÇA, M. C. A.; BATALHA, M. O.; SANTOS, A. C. Turismo no espaço rural: debate e tendência. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, Lavras, v. 4, n. 2, p. 1-10, 2002.

MINAS GERAIS. Lei nº 1004/2013. Dispõe sobre a Política Municipal de Cultura e Turismo no município de Piranguçu. **Prefeitura Municipal de Piranguçu**, Piranguçu, MG, 18 abr. 2013. p. 1-12.

MINGIONE, E.; PUGLIESE, E. A difícil delimitação do 'urbano' e do 'rural': alguns exemplos e implicações teóricas. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, n. 22, p. 83-99, abr. 1987.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo rural**: orientações básicas. 2. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 68 p.

MURDOCH, J. Networks - a new paradigm of rural development? **Journal of Rural Studies**, New York, v. 16, n. 4, p. 407-419, Oct. 2000.

MURPHY, P. E. Community driven tourism planning. **Tourism Management**, Guildford, v. 9, n. 2, p. 96-104, June 1988.

_____. Special issue tourism management in host communities. **The Canadian Geographer. Géographe Canadien**, Toronto, v. 24, n. 1, p. 1-2, Mar. 1980.

NAVARRO, M. M.; IGLESIAS, M. P.; VINZÓN, L. Key variables for developing integrated rural tourism. **Tourism Geographies**, London, v. 19, n. 3, p. 575-594, June 2017.

NIEDERLE, P. A. Os agricultores ecologistas nos mercados para alimentos orgânicos: contra movimentos e novos circuitos de comércio. **Sustentabilidade em Debate**, Brasília, v. 5, n. 3, p. 79-97, set./dez. 2014.

_____. Afinal que inclusão produtiva? A contribuição dos novos mercados alimentares. In: DELGADO, G. C.; BERGAMASCO, S. M. P. P (Org.). **Agricultura familiar brasileira: desafios e perspectivas de futuro**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2017, p. 166-194.

NYAUPANE, G. P.; POUDEL, S. Linkages among biodiversity, livelihood, and tourism. **Annals of Tourism Research**, New York, v. 38, n. 4, p. 1344–1366, Oct. 2011.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2000. 175 p.

OLIVEIRA, V. C. S.; PEREIRA, J. R.; OLIVEIRA, V. A. R. Os conselhos gestores municipais como instrumentos da democracia deliberativa no Brasil. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p. 422-437, set. 2010.

OLIVER, T.; JENKINS, T. Sustaining rural landscapes: the role of integrated tourism. **Landscape Research**, Manchester, v. 28, n. 3, p. 293-307, July 2003.

OURIQUES, H. R. O turismo internacional na economia-mundo capitalista: elementos para uma crítica. **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**, Maringá, v. 34, n. 2, p. 147-157, jul./dez. 2012.

PAIVA, M. G. M. V. **Sociologia do turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1995. 88 p.

PERRONI, C. Caldo de cana é um repositório natural de carboidratos e possui baixo custo. **Globo.com**, Rio de Janeiro, fev. 2016. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/eu-atleta/nutricao/noticia/2016/02/caldo-de-cana-e-um-repositor-natural-de-carboidratos-e-possui-baixo-custo.html>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

PETROU, A. et al. Resources and activities complementarities: the role of business networks in the provision of integrated rural tourism. **Tourism Geographies**, London, v. 9, n. 4, p. 421-440, Nov. 2007.

PILLAY, M.; ROGERSON, C. M. Agriculture-tourism linkages and pro-poor impacts: the accommodation sector of urban coastal KwaZulu-Natal, South Africa. **Applied Geography**, Sevenoaks, v. 36, p. 49-58, Jan. 2013.

PIMENTA, C. A. M.; MELLO, A. S. Entre doces, palhas e fibras: experiências populares de geração de renda em cidades de pequeno porte no sul de Minas Gerais. **Estudos de Sociologia**, Recife, v. 1, n. 20, p. 1-12, 2014.

PIRANGUÇU. **Regimento Interno COMTUR**. Piranguçu: Prefeitura Municipal, 2016. 17 p.

_____. **Lei Orgânica do Município de Piranguçu**. Piranguçu: Prefeitura Municipal, 2007. 139 p.

PIRES, P. S. A paisagem rural como recurso turístico. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo rural: práticas e perspectivas**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003. p. 117-132.

PLOEG, J. D. V. O modo de produção camponês revisitado. In: SCHNEIDER, S. (Org.). **A diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2006. p. 13-56.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PIRANGUÇU. **Emater-MG realiza curso de doces no bairro do centro**. Piranguçu: Prefeitura Municipal, 2018. Disponível em: <<http://www.pirangucu.mg.gov.br/emater-mg-realiza-curso-de-doces-no-bairro-do-centro/>>. Acesso em: 1 nov. 2018.

_____. **Sobre a cidade**. Piranguçu: Prefeitura Municipal, 2019. Disponível em: <<http://www.pirangucu.mg.gov.br/sobre-a-cidade/>>. Acesso em: 24 fev. 2019.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). Piranguçu, MG: caracterização do território. **Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil**, Brasília, 2010. Disponível em: <http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/pirangucu_mg>. Acesso em: 8 jun. 2017.

QUAN, S.; WANG, N. Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. **Tourism Management**, Guildford, v. 25, n. 3, p. 297-305, June 2004.

RAMALHO, M. M. C. Estudo sobre o turismo no espaço rural em Barra do Piraí e sua relação com o desenvolvimento. **Revista Turismo - Visão e Ação**, Santa Catarina, v. 18, n. 2, p. 223-250, maio/ago. 2016.

RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. **Environmental and Planning**, Oxford, v. 35, n. 3, p. 393-411, Mar. 2003.

RICHARDSON, R. J. et al. **Pesquisa social: método e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 336 p.

ROGERSON, C. M. Tourism–agriculture linkages in rural South Africa: evidence from the accommodation sector. **Journal of Sustainable Tourism**, Clevedon, v. 20, n. 3, p. 477-495, Apr. 2012.

ROMEIRO, A. R. **Meio ambiente e dinâmica de inovações na agricultura**. São Paulo: Annablume-Fapesp, 1998. 277 p.

ROQUE, A. M.; ALENCAR, E. Turismo no espaço rural. Um estudo multicaso nas regiões sul e sudoeste de Minas Gerais. **Instituto Brasil Rural**, São Paulo, p. 1-16, 2001.

SAARINEN, J.; LENAHO, M. Integrating tourism to rural development and planning in the developing world. **Development Southern Africa**, Silverton, v. 31, n. 3, p. 363-372, Apr. 2014.

SACHS, I. Caminhos para o desenvolvimento sustentável. In: STROH, P. Y. (Org.). **Coleção idéias sustentáveis**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009. p. 29-89.

_____. Estratégias de transição para o século XXI. In: BURSTZTYN, M. (Org.). **Para pensar o desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1993. p. 29-53.

SANTANA, E. L.; SANTOS, J. C. V. Lago de São Simão e o desenvolvimento do turismo rural: uma nova atividade econômica sustentada pelo trabalho familiar. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v. 9, n. 6, p. 668-683, 2016.

SAUFI, A.; O'BRIEN, D.; WILKINS, H. Inhibitors to host community participation in sustainable tourism development in developing countries. **Journal of Sustainable Tourism**, Clevedon, v. 22, n. 5, p. 801-820, 2014.

SAXENA, G. et al. Conceptualizing integrated rural tourism. **Tourism Geographies**, London, v. 9, n. 4, p. 347-370, Nov. 2007.

SAXENA, G.; ILBERY, B. Integrated rural tourism: a border case study. **Annals of Tourism Research**, New York, v. 35, n. 1, p. 233-254, Jan. 2008.

SCHNEIDER, S. A pluriatividade no meio rural brasileiro: características e perspectivas de investigação. In: GRAMMONT, H. C.; VALLE, L. M. (Org.). **La pluriactividad en el campo latinoamericano**. Quito: Flacso, 2009. v. 1, p. 132-161.

_____. Situando o desenvolvimento rural no Brasil: o contexto e as questões em debate. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 30, n. 3, p. 511-531, jul./set. 2010.

_____. Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 92-121, fev. 2003.

SCHNEIDER, S.; FIALHO, M. A. V. Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru: Edusc, 2000. p. 14-50.

SILVA, F. K. C. Resgate histórico do bairro rural Correinha e sua transformação em bairro urbano - município de Piranguçu/MG. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA, 8.; SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA, 9., 2017, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Singa, 2017. p. 1-13.

SILVA, J. G.; DEL GROSSI, M.; CAMPANHOLA, C. Novo Rural Brasileiro: uma atualização. In: CONGRESSO DA SOBER, 43., 2005, Ribeirão Preto. **Anais...** Ribeirão Preto: SOBER, 2005. 1 CD-ROM.

SILVA, J. G.; VILARINHO, C.; DALE, P. J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. **Caderno CRH**, Salvador, n. 28, p. 113-155, jan./jun. 1998.

SILVA, L. A procura do turismo em espaço rural. **Etnográfica**, Portugal, v. 11, n. 1, p. 141-163, 2007.

SIMMONS, D. G. Community participation in tourism planning. **Tourism Management**, Guildford, v. 15, n. 2, p. 98-108, Apr. 1994.

SIMPSON, M. C. Community benefit tourism initiatives: a conceptual oxymoron? **Tourism Management**, Guildford, v. 29, n. 1, p. 1-18, Feb. 2008.

SIMS, R. Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. **Journal of Sustainable Tourism**, Clevedon, v. 17, n. 3, p. 321-336, May 2009.

SOUZA, R. L.; SANTOS, E. O.; THOMÉ-ORTIZ, H. O turismo no espaço rural como atividade complementar de geração de renda e ocupação não agrícola no Corede das Hortênsias do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 171-186, jun. 2017.

STEVENSON, W. J. **Estatística aplicada à administração**. São Paulo: Harbra, 1981. 495 p.

STYLIDIS, D. et al. Residents' support for tourism development: the role of residents' place image and perceived tourism impacts. **Tourism Management**, Guildford, v. 45, p. 260-274, Dec. 2014.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental**. São Paulo: Aleph, 2000. v. 1, 250 p.

TATAGIBA, L. Os conselhos gestores e a democratização das políticas públicas no Brasil. In: DAGNINO, E. (Org.). **Sociedade civil e espaços públicos no Brasil**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 47-103.

TELFER, D. J.; WALL, G. Linkages between tourism and food production. **Annals of Tourism Research**, New York, v. 23, n. 3, p. 635-653, July 1996.

_____. Strengthening backward economic linkages: local food purchasing by three Indonesian hotels. **Tourism Geographies**, London, v. 2, n. 4, p. 421-447, Jan. 2000.

TORRES, R. Linkages between tourism and agriculture in Mexico. **Annals of Tourism Research**, New York, v. 30, n. 3, p. 546-566, July 2003.

_____. Toward a better understanding of tourism and agriculture linkages in the Yucatan: tourist food consumption and preferences. **Tourism Geographies**, London, v. 4, n. 3, p. 282-306, Jan. 2002.

TOSUN, C. Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. **Tourism Management**, Guildford, v. 21, n. 6, p. 613-633, Dec. 2000.

_____. Towards a typology of community participation in the tourism development process. **Anatolia: an international journal of tourism and hospitality research**, Amsterdam, v. 10, n. 2, p. 113-134, Dec. 1999.

TULIK, O. Turismo e desenvolvimento no espaço rural: abordagens conceituais e tipologias. In: SANTOS, E. O.; SOUZA, M. (Org.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri: Manole, 2010. p. 2-22.

VEIGA, J. E. Nascimento de uma nova ruralidade. **Estudos Avançados**. São Paulo, v. 20, n. 57, p. 333–353, abr. 2006.

VIANNA, V. M. Envolvimento sustentável e conservação das florestas brasileiras. In: DIEGUES, A. C.; VIANNA, V. M. (Org.). **Comunidades tradicionais e manejo dos recursos naturais da Mata Atlântica**. São Paulo: NUPAUB/LASTROP, 2000. p. 23-26.

VIEIRA, E. T.; RIBEIRO, J. A. C. Desenvolvimento multidimensional: alternativas para Piranguçu – MG. **Espacios**, [S.l.], v. 38, n. 21, p. 1-32, 2017.

WANDERLEY, M. N. B. A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas – o “rural” como espaço singular e ator coletivo. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p. 87-145, out. 2000.

_____. Raízes históricas do campesinato brasileiro. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 20., 1996, Caxambu. **Anais...** Caxambu: [s.n.], 1996. p. 1-18.

WILSON, S. et al. Factors for success in rural tourism development. **Journal of Travel Research**, Thousand Oaks, v. 40, n. 2, p. 132-138, Nov. 2001.

WOOD, M. E. **Ecotourism: principles, practices & policies for sustainability**. São Paulo: UNEP, 2002. 61 p.

WOORTMANN, E. F.; WOORTMANN, K. **O trabalho da terra: a lógica e a simbólica da lavoura**. Brasília: Ed. UnB, 1997. 192 p.

WORLD TOURISM ORGANIZATION - UNWTO. **Tourism highlights**. Madrid: UNWTO, 2018. 20 p. Disponível em: <<http://marketintelligence.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2018>>. Acessado em: 03 de janeiro de 2019.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 205 p.

APÊNDICE B - Questionário aplicado ao diretor de turismo do município.

---- / ---- / ----

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA**▪ Percepção/Articulação do turismo no município**

1. Qual a importância do turismo no espaço rural para o município?
2. Quais as dificuldades do município para o desenvolvimento do turismo no espaço rural?
3. Quais as potencialidades do município para o desenvolvimento do turismo no espaço rural?
4. Quais os atrativos turísticos do município?
5. Quais os atores são importantes para o desenvolvimento do turismo no espaço rural?
6. Como é a articulação desses atores no planejamento do turismo no espaço rural no município?

▪ Ações desenvolvidas no desenvolvimento do turismo no município

7. Quais os projetos/políticas da Secretaria para o desenvolvimento do turismo no espaço rural?
8. Como as ações da Secretaria são planejadas/elaboradas? Quem participa?
9. Como as ações são repassadas para a comunidade local no sentido de informa-las sobre as ações propostas?

APÊNDICE C - Questionário aplicado nas acomodações rurais

-----/-----/-----

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Bairro: _____ Nome (Nº entrevista): _____

■ Características gerais

- 1º Ano de início da atividade _____
- 2º Quantos funcionários trabalham no estabelecimento? _____
- 3º Quais os serviços oferecidos aos hóspedes?
- 4º Qual a capacidade de hóspedes?
- () 1 – 8 hóspedes
- () 9 – 15 hóspedes
- () 16 – 30 hóspedes
- () 31 – 45 hóspedes
- () Mais que 45 hóspedes
- 5º Qual o preço médio da diária por pessoa?
- () R\$ 40,00 – R\$ 60,00
- () R\$ 61,00 – R\$ 100,00
- () R\$ 101,00 – R\$ 150,00
- () Mais que R\$ 150,00
- 6º Qual o preço médio da diária por casal?
- () R\$ 40,00 – R\$ 60,00
- () R\$ 61,00 – R\$ 100,00
- () R\$ 101,00 – R\$ 150,00
- () Mais que R\$ 150,00
- 7º Quais os meses de maior ocupação?
- () JAN () FEV () MAR () ABR () MAI () JUN
- () JUL () AGO () SET () OUT () NOV () DEZ
- 8º Quais os meses de menor ocupação?
- () JAN () FEV () MAR () ABR () MAI () JUN
- () JUL () AGO () SET () OUT () NOV () DEZ

■ Característica dos turistas

- 9º *Em média*, qual o período de duração da estadia dos turistas?
- () 1 – 2 dias
- () 3 – 4 dias
- () 5 – 6 dias
- () 7 ou mais
- 10º Quais as origens dos turistas?

11° Qual o público que frequenta o estabelecimento?

■ **Percepção/Articulação do turismo no município**

12° Qual a importância do turismo no espaço rural para o município?

13° Quais as dificuldades para o desenvolvimento do turismo no espaço rural no município?

14° Quais as potencialidades para o desenvolvimento do turismo no espaço rural no município?

15° Quais os principais atrativos turísticos?

16° Quais os atores são importantes para o desenvolvimento do turismo no espaço rural?

17° Como você percebe a articulação entre esses atores sociais locais?

18° Há parceria com outros atores envolvidos no turismo no espaço rural no município? Qual?

() Sim () Não _____

19° Como você percebe a atuação do poder público no desenvolvimento no turismo no espaço rural?

■ **Articulação com a agricultura familiar**

20° Quais os principais alimentos consumidos pelo estabelecimento?

21° Quais os principais estabelecimentos de compra dos alimentos?

22° Você adquire algum produto de agricultores familiares de Piranguçu?

() Sim () Não _____

23° Há o interesse em estar firmando parcerias com os agricultores familiares locais? Quais as razões?

APÊNDICE D - Questionário aplicado nos restaurantes rurais

-----/-----/-----

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Bairro: _____ Nome (Nº entrevista): _____

■ Características gerais

- 1º Ano de início das atividades _____
- 2º Quantos funcionários trabalham no estabelecimento? _____
- 3º Quais os tipos de culinária oferecida?
- 4º Quais as origens dos visitantes?
- 5º Qual o público que frequenta o estabelecimento?
- 6º Quais os meses de maior ocupação?
- () JAN () FEV () MAR () ABR () MAI () JUN
 () JUL () AGO () SET () OUT () NOV () DEZ
- 7º Quais os meses de menor ocupação?
- () JAN () FEV () MAR () ABR () MAI () JUN
 () JUL () AGO () SET () OUT () NOV () DEZ

■ Percepção/Articulação do turismo no município

- 8º Qual a importância do turismo no espaço rural para o município?
- 9º Quais as dificuldades para o desenvolvimento do turismo no espaço rural no município?
- 10º Quais as potencialidades para o desenvolvimento do turismo no espaço rural no município?
- 11º Quais os principais atrativos turísticos?
- 12º Quais os atores são importantes para o desenvolvimento do turismo no espaço rural?
- 13º Como você percebe a articulação entre esses atores sociais locais?
- 14º Há parceria com outros atores envolvidos no turismo no espaço rural no município? Qual?
- () Sim () Não _____
- 15º Como você percebe a atuação do poder público no desenvolvimento no turismo no espaço rural?

■ Articulação com a agricultura familiar

- 16º Quais os principais alimentos consumidos pelo estabelecimento?
- 17º Quais os principais estabelecimentos de compra dos alimentos?
- 18º Você adquire algum produto de agricultores familiares de Piranguçu?
- () Sim () Não _____
- 19º Há o interesse em estar firmando parcerias com os agricultores familiares locais? Quais as razões?

APÊNDICE E - Questionário aplicado à operadora de turismo

-----/-----/-----

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

■ Informações gerais

- 1° Ano de início das atividades _____
- 2° Quantos funcionários trabalham na agência? _____
- 3° Quais os meses de maior fluxo de visitantes?
- () JAN () FEV () MAR () ABR () MAI () JUN
 () JUL () AGO () SET () OUT () NOV () DEZ
- 4° Quais os meses de maior fluxo de visitantes?
- () JAN () FEV () MAR () ABR () MAI () JUN
 () JUL () AGO () SET () OUT () NOV () DEZ
- 5° Quais os principais roteiros das atividades da agência no município?
- 6° Em média, os roteiros realizados pela agência têm quantos visitantes?
- 7° Qual a duração média dos passeios realizados pela agência?

■ Caracterização dos turistas

- 8° Quais as principais regiões de origem dos visitantes?
- 9° Qual o público frequenta os roteiros da agência?
- 10° Quais as principais atividades demandadas pelos visitantes?

■ Planejamento do turismo no município

- 11° Qual a importância do turismo no espaço rural para o município?
- 12° Quais as dificuldades para o desenvolvimento do turismo no espaço rural no município?
- 13° Quais as potencialidades para o desenvolvimento do turismo no espaço rural no município?
- 14° Quais os atrativos turísticos?
- 15° Quais atores são importantes para o desenvolvimento do turismo no espaço rural?
- 16° Como você percebe a articulação entre esses atores sociais locais?
- 17° Há parceria com outros atores envolvidos no turismo no espaço rural no município? Qual? Que tipo?
- () Sim () Não _____
- 18° Como você percebe a atuação do poder público no desenvolvimento no turismo no espaço rural?

APÊNDICE F - Questionário de pesquisa aplicado à ONG local

-----/-----/-----

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA**■ Escopo de atuação da ONG**

- 1° Ano de criação da ONG
- 2° Quantos membros tem a ONG?
- 3° Quais os projetos desenvolvidos pela ONG? Pra que? Quem participa?
- 4° Qual o foco da ONG?
- 5° Qual a relação da ONG com o turismo no espaço rural?

■ Percepção/Articulação do turismo no município

- 6° Qual a importância do turismo no espaço rural para o município?
- 7° Quais as dificuldades para o desenvolvimento do turismo no espaço rural no município?
- 8° Quais as potencialidades para o desenvolvimento do turismo no espaço rural no município?
- 9° Quais os atrativos turísticos?
- 10° Quais os atores são importantes para o desenvolvimento do turismo no espaço rural?
- 11° Como você percebe a articulação entre esses atores sociais locais?
- 12° Há parceria com outros atores envolvidos no turismo no espaço rural no município? Qual?
() Sim () Não _____
- 13° Como a ONG percebe a atuação do poder público no desenvolvimento no turismo no espaço rural?