



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Tecnologia e Ciências

Instituto de Geografia

Valéria Maria de Souza Lima

**Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro: mapeamento, reflexões e  
proposições**

Rio de Janeiro

2020

Valéria Maria de Souza Lima

**Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro: mapeamento, reflexões e proposições**

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Gestão e Estruturação do Espaço Geográfico.

Orientador: Prof. Dr. Gláucio José Marafon

Rio de Janeiro

2020

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CTC/C

L732 Lima, Valéria Maria de Souza.  
Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro: mapeamento, reflexões e  
proposições / Valéria Maria de Souza Lima. – 2020.  
406f.: il.

Orientador: Gláucio José Marafon.  
Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro,  
Instituto de Geografia.

1. Turismo Rural – Rio de Janeiro (Estado) – Teses. 2. Turismo Rural  
– Mapeamento – Rio de Janeiro (Estado) – Teses. 3. Turismo Rural –  
Planejamento – Rio de Janeiro (Estado) – Teses. 4. Turismo – Políticas  
públicas – Rio de Janeiro (Estado) – Teses. 5. Turismo e Estado – Rio de  
Janeiro (Estado) – Teses. I. Marafon, Gláucio José. II. Universidade do  
Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Geografia. III. Título.

CDU 379.845(815.3)

Bibliotecária responsável: Taciane Ferreira da Silva / CRB-7: 6337

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta  
tese, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Valéria Maria de Souza Lima

**Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro: mapeamento, reflexões e proposições**

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora, ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Gestão e Estruturação do Espaço Geográfico.

Aprovada em 14 de dezembro de 2020.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Gláucio José Marafon (Orientador)  
Faculdade de Geografia – UERJ

---

Prof. Dr. Miguel Angelo Ribeiro  
Faculdade de Geografia – UERJ

---

Prof. Dr. Luiz Gustavo Medeiros Barbosa  
Fundação Getúlio Vargas

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Marina Facioli  
Universidade Tor Vergata

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Marta de Azevedo Irving  
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro

2020

A todos aqueles que me ajudaram a chegar até aqui e que sempre fazem de mim uma pessoa melhor...

Àqueles amados que seguiram viagem à minha frente, e que continuam a torcer por mim, de onde quer que estejam...

Aos que confiam nas possibilidades de que o turismo possa, de fato, contribuir para o bem das comunidades forjadas nos territórios onde esse fenômeno social se manifesta ...e que se dedicam a transformar sonhos em realidades...

Àqueles que se esmeram na construção de um estado do Rio de Janeiro sustentável, íntegro e integrado...

A minha eterna gratidão!

## AGRADECIMENTOS

Ao João, companheiro de vida, que quase se torna coautor desta tese, de tanto prestar acompanhamento e apoio: gratidão pela cumplicidade e por sempre cuidar de mim!

À Giuliana, querida filha e amiga, pela paciência, compreensão e força: obrigada por sempre elevar a minha autoestima!

Ao querido Orientador Professor Gláucio Marafon: não fosse o seu estímulo e orientação permanentes, certamente não teria conseguido chegar até aqui!

Ao querido Professor Miguel Ângelo, que também me apresentou o casamento perfeito da Geografia com o Turismo: obrigada por colocar luzes em minhas reflexões!

A todos os Professores do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PGEO-UERJ) que nutriram os nossos estudos e pesquisas com maestria especial, e àqueles que nos dão contínuo apoio administrativo, obrigada por ajudarem a firmar os nossos passos nessa trajetória!

Aos Professores Marina Faccioli, Marta Irving, Luiz Gustavo Barbosa, Patrícia Reis e Monica Machado, meus sinceros agradecimentos por estarem comigo nesse momento decisivo: obrigada por todas as contribuições e pelo apoio nessa travessia!

A todos os amigos do Núcleo de Estudos de Geografia Fluminense (NEGEF), pelos encontros e reflexões compartilhadas!

Ao Augusto Silva, pela dedicação cuidadosa aos nossos mapas!

À amiga Mey, por me apresentar a Costa Rica e dividir comigo olhares singulares sobre o turismo rural!

Ao primo querido Eduardo Gomes, por fortalecer a coragem para encarar o doutorado, apontando as primeiras possibilidades!

Ao Victor William, pelo apoio na cobrança da devolutiva da pesquisa: conseguimos um ótimo resultado!

À Cristina Ribeiro e Monica Araújo, as meninas da equipe permanente, pelas reflexões e ponderações sinceras sobre o material compartilhado: obrigada por sinalizarem quando o caminho não parecia adequado!

À linda sobrinha Mariana Taranto, pelo *abstract* e por todo o carinho!

Aos secretários e dirigentes municipais de turismo do estado do Rio de Janeiro, aos representantes das Instâncias de Governança das Regiões Turísticas, aos representantes

regionais do SEBRAE, pela participação massiva na pesquisa e por trabalharem com tanta seriedade para que o turismo fluminense avance: seguimos juntos!

Aos amigos da Secretaria de Estado de Agricultura e da EMATER, pela troca de experiências e parcerias formadas!

Aos entrevistados ilustres, Cristiano Borges, Matias Santos, Sonia Gamborgi, Leandro Carnielli, Philipe Campello e Ayrton Violento, por disponibilizarem seu tempo e energia, compartilhando vivências ímpares e incríveis, de modo tão autêntico e enriquecedor! Às parceiras Ana Lúcia Vieira e Cléa Haendchen, e ao amigo Flávio Agostini, por abrirem portas para alguns desses encontros!

Ao professor Victor Lamas, por dividir experiências e trocar comigo importantes reflexões sobre o tema.

Às professoras Andreia Roque e Karina Solha, pela partilha de conhecimentos, vivências e impressões.

Aos empresários, profissionais do setor, empreendedores e companheiros do turismo que me receberam em suas propriedades, casas e locais de trabalho, compartilhando material, atenção, depoimentos e experiências! Certamente, temos rico conteúdo que poderá nutrir aplicações oportunas e desdobramentos desta pesquisa!

Aos Secretários Nilo Sergio Felix, Otavio Leite e Adriana Homem de Carvalho, por permitirem a investigação da realidade, sempre com foco no desenvolvimento do turismo no estado do Rio de Janeiro: obrigada por me darem autonomia, por confiarem em mim e por sua vontade de realizarem o melhor!

Ao Bruno Horta, pelo esmero na formatação do texto e por outras espiadelas corretivas!

À professora Tânia Omena, pelo incentivo, por se preocupar comigo e por me apresentar o Bruno!

Aos queridos familiares, aos parceiros de muitas jornadas, e aos companheiros da SETUR/TURISRIO que, incondicionalmente, e de muitas formas, sempre me apoiaram! Por fim, a todos os amigos que me amparam também do outro lado da Vida!

Não haverá borboletas se a vida não passar por longas e silenciosas metamorfoses.

*Rubem Alves*



## RESUMO

LIMA, Valéria Maria de Souza. *Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro: mapeamento, reflexões e proposições*. 2020. 406 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

O legado histórico-cultural, e as características geomorfológicas do território fluminense, atribuem ao estado do Rio de Janeiro condições bastante privilegiadas para a manifestação do complexo fenômeno turístico. Disto resulta que o Rio de Janeiro é o segundo portão de entrada de turistas no país, com indicadores expressivos em fluxo de turistas motivados tanto pelo lazer, quanto pelos negócios. Contudo, resta inequívoco distanciamento entre os grandes centros receptores (capital e destinos indutores), e outros territórios esquecidos que as políticas públicas do setor não têm logrado alcançar. Dada a múltiplas potencialidades turísticas que cobrem, de modo genérico, todo o estado, sejam essas naturais, paisagísticas, culturais, por vezes não reconhecidas, sequer, pela gente desses lugares, perde-se a oportunidade de extrair do turismo um ponto de luz (sem nenhuma tônica salvacionista) que possa mitigar padrões de desigualdade na distribuição de riquezas, desde que seja, efetivamente, apropriado em benefício das comunidades que ali vivem. Embora seja reconhecido o enredamento dessa proposta, o turismo rural desponta como uma das vias que podem responder, positivamente, a esse desafio, em face de um mapa que se revela repleto de possibilidades no estado, e que se torna enriquecido pelo poder de agregação de outros segmentos turísticos no espaço rural fluminense, campo fértil em diversidade de atrativos. É a partir dessa premissa que se desenhou o mapa do turismo rural no estado do Rio de Janeiro, sob o olhar dos gestores municipais de turismo em torno de tais vocações, pontuado por outras percepções e por informações complementares. O objetivo é que sirva de guarida inicial à reflexão sobre os porquês de o turismo rural não ter avançado no estado do Rio de Janeiro, quem sabe colocando setas no caminho para que pontes possam ser edificadas e devidamente sustentadas por políticas públicas de desenvolvimento turístico.

Palavras-chave: Geografia e Turismo. Turismo Rural. Turismo no Espaço Rural. Políticas Públicas de Turismo. Mapa do Turismo Rural. Estado do Rio de Janeiro.

## ABSTRACT

LIMA, Valéria Maria de Souza. *Rural Tourism in the State of Rio de Janeiro: mapping, reflections and propositions*. 2020. 406 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020

The historical-cultural legacy, and the geomorphological characteristics of the territory of Rio de Janeiro, attribute to the state of Rio de Janeiro very privileged conditions for the manifestation of the complex tourist phenomenon. As a result, Rio de Janeiro is the second gateway for tourists to enter the country, with expressive indicators in the flow of tourists motivated by both leisure and business. However, there remains an unequivocal distance between the large receiving centres (capital and inducing destinations), and other forgotten territories that public sector policies have not been able to achieve. Given the multiple tourist potentialities that generally cover the entire state, whether natural, scenic, cultural, sometimes not even recognized by the native people of these places, the opportunity to extract a point of light from tourism (without any Salvationist tonic) that could mitigate patterns of inequality in the distribution of wealth, once it is effectively appropriate for the benefit of the communities that live there, is lost. Although the entanglement of this proposal is recognized, rural tourism emerges as one of the ways that can respond positively to this challenge, in the face of a map that reveals itself full of possibilities in the state, and that becomes enriched by the power of aggregation of other tourist segments in the countryside of Rio de Janeiro, a fertile field in a diversity of attractions. It is from this premise that the map of Rural Tourism in the state of Rio de Janeiro was designed, under the eyes of municipal tourism managers around such vocations, punctuated by other perceptions and complementary information. The objective is to serve as an initial shelter for the reflection on the reasons why rural tourism has not advanced in the state of Rio de Janeiro, perhaps putting arrows on the way so that bridges can be built and properly supported by public policies for tourist development.

Keywords: Geography and Tourism. Rural Tourism. Tourism in Rural Space. Public Policies in Tourism. Map of Rural Tourism. State of Rio de Janeiro.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Pesquisa de campo em Vera Cruz, Miguel Pereira, região Vale do Café .....	23
Figura 2 –	IV Encontro de Turismo Rural do Estado do Rio de Janeiro, realizado em Cachoeiras de Macacu, região Serra Verde Imperial .....	26
Figura 3 –	Apresentação do projeto “Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro”, na Costa Rica .....	28
Figura 4 –	Visita de campo a Santa Maria de Dota, na Costa Rica .....	28
Figura 5 –	Capa das “Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural” .....	29
Figura 6 –	Mapa Turístico do Estado do Rio de Janeiro .....	30
Figura 7 –	Visita de campo ao Circuito da Laranja, em Tanguá, Caminhos da Mata ....	37
Figura 8 –	Visita de campo ao Circuito Altos da SerraMar .....	37
Figura 9 –	Visita de campo a Santa Maria Madalena .....	38
Figura 10 –	Desempenho dos municípios em 2019, por cluster, em relação às variáveis consideradas na categorização .....	124
Figura 11 –	Interações entre segmentos no espaço rural .....	131
Figura 12 –	Mapeamento do turismo rural no Brasil .....	131
Figura 13 –	Representação do turismo rural .....	134
Figura 14 –	Mapeamento de estabelecimentos agropecuários no Brasil .....	162
Figura 15 –	Mapeamento de estabelecimentos agropecuários no estado do Rio de Janeiro .....	162
Figura 16 –	Produção de cafés especiais na Fazenda Florença, no Vale do Café .....	163
Figura 17 –	1º Encontro para o Fortalecimento do Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro, Quissamã, Costa do Sol, 2020 .....	366

## LISTA DE MAPAS

Mapa 1 –	Universo da pesquisa .....	33
Mapa 2 –	Regiões Turísticas do Estado do Rio de Janeiro em 2001 .....	167
Mapa 3 –	Regiões Turísticas do Estado do Rio de Janeiro em 2009 .....	168
Mapa 4 –	Regiões Turísticas Estratégicas do Estado do Rio de Janeiro em 2009 .....	169
Mapa 5 –	Regiões Turísticas do Estado do Rio de Janeiro em 2019 .....	170
Mapa 6 –	Categorização dos Municípios do Estado do Rio de Janeiro .....	171
Mapa 7 –	Área de abrangência do PRODETUR Rio de Janeiro (Polo Litoral) .....	179
Mapa 8 –	Área de abrangência do PRODETUR Rio de Janeiro (Polo Serra) .....	179
Mapa 9 –	Vocação do estado do Rio de Janeiro para o turismo rural em 2001.....	195
Mapa 10 –	Áreas turísticas do estado do Rio de Janeiro .....	196
Mapa 11 –	Região Águas do Noroeste .....	201
Mapa 12 –	Potencialidade da Região Águas do Noroeste para o turismo rural .....	206
Mapa 13 –	Região Agulhas Negras .....	215
Mapa 14 –	Potencialidade da Região Agulhas Negras para o turismo rural .....	219
Mapa 15 –	Região Baixada Verde .....	224
Mapa 16 –	Potencialidade da Região Baixada Verde para o turismo rural .....	229
Mapa 17 –	Região Caminhos Coloniais .....	239
Mapa 18 –	Potencialidade da Região Caminhos Coloniais para o turismo rural .....	243
Mapa 19 –	Região Caminhos da Mata .....	249
Mapa 20 –	Potencialidade da Região Caminhos da Mata para o turismo rural .....	252
Mapa 21 –	Região Caminhos da Serra .....	258
Mapa 22 –	Potencialidade da Região Caminhos da Serra para o turismo rural .....	263
Mapa 23 –	Região Costa Doce .....	273
Mapa 24 –	Potencialidade da Região Costa Doce para o turismo rural .....	276
Mapa 25 –	Região Costa do Sol .....	283
Mapa 26 –	Potencialidade da Região Costa do Sol para o turismo rural .....	288
Mapa 27 –	Região Costa Verde .....	301
Mapa 28 –	Potencialidade da Região Costa Verde para o turismo rural .....	305
Mapa 29 –	Região Serra Verde Imperial .....	312
Mapa 30 –	Potencialidade da Região Serra Verde Imperial para o turismo rural .....	316

Mapa 31 – Região Vale do Café .....	323
Mapa 32 – Potencialidade da Região Vale do Café para o turismo rural .....	328
Mapa 33 – Região Metropolitana .....	341
Mapa 34 – Potencialidade do município de Niterói, na Região Metropolitana, para o turismo rural .....	343
Mapa 35 – Mapa do turismo rural no estado do Rio de Janeiro .....	349
Mapa 36 – Territórios de Desenvolvimento do Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro .....	363

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 –	Categorização dos municípios inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro (comparativo 2013-2019) .....	124
Quadro 2 –	Registros de início do turismo rural nas Américas .....	129
Quadro 3 –	Política e programas relevantes para o fomento do turismo rural no Brasil	138
Quadro 4 –	Categorização dos municípios do estado do Rio de Janeiro inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro (comparativo 2013-2019) .....	172
Quadro 5 –	Natureza dos órgãos representativos do turismo no estado do Rio de Janeiro .....	175
Quadro 6 –	Conselhos municipais de turismo em 2020 .....	176
Quadro 7 –	Aspectos gerais da Região Águas do Noroeste .....	200
Quadro 8 –	Categorização dos municípios da Região Águas do Noroeste .....	202
Quadro 9 –	Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Águas do Noroeste .....	204
Quadro 10 –	Potencialidade da Região Águas do Noroeste para o turismo rural .....	205
Quadro 11 –	Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Águas do Noroeste .....	207
Quadro 12 –	Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Águas do Noroeste .....	209
Quadro 13 –	Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Águas do Noroeste .....	210
Quadro 14 –	Perfil e motivações do turista da Região Águas do Noroeste .....	212
Quadro 15 –	Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Águas do Noroeste .....	213
Quadro 16 –	Aspectos gerais da Região Agulhas Negras .....	216
Quadro 17 –	Categorização dos municípios da Região Agulhas Negras .....	216
Quadro 18 –	Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Agulhas Negras .....	217
Quadro 19 –	Potencialidade da Região Agulhas Negras para o turismo rural .....	218
Quadro 20 –	Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Agulhas Negras .....	220
Quadro 21 –	Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Agulhas Negras .....	221

Quadro 22 –	Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Agulhas Negras .....	221
Quadro 23 –	Perfil e motivações do turista da Região Agulhas Negras .....	222
Quadro 24 –	Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Agulhas Negras .....	223
Quadro 25 –	Aspectos gerais da Região Baixada Verde .....	225
Quadro 26 –	Categorização dos municípios da Região Baixada Verde .....	225
Quadro 27 –	Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Baixada Verde .....	227
Quadro 28 –	Potencialidade da Região Baixada Verde para o turismo rural .....	228
Quadro 29 –	Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Baixada Verde .....	230
Quadro 30 –	Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Baixada Verde .....	232
Quadro 31 –	Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Baixada Verde .....	233
Quadro 32 –	Perfil e motivações do turista da Região Baixada Verde .....	234
Quadro 33 –	Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Baixada Verde .....	236
Quadro 34 –	Aspectos gerais da Região Caminhos Coloniais .....	238
Quadro 35 –	Categorização dos municípios da Região Caminhos Coloniais .....	240
Quadro 36 –	Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Caminhos Coloniais .....	241
Quadro 37 –	Potencialidade da Região Caminhos Coloniais para o turismo rural .....	242
Quadro 38 –	Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Caminhos Coloniais .....	244
Quadro 39 –	Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Caminhos Coloniais ...	245
Quadro 40 –	Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Caminhos Coloniais .....	245
Quadro 41 –	Perfil e motivações do turista da Região Caminhos Coloniais .....	246
Quadro 42 –	Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na região Caminhos Coloniais .....	247
Quadro 43 –	Aspectos gerais da Região Caminhos da Mata .....	248
Quadro 44 –	Categorização dos municípios da Região Caminhos da Mata .....	250

Quadro 45 –	Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Caminhos da Mata .....	251
Quadro 46 –	Potencialidade da Região Caminhos da Mata para o turismo rural .....	253
Quadro 47 –	Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Caminhos da Mata .....	253
Quadro 48 –	Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Caminhos da Mata .....	254
Quadro 49 –	Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Caminhos da Mata .....	255
Quadro 50 –	Perfil e motivações do turista da Região Caminhos da Mata .....	256
Quadro 51 –	Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Caminhos da Mata .....	257
Quadro 52 –	Aspectos gerais da Região Caminhos da Serra .....	259
Quadro 53 –	Categorização dos municípios da Região Caminhos da Serra .....	259
Quadro 54 –	Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Caminhos da Serra .....	261
Quadro 55 –	Potencialidade da Região Caminhos da Serra para o turismo rural .....	264
Quadro 56 –	Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Caminhos da Serra .....	264
Quadro 57 –	Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Caminhos da Serra .....	266
Quadro 58 –	Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Caminhos da Serra .....	268
Quadro 59 –	Perfil e motivações do turista da Região Caminhos da Serra .....	269
Quadro 60 –	Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Caminhos da Serra .....	271
Quadro 61 –	Aspectos gerais da Região Costa Doce .....	274
Quadro 62 –	Categorização dos municípios da Região Costa Doce .....	274
Quadro 63 –	Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Costa Doce .....	277
Quadro 64 –	Potencialidade da Região Costa Doce para o turismo rural .....	277
Quadro 65 –	Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Costa Doce .....	278
Quadro 66 –	Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Costa Doce .....	279
Quadro 67 –	Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Costa Doce..	280



Quadro 68 –	Perfil e motivações do turista da Região Costa Doce .....	280
Quadro 69 –	Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Costa Doce .....	281
Quadro 70 –	Aspectos gerais da Região Costa do Sol .....	284
Quadro 71 –	Categorização dos municípios da Região Costa do Sol .....	284
Quadro 72 –	Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Costa do Sol .....	286
Quadro 73 –	Potencialidade da Região Costa do Sol para o turismo rural .....	289
Quadro 74 –	Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Costa do Sol .....	289
Quadro 75 –	Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Costa do Sol .....	292
Quadro 76 –	Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Costa do Sol .....	294
Quadro 77 –	Perfil e motivações do turista da Região Costa do Sol .....	296
Quadro 78 –	Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Costa do Sol .....	298
Quadro 79 –	Aspectos gerais da Região Costa Verde .....	302
Quadro 80 –	Categorização dos municípios da Região Costa Verde .....	302
Quadro 81 –	Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Costa Verde .....	303
Quadro 82 –	Potencialidade da Região Costa Verde para o turismo rural .....	304
Quadro 83 –	Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Costa Verde .....	306
Quadro 84 –	Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Costa Verde .....	307
Quadro 85 –	Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Costa Verde...	308
Quadro 86 –	Perfil e motivações do turista da Região Costa Verde .....	309
Quadro 87 –	Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Costa Verde .....	310
Quadro 88 –	Aspectos gerais da Região Serra Verde Imperial .....	311
Quadro 89 –	Categorização dos municípios da Região Serra Verde Imperial .....	313
Quadro 90 –	Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Serra Verde Imperial .....	315
Quadro 91 –	Potencialidade da Região Serra Verde Imperial para o turismo rural .....	317
Quadro 92 –	Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Serra	

	Verde Imperial .....	317
Quadro 93 –	Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Serra Verde Imperial ...	318
Quadro 94 –	Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Serra Verde Imperial .....	319
Quadro 95 –	Perfil e motivações do da Região Serra Verde Imperial .....	320
Quadro 96 –	Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Serra Verde Imperial .....	321
Quadro 97 –	Aspectos gerais da Região Vale do Café .....	324
Quadro 98 –	Categorização dos municípios da Região Vale do Café .....	324
Quadro 99 –	Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Vale do Café .....	326
Quadro 100 –	Potencialidade da Região Vale do Café para o turismo rural .....	329
Quadro 101 –	Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Vale do Café .....	329
Quadro 102 –	Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Vale do Café .....	332
Quadro 103 –	Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Vale do Café..	334
Quadro 104 –	Perfil e motivações do turista da Região Vale do Café .....	336
Quadro 105 –	Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Vale do Café .....	338
Quadro 106 –	Aspectos gerais da Região Metropolitana .....	340
Quadro 107 –	Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR em Niterói, na Região Metropolitana .....	342
Quadro 108 –	Potencialidade de Niterói, na Região Metropolitana .....	344
Quadro 109 –	Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural em Niterói, na Região Metropolitana .....	344
Quadro 110 –	Artesanato, eventos turísticos e rurais em Niterói, na Região Metropolitana .....	345
Quadro 111 –	Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural em Niterói, na Região Metropolitana .....	345
Quadro 112 –	Perfil e motivações do turista de Niterói, na Região Metropolitana .....	345
Quadro 113 –	Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR em Niterói, na Região Metropolitana .....	346

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRATURR	Associação Brasileira de Turismo Rural
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
CADASTUR	Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos
CET	Conselho Estadual de Turismo
CITVALE	Conselho Regional de Turismo do Vale do Café
CNT	Conselho Nacional de Turismo
COGETURA	Comitê Gestor de Turismo Rural e Agroturismo
COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
CTR	Coordenação Regional de Turismo Rural
EMATER	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
FEST	Fórum Estadual de Secretários e Dirigentes Municipais de Turismo
FORNATUR	Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo
IGR	Instância de Governança Regional
IICA	Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura
LEADER	Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural”
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MDA	Ministério de Desenvolvimento Agrário
MTUR	Ministério do Turismo
NEGEF	Núcleo de Estudos de Geografia Fluminense
OMT	Organização Mundial do Turismo
PDTUR	Plano Diretor de Turismo
PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PNT	Plano Nacional de Turismo
PRODETUR	Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo
PRT	Programa de Regionalização do Turismo
SEAD	Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SETUR	Secretaria de Estado de Turismo
TAR	Turismo em Áreas Rurais

TER	Turismo no Espaço Rural
TR	Turismo Rural
TRAF	Turismo Rural na Agricultura Familiar
TURISRIO	Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	21
1	<b>JANELAS DO TURISMO E DA GEOGRAFIA: OLHARES CONEXOS</b> .....	43
1.1	<b>Turismo e geografia: colocando setas no caminho</b> .....	43
1.2	<b>Entre o rural e o urbano</b> .....	63
1.3	<b>Segmentação do turismo</b> .....	69
1.4	<b>Turismo no espaço rural e turismo rural</b> .....	77
1.5	<b>Notas sobre as interferências do turismo</b> .....	98
2	<b>PANORAMA DO TURISMO RURAL NO BRASIL E NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO</b> .....	118
2.1	<b>Panorama do turismo rural no Brasil</b> .....	119
2.1.1	<u>O campo brasileiro</u> .....	119
2.1.2	<u>Programas nacionais de turismo</u> .....	120
2.1.3	<u>Políticas públicas de apoio ao turismo rural no Brasil</u> .....	125
2.1.4	<u>Um olhar de dentro para fora</u> .....	140
2.1.5	<u>Alguns exemplos de iniciativas brasileiras</u> .....	148
2.1.5.1	O exemplo de Lages, em Santa Catarina: como tudo começou .....	150
2.1.5.2	O exemplo de Lages, em Santa Catarina: um pouco mais da história .....	151
2.1.5.3	O exemplo de Venda Nova do Imigrante, no Espírito Santo .....	156
2.2	<b>Panorama do turismo rural no estado do Rio de Janeiro</b> .....	161
2.2.1	<u>O campo fluminense</u> .....	161
2.2.2	<u>Organização territorial do turismo no estado</u> .....	165
2.2.3	<u>Gestão do turismo fluminense</u> .....	172
2.2.4	<u>Projetos de apoio ao turismo rural no âmbito da TURISRIO e da SETUR</u> .....	180
2.2.5	<u>Olhares sobre o turismo rural no estado do Rio de Janeiro</u> .....	183
2.2.5.1	Entre o público e o privado: a visão de quem esteve dos dois lados mesa .....	183
2.2.5.2	Ponderações de quem protagonizou a história do turismo rural no estado do Rio de Janeiro e no Brasil .....	187
3	<b>TURISMO RURAL NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO: MAPEAMENTO, REFLEXÕES E PROPOSIÇÕES</b> .....	194
3.1	<b>Mapeamento do turismo rural no estado</b> .....	200

3.1.1	<u>Região Águas do Noroeste</u> .....	200
3.1.2	<u>Região Agulhas Negras</u> .....	214
3.1.3	<u>Região Baixada Verde</u> .....	223
3.1.4	<u>Região Caminhos Coloniais</u> .....	238
3.1.5	<u>Região Caminhos da Mata</u> .....	248
3.1.6	<u>Região Caminhos da Serra</u> .....	257
3.1.7	<u>Região Costa Doce</u> .....	272
3.1.8	<u>Região Costa do Sol</u> .....	282
3.1.9	<u>Região Costa Verde</u> .....	300
3.1.10	<u>Região Serra Verde Imperial</u> .....	311
3.1.11	<u>Região Vale do Café</u> .....	322
3.1.12	<u>Região Metropolitana</u> .....	340
3.2	<b>Alguns exemplos e notas adicionais</b> .....	346
3.3	<b>Mais setas no caminho: reflexões e pistas</b> .....	348
3.3.1	<u>Ponderações sobre alguns achados</u> .....	348
3.3.2	<u>Proposições a título de considerações provisórias</u> .....	362
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	366
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	372
	<b>APÊNDICE A</b> – Roteiro de entrevista – Philippe Campello .....	387
	<b>APÊNDICE B</b> – Roteiro de entrevista – Ayrton Violento .....	388
	<b>APÊNDICE C</b> – Roteiro de entrevista – Leandro Carnielli .....	390
	<b>APÊNDICE D</b> – Questionário – Secretários municipais de turismo .....	391
	<b>APÊNDICE E</b> – Formulário de atualização do Plano Diretor Estadual de Turismo do Estado do Rio de Janeiro .....	393
	<b>ANEXO</b> – Carta de Quissamã .....	404

## INTRODUÇÃO

As transformações havidas, nas últimas décadas, no campo brasileiro, fazem refletir sobre as possibilidades de que o turismo rural contribua com benefícios para pessoas e lugares cujas vidas foram entrecidas pela experiência rural.

Algumas narrativas exibem resultados exitosos de aplicação do turismo rural em países das Américas e da Europa, casos em que se percebe uma coadunação de esforços do setor público e da iniciativa privada, em geral organizados através de um núcleo essencial de liderança.

Vê-se, por exemplo, a partir dos anos 1991, a “Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural” (LEADER), cujos projetos foram orientados, inicialmente, pelos pilares da inovação, parceria e integração multisetorial. Executado em territórios rurais da União Europeia (Espanha, Portugal, França, entre outros países), o programa LEADER é apresentado com destaque por Delgado e Leite (2015), dentre outros autores, por considerarem o território como base de planejamento para a construção de políticas de desenvolvimento rural mais inclusivas, integradoras e efetivas, abarcando nessas o turismo. Ainda assim, há efeitos não previstos advindos daquele programa, em especial por conta da natureza dos processos participativos, e que vêm merecendo a análise mais dedicada de alguns estudiosos do tema (FAVARETO, 2015).

Embora Delgado e Leite (2015), dentre outros autores, reconheçam a inspiração do Brasil nos modelos europeus e, notadamente, no LEADER, Favareto (2015) aponta as fragilidades brasileiras e da América Latina, de modo geral, em se abrirem às oportunidades de práticas não-agrícolas no espaço rural, como é o caso do turismo, e de reconhecerem e incorporarem a abordagem territorial, circunscrevendo regiões do interior a um “eterno *delivery* de políticas públicas”.

Tais circunstâncias não parecem diferentes em relação ao turismo, pelo que se acompanhou, em parte, os ensaios de apropriação do tema rural às políticas públicas emanadas do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), nos anos 1990, e, do Ministério do Turismo (MTUR), depois da criação desse órgão, em 2003.

Do mesmo modo, o estado do Rio de Janeiro não se ausenta dessas idas e vindas de projetos e ações aplicados no espaço rural, em especial no interior, a título de políticas públicas de turismo, mas que não se sustentam no médio e no longo prazos.

A oportunidade em observar e, por muitas vezes, participar, dessa atuação, ao longo dos últimos 38 anos, fez surgir o interesse desta tese, quando intriga saber se tais políticas seriam boas sementes jogadas em terrenos estéreis, ou se o campo fluminense seria fértil o bastante para frutificar boas sementes de turismo rural, sendo o problema da falta de frutos decorrente de más sementes, ou de outras razões.

Minha trajetória<sup>1</sup> sobre os caminhos do turismo no estado do Rio de Janeiro iniciou-se em 1982, quando me tornei colaboradora da Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (TURISRIO). Hoje, permaneço no quadro efetivo daquela empresa, prestando serviços à Secretaria de Estado de Turismo (SETUR). A SETUR e a TURISRIO são as instituições responsáveis pela elaboração e cumprimento das políticas públicas de desenvolvimento do turismo no território fluminense.

Dentre as mais recentes funções, estive à frente da diretoria de Planejamento e Projetos da TURISRIO, no período de 2004 a 2011, e a partir de janeiro de 2015, assumi a diretoria de Gestão e Desenvolvimento da SETUR. Exerci a função de interlocutora do estado do Rio de Janeiro no Programa de Regionalização do Turismo (PRT), junto ao MTUR, nos períodos de 2004 a 2009, e de 2019 aos dias atuais. Colaborei, igualmente, com projetos no âmbito do Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR), contratados através do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Tais oportunidades me levaram a observar a complexidade do turismo e as inter-relações desse fenômeno social, bem como a refletir sobre os possíveis efeitos positivos do mesmo sobre o desenvolvimento territorial.

A ligação com a academia surgiu nos anos 2000, desdobrando-se em trabalhos de pesquisa motivados por questões inerentes ao turismo. O primeiro deles, em curso de especialização em Administração Pública, como bolsista do Governo do Estado na então Fundação Escola de Serviço Público (FESP-RJ), chancelado pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), debruçou-se sobre os meandros da gestão da TURISRIO.

Ao término daquela experiência, iniciei a jornada como professora em cursos de turismo e administração, área de minha graduação na Universidade Federal Fluminense (UFF). A partir de então, atuei em cursos de graduação e de pós-graduação, notadamente em disciplinas relacionadas ao turismo e à área de gestão de pessoas. Atualmente, permaneço nos quadros da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), desde a minha contratação como professora, nos anos 2000.

---

<sup>1</sup> Nas referências especificamente à minha atuação e experiência profissionais, utilizar-me-ei da voz discursiva em primeira pessoa.



Em 2003, concluí o mestrado em Educação pela Pontifícia Universidade Católica (PUC-Rio), como bolsista (modalidade II) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), tendo defendido dissertação sobre os cursos de graduação em turismo no estado do Rio de Janeiro. Naquele mesmo ano, concluí o curso de *Master in Business Administration* (MBA) em Turismo, da Universidade Católica de Brasília (UCB), como bolsista do MTUR, selecionada como representante do estado do Rio de Janeiro, com monografia sobre turismo rural no território fluminense, com foco nos produtores rurais de Vera Cruz, distrito de Miguel Pereira, na região turística Vale do Café, conforme ilustrado na Figura 1 a seguir.

Figura 1 – Pesquisa de campo em Vera Cruz, Miguel Pereira, região Vale do Café



Fonte: A autora (2003).

Note-se que, naquela ocasião, o turismo no Brasil experimentava momento de grande ânimo, em face da criação do MTUR em 2003, podendo-se contar, pela primeira vez na história do país, com uma pasta exclusiva para defender os interesses do setor em âmbito nacional. Nasceram, assim, o primeiro Plano Nacional de Turismo (PNT), o Conselho Nacional de

Turismo e o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, e com essas iniciativas propunha-se o diálogo, a articulação e o planejamento do turismo brasileiro construído a muitas mãos.

Do mesmo modo, haviam sido criados no estado do Rio de Janeiro a Secretaria de Estado de Turismo (SET)<sup>2</sup>, o Conselho Estadual de Turismo (CET), o Fórum Estadual de Secretários e Dirigentes Municipais de Turismo (FEST) e o Comitê Gestor de Turismo Rural e Agroturismo (COGETURA)<sup>3</sup>, reforçando a intenção de se replicar, em território nacional, um modelo de gestão descentralizada do turismo.

No âmbito da TURISRIO, àquela época, foram elencados projetos considerados prioritários para o desenvolvimento do turismo no interior do estado, dentre eles, o fomento ao turismo rural.

A potencialidade dos municípios fluminenses já havia sido identificada pelo Plano Diretor de Turismo (PDTUR), editado em 2001, com a indicação de haver, em curso, o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Turismo Rural cujos registros sistematizados não se logrou encontrar.

Contudo, o PDTUR deixa indícios de que a TURISRIO promoveria ações naquele sentido, notadamente de mapeamento de empreendimentos de turismo rural, e de articulação de agentes envolvidos com aquele segmento turístico.

O projeto de apoio ao desenvolvimento do turismo rural no estado foi retomado em 2004 com novo direcionamento, ancorado pelo PRT e fortalecido pelas representações das instituições parceiras que compunham o quadro do COGETURA.

Deve-se fazer nota de que os esforços de colaboração das diversas instituições que compunham o COGETURA, principalmente, do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) foram fundamentais para o rearranjo das intenções pretéritas da TURISRIO de destacar o turismo rural como importante no cenário das políticas públicas de desenvolvimento do setor.

Havia, então, certo desgaste em relação à imagem da TURISRIO, que, sem recursos, nem sempre levava adiante os seus projetos, enquanto o SEBRAE avançava a passos largos na

---

<sup>2</sup> A Secretaria de Estado de Turismo (SET) foi criada pelo Decreto 34.694, de 30/12/2003. Em 01/01/2007, conforme Decreto 40.486, o setor foi integrado à Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer (SETE), e em 2010, a Secretaria de Estado de Turismo (SETUR) foi recriada pelo Decreto 42.777, de 30/12/2010.

<sup>3</sup> O CET e o COGETURA integram o organograma da Secretaria e passaram, eventualmente, por mudanças apenas em suas composições. O FEST não faz parte da administração estadual.

cobertura dos vazios deixados pelo Estado. Crescia, também, o interesse da EMATER pelo turismo, e ganhava força no país o associativismo no espaço rural, pelas mãos da Associação Brasileira de Turismo Rural (ABRATURR). A aproximação dessas instituições, dentre outras, viabilizou o retorno da TURISRIO ao campo. Na verdade, não havia investimentos destinados à TURISRIO para aquelas incursões pretendidas, nem para outros projetos, fato que se repetiu, historicamente, em muitas ocasiões.

O Vale do Café foi eleito, pelo COGETURA, como o território propício para aplicação de um projeto piloto, com o objetivo de consolidar ali o turismo rural. Na verdade, esse segmento turístico vinha se estabelecendo na região pelas mãos do SEBRAE, amparadoras de iniciativas empreendedoras, em especial dos proprietários de fazendas históricas.

Além da força dessa rede de empresários, era bastante presente a atuação do Conselho Regional de Turismo do Vale do Café (CONCICLO)<sup>4</sup>, inclusive citado pelo MTUR como modelo de governança. É importante observar que o CONCICLO perdeu espaço nos últimos anos e já não existe mais, tendo sido substituído por uma nova representação nomeada CITVALE.

O novo projeto da TURISRIO, com apoio do COGETURA, consistiu em: cadastramento de empreendimentos rurais de diversos portes e setores; ações de sensibilização de produtores rurais, empresários e empreendedores locais; palestras de qualificação; oficinas de criação de roteiros integrados.

Além disso, foram promovidos *famtours* e *press trips*<sup>5</sup> na região, e realizados eventos de integração, com participação de autoridades do MTUR e do, então, Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA) (Figura 2).

Cumpr-me ressaltar que participei diretamente daquelas experiências, que, além de bastante enriquecedoras, propiciaram profundos diálogos com agentes públicos, empreendedores, empresários, produtores rurais e lideranças locais. Travei contato com muitas angústias e expectativas quanto às possibilidades de o turismo vir a ser um bom instrumento para atender à pluriatividade no espaço rural.

---

<sup>4</sup> Em face da descontinuidade do CONCICLO, representantes dos municípios e lideranças a região Vale do Café instituíram nova governança em 2019, e criaram o Conselho Regional de Turismo do Vale do Café (CITVALE).

<sup>5</sup> *Famtours* são visitas técnicas de operadores de turismo convidados a conhecer novos destinos ou produtos turísticos que possam vir a ser por eles comercializados; *press trips* consistem em visitas de apresentação de destinos e roteiros a jornalistas e à imprensa, de modo geral, na expectativa de que tais iniciativas tragam como resultado a geração de mídia positiva (MTUR, 2010). Atualmente, tem sido mais comum o convite à participação de influenciadores digitais, diante do poder de alcance das redes sociais.

O projeto parecia estar dando certo e reacenderam-se esperanças de que o poder público pudesse, de fato, colaborar para a efetivação de políticas públicas para o desenvolvimento do turismo rural no território fluminense, e contribuir para o alcance de resultados felizes nesse sentido.

Figura 2 – IV Encontro de Turismo Rural do Estado do Rio de Janeiro, realizado em Cachoeiras de Macacu, região Serra Verde Imperial



Fonte: A autora (2005).

Fato é que nunca foram medidos os resultados dessas ações, concluindo-se, na época, que já estavam dadas as varas de pescar, e que a região e os seus atores caminhariam sozinhos rumo ao bom êxito de seus empreendimentos. Também, lembre-se, não havia recursos destinados ao(s) projeto(s), e tudo acontecia através das parcerias (muitas vezes firmadas em bases de confiança construídas de modo pessoal, e não institucional). Além disso, mudanças funcionais, outras relativas às políticas do MTUR, além de diferentes priorizações das ações de desenvolvimento do turismo em âmbito estadual levaram minha atenção para outros projetos, como o PRODETUR. Mesmo assim, eventualmente, o tema do turismo rural recorria à memória, ainda que não houvesse mais, no âmbito da SETUR e da TURISRIO, nenhuma evocação especial ao mesmo. Afinal, por que o turismo rural no estado do Rio de Janeiro não teria avançado, ao menos no que se referia à atenção das políticas públicas estaduais?

Quanto aos passos que me levaram até a tese, em 2016, sugiu a oportunidade de conjugar a geografia e o turismo, renovando em mim a vontade de retomar essa questão. Encontrei, deste modo, no Departamento de Geografia da UERJ, a linha de pesquisa Globalização, Políticas Públicas e Reestruturação Territorial, que configurava a arena propícia para a investigação que queria realizar, tudo com o amparo de mãos seguras e competentes na orientação desse caminho. Seria preciso refrescar o olhar, e o afastamento do objeto de análise nos últimos tempos parece ter sido importante para refletir sobre o turismo rural no território fluminense sob outro prisma, ampliando-se o alcance das luzes da teoria para revelar aspectos da realidade antes não observados. Por outro lado, foi preciso e oportuno poder contar com a orientação segura e experiente do Professor Doutor Gláucio José Marafon, profundo conhecedor da realidade e do campo fluminense, com tráfego harmonioso nos caminhos que abrigam convergências entre geografia e turismo.

Até a qualificação desta proposta, foram primordiais as disciplinas então cursadas, em especial “Geografia e Turismo” e “Espaço Rural e Urbanização”, com contribuição do apoio metodológico oferecido pela disciplina “Produção Intelectual”. Ademais, pude contar com aportes advindos da disciplina “Planejamento Territorial do Turismo”, de estudos dirigidos na linha de pesquisa “Globalização, Políticas Públicas e Reestruturação Territorial”, bem como das reflexões trazidas pelas ricas discussões havidas no Núcleo de Estudos de Geografia Fluminense (NEGEF), ligado ao Programa de Pós-Graduação do Departamento de Geografia da UERJ (PPGEO) e sob a coordenação do orientador desta tese.

Além de publicações com as quais pude, oportunamente, contribuir, decorrentes das reflexões originárias desses estudos e dos ensaios para este trabalho, foi-me de grande proveito participar da “Conference of Latin Americanist Geographers” (Figura 3), realizada em San Jose, na Costa Rica, em 2018, com apresentação deste projeto, então em desenvolvimento, e visita de campo a espaço de aplicação do turismo rural, com plantio de cafés especiais (Figura 4).

Parecia evidente pressupor que o turismo rural pouco houvera avançado no estado do Rio de Janeiro, mesmo com todo o estímulo inicial do MTUR e com os esforços de aguerridas lideranças presentes no setor cuja atuação tive a oportunidade de presenciar. A suspeita de ter havido certa ruptura nas iniciavas de turismo rural no estado fundamentava-se em algumas observações, como o desmonte do COGETURA, embora o órgão permaneça, ainda hoje, no organograma da SETUR.

Figura 3 – Apresentação do projeto “Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro” na Costa Rica



Fonte: A autora (2018).

Figura 4 – Visita de campo a Santa Maria de Dota na Costa Rica

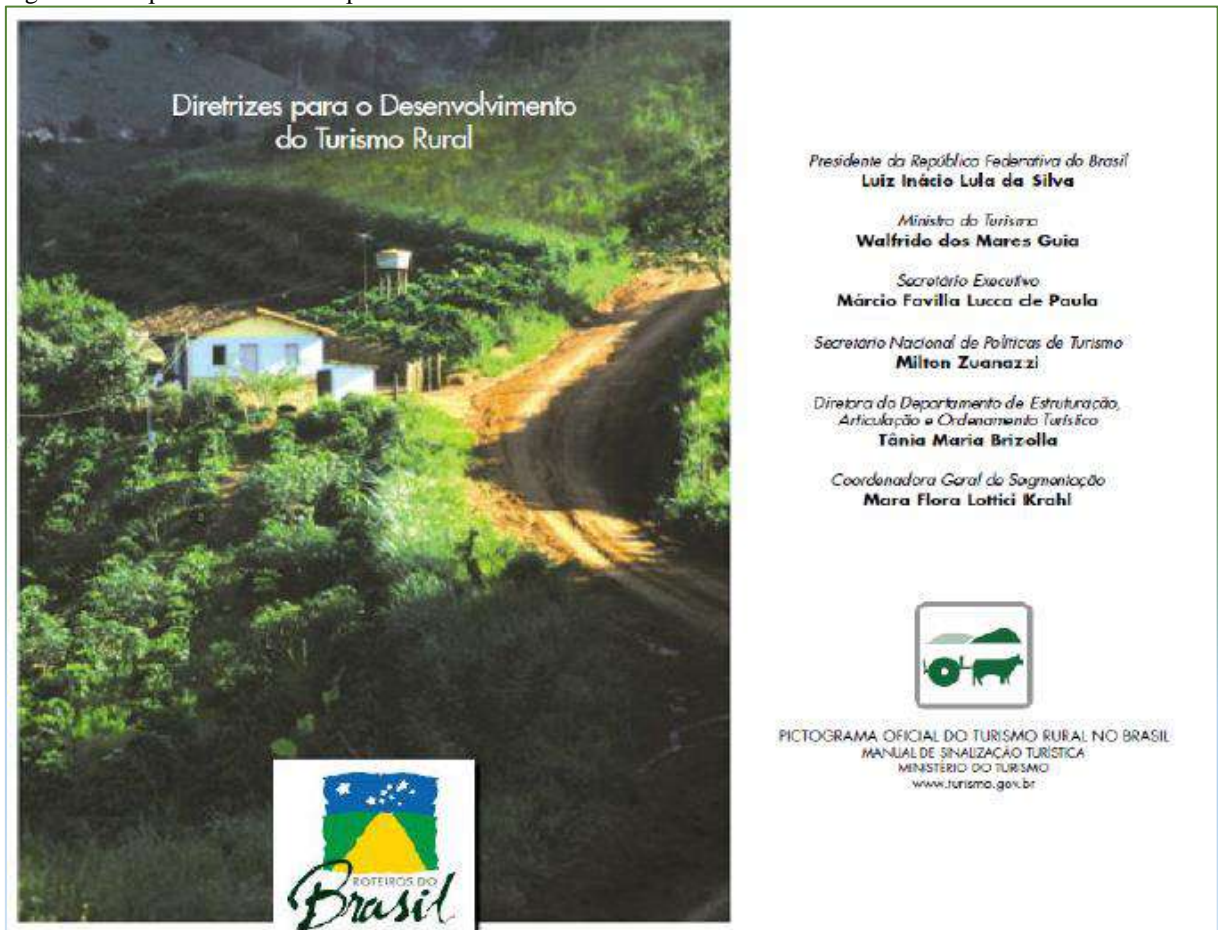


Fonte: A autora (2018).

Quando da qualificação deste trabalho, havia avançado sobre o alicerce de mestres e de disciplinas que se mostraram fundamentais, enquanto as investigações iniciais levavam à confirmação de que, de fato, não havia prosseguido, no âmbito da SETUR e da TURISRIO, um interesse maior pelo desenvolvimento do turismo rural nas regiões fluminenses. Por quê?

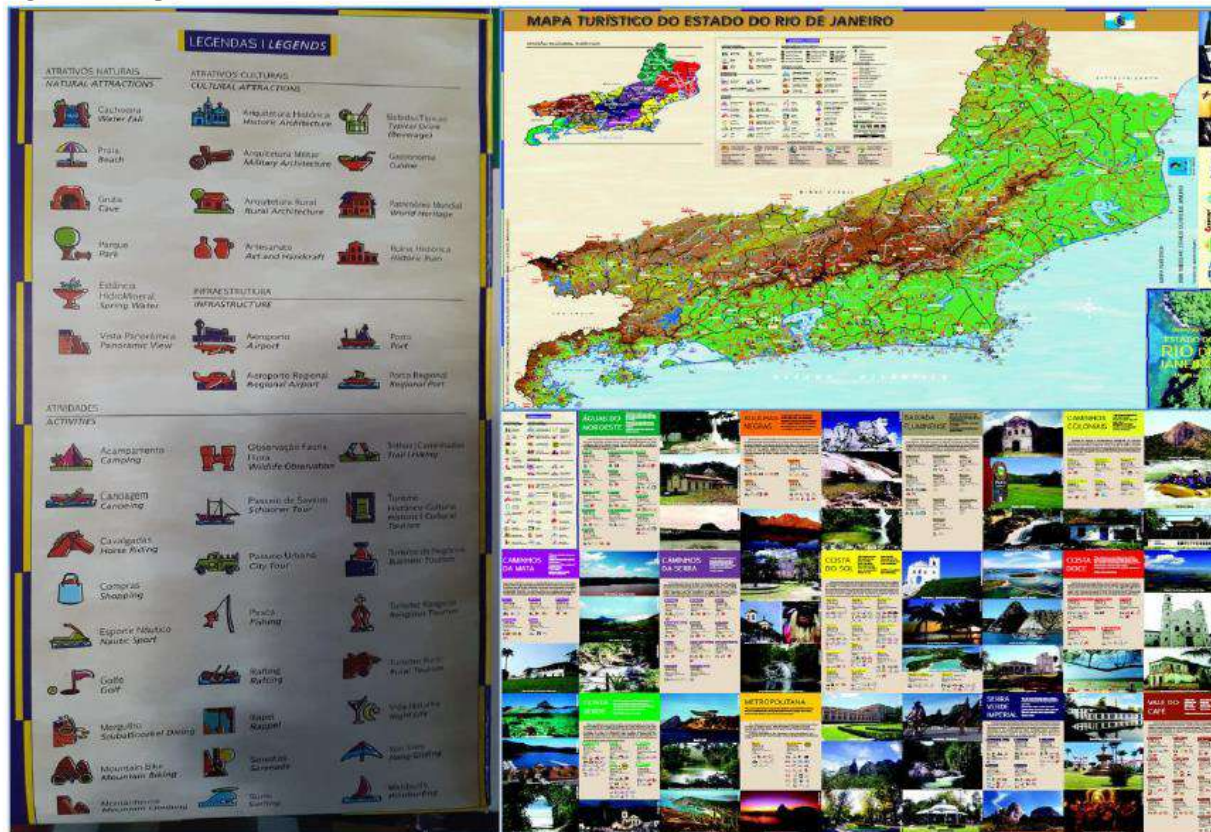
Considerava-se, sim: que o PDTUR, editado em 2001 e ainda vigente, apresentava zoneamento com áreas de interesse para o turismo rural que cobriam relevante extensão; que esse potencial era, de certa forma, reforçado por outros estudos, como se verificou, por exemplo, no Caderno de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (GOMES, 2010); que havia explícito interesse do MTUR em desenvolver aquele segmento turístico, segundo diversas publicações (MTUR, 2004; MTUR, 2006; MTUR, 2010; MTUR, 2010b; MTUR, 2010c) (Figura 5); que o COGETURA, embora inativo, continuava a existir na estrutura da administração pública estadual; que o material promocional das regiões do estado contemplassem, tradicionalmente, atrativos em turismo rural (Figura 6).

Figura 5 – Capa das “Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural”



Fonte: MTUR, 2004.

Figura 6 – Mapa Turístico do Estado do Rio de Janeiro



Fonte: SETUR, 2012.

Então, se há potencial do estado do Rio de Janeiro para o turismo rural, por que não promover o encaminhamento de políticas públicas de desenvolvimento do setor? Ou essa possibilidade, de fato, não existiria, uma vez que não há registros na TURISRIO sobre o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Turismo Rural previsto no PDTUR (TURISRIO, 2001)? Teriam sido de outra ordem as ações implantadas em 2004 no estado, a que se chamou turismo rural?

Ademais, quando se observa a diversidade de atrativos e de segmentos turísticos no Mapa Turístico das regiões fluminenses (Figura 6), pergunta-se: com todas essas alternativas e, notadamente, sendo reconhecido pela força do segmento de sol e praia, haveria espaço, interesse e fundamento para que o turismo rural ocupasse lugar de atenção nas políticas públicas de desenvolvimento do turismo do estado do Rio de Janeiro? E mais: caso haja essa atenção, ela deveria se concentrar em alguns territórios especiais?

Todas essas reflexões serviram de pano de fundo para a investigação que nasceu sob a seguinte questão central: *em meio a tamanha diversidade de atrativos e segmentos turísticos existentes no território fluminense, o estado do Rio de Janeiro dispõe de potencialidade relevante para desenvolver o turismo rural?*



Buscando comprovar a afirmação dessa premissa, o presente estudo concentrou-se em realizar o mapeamento das potencialidades do turismo rural no estado do Rio de Janeiro, procurando, ainda, responder à seguinte ponderação: *que territórios no estado do Rio de Janeiro apresentariam potencialidades (ou possibilidades) para desenvolver o turismo rural?*

Partindo do cerne daquela questão principal, procedeu-se ao mapeamento do turismo rural naqueles territórios, do que se desdobraram questões adjacentes que subsidiaram outras reflexões e proposições decorrentes, como seguem.

O zoneamento das áreas de interesse rural do PDTUR (TURISRIO, 2001) parece apresentar similaridades entre os municípios agrupados segundo as então chamadas Coordenações Regionais (CTRs). Que semelhanças são essas? As potencialidades apresentadas naquela proposta, se existiam, permaneceram as mesmas ao longo do tempo?

Como estariam sendo gestadas iniciativas de desenvolvimento do turismo rural no âmbito do setor público municipal? E do estado?

Se há possibilidades de se desenvolver o turismo rural no estado do Rio de Janeiro, quais seriam os maiores empecilhos a essa proposta?

O processo e resultados advindos desta pesquisa estão apresentados em três capítulos.

O primeiro capítulo intitula-se “Janelas do turismo e da geografia: olhares conexos” e apresenta o referencial teórico que deu embasamento a essa investigação. Está subdividido em cinco itens.

O primeiro tópico do capítulo propõe colocar setas no caminho da pesquisa no sentido de trazer à tona conteúdos de conhecimento do turismo e da geografia, atentando-se, de modo especial, aos pontos de encontro e de contraposição entre modos de perceber a mesma realidade. Resgata-se a consideração da geografia sobre categorias que serviram de aporte ao estudo, em especial, espaço e território. Do turismo, procura-se captar a sua essência como fenômeno complexo e prática social.

O segundo item apresenta a dicotomia entre rural e urbano, ainda eivada de preconceções que estressam a melhor compreensão sobre a vida no campo.

O terceiro item segue para a verificação das estratégias de segmentação turística, motivações e perfis de turistas, com o objetivo de melhor apreender os propósitos de tais encaminhamentos, ainda bastante pautados pela lógica de mercado apenas, sem levar em consideração outros elementos importantes, como as comunidades envolvidas.

O quarto item foca, especificamente, segmentos relacionados ao campo e à natureza, apresentando aproximações e diferenças entre categorias como turismo rural, turismo no espaço rural, agroturismo, ecoturismo e outras.

O quinto item tem por objetivo incitar a reflexão essencial sobre as interferências positivas e negativas provocadas pelo turismo, e suas implicações para pessoas e lugares.

O segundo capítulo exhibe um “Panorama do turismo rural no Brasil e no estado do Rio de Janeiro”.

No panorama sobre o turismo rural no Brasil, são mostrados os principais programas e diretrizes nacionais postos a favor desse segmento turístico, bem como exemplos que elucidam, em parte, algumas iniciativas consideradas exitosas no país.

No panorama sobre o turismo rural no estado do Rio de Janeiro, são colocados pontos sobre a gestão do turismo fluminense, com narrativas que ilustram esforços e questões atinentes aos projetos e ações já aplicados com o propósito de apoiar aquele segmento turístico.

O terceiro capítulo é o coração desta pesquisa: “Turismo rural no estado do Rio de Janeiro: mapeamento, reflexões e proposições” e dá título a esta tese. Exhibe os resultados e a análise decorrente dos principais aspectos levantados em campo, e está organizado conforme as regiões turísticas do estado.

Ao final, o exame é alimentado pela luz da teoria e debica o panorama geral que se conseguiu apreender do turismo rural no estado do Rio de Janeiro e de suas possibilidades.

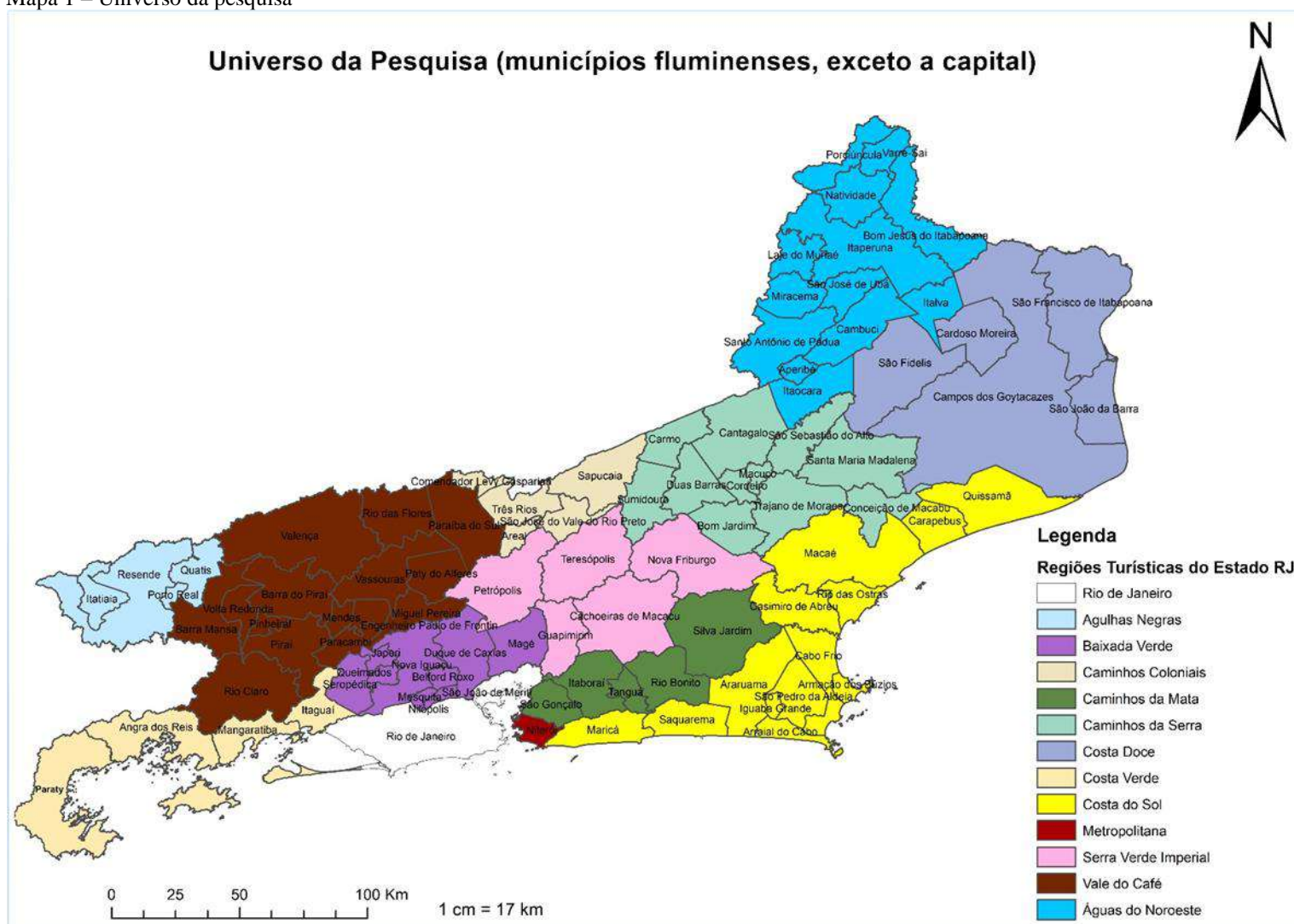
As considerações finais ponteiavam propostas que poderão decorrer de desdobramentos deste trabalho.

O universo desta pesquisa abrangeu o estado do Rio de Janeiro, à exceção da capital, em face das especificidades do desenvolvimento do turismo na chamada “cidade maravilhosa”, totalizando 91 municípios, organizados, para fins desta investigação, em 12 regiões turísticas, conforme instituídas pela SETUR (Mapa 1).

Esta tese está baseada em pesquisa descritiva e qualitativa, quanto aos seus objetivos e à sua natureza, e trouxe como narrativa principal o fenômeno do turismo rural no estado do Rio de Janeiro, a partir do inter-relacionamento entre diversos elementos presentes na manifestação deste segmento turístico no território fluminense.

Como contribuição relevante, pretendeu apreender a unidade na multiplicidade (ou seja, aferir aspectos relativos ao estado, mas também propiciar a observação das regiões turísticas e, ainda, dos municípios fluminenses, em particular). O contato direto e constante com o objeto de estudo levou em conta o ambiente e o contexto no qual o mesmo está inserido, como orienta Gil (2002), para o que apresenta, como pano de fundo, o panorama nacional do turismo rural.

Mapa 1 – Universo da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR, 2019. Desenho cartográfico C. A. Silva.

Considera-se esta pesquisa como possível de ser aplicada, na medida em que intencionou gerar conhecimento para ações que busquem mitigar dificuldades e propor soluções para problemas específicos, com vistas a atender a certos grupos sociais.

Neste caso, trata-se da questão do desenvolvimento do turismo rural no território fluminense, e de possibilidades de contribuição desse fenômeno, em qualquer nível, com a melhoria de vida das comunidades implicadas.

Conforme Gil (2002), as escolhas metodológicas guiaram esta pesquisa para as possibilidades de ser exploratória, descritiva ou explicativa, conforme a finalidade que a mesma pretendeu atingir.

Segundo o autor, a descrição de fenômenos ou de relações entre variáveis é o foco principal das pesquisas descritivas.

De modo geral, utilizam-se técnicas relativamente padronizadas para o levantamento de informações, como o questionário e a observação sistemática, servindo bastante bem ao levantamento de opiniões, atitudes e crenças, como para a verificação das inter-relações entre as variáveis envolvidas no problema, caminhos escolhidos para esta investigação.

Quanto a ser de natureza qualitativa, Gil (2002) argumenta que esse tipo de abordagem colabora para que a observação do fenômeno possa ser aprofundada, uma vez que valoriza o contato direto com a situação pesquisada em seu aspecto holístico ou em suas particularidades.

Neste trabalho, não houve levantamento quantitativo, ainda quando se atribuiu valores de juízo, ou de percepção, em alguma questão.

No que se refere aos meios ou procedimentos técnicos utilizados em pesquisa, de modo a criar pontes entre teoria e realidade prática, Gil (2002) assevera que há dados “coletados no papel” e dados “coletados com as pessoas” (p. 44).

Marconi e Lakatos (2010) classificam esses preceitos ou processos em: documentação indireta e documentação direta.

No caso da documentação indireta, o levantamento de informações pode ser feito através de pesquisa documental (de fontes primárias) e de pesquisa bibliográfica (de fontes secundárias).

A pesquisa documental pode ser processada através de arquivos públicos, arquivos particulares ou fontes estatísticas, em documentos escritos ou não.

A pesquisa bibliográfica abarca toda a bibliografia pública, tais como boletins, revistas, jornais, livros, teses, material cartográfico, etc.

Esta investigação buscou informações tanto documentais, quanto bibliográficas, levantando referências teóricas e publicações diversas sobre o tema investigado, bem como

dados constantes de documentos técnicos diversos, notadamente, relatórios de programas e projetos nacionais e estaduais, publicações especializadas e mapas.

Além da necessária revisão bibliográfica sobre o tema proposto, esta pesquisa levou em conta documentos básicos orientadores do turismo e do turismo rural gerados pela SETUR, TURISRIO, MTUR, e por outras instituições (EMATER, SEBRAE, entre outras).

Os principais documentos que referenciaram este trabalho ou serviram de complemento à pesquisa de campo foram:

- a) Caderno de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (GOMES, 2010);
- b) PDTUR (TURISRIO, 2001);
- c) Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) (SETUR, 2010).

Sobre a observação direta, Marconi e Lakatos (2010) classificam os procedimentos em: pesquisa de campo, pesquisa de laboratório, observação direta intensiva e observação direta extensiva.

A pesquisa de campo utilizada nesta investigação, teve por finalidade obter informações de verificação da questão central levantada, perscrutando a possibilidade de manifestação do fenômeno observado, e de suas relações com o território onde acontece.

Não se trata, portanto, de uma simples coleta de dados, mas da “[...] observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes, para analisá-los” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 169).

Do mesmo modo, foram importantes neste trabalho a observação direta intensiva, com emprego das técnicas de observação e entrevista, e da observação direta extensiva.

Marconi e Lakatos (2010, p. 173) lembram que observar não significa apenas “[...] ver e ouvir”, referindo-se a “[...] examinar fatos ou fenômenos que se deseja estudar”, obrigando o pesquisador a travar um contato mais próximo com a realidade investigada.

A investigação científica conta com as seguintes modalidades de observação (ANDER-EGG *apud* MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 175): segundo os meios utilizados, observação não estruturada (assistemática) ou estruturada (sistemática); segundo a participação do observador, observação não participante ou observação participante; segundo o número de observações, observação individual ou observação em equipe; segundo o lugar onde se realiza, observação efetuada na vida real (trabalho de campo) ou observação realizada em laboratório.

Sobre a observação direta, Yin (2001) destaca que essa é sempre oportuna para fornecer informações adicionais quando se realizam visitas a campo, encontrando-se disponível a consideração de comportamentos e de condições ambientais relevantes para a pesquisa. Como sugere o autor, é preciso observar mensagens nas entrelinhas, ou ser um bom ouvinte em um sentido mais amplo, seja em sua captura através de entrevistas, na observação direta de situações reais, ou mesmo na revisão de documentos.

Outra poderação de Yin (2001) diz respeito à relevância das observações informais realizadas durante as visitas de campo, quando podem ser apanhadas outras evidências adicionais sobre o objeto de estudo.

Esta pesquisa utilizou as seguintes técnicas de observação:

- a) observação assistemática e não participante, contando com a oportunidade de experiências casuais, quando o pesquisador, ainda que passivamente, precisa estar atento à manifestação de fenômenos relacionados à investigação e fiel aos dados a serem registrados, em visitas técnicas a municípios e em reuniões com lideranças locais para ações de mobilização do Programa de Regionalização do Turismo (PRT) e do Mapa do Turismo Brasileiro;
- b) observação sistemática, ou estruturada, a partir de informações conscientemente e objetivamente buscadas, valendo o pesquisador de quadros e anotações de apoio, em visitas de campo a municípios, conforme o objeto da pesquisa;
- c) observação participante, nas ocasiões em que, de modo natural, o pesquisador se envolveu com comunidades ou grupos a ponto de participar de suas atividades, durante momentos da pesquisa (em visitas de campo a roteiros de turismo rural, conforme o objeto da pesquisa);
- d) observação na vida real, dado que a pesquisa foi realizada também nas localidades onde o evento investigado ocorria (nos casos da observação sistemática e participante).

As observações foram todas individuais, buscando-se cuidar para que minha própria personalidade influenciasse o menos possível o objeto de estudo.

As visitas de campo contemplaram municípios das regiões Agulhas Negras (Resende), Costa Verde (Angra dos Reis), Serra Verde Imperial (Nova Friburgo e Teresópolis), Caminhos da Serra (Bom Jardim, Carmo e Santa Maria Madalena), Caminhos da Mata (Rio Bonito,

Tanguá e Silva Jardim), Costa Doce (Campos dos Goytacazes e Macaé), Vale do Café (Engenheiro Paulo de Frontin, Miguel Pereira, Paraíba do Sul, Paty do Alferes, Valença e Volta Redonda) e Metropolitana (Niterói), onde reside (Figuras 7, 8 e 9).

Foram visitadas 8 (oito) de 12 (doze) regiões turísticas. As visitas foram realizadas nos anos de 2018 e 2019.

É importante registrar que tenho conhecimento pessoal das demais regiões do estado (Baixada Verde, Caminhos Coloniais, Águas do Noroeste, Costa do Sol), e que as visitas a essas estavam previstas em 2020, tendo sido impedidas pelo contexto da COVID-19.

Figura 7 – Visita de campo ao Circuito da Laranja, em Tanguá, Caminhos da Mata



Fonte: A autora (2019).

Figura 8 – Visita de campo ao Circuito Altos da SerraMar



Fonte: A autora (2019).

Figura 9 – Visita de campo a Santa Maria Madalena



Fonte: A autora (2019).

Em face de sua relevância como instrumento de investigação social, no estudo proposto utilizou-se de entrevistas semiestruturadas, contando com roteiro preliminar, porém flexível, conduzidas de forma espontânea para a melhor captação das percepções dos respondentes sobre o fenômeno investigado. Conforme Marconi e Lakatos (2010), a entrevista é útil para: averiguação de fatos e conhecer a opinião das pessoas sobre os mesmos; compreender sentimentos e condutas; descobrir tendências e planos de ação; presumir comportamentos futuros em vista de comportamentos passados; desvendar fatores de influência e suas razões em relação a opiniões, sentimentos e condutas.

Considerou-se importante, nesse sentido, que a condução das entrevistas preservasse as interpretações particulares sobre uma mesma realidade ou tema observado, quer seja o turismo rural, buscando-se, na medida do possível, perspectivas diferentes que puderam enriquecer a pesquisa. As entrevistas foram gravadas e transcritas.

Foram entrevistadas pessoas consideradas informantes-chave, ou seja, aquelas identificadas como conhecedoras e/ou influenciadoras da realidade que se procurou investigar, em âmbito nacional, estadual e regional.

Nos resultados dessa pesquisa, apresentam-se em forma de depoimentos as falas dos seguintes entrevistados: Cristiano Araújo Borges, Coordenador-Geral de Produtos Turísticos do MTUR, entrevistado em Brasília, em 2018; Leandro Carnielli, sócio da Fazenda Carnielli, em Venda Nova do Imigrante (Espírito Santo), entrevistado por telefone, em 2020; Philippe Campello, ex-Presidente da TURISRIO, entrevistado via aplicativo WhatsApp, em 2020; Ayrton Violento, ex-Presidente da ABRATURR Rio, entrevistado via WhatsApp, em 2020.



Outras entrevistas foram realizadas e poderão compor trabalhos futuros a serem desdobrados a partir desta investigação.

Além dessas entrevistas, apresentam-se os seguintes depoimentos: Sonia Gamborgi, proprietária da Fazenda Pedras Brancas, em Lages (Santa Catarina), pioneira em turismo rural no Brasil, enviado por e-mail, em 2020; Matias Liz dos Santos, protagonista da construção do projeto de turismo rural em Lages (Santa Catarina), enviado por gravações de vídeo, em 2020. Todas as publicações de entrevistas e depoimentos que compõem esta tese foram submetidas ao crivo dos entrevistados e depoentes. As entrevistas realizadas com os Srs. Philippe Campello, Ayrton Violento e Leandro Carnielli seguiram roteiro guia, conforme apêndices A, B e C. As demais narrativas transcorreram de modo informal.

Cabe esclarecer que, por se tratar de personalidades de ligação histórica e/ou específica com o objeto do estudo, fez-se importante nominá-las, tendo as mesmas sido consultadas sobre o teor da publicação que validaram.

Para a observação direta extensiva, foram utilizados questionários cuidadosamente preparados (APÊNDICE D), cuja maior vantagem foi a economia de tempo na obtenção de dados diagnósticos da situação investigada. Os questionários serviram ao levantamento de informações sobre a atividade turística e, em especial, sobre o segmento do turismo rural nas localidades investigadas, sendo os mesmos direcionados aos secretários/dirigentes municipais de turismo.

Além disso, foram utilizadas informações obtidas em levantamento por mim coordenado, no âmbito da SETUR, e aplicado em parceria com o NEGEF/UERJ, em 2018, com vistas à atualização do PDTUR. Os dados complementares utilizados relacionam-se aos principais segmentos, atrativos e eventos turísticos presentes no município.

Cabe esclarecer que os formulários de atualização do PDTUR foram elaborados com auxílio da ferramenta Google Forms (APÊNDICE E), com *link* de acesso encaminhado por mim aos órgãos municipais de turismo via e-mail. Esses foram encaminhados e devolvidos à SETUR no período de 21/06/2018 a 25/10/2019. Houve necessidade de recorrentes solicitações para que se alcançasse o número final de respostas, no total de 74 (setenta e quatro) municípios.

Na aplicação da pesquisa de campo, estabeleci contato com os secretários por telefone, antes do envio dos questionários, sendo esses remetidos por e-mail e via WhatsApp. A mensagem de encaminhamento dos questionários anunciava o propósito e a importância da pesquisa, e houve acompanhamento sistemático das respostas. Os questionários foram enviados a partir de 10/01/2018, com necessidade de recorrentes solicitações para que houvesse o retorno pretendido. Como o objetivo era obter o maior número possível de respostas, recebeu-se o

retorno retardatário de alguns poucos municípios faltantes em 2020 (Maricá, São Gonçalo e, em parte, Quissamã).

De um total de 91 (noventa e um) municípios, 89 (oitenta e nove) responderam ao questionário, não se obtendo retorno de Comendador Levy Gasparian e São Sebastião do Alto. Poucos municípios responderam à pesquisa apenas informando que o turismo rural não estava presente naquela localidade, o que fica claro na apresentação da pesquisa pela falta de respostas dos mesmos (Itatiaia, Mendes, Nilópolis, São João de Meriti).

A devolutiva das respostas foi realizada conforme a conveniência dos respondentes, quer seja: em forma textual, remetidas via e-mail; em forma textual ou em áudios gravados, remetidos via WhatsApp; através de videoconferência, via Skype. As entrevistas via Skype foram gravadas em áudio. As respostas em áudio enviadas via WhatsApp foram gravadas e transcritas. A maior parte das respostas veio através de e-mail.

Ao todo, foram realizadas: 19 (dezenove) visitas de campo aos municípios fluminenses, contemplando 8 (oito) das 12 (doze) regiões turísticas; 91 (noventa e uma) aplicações de questionários, com retorno de 89 (oitenta e nove), encaminhados aos dirigentes municipais de turismo; 6 (seis) entrevistas em profundidade, com protagonistas do turismo cujos depoimentos foram considerados relevantes para a análise proposta; aplicação de 92 (noventa e dois) formulários de atualização do PDTUR, com retorno de 74 (setenta e quatro), utilizados em complementação à pesquisa. Outras entrevistas foram realizadas com representantes institucionais, acadêmicos, empresários e empreendedores do setor, mas não foram utilizadas diretamente nesta pesquisa, embora tenham contribuído significativamente com a reflexão sobre o tema, podendo compor desdobramentos futuros deste estudo.

Cumprе ressaltar que, antes mesmo do contexto da COVID-19, o aplicativo WhatsApp se revelou recurso simples e ágil para a troca de mensagens, facilitando a comunicação da pesquisa e, em alguns casos, o retorno às questões apresentadas. Dar liberdade quanto ao melhor caminho para o respondente participar da pesquisa, certamente, influenciou no retorno significativo obtido nesta investigação. É evidente que o fato de atuar em projetos da SETUR relacionados ao interior do estado e ser, portanto, razoavelmente próxima dos órgãos municipais do turismo fluminense, também facilitou o contato para a pesquisa. Contudo, deve ser frisada a necessidade de insistência quanto ao retorno de respostas, o que é bastante comum, de modo geral, no que se refere a solicitações feitas aos órgãos municipais de turismo, até mesmo em função das muitas dificuldades que a maioria dos mesmos enfrenta (escassez de pessoal, dificuldades com equipamentos, escassez de recursos financeiros, precariedade técnica, etc.).

Destaque-se, ademais, que os instrumentos de investigação foram elaborados em função da questão proposta e das possíveis variáveis envolvidas na solução da mesma (DENCKER, 1998), ou no alcance do objetivo traçado. Com poucas exceções, as perguntas foram abertas, deixando livres as respostas apresentadas, o que enriqueceu bastante os resultados, mas dificultou a sua sistematização.

Para facilitar a melhor apreensão desses resultados, e apresentar um quadro geral dos mesmos, as questões foram organizadas em blocos e expostas em quadros sintéticos, segundo certas aproximações entre os tópicos tratados.

Tem-se assim, apresentados por município e por região turística:

- a) principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao turismo rural: quadro sintético das questões 1 (um) e 12 (doze), com complementação e informações advindas da atualização do PDTUR;
- b) atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural: quadro sintético das questões 3 (três) e 4 (quatro), com complementação e informações advindas da atualização do PDTUR;
- c) artesanato, eventos turísticos e rurais: quadro sintético das questões 6 (seis) e 7 (sete), com complementação e informações advindas da atualização do PDTUR;
- d) roteiros, serviços e divulgação do turismo rural: quadro sintético das questões 5 (cinco), 8 (oito) e 11 (onze) em parte;
- e) Perfil e motivações do turista: quadro sintético das questões 9 (nove), 10 (dez) e 11 (onze) em parte;
- f) painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o turismo rural: quadro sintético das questões 13 (treze), 14 (quatorze), 15 (quinze) e 16 (dezesseis).

Dada a extensão e aprofundamento possível na interpretação das respostas recebidas, esse material poderá ser revisitado para colher outras considerações e reverter em desdobramentos posteriores que servirão ao enriquecimento do presente estudo. Além disso, foram sistematizadas as questões de 1 (um) a 16 (dezesseis) do questionário, servindo as demais apenas para compor a reflexão geral sobre o contexto de cada município, podendo as mesmas, igualmente, reverterem em material de aprofundamento em pesquisas posteriores.

Quanto à sondagem sobre a percepção dos secretários e dirigentes municipais de turismo a respeito da potencialidade local para desenvolver o turismo rural, através da solicitação, na

questão 2 (dois) do questionário, de atribuição de grau de 1 (um) a 10 (dez), tratou-se de um valor subjetivo para o qual se buscou a ponderação de outros olhares, quer seja dos representantes das instâncias de governança regionais (IGRs), e dos representantes regionais do SEBRAE, atendo-se esta atenção a cada um dos municípios. Como a pesquisa de campo, neste aspecto, concentrou-se em apreender mais o ponto de vista dos secretários municipais de turismo, atribui-se peso 2 (dois) ao grau indicado pelos mesmos nesse quesito. As respostas, tanto dos representantes das IGRs, quanto dos representantes do SEBRAE, foram encaminhadas via WhatsApp, umas através de texto, outras por áudio.

As informações, tanto aquelas obtidas através da pesquisa de campo com os secretários/dirigentes municipais de turismo, quanto os originários do levantamento para atualização do PDTUR, foram devidamente organizadas antes de sua interpretação, como recomendam Marconi e Lakatos (2010), sem que houvesse necessidade de codificação.

Alguns resultados levantados, bem como exames advindos da interpretação de dados e de informações, geraram mapas concebidos por mim, cujos desenhos cartográficos foram obtidos através de profissional técnico devidamente identificado, participante do Núcleo de Estudos da Geografia Fluminense (NEGEF), do Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGEO) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

Passa-se, agora, à apresentação geral desta investigação, iniciando-se pelo referencial teórico e culminando com a análise crítica de todos os apontamentos levantados.

## 1 JANELAS DO TURISMO E DA GEOGRAFIA: OLHARES CONEXOS

Trata este primeiro capítulo de apresentar as bases teóricas que serviram de apoio às reflexões, análises e proposições decorrentes desta pesquisa.

Segue organizado, inicialmente, pela costura do turismo e da geografia, mais como um bordado que, longe de ser perfeito, não descarta os avessos que lhe dão a forma.

Referenciam-se aqui as discussões (que não concluem) sobre modos de ver o rural e o urbano, e que irão desaguar nos conceitos também imbricados do turismo rural e do turismo no espaço rural, depois de se buscar compreender os caminhos e as finalidades da segmentação turística.

Por fim, deixam-se pontos de atenção para quando se for pensar sobre as possibilidades do turismo e do turismo rural poderem contribuir, efetivamente, com benefícios para o desenvolvimento de comunidades no interior do estado do Rio de Janeiro, a partir de observações sobre interferências e impactos positivos e negativos no espaço, advindos daqueles fenômenos.

### 1.1 Turismo e Geografia: colocando setas no caminho

Por seu caráter multidisciplinar e em seus aspectos imbricados, o turismo vem sendo estudado por diversas disciplinas, como é o caso da economia (na análise de políticas e efeitos econômicos), da sociologia (no que se refere às interações entre turista e anfitrião), da psicologia (sobre o comportamento do turista), da antropologia (em relação às populações receptoras e emissoras), da geografia (quanto às relações espaciais derivadas das viagens e de seus impactos ambientais), do direito (na regulamentação dos direitos e deveres inerentes ao setor), da administração (especialmente no que tange às funções de planejamento e gestão), dentre outros (REJOWSKI, 2001). Embora no contexto deste trabalho possam emergir questões atinentes a vários desses grandes campos do conhecimento, por estarem todos conectados ao turismo, convém, em destaque, explicitar a importância do nexo entre geografia e turismo.

Nesta perspectiva, compete elucidar que sentidos, entre tantos possíveis, serão abraçados aqui para tratar objetos considerados tradicionais nas investigações dos geógrafos, mas não menos caros a outras matérias, como demonstrou Santos (1988), aos quais, podemos

dizer, soma-se o turismo. Neste último caso, interessa perscrutar categorias como território, lugar, paisagem e região, orientadas pelo fundamento primo do espaço, que trarão luz às reflexões propostas neste ensaio.

Cabe observar, portanto, que a história das viagens e do turismo, desde os deslocamentos do homem em épocas mais remotas, às viagens espaciais a lazer na era atual, está recheada de motivações para o consumo do espaço, resultando em interferências positivas e negativas diversas que não devem ser ignoradas. Sobre a gênese do turismo, discutida sob diversos olhares e trazendo à baila diferentes definições (LIMA, 2019), permanece evidente a complexidade desse fenômeno, do qual se retoma, em síntese, alguns aspectos, a título, apenas, de contextualização para as análises que este estudo aventar.

Do ponto de vista do turismo como negócio, verifica-se que os economistas ingleses do século XVII já estavam atentos ao fato de que, com as pessoas, “viajava o dinheiro” (BANDUCCI JR.; BARRETTO, 2001, p. 7). Mas é a Revolução Industrial, em especial no segundo movimento do século XIX, que ensejará uma nova condição à atividade turística, tanto pelos avanços tecnológicos, quanto pela nova ordem sociocultural que se estabeleceu a partir daquele movimento. Ao final do mesmo século, tem-se que a geografia se instala como disciplina acadêmica, segundo Corrêa (2000), desenredando formalmente importantes paradigmas e correntes do pensamento geográfico.

Sobre viagens e turismo, Ferrara (2002) lembra que as primeiras antecedem o último, sendo que as viagens eram prática comum desde o Romantismo, ainda no século XVIII. O turismo, ao caminhar para uma conformação de atividade organizada e institucionalizada, é firmado, inicialmente, com apoio no valor recreativo do campo, em oposição à cidade, onde era desejável a prática de atividades durante o verão e em parte do outono. Em princípio, essa chamada *villeggiatura*<sup>6</sup>, de feitio burguês, tinha uma natureza privada e pretensamente anônima, evoluindo, com o decorrer do tempo, para uma experiência comum, pública:

Se o caráter burocrático/comercial do turismo é um elemento fundamental para distingui-lo da *villeggiatura*, pode-se dizer que eles diferem na maneira como são apropriados pela relação dicotômica entre o público e o privado: a *villeggiatura* corresponde, para a vida privada, ao que o “pacote turístico” corresponde para a vida pública, ou seja, embora em polos opostos, ambos procuram uma reificação do tempo ou do espaço. A *villeggiatura* faz do “tempo livre” um objeto que se torna concreto, uma vez que se torna visível na paisagem campestre, na natureza, nas águas medicinais, nas estações de cura. O turismo faz do “espaço” um objeto, quando o enfrenta na visibilidade comercial do pacote, dos roteiros, da indumentária, dos acessórios e da bagagem, das passagens e bilhetes pagos a prestação, das estações de trem, das rodoviárias e, especialmente, dos aeroportos (FERRARA, 2002, p. 21, grifos da autora).

---

<sup>6</sup> “Espaço/tempo de recreio, de cura, de ócio, passado no campo distante da cidade” (AMBRÓZIO, 2005, p. 109).

Ambrózio (2005, p. 106-107) revela as diferenças entre viagens, turismo e vilegiatura mostrando, antes, que a viagem transpassa a história humana, enquanto o turismo “[...] é prática social acoplada à produção de mercadoria, designando a conversão da viagem a um fim em si”. A vilegiatura, em sua origem, remete à territorialidade “[...] assentada na propriedade, residência, fortuna, quiçá no prestígio e na autoridade”, ou, como explica o autor:

Conquanto o turismo possua contraparentesco com a vilegiatura naquilo que conserva de temporada de deslocamento e recreio, a própria origem do vocábulo vilegiatura, derivado de *villa* — a casa italiana de campo ou mesmo sinônimo de povoação —, já noticia a diferença. De origem aristocrática, despregada portanto do caráter burguês do turismo, a vilegiatura, porém, atualmente permanece diminuída na construção da segunda casa da burguesia e de parte da classe média em áreas próximas, ou nem tanto, às grandes cidades. Ela hoje ainda existe, claro, mitigada de seu sentido original e amalgamada com o próprio turismo: de fato, incluída a vilegiatura no interior da economia dos espaços turísticos, a construção da segunda residência, doravante, unirse-ia à especulação turística imobiliária; derivada em linha reta da *villa* de ócio dos antigos romanos, a vilegiatura foi diminuída de seu senso de origem. O *otium* não teria sido o lugar da calaçaria — para a elite romana, a *villa* era o local do *otium* vivido como territorialidade propiciadora do exercício da inteligência e, eventualmente, preparadora de alguma ação futura (AMBRÓZIO, 2005, p. 107).

Para Trigo (1993, p. 19), a atividade turística se beneficiou diretamente da nova ordem surgida nas sociedades pós-industriais, estabelecendo-se como espaço privilegiado na produção de serviços. O autor reconhece que o turismo “[...] nasceu [e] desenvolveu-se com o capitalismo”, mas “[...] explodiu como possibilidade de prazer para milhões de pessoas e como fonte de lucros e investimentos” somente a partir de 1960. Isto faz sentido, em especial, quando se considera que, nos anos 1950, alguns dos aviões utilizados na Segunda Grande Guerra deram surgimento às primeiras companhias aéreas (CAMARGO, 2001). De fato, o turismo se consolida como atividade econômica no século XX, quando converte o espaço em objeto de consumo (LOBATO, 2015), e são alguns possíveis usos dessa conversão que inspiram as buscas presentes neste estudo.

No caminho de apreender algumas dessas aplicabilidades, é significativa a observação de Coriolano (2006):

O turismo, uma atividade produtiva moderna, reproduz a organização desigual e combinada dos territórios capitalistas, sendo absorvido com maneiras diferenciadas pelas culturas e modos de produção locais. Dentro da nova dinâmica da acumulação capitalista, responde às crises globais e ampliadas do capital mundial, submetendo diretamente o Estado em favor do mercado, embora e aos poucos, a sociedade civil de vários lugares descubra estratégias de beneficiar-se economicamente com ele, ou a partir dele (CORIOLANO, 2006, p. 368).

Hoje o turismo se apresenta como um “[...] conjunto complexo de inter-relações de diferentes fatores [...] que evoluem de forma dinâmica” (OMT, 2001, p. 39), envolvendo, sobretudo, o deslocamento das pessoas para fora de seu local de residência, o destino para onde

segue e as atividades realizadas no período da visitação, incluindo bens e serviços criados para a satisfação das necessidades do visitante. Dentre os elementos presentes nesse movimento, destacam-se nas análises do turismo investigações sobre demanda, oferta, espaço geográfico e operadores de mercado (em que se incluem órgãos públicos e privados que organizam ou promovem o turismo). Burns (2002), igualmente, identifica o que chama de elementos primários do turismo, como a demanda por viagem e os seus intermediários, acrescentando as influências ligadas ao destino (conexões históricas, acessibilidade, estabilidade política e econômica), bem como os impactos decorrentes desta atividade que, por sua importância, também interessarão observar.

Em face dos modelos analíticos do turismo, Lohmann e Panosso Netto (2008) levantam diversas abordagens, quais sejam: de Raymundo Cuervo (o turismo como um sistema de comunicação); Nell Leiper (a composição do turismo a partir de cinco elementos, dos quais três seriam geográficos); Jost Krippendorf (uma crítica ao modelo existencial da sociedade capitalista e teses para a humanização da viagem); Jafar Jafari (o fator holístico e a transdisciplinaridade do turismo); Sérgio Molina (relações de consumo do turismo); Roberto Boullón (a questão do espaço turístico); e Mario Carlos Beni (configuração do sistema de turismo). Com base nesses enfoques, têm-se alguns apontamentos que podem lançar luz à observação do fenômeno turístico.

A propósito dos estudos de Cuervo, lembra-se Wainberg (2003) ao afirmar que o turismo é, sobretudo, um fenômeno comunicacional, e ao instigar a crítica de que isto explicaria a busca das pessoas por novas experiências, ainda que não se venha a ter (ou não se espere por ter), necessariamente, tantas surpresas:

Neste sentido, nos movemos em busca da excitação dos sentidos. Não basta, portanto, buscar entender o turismo como fenômeno econômico sem compreender a dimensão existencial que anima tais fluxos. [...] Nos movemos porque necessitamos vislumbrar a diferença. Não se trata de um fenômeno de adição da singularidade alheia, mas, como dito, do seu vislumbre. Tal olhadela é animadora e excitante. Como voyeurs, bisbilhota-se o patrimônio vizinho que nos é embalado para tal fim. Espera-se encontrar o que se encontra. A difusão do atrativo divulga tais sites pelo mundo. E parte-se além-mar em busca do prometido. Por isso, o turismo oferece poucas surpresas. [...] Em decorrência, o movimento é tipo fast-food. [...] Neste andar às pressas lê-se o discurso ambiental como nos leads, atenção às ilustrações, e muito eventualmente, mergulho na narrativa. O movimento turístico é, por isso mesmo, pobre e superficial. E este o seu valor supremo: não exige o que o turista-consumidor não deseja dar – introspecção, reflexão, dúvidas. Nada disso. (WAINBERG, 2003, p. 14).

Em Leiper (1979), encontram-se interpretações do turismo sob as óticas econômica, técnica e holística, destacando-se, em especial, elementos geográficos que formam o ambiente turístico: o lugar de origem (ou de emissão de turistas), o destino turístico (onde os turistas



ficam temporariamente), e uma região de trânsito, ou rota (pela qual o turista viaja), que liga aqueles dois pontos. O autor chama a atenção sobre esses elementos estarem presentes, de modo relativamente simples e básico, em modelos de fluxos turísticos desenvolvidos por geógrafos europeus, embora possam servir bem como ferramenta de análise dos recursos envolvidos no processo turístico, facilitando, inclusive, a observação de interferências e de impactos.

Leiper (1979) compreende que compõem o turismo, além das regiões emissivas, das rotas de trânsito e das regiões de destino, os próprios turistas e as operações (ou indústria do turismo), com características de um sistema aberto que opera em ambientes mais amplos e inter-relacionados: físico, cultural, social, econômico, político e tecnológico.

No tocante às rotas, de modo geral menos valorizadas na maioria das análises sobre o setor, o autor esclarece:

Transit routes are a vital element in the system. Their efficiency and characteristics influence the quality of access to particular destinations and accordingly they influence the size and direction of tourist flows. They are also a special case of tourism impact, i.e., when changes arising from faster or longer haul transport cause stopover points to be bypassed<sup>7</sup> (LEIPER, 1979, p. 397).

Destarte, Leiper (1979) conclui que os elementos geográficos estão presentes no processo turístico: na região emissora (desde a motivação, planejamento e organização da viagem); na rota de trânsito (ou no deslocamento, quando podem ocorrer interação com atrações ou utilização de serviços e instalações); na região de destino (com uso de serviços e equipamentos, e interação com os principais atrativos); no pós-viagem, de volta à região emissora (quando se acessa lembranças e se dá o reajuste à rotina).

Reclamando que, de modo geral, “[...] uma política de turismo social e ecologicamente responsável, em todos os âmbitos (empresarial, local, regional, nacional, internacional, tanto de consumidores como de produtores)” não teria sido, ainda, alcançada, apesar da crescente retórica sobre o tema, Krippendorf (2001, p. 9) apresenta reflexões acerca da relação do turista com as viagens, tecendo críticas ao viés que chama maquinaria das férias.

O panorama geral das observações e críticas de Krippendorf (2001) está fundado no modelo existencial da sociedade industrial no que se refere a trabalho, moradia e lazer, de onde emerge um elenco de teses do autor propondo a humanização da viagem (e do turista). Krippendorf (2001) adverte, neste ponto, sobre ser determinante um novo modo de vida das

---

<sup>7</sup> “As rotas de trânsito são um elemento vital no sistema. Sua eficiência e características influenciam a qualidade dos acessos a destinos específicos e, conseqüentemente, influem no tamanho e direção dos fluxos turísticos. Elas são igualmente importantes no que se refere aos impactos no turismo, isto é, quando mudanças decorrentes de transportes acarretam que certos pontos de parada sejam ignorados” (LEIPER, 1979, p. 397, tradução nossa).

peessoas, para além das viagens, para que haja uma outra consciência turística, diferente da comum, que, entende-se, mitigaria impactos negativos do turismo na atualidade:

O que precisamos, em primeiro lugar, não é de viagens diferentes, mas de pessoas diferentes. Somente uma outra sociedade e outras condições de vida produzirão um outro turista. Uma sociedade doente não pode produzir um turista sadio. É preciso que o cotidiano se modifique para que a viagem possa sofrer um processo semelhante. Por essa razão, é inútil insistirmos no sonho de “uma única boa” maneira de viajar, que deveria ser inculcada em todos os seres humanos. A questão repousa muito mais em considerar as ligações entre o trabalho, a moradia, o lazer e as viagens. É preciso ver no homem um ser social indivisível, e não alguém passível de se fracionar facilmente em homem-trabalho, homem-lazer, homem-fim de semana e homem-férias (KRIPPENDORF, 2001, p. 134, grifo do autor).

Já Boullón (2006) aborda a rede de relações que caracterizam o funcionamento do turismo, entendendo que existem várias facetas, abordagens ou modelos analíticos de um mesmo sistema, que ora concentram a atenção em aspectos da oferta e da demanda, ora em fatores sócio antropológicos. Julga-se relevante a sua tese defendendo que nenhuma atividade produtiva ocupa de modo homogêneo um território, ou seja, mesmo que as atrações turísticas cubram áreas maiores (como no caso de parques e reservas naturais), a concentração dos principais atrativos estará em uma área menor, e não na totalidade desse território. Assim, existirá, sempre, entre uma área turística e outra, espaços sem turismo.

Boullón (2006b) apresenta o espaço turístico onde estão presentes e distribuídos territorialmente os atrativos turísticos, lembrando que há descontinuidade entre aquelas áreas e que algumas terão maior densidade de atrativos do que outras:

Dentro de un país o una región, el espacio turístico comprende a aquellas partes del territorio donde se verifica - o podría verificarse - la práctica de actividades turísticas. La primera situación corresponde a los lugares donde llegan los turistas, y la segunda a aquellas partes a las que podrían llegar, pero no lo hacen; ya sea porque son inaccesibles para ellos, o porque la falta de caminos y senderos aceptables que conduzcan a ellos y faciliten su recorrido, así como de comodidades mínimas en el lugar, desalienta su visita<sup>8</sup> (BOULLÓN, 2006b, p. 18).

Nesta lógica, em vista de o espaço turístico ser entrecortado, as técnicas de regionalização seriam limitadas por incorrerem no equívoco de fazerem parecer como turísticas grandes áreas que, de fato, não o são. Para o autor, as regiões turísticas não existem e, para

---

<sup>8</sup> “Dentro de um país ou região, o espaço turístico inclui as partes do território onde a prática de atividades turísticas se verifica - ou pode vir a ser realizada. A primeira situação corresponde aos lugares onde os turistas chegam, e a segunda, aonde eles poderiam alcançar, mas não chegam; ou porque esses lugares estão inacessíveis a eles, porque faltam estradas e trilhas adequadas, assim como não há facilidades mínimas e isto desencoraja a visita ao destino” (BOULLÓN, 2006B, p. 18, tradução nossa).

substituir esse conceito, mais adequado seria valer-se da ideia de espaço turístico, observando, empiricamente, a distribuição territorial dos atrativos turísticos e apreendendo os seus *clusters*<sup>9</sup>.

Segundo Beni (2012), o *cluster* de turismo é constituído por

[...] um conjunto permanente de ações dinâmicas e reiterantes de esforço comunitário; mobilização social; empreendedorismo nos investimentos econômicos; eficiente comunicação interorganizacional; engajamento dos atores sociais e agentes institucionais; e interação de todos os segmentos da oferta para a necessária e imprescindível sinergia no arranjo produtivo para a consolidação de seu desenvolvimento sustentável (BENI, 2012, p. 521).

Como mostra Thomazi (2006, p. 21), o *cluster* teria o atributo de “[...] catalisar e estabelecer uma agenda entre os diversos setores e atores, públicos e privados, envolvidos no processo de desenvolvimento do turismo, em que a ação conjunta promove vantagens e ganhos coletivos”.

De modo geral, os *clusters* se apresentam como ecossistemas favoráveis ao desenvolvimento e à sustentabilidade, segundo Beni (2012), uma vez que promovem o associativismo, propondo mais produtividade e competitividade. Por outro lado, é necessário dispor de uma oferta diversificada para atrair a demanda, em especial no caso do turismo, o que pode gerar vulnerabilidades no sistema.

Uma das mais reconhecidas contribuições de Beni (2001) é a modelagem referencial do SISTUR, ou Sistema de Turismo. Nesse modelo, observam-se as funções primárias e derivadas características da organização e da operacionalização da atividade turística (motivação das viagens e escolha de destinos, deslocamento de pessoas no espaço-tempo, permanência na área receptora, uso de serviços e equipamentos, estrutura de gastos, etc.) que se processam em relação ao ambiente natural, cultural, social e econômico. Explorando esta base conceitual, Beni (2001) desenha a estrutura do SISTUR amparado em três grandes conjuntos, ou subsistemas: relações ambientais, organização estrutural e ações operacionais.

Mais tarde, Beni e Moesch (2017) reconheceram que até mesmo o SISTUR tornou-se insuficiente para alcançar o turismo em toda a complexidade de suas conexões e relações, e em diferentes territórios. Para os autores, faz-se necessário um posicionamento interdisciplinar e transdisciplinar na compreensão do turismo, por este ser

[...] um campo de práticas histórico-sociais, que pressupõem o deslocamento do(s) sujeito(s), em tempos e espaços produzidos de forma objetiva, mas possibilitador de afastamentos simbólicos do cotidiano, coberto de subjetividades, e explicitador de uma estética diante da busca do prazer (BENI; MOESCH, 2017, p. 445).

---

<sup>9</sup> Podemos entender como *clusters* as “[...] concentrações de atividades empresariais em espaços geográficos, constituídos pelas territorialidades estabelecidas pelas redes ambientais, sociais e econômicas de determinados setores específicos” (BENI, 2012, p. 517).

A proposta de Beni e Moesch (2017) é que o SISTUR seja remodelado a partir do paradigma da complexidade, tratado como sistema vivo e visto em sua totalidade, como defendem:

A ideia de que os efeitos podem ser auto-eco-reguladores de suas supostas causas dentro de um sistema complexo e de que os observadores podem modificar, pela via interativa o que estão a observar, criou novo marco epistemológico para apreender o fenômeno turístico como um campo científico, cujo objeto transdisciplinar compõe-se da integralidade e da circularidade presente no ecossistema turístico construído (BENI; MOESCH, 2017, p. 456).

Em face de ser intrincada essa rede de inter-relações, Camargo (2001) também apresenta o turismo como um fenômeno, termo que merece ser considerado para além dos seus sentidos mais usuais e desgastados como assevera o autor:

Apreende-se o turismo como algo que se produz em nossa consciência por meio dos sentidos, envolvendo dados materiais, ou fenômenos internalizados, psicológicos, nos quais, por exemplo, se encontrariam as atitudes e as sensações antes, durante e após a viagem (CAMARGO, 2001, p. 39).

Neste ponto, vale memorar Chauí (2000, p. 130) na busca da melhor compreensão do turismo como fenômeno, e toma-se da autora a visão dos filósofos Immanuel Kant e Edmund Husserl, a primeira de que “[...] os fenômenos são o que a consciência conhece”, e a outra de que “[...] é a própria consciência que constitui os fenômenos”. Japiassú e Marcondes (2001, p. 75, grifo dos autores) lançam mais luz quando comentam o sentido ambíguo do termo fenômeno, ora como “[...] ideia de ‘aparecer com brilho’, ora como ideia de simplesmente ‘parecer’, [...] sendo algo de pouco seguro e, em última instância, uma ilusão”. Os autores esclarecem que “[...] o termo fenômeno passou a ser utilizado nas ciências experimentais e nas ciências humanas para designar não uma coisa, mas um processo, uma ação que se desenrola”.

Recorrendo aos filósofos Gilles Deleuze e Félix Guattari, Barretto (2003) se utiliza da ideia de rizoma<sup>10</sup> para elucidar o toque de imprevisibilidade do turismo, como atividade realizada por homens que vivem em sociedade:

Nunca se sabe para onde vai se expandir, nunca se sabe quando vai ressurgir; sempre que cortamos uma parte, esta pode tornar a transformar-se numa planta. Assim, por mais que haja um bom planejamento de turismo, nunca sabemos como a sociedade vai reagir à presença dos turistas, nem como os turistas vão reagir à sociedade que os hospeda (BARRETTO, 2003, p.7).

<sup>10</sup> “Um rizoma não começa nem conclui, ele se encontra sempre no meio, entre as coisas, inter-ser, *intermezzo*. A árvore é filiação, mas o rizoma é aliança, unicamente aliança. A árvore impõe o verbo ‘ser’, mas o rizoma tem como tecido a conjunção ‘e... e... e...’ Há nesta conjunção força suficiente para sacudir e desenraizar o verbo ser. *Entre* as coisas não designa uma correlação localizável que vai de uma para outra e reciprocamente, mas uma direção perpendicular, um movimento transversal que as carrega uma e outra, riacho sem início nem fim, que rói suas duas margens e adquire velocidade no meio” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 4, grifos dos autores).

Por seu amplo e multifacetado aspecto, Camargo (2001, p. 40) entende que o turismo é, de fato, um fenômeno cooperativo, ou um processo que exigiria “[...] a interação simultânea de vários sistemas ou subsistemas cujas atuações se adicionam para levar ao efeito final”, encontrando conexão com a abordagem sistêmica, em especial aquela dada por Beni (2008). Sobretudo, Camargo (2001, p. 40) adverte que o turismo seria um “[...] fenômeno historicamente localizado, isto é, um fenômeno não inerente à natureza, não imemorial, mas datado e parte integrante de um momento da cultura do homem ocidental”.

Tratando, ainda, o turismo como um sistema aberto, uma complexa trama de elementos e de interações, é assim que Moesch (2013) se refere à essência do fenômeno, ou seja, aquilo que representa e se manifesta no mundo exterior:

O real do turismo é uma amálgama na qual tempo, espaço, diversão, economia, tecnologia, imaginário, comunicação, diversão e ideologia são partes de um fenômeno pós-moderno, em que o protagonista é o sujeito, seja como produtor ou consumidor da prática social turística. Não nego a contingência material do turismo em sua expressão econômica, mas ela ocorre historicamente, em espaços e tempos diferenciados, cultural e tecnologicamente construídos, a serem irrigados com o desejo de um sujeito biológico: sujeito objetivado, fundamental para a compreensão do fenômeno turístico como prática social, e subjetivado em ideologias, imaginários e necessidade de diversão, na busca do elo perdido entre prosa e poesia (MOESCH, 2013, p. 11).

Barretto (2003, p. 7) apresenta o turismo como um “fato social total”, devendo ser considerados em sua análise, além da dimensão econômica, outros aspectos, sejam ambientais ou sócio antropológicos e culturais: “Turismo é movimento de pessoas, é um fenômeno que envolve, antes de mais nada, gente. É um ramo das ciências sociais e não das ciências econômicas, e transcende a esfera das meras relações da balança comercial” (BARRETTO, 2000, p. 2).

Neste contexto, interessa destacar o exame cuidadoso de Coriolano (2006), que vê o turismo, no esteio do capitalismo, não só como prática social, mas igualmente realização econômica, política, cultural e educativa, permeada por relações sociais, sim, mas também por relações de poder entre residentes e turistas, produtores e consumidores, de onde podem emergir alternativas (bem-vindas) de apropriação comunitária.

Descortinar o turismo como prática social, conforme Cruz (2006) esclarece, significa compreender que esta é exercida, primordialmente, pelo turista, o principal ator de um palco que fragiliza, em certa medida, a atuação hegemônica do mercado e do estado, pela incapacidade de ambos manobrem todas as ações do protagonista. Diz a autora:

O turismo se dá na escala e na efervescência da vida nos lugares e mesmo nos lugares cuja vida está profundamente imbricada à atividade do turismo, sua existência vai além das lógicas impostas pela atividade. Contramovimentos, contrarracionalidades, horizontalidades, como quer que as denominemos, as relações social e historicamente

construídas por um dado grupo dão o tom da maior ou menor resistência dos lugares aos vetores alienados e alienígenas trazidos com o turismo (CRUZ, 2006, p. 338).

Knafou *et al.* (1997, p. 201) dizem que não é o fato de existirem elementos do turismo em um dado local (atrativos, empresas, desenvolvedores, *players*, etc.), o que o tornará um destino turístico, uma vez que “[...] l'existence en tant que lieu ou espace touristique passe nécessairement par l'appropriation des touristes”<sup>11</sup>.

Outro apontamento de Cruz (2006) é que o fenômeno do turismo acontece na grandeza dos lugares que estão vivos, ou seja, há uma dinâmica própria que é ditada pelas inter-relações entre grupos locais, mais ou menos resistentes a influências dominantes, que colorem o turismo de cores distintas do que está hegemonicamente estabelecido.

É nesse universo de diversas análises que a busca da melhor apreensão do turismo tem contado com a notável contribuição da geografia conforme asseveram Hall e Page (2014). Para demonstrar este aporte particular, esses autores resgatam o ponto de vista do geógrafo como aquele que percorre variadas concepções relativas aos lugares, ambientes e relacionamentos.

Na jornada deste abeiramento, Hall (2013) demarca os diferentes caminhos teóricos orientados pelas geografias do turismo, conforme pesquisas que tomam variadas perspectivas geográficas. Reconhecendo a significativa contribuição desses estudos para o turismo, o autor assinala, entretanto, que, muitas vezes, essa articulação é posta à margem da geografia. No seu entendimento, a importância da aproximação entre esses campos de conhecimento tem força considerável, porque colabora para a hibridização de visões binárias da geografia, tais como geografia física/humana ou aplicada/teórica, em especial no que se refere a uma realização mais crítica e propositiva de mudanças.

Tem-se à vista ser essencial, nesse trajeto, refletir sobre a mediação de categorias caras à geografia, mas não menos importantes para o turismo (espaço, território, paisagem, lugar, região) e, para início, considera-se de Sarti e Queiroz (2012) a afirmação de que o espaço passa por uma construção histórica repleta de contradições. Diante disto, aqueles autores verificam que há sobreposições e arranjos entre elementos diversos, naturais e artificiais, relativos às aquelas categorias, que merecem ser observados em relação ao turismo. Notam que a geografia, como ciência, colabora para refinar o conhecimento do fenômeno do turismo, de tal modo que ajuda a contrapor aspectos (ou ângulos) das categorias observadas para a melhor interpretação da realidade.

---

<sup>11</sup> “A existência de um lugar ou espaço turístico exige, necessariamente, que o mesmo seja apropriado pelos turistas” (KNAFOU *et al.*, 1997, p. 201, tradução nossa).

Acerca das interlocuções entre turismo e geografia, é notável a contribuição de Rodrigues (1992). Dentre várias assertivas, a autora relaciona os componentes do espaço, este como elemento constitutivo da dinâmica do turismo, aos elementos funcionais do fenômeno – oferta, demanda, serviços, transportes, infraestrutura, poder de decisão e de informação, sistema de promoção e de comercialização –, todos em ação e interação constantes, atuando de forma interligada e inseparável, e perpassando diversos campos do conhecimento, como visto anteriormente e conforme reforça:

Face à sua complexidade o turismo deve ser abordado em âmbito multidisciplinar, particularmente pelo conjunto das Ciências Sociais, integrando, além dos aspectos histórico-geográficos, os aspectos econômicos, psicológicos, sociológicos, antropológicos, constitucionais e regionais [...], aspectos políticos, culturais e ecológicos, dentre outros (RODRIGUES, 1992, p. 72).

No esforço desta captura, é determinante o exame do espaço e de sua dinâmica, fundamentalmente, sob a orientação de Santos (1996), no que concerne aos elementos reveladores da apreensão do espaço turístico: forma, função, estrutura e processo. Como indica Rodrigues (1992, p. 75-76, grifo da autora), a *forma* diz respeito à paisagem; a *função* realiza-se através da oferta, demanda, transporte, infraestrutura, serviços, gestão e marketing; a *estrutura*, interligando todas as partes e ensejando a funcionalidade espacial, com enfoque mais economicista na tradução de dados estatísticos que interpretam o mercado pelas relações de oferta e demanda, tempo de permanência, gasto médio, taxa de ocupação, e outros; o *processo* espacial, que observa a dinâmica da estrutura, seja em seus momentos de estabilidade, seja no movimento de produzir novos espaços.

O olhar de Santos (1988, p. 10) é incansável e repousa sobre as mais variadas propriedades do espaço, de onde se resgatam focos essenciais para este exame de aspectos do turismo. Interessa, pois, a apreensão do espaço não como uma coisa, ou um sistema de coisas, como elucida o autor, mas o feitiço que tem de “[...] realidade relacional: coisas e relações juntas”, que só se define quanto ao vínculo com outras realidades nas quais estão abarcadas a natureza e a sociedade, influenciadas pelo tempo e intermediadas pelo trabalho, e cuja dinâmica resultará sempre em diferenças:

O espaço deve ser considerado como um conjunto de relações realizadas através de funções e de formas que se apresentam como testemunho de uma história escrita por processos do passado e do presente. Isto é, o espaço se define como um conjunto de formas representativas de relações sociais que estão acontecendo diante dos nossos olhos e que se manifestam através de processos e funções. O espaço é, então, um verdadeiro campo de forças cuja aceleração é desigual. Daí porque a evolução espacial não se faz de forma idêntica em todos os lugares (SANTOS, 2004, p. 153).

Para Rodrigues (1992, p. 73), o embaraço na definição do espaço turístico reside, justamente, na compreensão do peso e força que o turismo exerce na produção do espaço, com incidências territoriais específicas que reorganizam o espaço anteriormente ocupado, ou mesmo modelam o consumo do espaço, seja nas áreas de dispersão (emissoras), nas áreas de deslocamento, ou nas áreas de atração (receptoras).

Sobre esse processo de estruturação social relacionado ao espaço, Castro, Gomes e Corrêa (2012, p. 7, grifo dos autores) esclarecem que isto vai além da evidência da diversidade e da complexidade sociais, uma vez que o espaço é ele mesmo “[...] uma dimensão fundadora do ‘ser no mundo’, mundo esse, tanto material quanto simbólico, que se expressa em formas, conteúdos e movimentos”, havendo, para tanto, diferentes modos para ser lido, como já reforçara Santos (1988).

Dentre essas possibilidades, pode-se reaver aqui uma das particularidades do espaço social em Lefévre (2006, p. 473), quer seja a de que o espaço irrompe como produto privilegiado, ora produtivamente consumido, ora “simplesmente consumido”, neste caso como mercadoria em deslocamentos, viagens, lazer e turismo.

Mas cabe elucidar que o espaço é mais que espaço absoluto e mais que um produto da sociedade para Lefévre; não é “[...] nem o ponto de partida (espaço absoluto), nem o ponto de chegada (espaço como produto social)”; também “[...] não é instrumento político – é mais que isso, porque é o *locus* da reprodução das relações sociais de produção” como mostra Corrêa (2000, p. 25, grifo do autor). E se o espaço turístico é um espaço geográfico de cuja produção o turismo participa, como reforça Cruz (1998), cumpre atentar para alguns aspectos importantes apontados por Rodrigues (2002, p. 56-57, grifo da autora) no sentido de que “[...] O espaço do/ou para o ‘turismo’ constitui uma mercadoria complexa, pois ele mesmo é uma mercadoria. Trata-se da natureza, ou da produção social, incorporada em outra mercadoria, mas como parte do mesmo consumo/produção/do espaço.

Cruz (2006) assinala ser incontestável a expressão da geografia para o turismo quando destaca essas características que considera diferenciais na atividade turística em relação aos seus agentes produtivos e econômicos: o turismo como prática social e o espaço como seu principal objeto de consumo. Cabe considerar o espaço, nesse contexto, como um enfeixamento de fixos e fluxos, sob uma dinâmica que se dá por conta das ações que transpassam os fixos, e também pelo surgimento ou renovação continuada de fluxos, tudo isso atuando, permanentemente, para a mudança e o rearranjo de cada lugar. Santos (2006, p. 38) ensina que a diferença é apenas no sentido de que, embora tenha sido sempre desse modo, “[...] hoje os fixos são cada vez mais artificiais e mais fixados ao solo; os fluxos são cada vez mais diversos,



mais amplos, mais numerosos, mais rápidos”, um dado que ressalta como relevante para a observação do espaço turístico.

Uma vez que o turismo depende do espaço para existir, sendo o espaço, portanto, elemento basilar para a manifestação deste fenômeno, Cruz (2006) leva a refletir sobre todo lugar, em tese, conter a potencialidade de ser turístico, dependendo a concretização desta possível atratividade de uma construção histórica, cultural, e por que não dizer, social, que dê alicerce àquela expectativa. É, portanto, mais intrínseca ao turismo, uma condição distributiva de riqueza muito mais elástica (embora não necessariamente estrutural) do que em outras atividades produtivas que seriam mais aglutinadas espacialmente e mais seletivas, a despeito de o turismo atender bem ao modelo de (re)produção capitalista. Eis que a autora identifica o espaço turístico com a

porção do espaço geográfico cuja produção está sendo determinada por uma participação mais significativa do turismo em relação a outras atividades. O “espaço turístico” não se restringe, porém, aos lugares turísticos da atualidade. Considerando que os espaços são diferentemente valorizados pelas sociedades, em função das possibilidades técnicas que determinam sua utilização, de fatores políticos, econômicos e, também, culturais, todo espaço do planeta (e talvez até de outros planetas!) pode ser considerado “espaço do turismo” (CRUZ, 1998, p. 33, grifos da autora).

Outra observação importante de Santos (2006) recupera a atenção sobre a configuração territorial como categoria a ser considerada à luz das relações sociais:

A configuração territorial não é o espaço, já que sua realidade vem de sua materialidade, enquanto o espaço reúne a materialidade e a vida que a anima. A configuração territorial, ou configuração geográfica, tem, pois, uma existência material própria, mas sua existência social, isto é, sua existência real, somente lhe é dada pelo fato das relações sociais. Esta é uma outra forma de apreender o objeto da geografia (SANTOS, 2006, p. 38-39).

Em reforço à análise do turismo, Sansolo e Cruz (2003) ressaltam que, como prática social e na medida em que toma o espaço como principal objeto de consumo, o turismo é fortemente territorializado e territorializante, impondo aos lugares seus próprios modelos de ordenamento espacial e desconsiderando, muitas vezes, outros encaminhamentos, porventura, postos em curso.

Para Coriolano (2006), os territórios seriam, ao mesmo tempo, meios e produtos resultantes da força e do poder exercidos, de modo contraditório, “para e pelo turismo”. Esse domínio do território pelo turismo se dá através da oferta de atrativos (para os turistas) e das oportunidades de negócios (para gestores e operadores), como desvela a autora, relações de uso do espaço e do trabalho humano a que convém a retirada de mais-valia, em contextos locais, regionais e globais. Ou, como descreve:

O turismo materializa-se na lógica da diferenciação histórica e geográfica dos lugares e das regiões. É pertinente ao local tanto quanto ao mundial, pois domina as relações sociais históricas em função de mudanças e reestruturação dos espaços, aproveitando os recursos locais. Transfere o valor dos patrimônios culturais, das cidades, dos lugares e da população local para os turistas, enquanto objeto do olhar, do prazer e de desejo. Em função do turismo e do consumo dos espaços são produzidas diversas formas estruturais de paisagens e de negócios. No tempo em que os processos históricos seriam inoperantes, a técnica utilizada proporciona agilidade e capacidade de organização territorial. Para cada modalidade de turismo existe uma demanda espacial. Aproveitam-se áreas de montanha, de sertão e litoral, áreas urbanas e rurais, metrópoles e cidades históricas, inclusive os desertos e os enclaves (CORIOLANO, 2006, p. 370-371).

Compete resgatar Haesbaert (2007) quando propõe que, seja qual for a acepção que avoque, o território referir-se-á sempre a poder, ora ao assumir o significado de dominação, ora ao remeter a apropriação. No sentido de dominação, território se relacionaria a propriedade, como lembra Lefébvre; com o caráter de apropriação, o território reataria um processo simbólico, cujo valor está no uso, no que é vivido. Desta feita, mostra Haesbaert (2007) que todo território combina sempre o funcional e o simbólico, uma vez que há domínio sobre o espaço tanto para a realização de funções, quanto para a produção de significados.

Na perspectiva de Raffestin (1993), território é o espaço onde o trabalho se realiza, gerando energia ou informação, ou seja, de fato algo que está eivado de manifestações de poder, e de tal modo, que ao se apropriar de um espaço, o ator estará territorializando o mesmo. Nesse aspecto, Fratucci (2014, p. 92) lembra que o processo de deslocamento no espaço promovido pelo turismo é feito de movimentos e paradas, ocorrendo a “territorialização do visitante” naqueles momentos de parada, “[...] quando ele se apropria, mesmo que fugidamente, dos elementos do espaço visitado a partir da sua lógica reticular, onde se fixa em alguns pontos enquanto ignora outros”.

Ao falar que o território turístico não só advém da prática turística, mas é por ela transformado, Rodrigues (2006, p. 304) expõe que isto se dá pela via da desterritorialização e da reterritorialização, atravessando, ainda, a multiterritorialidade<sup>12</sup>. Neste aspecto, Haesbaert (2007) ministra que a desterritorialização é, na verdade, uma espécie de mito, não no sentido de não existir, mas por não levar em conta, exatamente, a natureza própria da multiterritorialização na vida das pessoas e da sociedade. Segundo o autor, há, na verdade, processos complexos de reterritorialização, que seriam a contraface da desterritorialização.

---

<sup>12</sup> Na pós-modernidade, a multiterritorialização não é a justaposição de múltiplos territórios, mas uma experiência que se dá pela compressão espaço-temporal que viabiliza a comunicação instantânea, virtual, sem deslocamento físico, sobre diversos territórios (HAESBAERT, 2007).

Essa “vida e morte dos territórios”, como traduz Rodrigues (2006, p. 305), é um processo dinâmico que arquiteta novas territorialidades, tanto onde se origina a demanda turística, quanto no destino receptivo, independentemente de se tratar de territórios contíguos (territórios-zona) ou de territórios descontínuos (territórios reticulares ou territórios-rede). A ocorrência comum dos dois vetores (emissão e recepção) no mesmo território produz hibridismo, porque ambos apresentam fragmentos que se sobrepõem.

Como Santos (2006, p. 124, grifo do autor) instrui, é possível falar em “[...] *desterritorialização* das técnicas, que após se instalarem no seu novo meio e formarem um sistema com as técnicas preexistentes, conhecem o que se pode intitular de *reterritorialização*,” de onde o movimento *local* (horizontal) passa a receber influências de componentes verticais “[...] incluindo o lugar numa história técnica e social mais abrangente”.

Vale lembrar que a nova construção do espaço e o novo funcionamento do território engendra o que Santos (2000) chama de horizontalidades (domínios de contiguidade) e verticalidades (pontos distantes que se unem por formas e processos sociais). Neste contexto, e para além do espaço banal (ou de todos), emergem as redes (espaço de alguns), sendo todas elas os mesmos lugares, mas com funcionalidades diferentes, às vezes, divergentes, ou mesmo opostas. É essa coexistência que a ciência, a tecnologia e a informação possibilitaram, que faz surgir, por outro lado, um “acontecer solidário” (SANTOS, 2000, p. 40), que se expressa a despeito de quaisquer diferenças que possam haver entre pessoas e entre lugares.

O entendimento orientador de Santos (1996) trata do território a partir de seus usos, ou seja, da associação entre a identidade que é criada pelo sentimento de pertencimento ao mesmo e o exercício ali da vida social, cultural, afetiva, material e espiritual. Como ensina, “[...] é o uso do território, e não o território em si mesmo, que faz dele objeto da análise social. [...] O que ele tem de permanente é ser o nosso quadro de vida” (SANTOS, 1998, p. 15). A importância do território como objeto de análise social está no seu uso, enfatiza Santos (2000), tratando-se mesmo de um híbrido que merece ser, permanentemente, examinado.

Cruz (2005, p. 28) destaca a categoria de território usado, conforme apresentada por Santos e Silveira (2006), como sinônimo de espaço geográfico, ou do espaço efetivamente usado por empresas e pela sociedade. Mas o território usado, ou banal, porque comporta todas as existências, não é, simplesmente, o palco onde a vida acontece, mas é um “[...] quadro de vida, híbrido de materialidade e de vida social” (SILVEIRA, 2011, p. 153). Território usado é, então,

[...] tudo aquilo que o constitui materialmente, isto é, as infraestruturas que chamamos de engenharia, a agricultura, a indústria, o meio construído urbano, as densidades demográficas e técnicas, mas também o que o constitui imaterialmente, as ações,

normas, leis, cultura, movimentos da população e fluxos de toda ordem, incluindo ideias e dinheiro (SILVEIRA, 2011, p. 155).

O que Cruz (2005) apresenta à reflexão é que há um reverso do território usado – o território negligenciado, que, neste caso, não quer dizer território sem uso. Esta outra face, como refere a autora, trata do território que é, de certa forma, desviado. Tal desvio ocorreria como se o território pudesse representar “[...] uma espécie de reserva de valor”, ou “[...] uma porção do espaço sobre a qual não recaíram os interesses de sujeitos sociais hegemônicos”, coincidindo esses espaços com os chamados por Milton Santos de “[...] rarefeitos, viscosos, lentos e opacos” (CRUZ, 2005, p. 28). Em alusão às políticas públicas voltadas ao turismo no Brasil, especificamente, Cruz (2005, p. 33) marca o exemplo do território negligenciado, ou seja, aquele “[...] ofuscado por uma visão econômica e economicista da atividade turística”.

Além disso, é oportuna a advertência de Santos (1991) sobre o uso atual do território que se dá pela oportunidade do acesso sincrônico a diferentes lugares, mesmo que existam grandes distâncias entre eles. Como mostra o autor, essa possibilidade facilita, igualmente, que sejam forjados processos de cooperação mais ampliados em escala econômica nacional e internacional.

Para Cruz (2005), os progressos observados na técnica, ciência e informação seriam, de certo modo, responsáveis pelas intensas conversões de sentido e significado sobre o conceito de região, categoria relevante às análises propostas neste estudo. Uma mudança expressiva se relaciona aos territórios-rede e às dificuldades decorrentes de se demarcar esses novos arranjos para fins de planejamento. Outra reflexão importante é a de que a região, por pressuposição, não existe; quer dizer, é tão somente uma conjectura, uma hipótese, como expõe a autora:

Em sendo a região uma construção humana; em sendo o espaço uma construção social, não há como negar o fato de que não existem regiões turísticas, do mesmo modo que, aponta Lipietz (1988)<sup>13</sup>, não existem regiões pobres, mas sim regiões de pobres, ou seja, habitadas por pobres. Regiões turísticas não são, portanto, mais que construções culturais e, por isso, naturalmente, as sucessivas incorporações e os sucessivos descartes de “regiões turísticas” ao longo da história (CRUZ, 2005, p. 40, grifo da autora).

Essa nova realidade do território apresenta outros recortes que vão além da categoria de região, cuja construção conceitual, ao longo do tempo e da história, são bem apresentados por Gomes (2000), até que se chegue à assertiva de que “[...] na afirmação de uma regionalidade, há sempre uma proposição política, vista sob um ângulo territorial” (GOMES, 2000, p. 72).

---

<sup>13</sup> LIPIETZ, Alain. *O capital e seu espaço*. São Paulo: Nobel, 1988.

Corrêa (2000) explica que, seja quando tomada pelo senso comum, ou como categoria da geografia, a ideia de região remete a um singularização de área. Do ponto de vista de categoria geográfica, há diferentes olhares sobre o conceito de região e para efeitos do presente estudo toma-se a fonte de Santos (1988), quando instiga pensar que, não só a região, mas também o lugar, a bem da verdade, não teriam existência própria. A região seria, de fato, o lugar onde a ação se passa, ou “[...] o espaço da ação, do impacto da ação”, seja esta natural ou humana, com origem local ou distante, mas sempre resultando em interferência ou impacto sobre uma parte do território (SANTOS, 1988, p. 28), o que está conciliado com a proposta de Gomes (2000).

Ainda Cruz (2005, p. 40), quando acautela sobre essa não existência da região, aponta que nessa construção conceitual são explicitados posicionamentos ideológicos através de processos de racionalização do uso do espaço.

De toda esta reflexão, tem-se que,

[...] se a região é um conceito que funda uma reflexão política de base territorial, se ela coloca em jogo comunidades de interesse identificadas a uma certa área e, finalmente, se ela é sempre uma discussão entre os limites da autonomia face a um poder central, parece que estes elementos devem fazer parte desta nova definição em lugar de assumirmos de imediato uma solidariedade total com o senso comum que, neste caso da região, pode obscurecer um dado essencial: o fundamento político, de controle e gestão de um território (GOMES, 2000, p. 73).

Fratucci (2000) adverte que o turismo se efetiva no lugar turístico, onde se dá, muitas vezes ao mesmo tempo, a sua produção e o seu consumo, e onde estão as formas fixas do fenômeno (atrativos, equipamentos, serviços, infraestrutura de apoio, etc.), sendo esta compreensão necessária ao melhor ordenamento territorial. Segundo Cavaco (2006, p. 299), na medida em que “[...] o turismo implica deslocação, uma relação como outro tempo e outro eu, contacto, permanência e até familiaridade e apropriação de outro lugar: o lugar turístico é um espaço organizado, codificado, que participa da sociedade”.

Para falar de lugar como categoria, cabe trazer Tuan (1983, p. 3), lembrando que “[...] lugar é segurança e espaço é liberdade: estamos ligados ao primeiro e desejamos o segundo”, sendo que, na experiência, ou nos diversos modos de se conhecer e construir a realidade, é comum que o significado de um se funda ao do outro.

Santos (2004) ensina que o conceito de lugar, “porção discreta de espaço total”, antecede o conceito de espaço:

O lugar é, antes de tudo, uma porção da face da terra identificada por um nome. Aquilo que torna o “lugar” específico é um objeto material ou um corpo. Uma análise simples mostra que um “lugar” é também um grupo de “objetos materiais”. Mas, se de um ponto de vista puramente psicológico, o conceito de lugar nos é imposto antes do

conceito de espaço, do ponto de vista teórico e epistemológico, o conceito de espaço precede o conceito de lugar (SANTOS, 2004, p.152-153, grifo do autor).

Em vista das novas territorialidades, o lugar vem a ser o ponto de articulação entre o mundial (em constituição) e o local (em específico), como propõe Carlos (2007, p. 14), abrigoando “[...] em si e não fora dele o seu significado e as dimensões do movimento da vida, possível de ser apreendido pela memória, através dos sentidos e do corpo”.

A substância do lugar é, portanto, produção humana que advém das relações entre espaço e sociedade, nos dizeres de Carlos (2007), sendo forjada desta troca uma identidade própria que reflete as formas de apropriação realizadas. Em síntese:

O lugar é produto das relações humanas, entre homem e natureza, tecido por relações sociais que se realizam no plano de vivido, o que garante a construção de uma rede de significados e sentidos que são tecidos pela história e cultura civilizadora produzindo a identidade. Aí o homem se reconhece porque aí vive. O sujeito pertence ao lugar como este a ele, pois a produção do lugar se liga indissociavelmente à produção da vida (CARLOS, 2007, p. 67).

É sobre tais aspectos que Carlos (2007, p. 67) se debruça para reclamar a falta de espessura, de história e de identidade do espaço turístico quando este perde o sentido e se transforma em não-lugar<sup>14</sup>. Por um lado, a identidade do lugar habitado está vinculada ao “conhecido-reconhecido” e suscita um sentimento de pertencimento:

Significa para quem aí mora “olhar a paisagem é saber tudo de cor” porque diz respeito à vida e seu sentido, marcados, remarcados, nomeados, natureza transformada pela prática social, produto de uma capacidade criadora, acumulação cultural que se inscreve num espaço e tempo — essa a diferença entre lugares e não-lugares. Assim, o não-lugar não é a simples negação do lugar, mas uma outra coisa, produto de relações outras; diferencia-se do lugar pelo seu processo de constituição, é nesse caso produto da indústria turística que com sua atividade produz simulacros de lugares, através da não-identidade, mas não para por aí, pois também se produzem *comportamentos e modos de apropriação* desses lugares (CARLOS, 2007, p. 67, grifo da autora).

Cruz (1998, p. 34, grifo da autora) ressalta que, enquanto o contexto histórico-cultural é esteio para o turismo, por outro lado, a simples existência de infraestrutura de lazer e objetos técnicos característicos de lugares turísticos, por si só, não podem determinar a manifestação do turismo em um território. E conclui: “[...] o principal elemento que caracteriza o ‘lugar turístico’ é o turista. Todo lugar em que a presença do turista é significativa, haja ou não a infraestrutura supracitada, é um lugar turístico”.

Cabe perscrutar, todavia, as chamadas rugosidades de Santos (2004, p. 173), consideradas como “[...] o espaço construído, o tempo histórico que se transformou em

---

<sup>14</sup> “Se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar” (AUGÉ, 1994, p. 73).

paisagem, incorporado ao espaço”, lembrando que, para aquele autor, paisagem é “[...] tudo aquilo que nós vemos, o que nossa visão alcança”, formada não “apenas de volumes, mas também de cores, movimentos, odores, sons, etc.” (SANTOS, 1988, p. 21). Ou, como bem insiste, “[...] suscetível a mudanças irregulares ao longo do tempo, a paisagem é um conjunto de formas heterogêneas, de idades diferentes, pedaços de tempos históricos representativos das diversas maneiras de produzir as coisas, de construir o espaço” (SANTOS, 1988, p. 24).

Ao observar a paisagem como recurso turístico primordial e categoria que tem acepções e definições complexas, como indica Rodrigues (1992), interessa atentar para a diferença de escalas, que é dependente de onde estamos e de onde a nossa visão alcança, como mostra Santos (1988), destacando a contribuição da geografia neste contexto:

A percepção é sempre um processo seletivo de apreensão. Se a realidade é apenas uma, cada pessoa a vê de forma diferenciada; dessa forma, a visão pelo homem das coisas materiais é sempre deformada. Nossa tarefa é a de ultrapassar a paisagem como aspecto, para chegar ao seu significado. A percepção não é ainda o conhecimento, que depende de sua interpretação e esta será tanto mais válida quanto mais limitarmos o risco de tomar por verdadeiro o que é só aparência (SANTOS, 1988, p.22).

Santos (1988) nos dirá que

[...] todos os espaços são geográficos porque são determinados pelo movimento da sociedade, da produção. Mas tanto a paisagem quanto o espaço resultam de movimentos superficiais e de fundo da sociedade, uma realidade de funcionamento unitário, um mosaico de relações, de formas, funções e sentidos (SANTOS, 1988, p. 21).

Não obstante, deve-se levar em conta que paisagem e espaço não são sinônimos. Santos (1988, p. 25) traz a metáfora da paisagem como pessoas que estivessem registradas fixamente como em uma fotografia. Já o espaço seria o que advém do “[...] casamento da sociedade com a paisagem”, porque “o espaço contém o movimento”. Para o autor, “[...] paisagem e espaço são um par dialético. Complementam-se e se opõem. Um esforço analítico impõe que os separemos como categorias diferentes, se não queremos correr o risco de não reconhecer o movimento da sociedade” (SANTOS, 1998, p. 25).

Sobre a complexidade conceitual, Bertrand (2004) ressalta que paisagem, além de vocábulo impreciso, é muitas vezes empregado junto a outro termo que restringe o seu sentido, por exemplo, quando falamos em paisagem rural. Como mostra o autor,

[...] a paisagem não é a simples adição de elementos geográficos disparatados. É, em uma determinada porção do espaço, o resultado da combinação dinâmica, portanto instável, de elementos físicos, biológicos e antrópicos que, reagindo dialeticamente uns sobre os outros, fazem da paisagem um conjunto único e indissociável, em perpétua evolução. [...] É preciso frisar bem que não se trata somente da paisagem “natural” mas da paisagem total integrando todas as implicações da ação antrópica (BERTRAND, 2004, p. 1, grifo do autor).

Paisagem e espaço, ensina Santos (1998, p. 21), “[...] resultam de movimentos superficiais e de fundo da sociedade, uma realidade de funcionamento unitário, um mosaico de relações, de formas, funções e sentidos”. O autor chama a atenção, a propósito, sobre como o olhar de onde se vê pode mudar a percepção da paisagem, vista do chão, do alto de um mirante, da janela de um avião. Quanto mais aumenta a altitude de onde estamos, mais a paisagem se amplia. Como instrui, “[...] a dimensão da paisagem é a dimensão da percepção, o que chega aos sentidos” (SANTOS, 1998, p. 22). Parece evidente que a percepção de cada um varie conforme o arcabouço cognitivo e o interesse particular. Por isso, seria importante vencer os limites de tratar a paisagem apenas sob um único aspecto, e de se procurar a aproximação do seu significado particular.

Sauer (1998) já informava sobre a existência inter-relacionada dos objetos na paisagem. Deste modo, a paisagem geográfica não é apenas uma cena observada individualmente, mas é a compósita de muitas percepções diferentes e a comparação entre as mesmas. Evidentemente, a referência é sobre conteúdos físicos e culturais da paisagem. Ele mostra que

[...] toda paisagem tem uma individualidade, bem como uma relação com outras paisagens e isso também é verdadeiro com relação às formas que compõem a paisagem. Nenhum vale é exatamente igual a outro vale; nenhuma cidade é uma réplica exata de outra cidade (SAUER, 1998, p. 25).

É a perspectiva saueriana, segundo Corrêa (2011, p. 11), a responsável pela ruptura de uma abordagem única de paisagem, que passa a ser observada do ponto de vista simbólico e que ganha nova importância nos anos 1970, principalmente com os estudos de Denis Cosgrove, que considera a paisagem para além da forma material advinda da transformação da natureza pelo homem, mas como “[...] forma simbólica impregnada de valores”. A paisagem seria, assim, “um modo de ver” associado às transformações econômicas, sociais, políticas, técnicas e artísticas do seu tempo.

Corrêa (2011) lembra o papel fundamental da infundável imaginação humana tanto na criação, quanto na interpretação da paisagem, resultando em diversas acepções, com códigos culturais distintos, na produção de mundos de significados. Disto resulta a paisagem não só como produto, mas como agente com papel preponderante na reprodução da cultura.

Segundo Claval (2004), a interpretação das paisagens deve considerar várias dimensões, mas ainda assim não poderá refletir todos os aspectos de uma mesma cultura. Na mais das vezes, a paisagem não resulta de um planejamento humano, mas na medida em que se torna objeto de contemplação, passa a ser valorizada por seus elementos estéticos, provocando



mudanças nas interações humanas com o espaço, e a atenção com a preservação, mesmo que isto comprometa a sua funcionalidade.

Por fim, Sarti e Queiroz (2012, p. 6, grifo dos autores) diferenciam e informam que “[...] a *paisagem* pode ser vista de diferentes óticas: na ciência geográfica é observada como objeto de estudo e na visão do turismo é um recurso, uma mercadoria”. Por isso, Yázigi (2002), ao defender a preservação da paisagem em toda a sua essência, buscará a importância da mesma para o habitante do lugar, antes de considerar o seu valor para o turista, rejeitando o “caráter de voyeurismo” impresso no turismo:

É que para o residente do local, a paisagem é virtualmente conclamada a desempenhar várias funções, entre as quais: a de espaço mediador para a vida e as coisas acontecerem – não o de receptáculo, mas o de permanente transformação; a de referências múltiplas: geográficas, psicológicas (lúdicas, afetivas...), informativas...; a de fonte de contemplação que, como a arte, pode significar um contraponto ao consumo; a de fonte de inspiração e, sobretudo, a de alimento à memória social, através de todas as suas marcas. Em suma, a paisagem, como parte visível, pode ser o ato conseqüente, da ideia de lugar que tanto se defende. Desde então, a paisagem não é mais um cenário *ibopado* para uso exclusivo do turista. Ela é a essência cotidiana do habitante e que, satisfazendo sua forma de arreglar a vida, acaba, talvez, por interessar o turista que busca o diferencial de seu próprio cotidiano e que, assim, estaria cumprindo o turismo mais conseqüente que se busca definir (YÁZIGI, 2002, p. 133-134, grifo do autor).

Até aqui, coube examinar interseções consideráveis entre o turismo e a geografia, lançando a luz daqueles que se anteciparam nesse caminho na busca por compreender as incidências espaciais do turismo. Segue-se, ademais, procurando apanhar novas categorias precípuas para esta investigação: rural e urbano – sua dicotomia e aproximações.

## 1.2 Entre o rural e o urbano

Há uma antiga contraposição entre urbano e rural que, segundo Woods (2011), pode ter surgido pelo contraste criado, em épocas remotas, entre as construções das cidades em espaços fechados e defensáveis, e os espaços abertos e incontroláveis deixados do lado de fora. Ao longo do tempo, essa visão teria contribuído para forjar outros sentidos simbólicos para aquelas categorias – urbano e rural. Claval (2007) aponta que, historicamente, as civilizações foram marcadas por esse dualismo geográfico, que, além de criar distinções profundas na paisagem, separa o poder das classes dominantes residentes nas cidades, das populações dominadas das áreas rurais.

Como mostra Woods (2011), a dicotomia rural-urbano tem sido observada por diversas áreas do conhecimento e sob variados aspectos, bem como tem merecido atenção igual da geografia, seja pelo exame da multiplicidade de funções que se realizam em um espaço ou outro, seja por buscar apreender as acepções que tais categorias assumem. Decorre dessa diversidade a concepção ambígua e complexa do que se entende pelo termo rural, fazendo com que o conceito surja, por vezes, como “[...] uma ideia bagunçada e escorregadia que escapa à fácil definição e demarcação” (WOODS, 2011, p. 1, tradução nossa).

É interessante a sugestão de Woods (2011) de que há uma tendência para as pessoas indicarem, indistintamente e com certa facilidade, um dado local como rural, embora nem sempre encontrem a mesma clareza para explicar o porquê de tal indicação, não existindo consenso nas distinções que comumente se faz entre rural e urbano. Deste modo, restariam tantas discordâncias a respeito dos significados de ruralidade quanto ênfases diversificadas sobre as funções atribuídas ao que viria a ser o espaço rural.

Essa dicotomia rural-urbano tem como arena para debates enleados a dimensão dos critérios usados para delimitar essas categorias, ora confrontando funções e características demográficas, ora se restringindo à delimitação político-administrativa entre perímetros, ou, como mostra Carneiro (2008, p. 10), definindo o rural “[...] pela ótica da escassez, da falta e do atraso”. Ademais, a autora chama a atenção para a necessidade de respeitar as reais desigualdades entre espaços rurais de países ricos e de países pobres, para não tender a perigosas generalizações, lembrando que os territórios são assimétricos.

De qualquer modo, o esforço para vencer essa oposição começa pela revisão de recortes que se mostram rasos ou insuficientes para respaldar qualquer acordo conceitual. A exemplo, Martins (2000, p. 31) vai dizer do desencantamento da sociologia rural ao se dar conta de que as populações rurais são detentoras de códigos próprios, depois de a disciplina se enganar sobre aquelas serem “[...] supostas ilhas de primitivismo no suposto paraíso da modernidade” ao examinar o deslocamento do campo para as cidades.

A partir de observações sobre funções, significados e relações, Woods (2011) discorre sobre as múltiplas representações do espaço rural: não só como área primitiva que precisa ser modernizada, mas também como fonte de alimento e energia; espaço da natureza que requer proteção, e espaço de ideário bucólico; lugar para onde é possível o refúgio do cotidiano, uma espécie de *playground* onde podemos pedalar, andar de bicicleta, admirar a paisagem ou simplesmente escapar em busca de um pouco de tranquilidade.

Seguindo essa reflexão, Woods (2011) traça considerações do espaço rural a partir dos seguintes pontos: características sócio espaciais, de modo geral destacadas em pesquisas e

dados estatísticos; elementos socioculturais, que falam dos signos e das características dos territórios rurais – território como espaço humano, espaço habitado, formado por lugares contíguos ou lugares em rede, nos dizeres de Santos (1998); a abordagem do rural como lugar – ou como um ponto onde se reúnem feixes de relações (SANTOS, 2006), levando em consideração estruturas e processos socioeconômicos locais e globais; o rural como representação social, carregado de imagens, símbolos e sinais abertos a diferentes evocações ou criações.

Para Moreira (2003), a dimensão do território ganha destaque nesse debate na medida em que o espaço rural incorpora elementos simbólicos e materiais que seriam urbanos. Essa relativa maleabilidade conceitual favoreceria, deste modo, a agregação de atributos econômicos aos conceitos, vindo a servir a indicadores que justificariam iniciativas enredadas pelo poder hegemônico.

Para Limonad (1999), talvez não se trate mais da dicotomia rural-urbano, como explica ao falar da “desaglutinação dos territórios”:

A urbanização, assim, tende a deixar de estar relacionada apenas à urbe, ao urbano, à cidade, à aglomeração de pessoas, equipamentos e infraestruturas. A urbanização tende a assumir uma forma pulverizada em segmentos dispersos e conquista desta maneira fragmentada a escala do território - e passa a se referir também a processos gerais e socioeconômicos no meio rural (LIMONAD, 1999, p. 89).

Ao assumir a diversificação possível da economia, o espaço rural passa a ser multifuncional, como expõe Cristóvão (2002), levando à revisão de atributos de identificação e à articulação de recursos externos. Nessa medida, amplia-se o arcabouço de elementos e de potencialidades do espaço rural:

Assim, quando hoje falamos de recursos rurais, falamos de um amplo espectro de elementos, que inclui antigos, actuais e novos produtos agrícolas e agroindustriais (alimentares e não alimentares), paisagem, fauna e flora, rios e albufeiras, montanhas e vales, caça e pesca, rochas e minerais, águas minero-medicinais, patrimônio arqueológico e histórico, arquitetura popular, tradições culturais, artesanato, gastronomia, linhas férreas, solares e casas rurais, miradouros, parques e reservas naturais, feiras, festas e romarias, música, teatro e poesia popular (CRISTÓVÃO, 2002, p. 82).

Solla (2018) também apresenta características que marcariam a identidade rural conforme algumas dessas representações:

No campo econômico e visual, um predomínio da agricultura e pecuária; no social, a prevalência de redes sociais primárias; e, na paisagem, uma maior presença de elementos naturais. Esses três fatores que definem o rural estão sempre presentes, embora a sua importância possa variar, significativamente, de uma região a outra. Por exemplo, muitas vezes o trabalho no campo já não é o primeiro gerador de rendas, porém conserva um valor fundamental na organização da comunidade, e a agricultura e o contato com a natureza são também centrais no modo de vida rural, por mais que

esse esteja submetido ao controle e às estratégias de ordenamento territorial (SOLLA, 2018, p. 158).

Não obstante, Rodrigues (2003) orienta que sejam apreciados, nesta busca, os avanços da ciência, da técnica e da informação que, em maior ou menor escala, criariam artificialidades para promover, cada vez mais, a aproximação entre rural e urbano. No caso do Brasil, como argumenta a autora, deve ser considerada, outrossim, a ampliação de áreas urbanas que tomou como pano de fundo a arrecadação de impostos, e a ocorrência de um sem número de desmembramentos municipais que provocaram, com autorização legal, a criação artificial de pequenos centros urbanos com características eminentemente rurais. Como esclarece a autora:

É o caso de loteamentos em áreas rurais, cujas superfícies das unidades de desmembramento (lotes) estando abaixo do módulo rural são decretadas como áreas urbanas, recebendo tratamento como tal, por meio de implantação de infraestrutura urbana, o que vem justificar o pagamento de tributos urbanos (RODRIGUES, 2003, p. 107).

Diry (1999), Woods (2011) e Ferrão (2000) buscam enumerar alguns aspectos de reconhecimento do espaço rural, em certa medida definidos por: menor densidade populacional, em contraposição a áreas urbanas; predomínio da atividade agrosilvopastoril, ou seja, policultivos e a integração entre lavouras, espécies florestais, pastagens e espaços para animais, incluindo aspectos paisagísticos e energéticos; modo de vida dos residentes, através do qual se manifesta o sentimento de pertencimento às comunidades locais; identidade fortemente marcada pela cultura camponesa. Contudo, é observável que, cada vez mais, se estabelecem, no campo, atividades que nada têm de agrícolas, podendo ser as mesmas ligadas à indústria, ao comércio e a outros serviços, especialmente se localizadas em áreas próximas a aglomerações urbanas.

Todas essas possibilidades são, no mais das vezes, cortadas transversalmente pela influência particular do meio e de sua história, da cultura e da tradição, das articulações entre o local e o global, e de todos os inter-relacionamentos que ali se realizam.

Além desses aspectos, confia-se que deva ser levada em conta a inferência de fatores institucionais e de governança, como propõe Mantino (2014), de tal modo que se estabeleçam formas de integração e de cooperação entre atores representativos dos setores público e privado, e de lideranças locais. Neste contexto, vale lembrar que Santos (2006, p. 51) distingue “[...] atores que decidem e os outros”, os primeiros que podem escolher o que será difundido, ou a ação que se realizará, sendo muitas vezes limitadas as escolhas dos outros, ou do “homem comum” nas ações que realiza.

Ao mesmo tempo, Santos (2006) nos orienta sobre não ser mais cabível a referência às noções clássicas da relação cidade-campo (ou urbano-rural), porque o mundo hoje estaria organizado em subespaços afeitos, de modo geral, a uma lógica global. Não que as relações cidade-campo deixassem de existir, como esclarece, mas porque teriam sofrido alterações de conteúdo e de forma. Por outro lado, Locatel (2013) examina a insuficiência de se observar o campo tão somente sob a vista das relações sociais e de produção, considerando cidade e campo subespaços orgânicos de uma mesma totalidade e lógica social.

Lembrando a experiência europeia, Mormont (2015) informa que, tanto como categoria quanto como problema, o rural teria sido criado para orientar o desaparecimento das chamadas sociedades camponesas nos países desenvolvidos, modelo modernizador pré-capitalista que não vingou. Carneiro (2008, p. 10) observa essa visão com a crítica de que “[...] o mito fundador da sociologia rural” viria desta oposição campo-cidade, não só pela identificação de “[...] realidades espaciais e sociais descontínuas”, mas por uma relação de subordinação do campo à cidade, fundamentando a previsão de um processo orgânico e inevitável de urbanização. No entanto, rompendo com a hipótese de que o rural desapareceria com a urbanização, a premissa de recomposição do rural, ou do renascimento rural, firmaria as suas bases na revalorização da vida no campo e no renascimento de valores a esta associados.

Veiga (2004) esclarece que, apesar da desconstrução da dicotomia rural-urbano ter se iniciado na Europa no ano 1180, esta permanece até o final do século XX, quando os contrastes entre as populações residentes no interior e no exterior das cidades ficam menos evidentes. Contudo, tal aproximação não impede o nascimento de uma nova ruralidade, fonte de vantagens econômicas advindas dos “[...] encantos como paisagens silvestres ou cultivadas, ar puro, água limpa, silêncio, tranquilidade, etc., muito valorizados por aposentados, turistas, esportistas, congressistas e alguns tipos de empresários”, estando o “[...] valor do espaço rural [...] cada vez mais ligado a tudo o que o distingue do espaço urbano” (VEIGA, 2004, p. 18-19).

Como Veiga (2004) esclarece, a ruralidade não houvera desaparecido em detrimento de uma revolução urbana no mundo globalizado, como teria previsto Henri Lefévre nos anos 1970, tão pouco se poderia falar de um renascimento rural, como defendeu, anos depois, Bernard Kayser. Ocorre, sim, um fenômeno novo como explica o autor:

O mais completo triunfo da urbanidade engendra a valorização de uma ruralidade que não está renascendo, e sim nascendo. Nos últimos vinte anos tornou-se cada vez mais forte a atração pelos espaços rurais em todas as sociedades mais desenvolvidas. Mas esse é um fenômeno novo, que pouco ou nada tem a ver com as relações que essas sociedades mantiveram no passado com tais territórios. É uma atração que resulta basicamente do vertiginoso aumento da mobilidade, com seu crescente leque de deslocamentos, curtos ou longos, reais ou virtuais. A cidade e o campo se casaram:

enquanto ela cuida de lazer e trabalho, ele oferece liberdade e beleza (VEIGA, 2004, p. 3).

Conforme propõe Veiga (2004), esse processo de gênese restaria fundamentado em três vetores: a preservação da biodiversidade; a valorização econômica da natureza, fomentando o turismo rural; e as mudanças nas matrizes energéticas, vinculando o rural à sustentabilidade. Apregoa o autor que essas ruralidades seriam nascentes pelo fato de existirem em condições específicas, outrora ausentes. Eis que o caráter particular das relações das populações com a terra e o campo deslocam o rural de uma posição de subordinação ao urbano, transbordando das margens limítrofes das atividades agrícolas para a pluriatividade como mostram Teixeira e Lages (1997).

A pluriatividade é, para Silva (2011), um forte registro dessa nova ruralidade, uma vez que leva à combinação de atividades agrícolas e não agrícolas, outorgando ao espaço rural a possibilidade de servir de palco para diversas práticas não necessariamente ligadas à produção de alimentos, como a atividade turística em segmentos que valorizam o contato com a natureza e a vida no campo.

Rua (2006) dedica importante reflexão sobre como o campo e o rural que, além de tradicionalmente, virem sendo apropriados como mercadoria, assumem hoje novos papéis que provocam a ressignificação do sentido do rural, com valorização de atributos imateriais, como natureza e paisagem, trazendo interferências na identidade social do homem do campo e provocando o surgimento de novas territorialidades.

A existência das chamadas novas ruralidades, como lembra Rua (2006), decorre da proposta de que é possível a convivência do rural e do urbano em um mesmo espaço, sem que a presença de urbanidades no rural seja suficiente, por si só, para transformar o cotidiano rural em cotidiano urbano. A existência dessas áreas híbridas, tão pouco, pode provocar a sua distinção como urbanas ou rurais, embora, quase sempre, as mesmas sejam definidas por grande assimetria onde o urbano se destaca como dominante.

De tudo, o rural emergiria, assim, como um espaço híbrido, sendo a ruralidade um estado de espírito sustentado pela identificação entre o ser e o espaço rural, impossível de descolar das pessoas que ali vivem e onde manifestam a sua expressão, como indica Woods (2009). Segundo o autor, a conceituação do rural como um espaço híbrido, ou em rede, leva em conta que as identidades rural e urbana são, de fato, muito mais entrelaçadas do que podemos supor, sendo as fronteiras entre o espaço rural e o espaço urbano mais tênues do que as aparências, às vezes, indicam. Tais espaços constituir-se-iam em arenas nas quais as identidades rurais e urbanas seriam permanentemente negociadas, e é neste espaço rural híbrido, inter-relacionado, que o

turismo encontra abrigo, com perspectivas que merecem reflexões adicionais em face da pós crise global COVID-19<sup>15</sup>. No contexto da globalização, vale lembrar que “[...] o mundo foi sempre um conjunto de possibilidades. Hoje, porém, tais possibilidades são todas interligadas e interdependentes” (SANTOS, 1988, p. 18).

É sob esse suporte que segue avançada esta perquirição, aprofundando o sentido da descoberta das interposições e manifestações do turismo no espaço rural que virão adiante.

### 1.3 Segmentação do turismo

Do ponto de vista conceitual, a segmentação de mercados<sup>16</sup> é apresentada por Kotler et al. (2011) como recurso que pressupõe que grupos de pessoas diferentes têm necessidades, características e comportamentos distintos, e que, portanto, irão requerer produtos, serviços e estratégias de comunicação igualmente diferenciados. Conforme relatam Ansarah e Panosso Netto (2010) ao fazerem nota de apontamentos sobre a segmentação do turismo, esse tema passou a ser discutido tardiamente na academia brasileira do turismo, com os primeiros estudos ocorrendo apenas na década de 1990.

Mas, como sinaliza Cruz (2006), não é fácil fazer parte do elenco reconhecido de destinos turísticos nacionais e internacionais em vista de muitos fatores que nem sempre dependem do lugar receptor. Compreender a competitividade, o dinamismo e a inovação como características inerentes ao turismo parece, de qualquer modo, significativo em função da cultura de consumo descartável de que a atividade turística se reveste como lembra Talavera (2018). Há, como indica o autor, uma exigência crescente para atender a um consumidor-turista que é “partícipe ou cúmplice venturoso” de uma trama repleta de antagonismos e, para responder a essa lógica, novos requisitos de mercado fazem emergir “novos turismos” ou “uma forma diferente de fazer turismo” (TALAVERA, 2018, p. 156), provocando uma busca de renovação constante da oferta turística.

---

<sup>15</sup> COVID-19, segundo o Ministério da Saúde, é uma doença causada pelo corona vírus **SARS-CoV-2**, com quadro clínico que pode ser assintomático ou grave, e que se tornou uma pandemia em diversos países no ano 2020 pelo seu poder de contaminação rápida e sustentada, obrigando pessoas e comunidades ao isolamento social e provocando crises globais e locais de todas as ordens, inclusive econômicas. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca>. Acesso em: 15 jul. 2020.

<sup>16</sup> Para efeitos da administração de marketing, mercado diz respeito a uma relação de “[...] compradores e vendedores que negociam determinado produto ou classe de produto” (KOTLER, 2000, p. 30).

A par das mudanças no mundo atual, Pereiro e Fernandes (2018) reforçam as transfigurações no cotidiano provocadas pelo turismo, ao tempo em que esta prática adquire novas funções e significados decorrentes de processos de fragmentação e de segmentação. Deste modo, o turismo passa a ser desejado como uma “aventura controlada, segura”, que minimiza os impactos do estresse provocado pelos ritmos frenéticos do trabalho, assim como possibilita o acesso ao “espetáculo” vivido na viagem, agora transmitido para o mundo no momento em que a experiência acontece (PEREIRO; FERNANDES, 2018, p. 194). Ao mesmo tempo, temas como ecologia, diversidade cultural, equidade, cooperação, entre outros passam a burilar a construção de uma nova filosofia de viagem, rapidamente incorporada pelas esferas hegemônicas que seguram as rédeas do consumo.

É nesse contexto que se dá a segmentação do turismo, associada à criação de estratos particulares de mercado e oferecendo ao turista “[...] mais escolhas, mais diferenciação e mais possibilidades de auto produção da sua própria experiência” (PEREIRO; FERNANDES, 2018, p. 194). Cavaco (2006, p. 343) também mostra que a pauta da “[...] diferenciação de produtos e desmassificação dos mercados” em ritmo de competitividade remete, cada vez mais, a abordagens sobre segmentação, personalização de serviços, hospitalidade como estratégica, ecologismo, desenvolvimento sustentável, e por aí afora.

No caso do turismo, Dolnicar e Le (2008) consideram legítimo todo esforço que leve a um conhecimento mais claro da demanda turística, uma vez que a compreensão de diferentes expectativas relacionadas a nichos, ou a grupos específicos de turistas, poderia dar as bases para a aplicação mais efetiva de recursos e de investimentos em melhorias no setor. Do mesmo modo, Ansarah (2005) argumenta que a segmentação pode trazer subsídios para a melhor estruturação da oferta turística, de tal modo que isto facilite o alcance dos públicos-alvo desejados na perspectiva do mercado.

A metodologia de aplicação do processo, ou o levantamento de dados para a segmentação, podem ser realizados *a priori* ou *a posteriori* da experiência turística, de acordo com caminhos próprios. A exemplo, uma das bases de pesquisa *a posteriori* bastante aplicada é a aferição da satisfação dos turistas com a experiência vivenciada, como ressaltam Dolnicar e Le (2008). No mais, o efeito das “férias” sobre o comportamento dos turistas é revelado por Mazanec, Zins e Dolnicar (2002, p. 295) como definidor de um “estilo de vida temporário” que permite a escapadela do ambiente rotineiro. Assim, “[...] um estilo de férias representa um estado de espírito cognitivo e emocional, e também o comportamento que o acompanha”, o que pode ser observado *a posteriori* da experiência turística.



De qualquer modo, Kotler e Gertner (2004) chamam a atenção para a importância de se identificar o que os turistas valorizam e destacam que a segmentação pode se dar não só pelas características de perfil dos turistas, mas a partir da observação dos atrativos que estes estão buscando, ou seja, pela oferta turística – belezas naturais, sol, aventura, eventos, esportes, história e cultura, entre outros, ou em função das localidades procuradas, épocas do ano, benefícios oferecidos, etc.

Panosso Netto e Ansarah (2009, p. 26-30), igualmente, confirmam o vasto panorama de estratégias utilizadas na segmentação do turismo. Como resultado desse exame, os autores exibem um quadro de possíveis segmentos definidos segundo requisitos de idade, condição econômica, meios de transporte utilizados, tempo de permanência, distância do mercado emissor, companhias ou grupos, sentido do fluxo, características geográficas do destino, aspectos culturais, grau de urbanização do destino e motivação da viagem. Complementarmente, mas não de menor importância, mostram algumas tendências de consumo da experiência turística levantadas à época daquela publicação e que seriam influenciadoras de temas emergentes. Neste caso, vale reconsiderá-las em face da nova crise mundial com a pandemia da COVID-19.

O empenho em definir o perfil do turista pode levar em conta diversas variáveis, como orientam Kotler *et al.* (2011), podendo estas serem agrupadas segundo o objeto da investigação, quer sejam: geográficas (países, regiões, estados, províncias, municípios, etc.); demográficas (idade, gênero, renda, nível educacional, religião, nacionalidade, dados familiares, etc.); psicográficas (estilo de vida, poder aquisitivo, características de personalidade, etc.); ou comportamentais (como respondem a um produto em relação ao momento da compra, benefícios buscados, frequência e objetivo do uso, grau de fidelização, etc.).

Nesta área investigativa da demanda turística, tem sido crescente o interesse de vários pesquisadores, conforme descrevem Barretto e Rejowski (2009, p. 4-9) em exaustivo levantamento, do qual destacamos alguns estudiosos: Erik Cohen, que, em 1972, distinguiu uma tipologia de turistas baseada no grau de independência nas viagens e no nível de interação com os destinos visitados, da qual provêm os turistas de massa individuais, os de massa organizados, os exploradores e os perambulantes; Valene Smith, que observa em especial o quanto os turistas se expõem ao desconhecido, propondo a sua classificação como exploradores, de elite, os que fogem do familiar, os inusuais, e os de massa; Stanley Plog e a sua distribuição da população de acordo com tipos psicográficos, destacando os turistas por seus comportamentos mais aventureiros (alocêntricos), mais dependentes (psicocêntricos) e os intermediários, ou de massa (mesocêntricos). Mais tarde, Erik Cohen ampliou a proposta

anterior, abrangendo em sua tipologia os turistas: termalistas, estudantes, peregrinos, visitantes ao país de origem, participantes de congressos, viajantes de negócios, empregados do setor turismo e viajantes oficiais.

Oliveira (2015) também se debruçou sobre o tema e detalhou a aplicação de métodos para segmentar o turismo, apresentou descritores propostos por pesquisadores e profissionais de marketing, compreendendo diferentes bases e variáveis, bem como enfatizou a importância desse processo na orientação de decisões sobre a gestão de destinos turísticos. De todo, a pesquisa sobre perfis de demanda prossegue sendo atualizada, incluindo-se no rol desses estudos pesquisadores brasileiros, como Margarita Barretto e Mirian Rejowski, sendo a motivação um dado bastante perscrutado.

Interessante é a observação de Cavaco (2006, p. 303) sobre a apropriação dos lugares pelos turistas alocêntricos, os marginalizados primeiros “[...] descobridores do lugar, os verdadeiros inventores da função e do valor do lugar para o turismo”, bem como a inserção dos lugares, aos poucos, no mercado do turismo, “[...] ao encontro de clientelas numerosas e de motivações diversificadas”, evoluindo à fase das “[...] clientelas psicocêntricas, presas a lugares que conhecem bem e com que estão familiarizadas, habituadas, enquanto os outros turistas se afastam para outros lugares, considerados e valorizados como não saturados, nem degradados e poluídos, ecológica e socialmente”.

Do ponto de vista da oferta, observa-se a ampliação do turismo temático organizado a partir de determinados objetos para atrair e atender a grupos específicos, sob a influência de motivações cada vez mais especiais e exclusivas, não só por conta de necessidades de ordem subjetiva dos turistas, mas, por certo, em face do surgimento de novos modelos de consumo da experiência turística, como mostra a OMT (2001).

Esse alargamento dos segmentos turísticos atende a um consumo da experiência que Ansarah (2005, p. 285) indica ser, nos tempos atuais, extremamente volátil, de tal modo que “[...] o que é válido hoje e consumido amanhã provavelmente não o será em curto espaço de tempo, tornando obsoletos alguns produtos turísticos que não mais respondem às necessidades dos turistas que apreciam satisfazer”.

Do mesmo modo que a diversidade de atrativos abre um amplo leque sobre as possibilidades para segmentar o turismo, Cunha (2001) informa que pode haver uma ligação direta entre a motivação da viagem e certas características dos destinos, podendo estes, por si mesmos, atenderem a diferentes expectativas e interesses.

É a avaliação dessas diversas conexões que apoiará as bases de sucesso das práticas de segmentação no sentido de que o turista seja prontamente atendido no que espera encontrar em sua experiência turística. Mas esse é um processo dinâmico e propicia que coexistam vários segmentos em um mesmo destino como coloca o autor:

Cada tipo de turismo possui a sua própria escala de valores e origina correntes turísticas próprias, mas dois ou mais tipos podem combinar-se na mesma viagem. Por exemplo, um visitante, na mesma viagem à China pode visitar o centro arqueológico de Xian (turismo cultural), fazer um cruzeiro no rio Li em Guilin (turismo de natureza) e participar num congresso em Xangai (turismo de negócios). Pode também deslocar-se para um local (destino) e sendo para aí atraído por mais de um tipo de turismo. Quem visita Lisboa pode fazê-lo, simultaneamente, para visitar os seus monumentos (turismo cultural), jogar golfe (turismo desportivo) e visitar amigos e parentes (CUNHA, 2001, p. 53).

No caminho de criar tipologias, não é menos relevante o alerta de Burns (2002, p. 63) para que não se atribuam, simplesmente, “[...] características inevitáveis a [certos] grupos de pessoas”, lembrando, que os mesmos indivíduos podem expressar variados perfis ao longo de uma mesma viagem, em face de diferentes tipos de experiências. Por isso, Barretto e Rejowski (2009, p. 15) chamam a atenção sobre as pessoas, ou os turistas, serem multifacetados como seres sociais, e, portanto, não afeitos a enquadramentos engessados. Como propõem as autoras, de fato, “[...] poucos turistas dedicam-se somente e exclusivamente a ver cultura, ou a contemplar o mar, ou a andar de caiaque”.

No tocante aos temas que inspiram a segmentação, a OMT (2001) informa que estes costumam girar em torno de algum “[...] personagem, jogo, tecnologia, costume, espaço, conceito global, ficção” (OMT, 2001, p. 130), e destaca como principais aqueles que agregam ao turismo ingredientes como cultura, aventura, negócios, esporte, saúde, natureza e espaço rural.

Segundo aquela instituição, esses grandes eixos podem apresentar múltiplas ramificações, atendendo a segmentação a especificidades voltadas, notadamente, à satisfação especial de demandas particulares:

Atualmente a satisfação do consumidor é conseguida apenas com a segmentação efetiva e uma grande variedade de ofertas e, para tanto, os atrativos deveriam ser projetados para segmentos específicos. As velhas soluções padronizadas não são mais viáveis nem para os turistas, nem para os moradores da área onde se desenvolvem (OMT, 2001, p. 132).

Pires (2001) procura investigar com cuidado elementos da motivação que movimentam os fluxos turísticos, sinalizando sobre faltar respostas para a melhor compreensão desses estímulos. Para o autor, as razões que impulsionam os deslocamentos turísticos costumam ser mescladas umas às outras, mascarando, muitas vezes, o principal motivo de viagem.

Algumas notas sobre essas motivações podem ser vistas em Claval (2014), com indicações de que as viagens podem oferecer, mesmo que temporariamente, modos de vida diferentes dos habituais, atendendo à curiosidade do turista em torno do desconhecido, do inédito e do imprevisto, em um contexto de descoberta e de experimentação da alteridade, tudo possibilitado por um maior relaxamento dos indivíduos em relação a determinados padrões comportamentais.

Notem-se, por fim, as observações de Cavaco (2006, p. 302), trazendo maior complexidade à reflexão sobre a segmentação turística, quando os motivos que levam a buscar um lugar turístico se sintonizam com “[...] novas utilizações de velhos recursos”, possibilitando novas práticas e a atração de novos públicos.

Cabe refletir, como propõe a autora, sobre questões que têm a ver com o nível de interação do turista com o lugar que frequenta, e que serão retomadas ao se tratar dos impactos do turismo:

O turista habita ou não o lugar que frequenta? Demora-se ou não no lugar? Reconhece e relaciona-se ou não com os outros turistas e os moradores residentes, que partilham o lugar, que habitam na proximidade? Desenvolve ou não elos de solidariedade, relações de proximidade e de vizinhança, sentidos de pertença a uma comunidade, em contraste com o isolamento dos seus quotidianos urbanos, dispersos por vários lugares descontínuos, distantes, de residência, trabalho, consumos e lazeres? Que vínculos o prendem aos lugares, no sentido de territórios de uma comunidade, que implica confiança mútua, história comum, amizades que perduram? Ou pelo contrário, o turista cultiva a privacidade, o anonimato, a liberdade de movimentos, sem preconceitos nem obrigações sociais, o distanciamento relativamente aos autóctones, o estar entre iguais em termos económicos, padrões de consumo, interesses, gostos, opiniões, como sucede nos condomínios fechados e mais ainda nos modernos resorts e nos grandes cruzeiros de luxo, como que resorts gigantescos e flutuantes isolados nos oceanos durante grande parte dos percursos? Cultiva mesmo a solidão, o fechar-se em casa, o virar-se para si próprio, nos lugares de férias como nos de residência habitual? (CAVACO, 2006, p. 303-304)

Sobre a identificação de novos segmentos turísticos, Dencker (2015) observa que se deva levar em consideração macrotendências manifestadas em diversos campos sociais, e não só no turismo:

As tendências surgem de gestos isolados de pequenos grupos ou tribos assumindo formas diferenciadas que vão se consolidando e ampliando a sua influência. É preciso detectar os sinais das tendências emergentes para identificar as possibilidades de novos comportamentos. [...] A tendência representa a emergência de novos valores, de uma nova sensibilidade no sistema sociocultural (DENCKER, 2015, p. 51).

Ao discorrer sobre a identificação de segmentos emergentes no setor, Dencker (2015, p. 41) marca a relevância atual das tendências de comportamento dos turistas, ou procura do

“cool”, aquilo que viria a ser “[...] atrativo, atraente, inspirador, com potencial de crescimento”<sup>17</sup>.

Pesquisadores nesta área, Rasquilha e Dashöver (2011) fazem distinção entre tendências, ondas e modismos. Tendências teriam a ver com mudanças de gosto, de estilo de vida e, portanto, de comportamento. Seriam diferentes de ondas – que costumam gerar grande impacto, mas sofrem rápida dissipação; e dos modismos – incorporados de modo consciente na rotina, mas sem provocar mudança de comportamento (os modismos costumam gerar menor impacto e têm maior duração no tempo do que a onda). Assim, as tendências não seriam passageiras, mas incorporadas no dia-a-dia, e representariam oportunidades ou ameaças para o mercado dinâmico do turismo. Como catalisadoras das necessidades, as tendências, de forma similar, seriam fortemente influenciadas pela estruturação globalizada do mundo, e pelo consequente compartilhamento de informação, e isso impactaria na velocidade da mudança.

Neste ponto, cumpre lembrar Santos (2000) sobre a globalização só se manifestar através de suas funcionalidades, sendo uma delas (ou a principal) o espaço geográfico. Mais do que fábula (que reforça o mito da aldeia global) ou fábrica de perversidades (alicerçadas pela tirania da informação e do dinheiro), a globalização surge através do autor como uma luz, uma vez que o autor a eleva à condição de poder, para ser posta a serviço da solidariedade e da cidadania.

Com vistas a posterior reflexão neste trabalho, parece proveitoso ponderar sobre as macrotendências para os próximos 50 anos que atenderiam à lógica do mercado, conforme estudadas por Rasquilha (2011, p. 17), e que trariam impacto global aos mercados em geral. No campo do turismo, as linhas mestras dessa visão macro são apontadas como: crescimento do número de turistas (necessidade de se estabelecer cotas anuais de fluxos e antecipação de reserva com meses ou anos de antecedência); mudança climática (provocando a devastação de economias que dependem do turismo); escassez de recursos (alta do combustível, por exemplo, acarretando a reestruturação dos transportes e influenciando os custos das viagens); permanência em casa (alto custo das viagens, tornando o lazer e o entretenimento mais localizado e provocando o aumento de férias virtuais); paradoxo do tempo *versus* dinheiro (pessoas mais pobres têm mais tempo, mas não têm dinheiro para viajar, e pessoas mais ricas têm dinheiro, mas não têm tempo) (RASQUILHA, 2011, p. 28). O pesquisador ressalta ainda que, segundo a OMT, as pessoas tenderiam a valorizar em suas viagens temas associados a

---

<sup>17</sup> O chamado *CoolHunting* é uma metodologia originária no setor de moda de Paris, nos anos 1950, que procura antecipar comportamentos futuros (DENCKER, 2015, p. 41).

cultura, em especial se combinados com elementos que promovam o conhecimento e incluam o exotismo.

De fato, o turismo como atividade dinamizadora do espaço espalha-se, de fato, pelo mundo, provocando o deslocamento de pessoas sempre em busca do novo e do exótico, movidos por sentimentos e expectativas cada vez mais particulares. Mas, evidentemente, tais perspectivas foram todas aventadas antes do cenário trazido pela COVID-19.

É importante destacar que, embora Cruz (2006, p. 349) não faça associação entre os estudos sobre segmentação turística e a adoção de certas políticas públicas para o turismo serem recentes no Brasil, a autora comenta que, desde os anos de 1990, há sinais de que se buscam caminhos mais racionais para um ordenamento territorial no país, atribuindo prestígio ao aumento dos fluxos turísticos e a sua internacionalização. Reforça-se, assim, a “lógica do espaço-mercadoria” na qual encontram amparo as iniciativas de segmentação adotadas pelo Ministério do Turismo (MTUR).

Nesse âmbito, aquela instituição deixou clara a sua atenção com o tema quando organizou, em 2006, os marcos conceituais da segmentação turística (MTUR, 2006), reconhecendo que esse processo poderia servir de “[...] estratégia para estruturação e comercialização de destinos e roteiros turísticos brasileiros” (MTUR, 2010, p. 9). Naquela época, o entendimento do MTUR era de que a segmentação do turismo seria fundamental para dar melhores bases ao planejamento, gestão e marketing da atividade turística, seja pela via da identificação de elementos da oferta, seja pelo levantamento de características e variáveis da demanda.

Na trilha de valorizar a segmentação, o MTUR aprontou cadernos contendo orientações básicas para nortear a segmentação, bem como editou publicações específicas para vários segmentos turísticos, inclusive para o turismo rural.<sup>18</sup>

Hoje, a segmentação do turismo está posta no Plano Nacional de Turismo 2018-2022 (MTUR, 2018) dentro da linha de atuação que preconiza a estruturação do turismo brasileiro como estratégia para atender à iniciativa de aprimorar a oferta turística nacional. Resta, por fim, a questão sobre o quanto o turismo temático pode, talvez, atender à prerrogativa trazida por Santos (2006) de não funcionar, apenas, como enredo para diferenciação de produtos turísticos em relação a ofertas altamente competitivas. Cabe, desse modo, refletir sobre o que ensina o autor para a condução mais sensível do processo de segmentação do turismo:

---

<sup>18</sup> Disponíveis em: <http://www.turismo.gov.br/assuntos/5292-caderno-e-manuais-de-segmenta%C3%A7%C3%A3o.html>. Acesso em: 15 ago. 2020.

O território é a arena da oposição entre o - mercado - que singulariza - com as técnicas da produção, a organização da produção, a "geografia da produção" e a sociedade civil - que generaliza - e desse modo envolve, sem distinção, todas as pessoas. Com a presente democracia de Mercado, o território é suporte de redes que transportam as verticalidades, isto é, regras e normas egoísticas e utilitárias (do ponto de vista dos atores hegemônicos), enquanto as horizontalidades levam em conta a totalidade dos atores e das ações (SANTOS, 2001, p. 176).

É sob essas considerações que devem ser apreciados os segmentos que se desenrolam no espaço rural (no campo, ou na natureza) do estado do Rio de Janeiro. Antes, contudo, cabe espreitar dicotomias e aproximações conceituais entre turismo rural, turismo no espaço rural e outros segmentos próximos ou complementares.

#### 1.4 Turismo no espaço rural e turismo rural

É antiga e controversa a discussão conceitual sobre turismo rural e turismo no espaço rural, conforme apresentada por diversos autores e com variações relativas a diferentes contextos culturais.

Ao refletirem sobre tais categorias, Tamanini e Ferretti (2006) lembram que a associação desses dois termos refere-se à conexão de um fenômeno social (turismo) com certo espaço, cultura e categoria de produção social (rural). Sondando momentos e contextos históricos diferentes que registram certa revalorização de áreas naturais e da vida no campo, indo desde a Europa do século XIX, aos Estados Unidos na metade do século XX, aqueles autores apontam que o turismo rural se firma, inicialmente, por designar um nicho de mercado, tendo sido a abordagem deste segmento turístico inaugurada nos tempos atuais sobre uma plataforma de marketing. Disto decorre a perspectiva de se atribuir um novo vigor a propriedades familiares estabelecidas no campo, em face da motivação de pessoas que buscariam o retorno à vida simples, o contato com ar puro e paisagens da natureza, compondo um "cartão postal rústico e bucólico" (TAMANINI; FERRETTI, 2006, p. XV). Esse ânimo especial é assim descrito por Moura (2003):

O público-alvo da atividade turística praticada no meio rural quer tranquilidade, clima aconchegante, cheiro de mato, cochilos nas tardes quentes à sombra de uma árvore frondosa ou em uma rede armada numa ampla e ventilada varanda. Uma conversa sadia ao pé de uma fogueira ou lareira nas noites frias, ao lado dos amigos, proprietários ou apenas da pessoa amada, regada a vinhos, licores ou uma boa cachaça da terra. Ele quer andar a cavalo e caminhar em trilhas pelos pastos e matas mas sem correr riscos, quer sentir o calor do sol na pele, o cheiro de terra molhada, tomar uma chuva repentina, mas também quer chuveiro quente, piscina térmica, ar-condicionado,

ventiladores, scotch-bar, serviço de quarto, suítes com telefone e frigobar, campos de futebol, quadras de vôlei e peteca, salão de jogos e, é claro TV (MOURA, 2003, p. 72).

Um dos quesitos que parecem dar força ao incitamento pelo rural é a paisagem. Como coloca Pires (2003), a opção pelos segmentos turísticos ligados à natureza passa, fundamentalmente, pela quebra da rotina, e é assegurada pela mudança física de lugar – constatação que se dá, mais evidentemente e primeiro, pela alteração da paisagem. Assim informa o autor, indicando sinais que ajudam a conformar a distinção do elemento rural nesse contexto:

Enquanto a atratividade das paisagens naturais é determinada pela unidade, força, harmonia e, sobretudo, beleza dos elementos naturais que a integram, a atratividade das paisagens rurais é devida ao legado da humanização dessa mesma natureza, por meio de atividades agropastoris e de outros aspectos da ocupação do espaço, impregnados pela herança cultural de seus protagonistas (PIRES, 2003, p. 117).

Britto e Ferreira (2011, p. 9) sinalizam a dificuldade que as abordagens geográficas encontram, muitas vezes, para extrapolar barreiras e desvendar os elementos “[...] da visão, do belo, do afetivo, do físico ou do cultural” contidos na paisagem, ou mesmo para integrarem campo e cidade, do ponto de vista das paisagens como constitutivas de um “[...] espaço geográfico globalizado”.

Ao buscar esclarecer o sentido da paisagem rural, Pires (2003, p. 127) lança mão dos vieses da topografia e do uso do solo, e inclui em sua análise o conceito de paisagem “humanizada” como “[...] produto social, o resultado de uma transformação coletiva da natureza; a projeção cultural da sociedade num determinado espaço”. A combinação de variados elementos remeteria, então, a duas subtipologias básicas da paisagem rural: a paisagem campestre (relevo pouco acidentado, amplitude de visualização sem barreiras visuais, uso do solo extensivo e monótono); e a paisagem cultivada (topografia plana e áreas mais acidentadas, uso agrícola do solo de modo mais diversificado e intensivo). Ademais, o autor lembra que outros componentes poderiam ser agregados como típicos do meio rural, na configuração cênica da paisagem rural, tais como:

[...] povoados e vilarejos isolados, estradas e caminhos de terra, cercas e divisores (de vegetação, pedra ou aramado), pontes e passagens rústicas, açudes, rodas d’água (de moinhos, alambiques), estábulos, mangueiras, galpões, templos religiosos, cemitérios, estalagens e armazéns de beira de estrada, escolas isoladas, fornos de carvão, estufas, etc. (PIRES, 2003, p. 126).

No que se refere à tipologia dos turistas rurais, Talavera (2000) identifica ao menos dois grandes grupos: um com interesse naquela paisagem rural e na prática de atividades desportivo-



recreativas; outro que se deixaria encantar, em certa medida, pelas culturas dos locais visitados. Contudo, as diversas teorias sobre motivação não parecem suficientes para reconhecer um motivo que seja único, um tema ou enredo que, sozinho seja capaz de revelar-se como propulsor absoluto deste segmento.

Interessante é a observação de Verbole (2002, p. 131, grifo do autor) de que, com efeito, “[...] o turismo rural está sustentado pela ‘percepção do imaginário’ [...] e a imagem associada àquele segmento está permanentemente sendo desconstruída e reconstruída, uma vez que está sujeita a diferentes e complexos significados e interpretações”. Para a autora, assim como são diversas as formas do turismo rural, são igualmente variadas as motivações que provocam o deslocamento de turistas para as áreas rurais:

É crença generalizada que a paisagem rural, a natureza com seu verdor e beleza “intocados”, a paz e o silêncio, a tranquilidade, a vida bucólica e idílica longe do mundo artificial, a comida natural e saudável, o lazer e a socialização, compõem os ingredientes do imaginário rural (VERBOLE, 2002, p. 122, grifo da autora).

Mas esse imaginário rural pode ter outros significados advindos de diferentes interpretações, que vêm mudando ao longo do tempo, como mostra Verbole (2002, p. 124), sendo identificados, como condicionantes que movimentam esse fluxo de turistas, “[...] a busca pela autenticidade, pelo diferente, pelo excitamento e pela nostalgia”. Não obstante, a autora não deixa de criticar a corrida para atender a essas diferentes expectativas, o que tem provocado, como informa, não só a mercantilização da hospitalidade e da cultura, mas a “museologização” e a padronização das áreas rurais, com a realização de “pseudo-eventos” e atividades encenadas, além da criação de bolhas ambientais criadas pela construção de *resorts* de luxo no meio rural (VERBOLE, 2002, p. 131, grifo nosso).

De acordo com Portuguez (2005, p. 578), consoante diferentes arranjos espaciais, as paisagens formadas podem provocar apreensões diversas da ruralidade ali presente. Em decorrência dessa apreensão particular, a prática do turismo naquele espaço associado à paisagem poderá assumir expressões afeitas à configuração da história, da geografia ou da cultura que sejam as marcas daquele lugar. Por isso, para o autor, não é adequada a associação do turismo rural a imagens de ruralidades comumente comunicadas e embaladas para consumo pelos prestadores de serviços especializados, sem levar em conta que as paisagens são resultado de um compósito de experiências.

A atenção de Silveira (2005) se volta para o contraponto possivelmente buscado pelo turista entre o lugar cotidiano e o destino da viagem, como fator espacial de decisão turística. Como salienta o autor, a expansão das atividades turísticas ligadas ao espaço rural indicam uma

valorização da natureza e, complementarmente, uma maior sensibilidade ecológica dos turistas. Por outro lado, aumenta a exigência dos turistas quanto à qualidade dos serviços e dos equipamentos ofertados conforme esclarece:

Assim, neste cenário de preocupação com a qualidade ambiental dos espaços turísticos, o imaginário social que motiva uma parcela crescente das viagens, passa a ser fundado na (re)valorização daqueles espaços aonde a natureza está quase intocada, tal como é o caso dos parques com suas paisagens naturais, a flora e a fauna, o contato com a natureza, etc., ou dos espaços rurais com suas paisagens bucólicas e idílicas, identificadas com a paz, o silêncio, a tranquilidade, a vida saudável do campo, etc. (SILVEIRA, 2005, p. 4).

Tulik (2003) expressa que, embora haja uma tendência última para que o turismo rural passe a representar, notadamente, aquelas atividades ligadas de modo mais estreito e efetivo ao conteúdo rural, a consideração deste segmento torna-se sempre mais complexa, principalmente, em face das grandes dificuldades encontradas ainda hoje na distinção entre espaço urbano e espaço rural, como visto anteriormente. Como mostra aquela autora, uma das questões controversas a esse respeito surge do uso aleatório de certas categorias aplicadas ao turismo rural como se fossem sinônimas, quer sejam área, espaço, zona, meio, entre outras.

É relevante a referência de Solla (2018) ao fato de o turismo rural e o turismo no espaço rural não serem temas novos, apesar da crescente popularidade que têm hoje como formas distintas de lazer, mas sendo comum na Grécia e Roma antigas a fuga de pessoas para o meio rural em busca de descanso. Ao longo do tempo, no entanto, ocorreram mudanças nesse cenário, e o campo passou a ser procurado por públicos de perfis e motivações bastante distintas, como explica o autor:

Os velhos emigrantes que nunca perderam o contato com suas terras de origem, que voltam periodicamente a esses lugares por motivos pessoais; e a população urbana, de segunda, terceira ou subseqüentes gerações, que observa o meio rural com um olhar menos afetivo e mais antropológico, cultural ou ecológico. A primeira onda, configurada por um movimento decrescente nos países mais desenvolvidos (pela queda da emigração interna), correspondeu ao movimento de pessoas mais idosas, com limitado nível de formação e, frequentemente, com reduzido poder econômico. A segunda, em fase de expansão, caracteriza-se por um contingente mais jovem, mais bem preparado e com um poder aquisitivo mais elevado (SOLLA, 2018, p. 155).

É esse público eminentemente urbano que Solla (2018) informa procurar hoje por atributos considerados resguardados no campo (natureza preservada, tranquilidade, ar puro, repouso, etc.), e que contrastam com o ritmo acelerado, a impessoalidade, e a poluição sonora e atmosférica das cidades. Mas mesmo que o campo seja, definitivamente, importante motivação, os destinos de turismo rural enfrentam, na contemporaneidade, questões de competitividade ditadas pela lógica de mercado, e outras relativas às interferências do turismo no local (SOLLA, 2018).

De fato, Tulik (2010) esclarece que foram vários os fatores que favoreceram o desenvolvimento do turismo no espaço rural, tendo sido algumas dessas experiências iniciadas em áreas onde as crises agrárias contribuíram para a estagnação ou a depressão da economia. Nesse curso, um dos aspectos trazidos pela autora foram os impulsos de consumo provocados por marcas circunstanciais de redução de fluxos internacionais e aumento dos fluxos domésticos, acrescidos de sobrecarga turística em áreas litorâneas. Diante da perspectiva de retomada do setor, em tempos de COVID-19, há prenúncio de um movimento similar, com revalorização das regiões turísticas do interior em diversos destinos do planeta.

Nos anos 1990, Crosby e Moreda (1996) observam mudanças profundas na demanda turística, cujos fluxos se voltaram a localidades com características rurais, movidos por uma crescente exigência dos turistas por qualidade ambiental, pela busca de destinos não tradicionais, e pelo desejo de ter experiências turísticas mais customizadas:

Estos cambios de la demanda, hacia una mayor conscienciación acerca del entorno y sus problemas de conservación, han provocado la proliferación de términos que hacen referencia a un *turismo verde, diferente, más ecológico, conservacionista, de interior*, etc., que no han hecho sino crear confusión entre la generalidad del público y los potenciales consumidores acerca de las distintas actividades relacionadas con el *turismo rural*, el *ecoturismo*, el *agroturismo* o el *turismo de aventura*, por ejemplo<sup>19</sup> (CROSBY; MOREDA, 1996, p. 17, grifo dos autores).

Além do que, Crosby e Moreda chamam a atenção para a influência dos meios de comunicação daquela época que, através da publicação de artigos e de reportagens, teriam ditado certo modismo em turismo rural, rotas ecológicas, viagens para o interior, etc., e colaborado para confundir a identificação de segmentos afins, mas não idênticos – turismo rural, ecoturismo, agroturismo.

Na verdade, pode-se observar ondas similares nos tempos atuais, como mostra Kotler (2000):

O amor pela natureza está levando a um aumento nas atividades de camping, caminhadas, passeios de barco e pesca. As empresas passaram a fabricar botas de caminhada, apetrechos para acampamento e outros equipamentos. As operadoras de turismo estão preparando mais pacotes de passeios ecológicos. Os publicitários estão utilizando mais panoramas naturais como cenários de fundo nas propagandas. Os fabricantes de alimentos têm encontrado mercados crescentes para produtos “naturais”, com cereais naturais, sorvetes naturais e comidas saudáveis (KOTLER, 2000, p. 175, grifo do autor).

---

<sup>19</sup> “Essas mudanças na demanda, no sentido de uma maior conscientização sobre o meio ambiente e seus problemas de conservação, levaram à proliferação de termos que se referem a um *turismo verde, diferente, mais ecológico, ecológico, conservacionista, de interior*, etc., que apenas criaram confusão entre o público em geral e os consumidores potenciais sobre as diferentes atividades relacionadas ao *turismo rural, ecoturismo, agroturismo* ou *turismo de aventura* por exemplo” (CROSBY ; MOREDA, 1996, p. 17, grifo dos autores, tradução nossa).

Como comenta Solla (2018), dentre outros autores, não há clareza decisiva sobre a conceituação de turismo rural, e isto resulta, antes, da dificuldade de distinguir espaço rural de espaço urbano, como visto anteriormente.

Nesse aspecto, é feliz a abordagem de Moura (2003) ao comentar elementos do híbrido urbano-rural, que confundem o nosso olhar e as nossas impressões:

[...] o tecido urbano é cheio de furos, uma verdadeira teia de renda, o que nos permite vislumbrar, em meio à malha viária, indústrias, conjuntos habitacionais, favelas, shopping centers, miríades de edifícios, bairros de classe média e condomínios fechados, vestígios, aqui e ali, de fazendas, sítios, pastos, matas, montanhas, rios desobedientes, teimando em correr a céu aberto, livres do concreto e das ferragens e, pasmem, escondendo suas barrancas pudicas sob um dossel de mata ciliar, talvez não mais virgens, mas ainda assim muito lindas e atraentes (MOURA, 2003, p. 70).

Moreira (2012) chama a atenção para a ideia de mundo rural/do campo como território liberto de conflitos:

[...] um lugar de paisagens cênicas esplendorosas [...] de lazeres e turismos, de comunidades de gente simples e de cultura tradicional. De patrimônios culturais e de reservas naturais a serem preservadas. São imagens romantizadas dos tempos presentes. Imagens em busca de uma hegemonia globalizada sobre o rural contemporâneo. Uma imagem discursiva de desenvolvimento sustentável que, postulando a harmonia ser humano-natureza, fundamenta projetos capitalistas de desenvolvimento “ambientalmente sustentável”, mascarando e escondendo os problemas sociais agrários, bem como a incompatibilidade desta harmonia com a acumulação capitalista ampliadora de diferenciais de poderes (MOREIRA, 2012, p. 252, grifo do autor).

Tulik (2003) remete a vários estudos sobre turismo rural, com anotações de que o termo vem sendo empregado de modo extensivo a qualquer atividade turística no espaço rural. É assim que a autora mostra como é comum encontrar, notadamente em países europeus, expressões como turismo no espaço rural (TER) e turismo nas áreas rurais (TAR) empregadas como sinônimas de turismo rural (TR). Abordagens europeias, em especial francesas, e também estadunidenses, são apresentações genéricas da expressão turismo rural, que levam em conta um significado abrangente do termo, sem considerar caracteres mais específicos:

[...] turismo rural é qualquer forma de turismo no espaço rural. Em outras palavras, turismo rural, nesse sentido mais amplo, consiste no aproveitamento turístico do conjunto de componentes existentes no espaço rural, incluindo aqueles basicamente rurais e culturais (sobretudo o patrimônio arquitetônico). Inclui, ainda, elementos da natureza e até mesmo outras formas de turismo alheias ao ambiente rural (TULIK, 2010, p. 4).

Acerenza (2006) conta que a França foi, de fato, dos primeiros países a se organizar nas práticas do TER e, possivelmente, dos países que mais opções apresentam nesta modalidade. A Espanha, como narra, passou a desenvolver o TER nos anos 1980 em Navarra, e depois em outras províncias, zelando pelo nível de qualidade de suas ofertas. Verbole (2002) identifica

que, naquela década, em face de mudanças nos processos produtivos que implicaram na desvitalização de comunidades rurais, vários países europeus passaram a buscar novas estratégias de sustentabilidade econômica através da diversificação de atividades no espaço rural, dentre as quais se incluiu o turismo.

Para Verbole (2002, p. 121), o turismo rural é “[...] aquele que acontece no espaço rural” e que comporta diferentes formas que se baseiam “[...] na exploração de recursos rurais, tais como a natureza, a população local e sua cultura”, com destaque para o agroturismo e o turismo de fazendas. Em sua abordagem, a autora abrange, ainda: parques temáticos, museus ao ar livre, *resorts* no meio rural, diversas recreações, *relax* e atividades tais como caminhadas, montanhismo, turismo esportivo e de saúde, caçadas, entre outras possibilidades. O agroturismo, por exemplo, seria um dos subsegmentos do turismo rural, e abarcaria “[...] todas as formas de turismo diretamente relacionadas ao ambiente agrário, produtos agrários ou habitações agrárias”; outro exemplo, o turismo de fazendas, compreenderia “[...] todas as formas de turismo diretamente relacionadas a uma fazenda” (VERBOLE, 2002, p. 121).

Observando semelhanças e diferenças entre segmentos tão próximos, Crosby e Moreda (1996) levam em consideração aspectos como localização física (meio rural ou natural, em oposição ao urbano) e conteúdo das atividades (em especial, motivações ou objetivos dos turistas, quer sejam educativos, desportivos, culturais, etc.). Ao final, esses autores optam por adotar a expressão turismo em área rural (TAR) como equivalente a turismo rural, que conteria o agroturismo, o ecoturismo, o turismo cultural, o turismo de aventura, o turismo esportivo, entre outros segmentos.

Crosby e Moreda (1996) apresentam o TAR como qualquer atividade turística implantada no ambiente rural, quer sejam áreas naturais, costeiras, etc., com características que se opõem a um turismo visto como “duro”, ou aquele que busca a concentração massiva de turistas e a lucratividade imediata, mesmo que ao custo da destruição da natureza, da interferência negativa na paisagem e da alteração inadequada dos costumes locais:

El turismo en áreas rurales es, por lo tanto, un turismo blando, un turismo no masivo, aunque no por ello no rentable; un turismo respetuoso con el medio ambiente, que trata de integrarse en los modos y costumbres tradicionales, aprovechando los recursos locales y provocando las mínimas alteraciones posibles<sup>20</sup> (CROSBY; MOREDA, 1996, p. 18).

---

<sup>20</sup> “O turismo nas áreas rurais é, portanto, um turismo brando, um turismo não massivo, embora, por esse motivo, não seja lucrativo; um turismo respeitoso com o meio ambiente, que tenta se integrar à vida e aos costumes tradicionais, aproveitando os recursos locais e causando o mínimo de alterações possível” (CROSBY; MOREDA, 1996, p. 18, tradução nossa).

Trazendo como exemplo a experiência de Portugal, Cunha (2001) refere-se ao Turismo no Espaço Rural (TER) e mostra a evolução do conceito em torno de modalidades específicas de alojamento turístico que foram estabelecidos a partir dos anos 1979 e regulamentados em 1982 – uma situação bastante peculiar. Neste caso, a proposta visava a recuperação e a melhor utilização de casas particulares com determinadas características, e pretendia aproximar o contato do governo central com as populações dos meios rurais e com as atividades desenvolvidas pelas mesmas.

Cunha (2001) explica que a base dessa iniciativa centrava-se na busca de proteção e valorização do patrimônio cultural (em vista da expressiva arquitetura regional), bem como da melhoria da qualidade de vida das populações locais (através da oportunidade de renda extra), atendendo, ao mesmo tempo, ao aumento da demanda turística pela natureza.

Sobre a experiência de Portugal em relação ao TER, Cristóvão (2002) valoriza a regulamentação do turismo de natureza não só relativa aos alojamentos, mas na seara da animação onde houve bastante abrangência conforme suas considerações:

[...] pequenos museus locais, ecomuseus, as rotas temáticas (seda, vinhos, azeites, moinhos, pão, etc.), os percursos em comboios históricos, as feiras e festivais, os fins de semana gastronómicos, as oportunidades de prática de desportos “radicais” e de natureza, bem como as acções em rede, visando a oferta integrada de produtos e serviços, como as chamadas “Aldeias Históricas de Portugal” (CRISTÓVÃO, 2002, p. 103-104, grifo do autor).

Como se vê pela descrição de Cunha (2001), o TER compreenderia modalidades de alojamento com características muito próximas, a saber: turismo de habitação, turismo rural, agroturismo, turismo de aldeia e casa de campo, além de outras modalidades que teriam sido excluídas do reconhecimento legal, como os hotéis rurais e os parques de campismo rural.

Kastenholz (2010, p. 431) ressalta a importância dada ao turismo em Portugal, tratado efetivamente como um setor estratégico, e elucida que a busca pelo turismo no espaço rural, naquele país, resulta da convergência de interesses diversificados, mas que comungam com o desejo do turista de viver uma experiência global “[...] no e do meio visitado”. A autora chama a atenção sobre a necessidade de se compreender os diferentes significados dados às particularidades locais (geográficas, naturais, sociais e culturais), como são percebidas pelos turistas, e como inspiram a motivação destes, somada à percepção de como os agentes intermediam a experiência turística, e de como as populações residentes a percebem e participam desta.

Não só Portugal, mas outros países participantes da União Europeia, foram beneficiados pela importante iniciativa de expansão do turismo no espaço rural, na década de 1990, como é

destacado por Candiotto (2010, p. 6), principalmente, com as ações da Ligação Entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural (LEADER), a primeira implantada de 1991 e 1994, com uma segunda versão entre 1995 e 1999, e outra, a LEADER+, de 2000 a 2006.

Na visão de Zarza (2001), embora haja características comuns entre segmentos presentes no espaço rural, há, todavia, claras diferenças entre eles. Destarte, o autor considera uma escala de amplitude e complexidade, das maiores para as menores, e procura ordenar tais segmentos, como relaciona: turismo de interior, turismo no espaço rural, turismo rural, agroturismo, ecoturismo, turismo ecológico ou verde, turismo de neve e balneoterapia. Zarza (2001) faz referência às condições estabelecidas pela Comissão das Comunidades Europeias, aplicadas ao caso de Castilla y León, que assim elucidam o conceito de turismo rural: “Es la actividad turística realiza da en el mundo rural, compuesta por una oferta integrada de ocio dirigida a personas interesadas por el entorno autóctono, las actividades rurales y que tengan interrelación com la sociedad local”<sup>21</sup> (ZARZA, 2001, p. 9).

No caso das referências seguidas no Brasil, os primeiros esforços em relação à compreensão e organização do turismo rural surgiram nos anos 1990, através do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), órgão oficial do turismo em âmbito nacional naquela época. A política nacional fora, na verdade, motivada pelas disposições empreendedoras em turismo rural no município de Lages, em Santa Catarina, postas em prática desde 1985. Sob forte influência das aplicações europeias, a EMBRATUR anunciou, naquele tempo, a adoção de um conceito múltiplo para turismo rural, como “[...] um turismo diferente, turismo de interior, turismo doméstico, turismo integrado, turismo endógeno, turismo alternativo, agroturismo e turismo verde” (EMBRATUR, 1994, p. 7).

Rodrigues (2003) reforça que a inexistência dos conceitos no Brasil estaria relacionada, de fato, a um direcionamento equivocado, tomando por parâmetro modelos europeus, tão diversos da realidade brasileira. Além da fragilidade persistente em se distinguir o mundo rural do urbano, a autora adverte que há que se tomar em conta a extensão geográfica continental do país, com contextos históricos de apropriação do território bastante particulares e legados próprios.

No empenho de buscar alguma categorização, Rodrigues (2003) distingue dois grandes grupos de segmentos, um orientado pelo patrimônio cultural e outro, pela natureza. Assim, relacionar-se-iam ao turismo rural tradicional, aquelas modalidades de origem agrícola,

---

<sup>21</sup> “É a atividade turística realizada no espaço rural, composta por uma oferta integrada de lazer, voltada para pessoas interessadas no meio ambiente natural, nas atividades rurais e que tenham inter-relação com a sociedade local” (ZARZA, 2001, p. 9, tradução nossa).

pecuarista e de colonização europeia; ao turismo rural contemporâneo se ligariam os hotéis-fazenda, as pousadas rurais, os *spas* rurais, a segunda residência campestre, campings e acampamentos rurais, turismo de caça e pesca, turismo rural místico ou religioso, turismo rural científico-pedagógico, e turismo rural etnográfico (RODRIGUES, 2003). Interessa, sobretudo, a reflexão de Rodrigues (2003) no que concerne à necessidade de se dar continuidade às análises sobre o tema. A autora recomenda que se vá incorporando novas dimensões aos conceitos e que se leve em consideração a grande diversidade do país até que se possa chegar a uma tipologia mais genérica ou mais simples, com menos tipos dispostos em agrupamentos mais abrangentes, atendendo à maior parte possível de experiências.

Analisando o contexto brasileiro, Candiotto (2010) procura pinçar elementos significativos de diferenciação entre um conceito e outro, chamando a atenção para o seguinte aspecto:

O importante nesse debate é que quando se fala em turismo no espaço rural, o componente espacial é preponderante em relação às atividades desenvolvidas, de modo que qualquer atividade turística desenvolvida em um espaço que não seja urbano faz parte do turismo no espaço rural, mas não necessariamente corresponda a uma atividade de turismo rural. [...] O turismo rural está necessariamente vinculado às características do meio rural (produção agrícola e/ou pecuária, paisagens rurais com vegetação nativa e secundária, arquitetura rural, o contato direto com o modo de vida dos habitantes do campo e com os animais, a culinária da “roça”, entre outras). Por conseguinte, os empreendimentos que nada têm a ver com a prática e o conteúdo rural, mas que estão inseridos no espaço rural, fazem parte do turismo no espaço/meio/área rural e não do turismo rural (CANDIOTTO, 2010, p. 10-11, grifo do autor).

O turismo rural seria, como defende, mais restrito à experiência turística e envolvido com atividades rurais tradicionais. Ou seja, o turismo rural pressuporia uma conexão com as atividades e estilos de vida rurais, e com a manutenção, em alguma medida, de atividades agrícolas ou pecuárias. Ou, como mostra o autor:

Mesmo em empreendimentos turísticos rurais altamente tecnicizados, como um haras, uma fazenda experimental ou um pesque-pague, algum tipo de atividade agropecuária é mantido. Assim, podemos afirmar que a complementaridade com atividades agropecuárias deve fazer parte de qualquer oferta de turismo rural, mas tais atividades podem ser ou não os principais atrativos do turismo rural. Ademais, diversos empreendimentos possuem cultivos e animais para servir ao turismo (seja como atrativo ou como alimento), mas podem não ter as atividades agropecuárias como a principal fonte de renda. Já no agroturismo, as atividades agropecuárias, além de antecederem o turismo, são os grandes atrativos turísticos (CANDIOTTO, 2010, p. 14).

Buscando apoiar a orientação sobre o turismo rural no país, foram lançadas pelo MTUR, em 2004, as “Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural” (MTUR, 2004), em que se esforça, entre outras coisas, para a apresentação de alguns conceitos. Desse modo, assim é definido o turismo no espaço rural



[...] como um recorte geográfico, onde o turismo rural está inserido. Isto é, as muitas práticas turísticas que ocorrem no espaço rural não são, necessariamente, Turismo Rural, e sim atividades de lazer, esportivas, ou ócio de cidadãos, que ocorrem alheias ao meio em que estão inseridas. Isto é, considera-se Turismo no Espaço Rural ou em áreas rurais (MTUR, 2004, p. 11)

Nesta lógica, estariam incluídos no TER os serviços de hospedagem e alimentação, a visita a propriedades rurais, as atividades de entretenimento ou pedagógicas desenroladas no contexto rural, assim como quaisquer outras atividades turísticas praticadas no meio rural que se constituam motivo de visitação (MTUR, 2004).

Cabe observar que Tulik (2010) exclui o ecoturismo das categorias elencadas pelo MTUR como parte do TER em vista daquele segmento estar em destaque no Brasil desde os anos 1990, e contar com diretrizes específicas desde 2002.

Em outra oportunidade, Campanhola e Graziano da Silva (1999) detalharam mais o que chamam de turismo no meio rural como as

[...] 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; turismo cultural; turismo jovem; turismo social; turismo de saúde; e turismo esportivo. Nesse conceito incluem-se, por exemplo, os *spas* rurais; os centros de convenções rurais; os locais de treinamento de executivos; os parques naturais para atividades esportivas; as caminhadas; as visitas a parentes e amigos; as visitas a museus, igrejas, monumentos e construções históricas; os festivais, rodeios e *shows* regionais, as visitas a paisagens cênicas e a ambientes naturais; a gastronomia regional; os *campings*, as colônias de férias, os hotéis fazenda<sup>22</sup>, as fazendas hotéis<sup>23</sup>, os esportes da natureza, como canoagem, alpinismo, pesca, caça; chácaras de recreio e condomínios rurais de segunda moradia, entre outros (CAMPANHOLA; GRAZIANO DA SILVA, 1999, p. 14-15, grifos no original).

Tulik (1999, p. 138-139) comenta sobre a multiplicação de formas alternativas de turismo na contemporaneidade, resultante, entre outras razões, do surgimento de novas estruturas econômicas, do aumento da urbanização e da retomada de valores inferidos pelo ambientalismo. Dessa feita, ressurgem modalidades de turismo, como o turismo rural, com vistas à revitalização de áreas decadentes e estagnadas. A autora investiga os diferentes neologismos e termos que muitas vezes são utilizados de modo ambíguo em relação ao turismo rural, bem como terminologias e conceitos diferentes aplicados em diversos países: turismo campestre (França), turismo de habitação (Portugal), turismo de estância (Argentina), turismo de granja (Estados Unidos, Nova Zelândia, África do Sul, Uruguai e alguns países da Europa),

<sup>22</sup> Hotéis-fazenda são aqueles “hotéis nos moldes tradicionais, apenas instalados no meio rural, com atividades de lazer restritas a seu entorno” (CAMPANHOLA; GRAZIANO DA SILVA, 1999, p. 14).

<sup>23</sup> Fazendas hotéis são “hotéis instalados em propriedades agrícolas produtivas; constitui-se atividade do agroturismo” (CAMPANHOLA; GRAZIANO DA SILVA, 1999, p. 14).

além de outras expressões (turismo verde, turismo naturalista, agroturismo, entre outras). É cuidadosa a sua atenção ao apresentar os conceitos e as aproximações entre turismo rural, ecoturismo, turismo na natureza, turismo cultural em áreas rurais, agroturismo, reflexão que engloba até mesmo o turismo de negócios e eventos.

Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (1998) relatam a presença dos rancheiros no turismo rural nos Estados Unidos, fortalecidos pelas atividades de caça e pesca, e que, ainda sem grande infraestrutura no início, evoluíram para outros serviços e atividades, na medida em que aqueles negócios cresciam.

Quanto à América Latina, a observação de Acerenza (2006) é que o turismo rural se desenvolve ali em condições bastante diferentes das existentes na Europa, em especial se forem considerados como parâmetros tamanho da população do campo e dos estabelecimentos rurais, bem como os níveis de tecnificação das fazendas produtivas (agrícolas e pecuárias) daquelas regiões.

Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (1998) apresentam, também, a realidade da Austrália, Nova Zelândia e vários países da Europa, servindo a França e a Itália de exemplos para o Brasil, por suas propriedades rurais produtoras de queijos e vinhos, com oferta de hospedagem e vivência do processo produtivo.

Na Argentina, o início do turismo rural é marcado pela hospedagem de turistas em grandes propriedades e sítios, incentivada pela possibilidade de complementação da renda advinda das atividades agropecuárias. Observa-se, ainda, a Escócia, destacada pela oferta de hospedagem em destilarias de uísque, e Portugal, pela hospedagem em casas de família (turismo de habitação), casas rústicas características do meio rural e casas integradas ao trabalho agrícola (agroturismo).

Acerenza (2006) apresenta como formas do TER: o turismo rural convencional, embrionário no México e em outros países; o turismo de alojamento, uma forma de agroturismo presente na Argentina, Uruguai, Paraguai, e nos estados do sul do Brasil; o agroturismo, que naqueles países assume características similares à experiência europeia, mas é, igualmente, encontrado, em outros moldes, no Peru e na Colômbia; turismo de experiência, outro tipo de agroturismo que se realiza em regiões com população camponesa de origem indígena, bem estruturado no Peru, mas também existente na Venezuela.

Para Tulik (1999), esse acercamento de diferentes denominações ajuda a entender as estratégias utilizadas na aplicação do turismo rural e do TER, bem como a observar possíveis razões para o êxito ou não de tais iniciativas. Conforme assevera a autora, o turismo rural pressupõe “[...] áreas dotadas de recursos diferenciados do meio urbano, um mínimo de

infraestrutura representada pelas vias de acesso e meios de transportes, possibilidades de alojamento e alimentação e, sobretudo, a proximidade de uma demanda, ou a possibilidade de captá-la” (TULIK, 1999, p. 140).

Tulik (2010) corrobora com a ponderação sobre as sutis diferenças e conexões entre turismo rural e ecoturismo, noticiando que aquelas não sucedem, apenas, de um entendimento conceitual turvo, mas do fato das atividades ligadas àqueles segmentos se realizarem, costumeiramente, na mesma propriedade ou no mesmo espaço.

No decorrer de estudos sobre o tema, Oxinalde (2004) observa que as atividades praticadas na natureza não são excludentes, mas complementares, e distingue o ecoturismo por especificidades próprias:

El ecoturismo es aquel turismo que tiene como objetivo prioritario de su actividad el descubrimiento de la fauna, de la flora y de los paisajes de la comarca que visitamos. Suele llevarse a cabo en los Espacios Naturales Protegidos como Parques Naturales o Parques Nacionales pero no exclusivamente en ellos y en su manera de implementarse o ponerse en práctica siempre tiene un exquisito cuidado de que sus actividades propuestas sean de bajo impacto ambiental y de alta sostenibilidad, entendiéndose por turismo sostenible según la O.M.T. en su informe “Turismo en el año 2100” aquel que responde a las necesidades de los turistas actuales y las regiones receptoras, protegiendo y magnificando las oportunidades del futuro. Se le representa como rector de todos los recursos de modo que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas en defensa de la vida<sup>24</sup> (OXINALDE, 2004, p. 2).

Segundo Irving (2018), entretanto, não se destacou para o ecoturismo, até o momento, um conceito definitivo, mesmo que sejam evidentes os avanços havidos, a partir dos anos 1990, no sentido dessa construção. De algum modo, isso prejudica a estruturação de informações e, conseqüentemente, a análise crítica sobre os reais benefícios de iniciativas aplicadas para incrementar aquele segmento. A autora adverte, ademais, sobre o uso constante e temerário do termo (eco)turismo para designar qualquer turismo que tenha por atrativo o bem natural, sem levar em conta compromissos precípuos com a sustentabilidade:

[...] não se pode negligenciar que a concepção do ecoturismo resulta, na origem, de um interesse do mercado, para o qual a natureza se traduz em um rol de atrativos para atender aos sonhos de imaginários urbanos. Nesse sentido, a representação de natureza passa a estar vinculada à tríade natureza-atrativo-produto. [...] Assim, nos rótulos

<sup>24</sup> “O Ecoturismo é aquele turismo que tem por objetivo prioritário de sua prática a descoberta da fauna, flora e paisagens da região visitada. Geralmente, realiza-se em áreas naturais protegidas, como parques naturais ou parques nacionais, mas não exclusivamente nesses espaços. O modo como é implementado ou praticado exige sempre cuidados delicados para que as suas atividades propostas sejam de baixo impacto ambiental e de alta sustentabilidade, entendendo-se turismo sustentável de acordo com a OMT, em seu relatório ‘Turismo no ano 2100’, ou seja, aquele que responde às necessidades de turistas atuais e das regiões receptoras, protegendo e ampliando as oportunidades do futuro. Este segmento representa, portanto, o principal recurso na orientação de todos os demais recursos, de tal modo que as necessidades econômica, social e ambiental possam ser satisfeitas, mantendo a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas em defesa da vida” (OXINALDE, 2004, p. 2, tradução nossa).

“verde” ou “eco”, excessivamente banalizados pelas agências de viagem e pelos “*produtos*” do mercado turístico, novas *grifes* ou *ecoprodutos* são frequentemente lançados ao *consumidor-viajante*, ávido por novidades e inserção social (IRVING, 2018a, p. 225-226, grifo da autora).

Igualmente, Solla (2018) colabora para acalmar o impasse nas distinções entre turismo rural, turismo de natureza e/ou ecoturismo:

O ecoturismo tem como alvo das suas motivações os valores ecológicos ou a natureza preservada, e o turismo rural está mais centrado nos aspectos do patrimônio, que podem abranger não só a própria natureza, mas também a cultura popular, a arquitetura, a gastronomia ou os modos de vida. Contudo, em certas circunstâncias, essas diferenças são sutis. [...] E talvez, o ponto de diferenciação entre essas duas modalidades esteja na motivação principal da viagem: no turismo ecológico interessa ao turista, sobretudo, a natureza em estado protegido, enquanto, no rural, valoriza-se o amplo e rico contexto sociocultural e ambiental que conforma esse espaço (SOLLA, 2018, p. 158-159).

A distinção entre essas categorias próximas é, da mesma forma, trazida pela OMT (2001) na seguinte definição:

Turismo rural refere-se a atividades que são feitas no campo, seguindo os costumes e as tradições vividas em ambientes distantes das cidades e áreas industrializadas, como povoados, sítios, etc. Ecoturismo, tem como base o meio ambiente e sua preservação, normalmente em áreas distantes, onde o equilíbrio entre a vida animal e vegetal em relação à presença humana deve ser cuidadosamente sustentado (OMT, 2001, 129-130).

Teixeira e Lages (1997) ratificam que o espaço agrário ou agrícola guardaria especificidades do rural, premissa reforçada por Rodrigues (2003, p. 103) ao afirmar que “[...] o turismo rural estaria correlacionado a atividades agrárias, passadas e presentes, que conferem à paisagem sua fisionomia nitidamente rural”. A autora considera a possibilidade de hibridismo entre o turismo rural e o ecoturismo, a que propõe o termo *ecorrural*.

Como orienta Acerenza (2006), enquanto o turismo de natureza é realizado em parques e áreas protegidas, o turismo rural é uma atividade que acontece em espaços ou áreas rurais. Teria se originado nos anos 1950 na Inglaterra, inicialmente com o nome de turismo verde, oportunizando pessoas cansadas das cidades grandes ao descanso e à recreação, ao ar puro e às paisagens do campo. Os turistas eram acolhidos, inicialmente, em casas de famílias, até que, mais tarde, surgiram os alojamentos nas fazendas e a possibilidade de que participassem de atividades rurais – o *agroturismo*.

Nessa perspectiva, vejam-se as definições de turismo rural e de *agroturismo* trazidas por Cunha (2001):

Turismo rural: define-se como sendo o serviço de hospedagem prestado a turistas em casas rústicas particulares utilizadas simultaneamente como habitação do proprietário ou seu possuidor e que, pela sua traça, materiais construtivos e demais características, se integrem na arquitetura típica regional.

Agroturismo: designa-se por agroturismo o serviço de hospedagem prestado em casas particulares utilizadas simultaneamente como habitação do proprietário ou possuidor e integradas em explorações agrícolas que permitam aos hóspedes o acompanhamento e conhecimento da atividade agrícola ou a participação nos trabalhos aí desenvolvidos (CUNHA, 2001, p. 216).

Nas teias dessa categorização, ressalta-se do MTUR (2004) o conceito de agroturismo como “[...] a fazenda hotel, o pesque-pague, a fazenda de caça, a pousada, o restaurante típico, as vendas diretas do produtor; o artesanato, a industrialização caseira e outras atividades de lazer associadas à recuperação de um estilo de vida dos moradores do campo” (CAMPANHOLA; GRAZIANO DA SILVA, 1999, p. 4). Ou, como definem os autores:

[O agroturismo] compreende as atividades internas à propriedade, que geram ocupações complementares às atividades agrícolas, as quais continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade, em menor ou maior intensidade. Devem ser entendidas como parte de um processo de agregação de serviços e bens não-materiais existentes nas propriedades rurais (paisagem, ar puro, etc.) a partir do “tempo livre” das famílias agrícolas, com eventuais contratações de mão-de-obra externa (CAMPANHOLA; GRAZIANO DA SILVA, 1999, p. 14, grifo dos autores).

Tulik (2003) recorda que, em países como a Espanha, o agroturismo não se distingue do turismo rural, porquanto, muitas vezes, é considerado uma subdivisão do TER. Neste caso, costuma apresentar como princípios norteadores: a interligação com atividades inerentes à propriedade (agrícolas ou pecuárias); o objetivo de complementação da renda familiar, por via da atividade turística; a gestão familiar (com presença obrigatória do proprietário); o alojamento de turistas na propriedade; a venda de produtos locais; a experimentação de atividades da propriedade; e o contato estreito do turista com o meio rural (TULIK, 2003).

Entretanto, a autora admite que, “[...] na prática, outros tipos de turismo rural assimilaram as características do agroturismo, e que esse tipo de turismo, considerado por alguns como o mais fácil de ser compreendido, desviou-se de alguns desses objetivos” (TULIK, 2003, p. 39). Conforme expõe, o agroturismo surgiu na Europa dos anos 1960, mas assumiu diferentes formatos, conforme os países que adotaram a prática. A Itália, país que teria dado o nome ao segmento, é exceção, tendo se destacado como o lugar onde o agroturismo mais se desenvolveu. Naquele país, se aplicam, portanto, os termos TER, TAR ou turismo, sendo o agroturismo um termo genérico ligado “[...] à natureza, à autêntica culinária regional, ao esporte e à cultura” (TULIK, 2010, p. 6).

Outro ponto abordado por Benevides (1999, p. 27) diz respeito à ideologia intrínseca ao turismo alternativo, no sentido de articular “[...] representações sobre uma prática social concreta”, seja através do turismo rural e ecológico, em certa medida, segmentos opostos aos modelos hegemônicos do turismo, seja através da valorização da natureza.

Os apontamentos de Acerenza (2006) são elucidativos acerca do que considera turismo alternativo, dentro do qual inclui o turismo rural:

El turismo alternativo no es en realidad una forma de turismo, sino el nombre genérico con el cual el movimiento por un turismo consciente y responsable denominó a todas aquellas opciones de turismo, distintas a la del turismo masivo, que se caracterizan por permitir un desarrollo en menor escala, con un mínimo impacto sobre el medio ambiente, y respetuoso de los valores de las comunidades locales y su cultura. Bajo la denominación genérica de turismo alternativo se agrupan distintas formas de turismo, cada una de las cuales responde a diferentes motivaciones de viajes. Por tanto, en el turismo alternativo pueden identificarse formas de turismo cultural, de naturaleza, de aventura y deportes extremos; rural y, por supuesto, de ecoturismo<sup>25</sup> (ACERENZA, 2006, p. 38).

Quanto ao conceito de turismo rural apresentado pelo MTUR (2004), Silveira (2003) aponta que o mesmo está eivado de cunho mercadológico:

[Turismo rural é o] conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade (MTUR, 2004, p. 11).

Por fim, conforme define o MTUR (2004), o que importa, afinal, é que atividade turística seja cuidada

[...] de modo integrado e participativo, sempre considerando os arranjos produtivos de cada território, a fim de fortalecer os laços comunitários e vicinais, reforçar a coesão social, a cooperação produtiva e a valorização dos elementos naturais e culturais, respeitadas as singularidades, com vista aos benefícios para as comunidades (MTUR, 2004, p. 15).

Vale ressaltar que Graziano, Vilarinho e Dale (1998) são enfáticos ao esclarecerem a importância da atividade turística no campo, a despeito de estarem ou não relacionadas com a dinâmica agrária, mas estabelecendo as bases conceituais de distinção:

As atividades ligadas a estas outras modalidades de turismo – em particular ao ecoturismo – podem vir a ser fontes alternativas de renda para algumas propriedades rurais em determinadas situações especiais onde as atividades agropecuárias são restritas ou mesmo não podem ser praticadas, como é o caso das áreas naturais preservadas de regiões como a Amazônia, o Pantanal e a Mata Atlântica. Mas, em geral, são empreendimentos que se instalam na zona rural sem nada ter a ver com a dinâmica agrária da região. Eles devem ser analisados dentro da ótica das “novas funções” que o meio rural vem adquirindo além das atividades agrícolas tradicionais, como a de propiciar bens e serviços não-materiais, lazer, conservação do ecossistema e dos recursos naturais, educação ambiental, proteção da paisagem, manutenção do território, etc. Já as atividades associadas ao agroturismo, a fazenda-hotel (que é diferente do hotel-fazenda), o pesque-pague, a pousada, o restaurante típico, as vendas

<sup>25</sup> “O turismo alternativo não é realmente uma forma de turismo, mas o nome genérico do movimento por um turismo consciente e responsável dado àquelas modalidades de turismo diferentes do turismo de massa, que se caracterizam por permitirem o desenvolvimento em menor escala, com impacto mínimo sobre o meio ambiente e respeito aos valores das comunidades locais e à sua cultura. Sob o nome genérico de turismo alternativo são agrupados diferentes formas de turismo, cada uma delas respondendo a diferentes motivações de viagem. Portanto, no turismo alternativo podem ser identificadas formas de turismo cultural, de natureza, de aventura e de esportes radicais; rural e, claro, ecoturismo” (ACERENZA, 2006, p. 38, tradução nossa).

“diretas do produtor”, o artesanato, a industrialização caseira e outras atividades de lazer associadas à recuperação de um estilo de vida dos moradores do campo – podem ser consideradas uma estratégia de diversificação das propriedades rurais no intuito de gerar rendas não-agrícolas para fazer frente à queda de rentabilidade dos seus negócios tradicionais. O importante é que são atividades que geram ocupações complementares às atividades agrícolas e continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade rural, em menor ou maior intensidade. Elas devem ser entendidas como parte de um processo de agregação de serviços aos produtos agrícolas e de valorização dos bens não-materiais existentes nas propriedades rurais (paisagem, ar limpo, etc.) (GRAZIANO; VILARINHO; DALE, 1998, p. 119, grifo dos autores).

Há uma nota importante em Marafon e Ribeiro (2006) quando indicam que o turismo rural pode servir como alternativa complementar de renda para os agricultores familiares, de tal modo que podem empregar a sua força de trabalho em pluriatividades, ou seja, em empregos temporários em hotéis-fazenda, *spas* rurais e casas de segunda residência. Neste caso, a pluriatividade não se apresentaria como fenômeno conjuntural, mas consequência da transformação da agricultura e da reestruturação econômica forjada pelo modelo capitalista.

Como visto em outra oportunidade por Lima e Marafon (2020, p. 222), Schneider (2003) traz luz às relações entre capital e trabalho, e aborda suas implicações no campo, em especial, na produção agrícola familiar, apresentando a pluriatividade como a manifestação mais expressiva das novas funções assumidas pelo espaço rural. De fato, o autor apoia a proposição que revela a pluriatividade como elemento essencial de uma nova realidade no campo, considerando processos chamados de rurbanização, integrantes de uma espécie de (des)agricultura e da reestruturação do mundo rural.

Nesse caminho, os anos 1990 marcam essa nova ruralidade, consequente do encolhimento das produções agrícolas e ancorada em estratégias de integração socioeconômica das populações rurais, que passam a encontrar respostas na expansão de novas atividades em que se inclui o turismo, como visto no caso de Portugal em que se teve o investimento direto do setor público.

É interessante observar que, como reforço a esse novo rural, ascenderam tendências de consumo de cultura material e imaterial, em especial relacionadas ao folclore, festas, gastronomia, artesanato, e à apropriação da paisagem e da natureza como produtos turísticos.

Essas novas ou pós-ruralidades, como designam os anglo-saxões, são realçadas por Cristóvão *et al.* (2014) por proporem um encontro dos turistas não só com os residentes rurais, mas também com os neo-rurais, como são chamados antigos moradores que regressam às suas cidades de origem ou moradores recém-chegados interessados no campo, todos em busca de melhor qualidade de vida. É assim que os autores descrevem os personagens (novos e antigos) desse espaço rural invadido pelo mundo urbano:

[...] os neorurais (profissionais liberais e outros ex habitantes da cidade que passaram a residir no campo) ao lado dos assentados (ex sem-terra) e daqueles denominados *sem-sem* (sem-terra e sem emprego e quase sempre também sem casa, sem saúde, sem educação, e principalmente sem organização) (GRAZIANO DA SILVA; DEL GROSSI, 1999, p. 2, grifo dos autores).

O turismo rural, nesta condição, passa a ser apropriado como uma possibilidade pela qual se interessa o mercado, apresentando a oferta de valores perdidos no turbilhão das grandes cidades e reativando, por vezes, repertórios culturais até então pouco conhecidos ou mesmo menosprezados pelos residentes locais. É neste aspecto que o rural vai servir para compor pacotes emocionais repletos de “[...] tradição, autenticidade, naturalidade, alterotropia” (CRISTÓVÃO *et al.*, 2014, p. 6). É assim que a turistificação, como apropriação do espaço pelo turismo, ganha força e atende, por vezes, ao forjar de produtos ancorados na percepção de ritmo e clima diferenciais proporcionados pelo campo, e que são embalados pela expectativa de segurança, hospitalidade e caracteres familiares, caseiros e artesanais. Tudo isso é, ainda, alimentado pela memória positiva de outras vivências similares, como lembra Rodrigues (2006), além de ser reforçado por campanhas de publicidade e marketing.

Graziano da Silva e Del Grossi (1999, p. 2) fazem referência à “mercantilização do tempo livre” das famílias rurais, em face de que essas passaram a se ocupar de atividades não-agrícolas (fabricação de doces, conservas, móveis e utensílios doméstico) e de outras relacionadas ao lazer (caça e pesca, artesanato, cultivo de flores, criação de animais exóticos, etc.), quando estavam desimpedidas das atividades agrícolas, em busca de complementação de renda familiar.

Graziano da Silva (1997) salientam que o desenvolvimento das atividades turísticas em espaço rural está associado ao processo de urbanização que ocorre na sociedade e no transbordamento do espaço urbano para o espaço rural, fazendo proliferar, no campo, novas formas de ocupação. Dentre essas, destacam-se: o conjunto de profissões tidas como urbanas (trabalhadores domésticos, mecânicos, secretárias, etc.); moradias de segunda residência; atividades de conservação; áreas de lazer (hotéis fazenda, fazenda hotéis, pesque-pague, etc.). Sem dúvida, essas novas atividades demandaram um número crescente de pessoas para dar sustentação à expansão das atividades turísticas em espaço rural.

Diante disso, qualquer abordagem sobre o turismo rural deve considerar, a título de alguma segurança, o espaço como construção social, coletiva, em uma dinâmica que resulte em promoção social e cultural. Neste aspecto, as dimensões do global e do local precisam ser, do mesmo modo, apreciadas com cautela.



Assim, de posse do entendimento de que os territórios podem ser modificados pela utilização da técnica e de que os espaços são valorizados (ou desvalorizados) em função de fatores políticos, econômicos, sociais e culturais, é que se pode refletir sobre a possibilidade de que todos os espaços possam vir a ser do turismo, sem que nenhum espaço turístico venha a ter sentido por si só, sem contexto.

Como categoria que importa observar, e embora alertados por Santos (2004) de que espaço e território podem ser dotados de diferentes significados historicamente distintos, flexíveis e mutáveis, retoma-se do autor a apreensão de que o espaço é um campo de forças de formação desigual, revestido de certa autonomia, como resultante da prática coletiva que produz (e reproduz) as relações sociais. Abarcado como totalidade advinda dos processos e das relações sociais do passado e do presente, o espaço geográfico é, nesse sentido, organizado, produzido e reproduzido pelo homem e, em última instância, pela sociedade. Desse jeito, podem mudar as formas e funções que ajudam a organizar e a conceber o espaço, ou melhor, na medida em que muda a sociedade, muda também o espaço que dela resulta. Essa vertente nos leva a pensar que, para se observar o turismo no espaço rural, caberá pensar o espaço organizado pela sociedade a partir de formas e funções que se vão definindo historicamente, no passado e no presente, de modo processual e dinâmico.

Outra reflexão considerável é exposta por Rodrigues (2003, p. 106) sobre o “[...] lazer periurbano” e o “turismo periurbano”, em especial sobre “[...] a relação do proprietário ou do empreendimento com o entorno onde a atividade se realiza”. A autora espera que haja dessa relação uma resposta que defina o real vínculo histórico ou afetivo presente na atividade, ou denuncie se esta seria apenas de cunho comercial:

No caso da compra de um terreno e a posterior construção de um lago para pesque-pague, restaurante, lanchonete, sem nenhum vínculo paisagístico ou afetivo com o lugar, em que o proprietário nem reside no local e quase tudo está a cargo de empregados, ao nosso ver trata-se de um empreendimento que, apesar de se localizar fora do perímetro considerado urbano pouco se caracteriza pela ruralidade. Nem mesmo as relações de trabalho são específicas do mundo rural. O proprietário pode residir na cidade. Os funcionários são também urbanos e/ou terceirizados, podendo ser recrutados por uma empresa, recebendo sob o regime de comissão pelo valor arrecadado (RODRIGUES, 2003, p. 106).

Prosseguindo nessa abordagem, Rodrigues (2003) lembra os casos em que espaços essencialmente rurais foram modificados com o tempo, e que provocaram, conseqüentemente, a transformação ou o abandono de certas instalações que perderam a utilidade, e cita o exemplo de antigos haras que, adaptados, passaram a ser alugados para festas de casamento. No caso de propriedades localizadas em zonas periurbanas e que nunca tiveram cunho rural, essas seriam

bastante usadas para servir a festas de caráter urbano, não podendo ser caracterizadas como turísticas, mas como “lazer periurbano” segundo a autora (RODRIGUES, 2003, p. 106).

Por outro lado, Rodrigues (2003, p. 108) faz menção à existência de espaços urbanos que tentam reconstruir o meio rural, seja para fins pedagógicos, ou mesmo com o objetivo de proporcionar entretenimento e recreação, a exemplo da “fazendinha” do complexo Beto Carrero, no bairro do Brooklin, em São Paulo.

Nesta reedificação do rural, encontram-se, inclusive, os eventos organizados em espaços nitidamente urbanos:

[...] Está havendo um tipo de lazer e/ou de turismo rural às avessas, ou seja, a cultura rural colonizando o espaço urbano, como um resgate das tradições rurais que foram obliteradas com a cultura urbana. [...] O fato é que atualmente há uma tendência de valorização da cultura chamada de tradicional, um movimento *retrô*. [...] Trata-se de um fato que caracteriza os países centrais do capitalismo onde o fenômeno urbano torna-se cada vez mais expressivo e fonte geradora de estresse. Assim, parece que com a influência do modismo *country* norte-americano estratos da população urbana brasileira, na sua maioria jovem, passam a aderir à referida moda. Os festejos rurais invadem a cidade, onde muitos clubes, alguns já no perímetro urbano convencionalmente estabelecido, se dedicam a bailes *country*. Esses festejos que tradicionalmente aconteciam em junho – as festas juninas – ganham nova dimensão. Multiplicam-se os espaços para leilões de gado, feiras e exposições, rodeios e outras atividades de cunho rural. O evento mais conhecido no Brasil é a festa do peão em Barreiros (RODRIGUES, 2003, p. 108).

Ao evidenciar as dificuldades de se estabelecer critérios rigorosos para a designação do que é turismo rural, Tulik (2010) chama a atenção para o exemplo de que o turismo de eventos e de negócios seja, por vezes, englobado no TER, TAR e TR, mesmo quando afeito mais a estruturas urbanas, ou relacionado ao ecoturismo, mais pertinente à natureza do que à vida rural propriamente dita. Ademais, assevera que “[...] O mesmo acontece com serviços e alojamentos sem ligação com o rural, por exemplo, residências secundárias, hotéis, parques temáticos e tantos outros que independem do fato de estarem ou não no espaço rural, ou seja, sem o estilo e o conteúdo deste (TULIK, 2010, p. 8).

A complexidade do tema se estende, na observação de Rodrigues (2003), sobre o novo “turismo rural de cunho acadêmico”, que inclui a hospedagem de turistas em campus universitários, com direito a aulas teóricas e práticas desta modalidade. A autora cita, ainda, a experiência do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST) no Brasil, cujos membros alojam congressistas em acampamentos para ministrarem palestras e cursos, e que atraem inclusive visitantes de outros países do Cone Sul.

Apropriada parece a assertiva de Portuguez (2005) de que há tantas concepções do turismo rural, quanto há espaços rurais diferentes, acentuando-se como fundamental não se

precipitar na associação fácil de imagens já conhecidas e tomando precaução com as necessárias distinções de forma e função como sugere:

Pensar o meio rural significa lembrar desertos, geleiras, áreas florestadas, montanhas, campos altamente mecanizados, campos cultivados no regimes de subsistência, áreas ricas em castelos medievais, áreas onde o *camping* é a única possibilidade de pernoite, entre muitos outros exemplos. Em outras palavras, não se deve vincular a reflexão sobre o turismo rural com a imagem de *ruralidade* imediata que comumente se faz a partir do mundo rural que se conhece (PORTUGUEZ, 2005, p. 579, grifo do autor).

Outra premissa importante vem à tona com Woods (2011), que atenta para o fato de que é possível a existência de um movimento cíclico em que se pode observar o enfraquecimento ou o desuso do turismo rural em dados locais enquanto novos destinos passam a ser descobertos por turistas que buscam esse segmento. Assim, formas cansadas de consumo rural podem se esgotar, mas serão substituídas por novas ideias, atividades e práticas, e o rural como espaço de consumo (onde se inclui o turismo rural) tende a continuar se renovando.

Há, portanto, que se identificar critérios que possam definir propriedades, empreendimentos e atividades relacionadas ao segmento, mas considerando diferentes níveis de ruralidade, consoante orienta Rodrigues (2000). A partir de um arcabouço nesses termos, pode-se avançar investigando potencialidades locais e regionais sobre o segmento de tal modo que algumas experiências guardem parâmetros de observação e aprendizagem para novos ensaios.

Todavia, vale lembrar a estratégia do turismo gestado a partir de bases comunitárias, e que é enlaçado pelo turismo rural em alguns países, a exemplo da Costa Rica. Como explicam Sánchez e Álvarez (2018), o chamado turismo rural comunitário tem por objetivo o desenvolvimento e a diversificação de atividades socioeconômicas nas comunidades, mas tendo por premissa a sustentabilidade. Os autores orientam sobre os encaminhamentos necessários nesse sentido:

El diseño del plan de sostenibilidad turística, en las organizaciones o iniciativas de Turismo Rural Comunitario, es el primer paso para optar a cualquier certificación de sostenibilidad nacional o internacional, además no requieren de gran inversión, tampoco precisa de experiencias previas y se pueden replicar al interior de las organizaciones y la comunidad en general. Los procesos de evaluación, reflejan las debilidades y fortalezas de cada una de las organizaciones e iniciativas involucradas, las cuales se deben tomar en cuenta en el diseño del plan de capacitación, el cual se debe adaptar a las características particulares de cada comunidad<sup>26</sup> (SÁNCHEZ; ÁLVAREZ, 2018, p. 208).

<sup>26</sup> “A elaboração do plano de sustentabilidade do turismo é o primeiro passo para que as organizações ou iniciativas de Turismo Rural Comunitário possam ter qualquer certificação de sustentabilidade nacional ou internacional. Além disso, não é requerido um grande investimento, nem experiências anteriores, e [a metodologia] pode ser replicada ao mesmo tempo, dentro das organizações e da comunidade em geral. Os processos de avaliação refletem as fragilidades e potencialidades de cada uma das organizações e iniciativas

Sánchez e Álvarez (2018) propõem que esta seja a base para desdobramentos e articulações com instituições parceiras para a promoção dos produtos locais. Para tanto, é fundamental que o processo seja participativo e sirva ao empoderamento do plano de sustentabilidade turística pela própria comunidade.

Na mesma medida, é recomendável ter referências sobre as interferências positivas e negativas trazidas pelo e para o turismo, avaliando o quanto o turismo rural, e o turismo no espaço rural, podem mitigar impactos indesejados ou estimular práticas que gerem, para as comunidades locais, efeitos contra hegemônicos.

### 1.5 Notas sobre as interferências do turismo

Ao buscar uma aproximação entre a geografia e o turismo, Knafou et al. (1997) fazem emergir reflexões sobre esse último campo de conhecimento ter sido, inicialmente, pouco valorizado pelas ciências sociais por envolver atividades que se configuram no tempo fora do trabalho, ou por se situar no cerne das contradições provocadas pela Revolução Industrial. Contudo, aqueles autores creditam ao turismo um espaço de análise privilegiado, não só por se colocar no centro de mudanças atuais da vida social, mas por provocar um efeito perturbador pelo modo como se relaciona com o território: “Les êtres humains se déplacent, mais ce faisant ils ‘bougent’ les lieux. Grâce à quoi, les territoires aussi possèdent des itinéraires [...]”<sup>27</sup> (KNAFOU *et al.*, 1997, p. 196, grifo dos autores).

Faccioli (2012, p. 363) registra ter havido uma espécie de “revolução cultural” no pensamento geográfico nas últimas décadas, o que teria contribuído para que um outro olhar pudesse ser lançado sobre as relações entre turismo e território. Sob esse prisma, todos os agentes envolvidos nessas vinculações com o turismo são levados a compreender que a própria espessura e consistência histórica que forja a vida do território faz com que esta se sobreponha a qualquer esforço de adulteração da realidade que, por ventura, possa ser ali tentado.

Sobre a desvalorização do turismo em relação aos usos do tempo, Rodrigues (1992, p. 71, grifo da autora) comenta que “[...] a condenação de dispender o tempo livre em pura

---

envolvidas, que devem ser levadas em consideração na concepção do plano, devidamente adaptado às características particulares de cada comunidade” (SÁNCHEZ; ÁLVAREZ, 2018, p. 208, tradução nossa).

<sup>27</sup> “Os seres humanos se movem e, ao se moverem, movem também os lugares. Graças a que os territórios também têm rotas...” (KNAFOU *et al.*, 1997, p. 196, grifo dos autores, tradução nossa).

contemplação se fundamenta no mesmo princípio, defendido pela ideologia capitalista, de que ‘tempo é dinheiro’”.

Lobato (2015) lembra que o turismo se assenhora dos recursos naturais, culturais e patrimoniais dos lugares para reproduzir capital, que seria o seu maior objetivo. O que se pergunta é como incorporar o ingrediente da sustentabilidade na prática do turismo, com resposta da autora sobre a premência de que, ao se desenhar estratégias de desenvolvimento, a tônica não recaia apenas sobre o aspecto econômico, mas que envolva pensar desenvolvimento social associado à mitigação de interferências negativas consequentes da atividade.

Os estudos da OMT (2001), que capitaneiam diversos outros, sobre os impactos do turismo, sustentam a necessidade de atenção quanto aos benefícios reais confrontados com os impactos negativos que podem advir do setor, em face de possíveis falácias que rondam esse tema. Barreto (1995), por exemplo, se refere à visão mística do turismo nos anos 1970, carregando o peso de ser uma espécie de passaporte para a paz. A questão é como apreender os efeitos do turismo, que escorrem pelos territórios e entranham os lugares, de tal modo que isto reverta em interferências positivas efetivas, mesmo compreendendo que isto é um processo dinâmico, complexo e repleto de sutilezas. Cumpre trazer ao registro, neste ponto, algumas reflexões que poderão orientar as análises propostas neste estudo em diferentes dimensões, quer sejam a econômica, a social, a cultural e a ambiental.

Um dos pontos de luz, nesse sentido, é o que Cruz (2006) advoga quanto a haver uma competência diferencial do turismo em relação a outras atividades econômicas, no que se refere à possibilidade de que o setor interfira, em certa medida, na distribuição de riqueza, uma vez que, potencialmente, o turismo pode se realizar em todo e qualquer lugar, como visto antes.

Igualmente, Cavaco (2006) questiona:

Terão uns lugares vocação turística e outros não? No turismo não há espaço para qualquer determinismo. O turismo tende a recriar a natureza, com novas plantas, novos lagos, novos areais, novas praias, novas paisagens e novas ocupações e presenças humanas. São os turistas que inventam um novo sentido para as paisagens e os lugares, que escapa aos residentes, e novas vocações e funções. Um recurso turístico, um dado da natureza ou da história, só existe quando conhecido, valorizado, equipado, comercializado e explorado pela sociedade, pelo que o que não é recurso hoje pode sê-lo amanhã. Por outro lado, os recursos turísticos com maior força atractiva foram e continuam a ser produto da acção humana, nas suas vertentes cultural e técnica, dos grandes destinos religiosos como o Vaticano, Meca e Medina às cidades patrimoniais reconhecidas pela UNESCO, dos lugares dos festivais artísticos e de grandes competições desportivas aos parques de entretenimento e jogo da Disneylândia e Las Vegas, sem esquecer a criação artificial do próprio espaço físico, como no Dubai, secundarizando-se e ultrapassando-se as condições naturais e as heranças patrimoniais, e afirmando-se um novo mundo turístico, de vanguarda. Pelo turismo são modificados certos lugares e territórios e são criados outros na margem, no vazio, com suas próprias funcionalidades (CAVACO, 2006, p. 300-301).

Irving (2018) discute as tramas complexas em que se inscrevem natureza e sociedade, e apresenta as contradições e nexos dessa relação na contemporaneidade. Diante de uma sociedade vazia de significados e, portanto, fragmentada, apresenta-se a natureza como mercadoria, posta nas prateleiras de um consumo irrefreável. A impermanência é a tônica dos dias atuais e é nesse contexto que a autora manifesta que “[...] a natureza humana está desconectada da natureza natural” (IRVING, 2018, p. 47, tradução nossa). Importa fazer essa reconexão, ressignificar, como mostra Irving (2018), em escala planetária, e isto impõe uma revisão do turismo em uma perspectiva de imanência não só relativa a naturezas, mas também a culturas.

Ferrara (2002) irá pontuar que viagens, ou turismo, ambos implicam em deslocamento e, portanto, estabelecem diferença entre tempo e espaço (contínuos e descontínuos, presenciais e virtuais), e criam percepções sobre essas relações. O olhar que a viagem propicia, a partir de tais deslocamentos, pode ser do ponto de vista do colonizador, do conquistador ou, simplesmente, de reflexão existencial. Outra questão, como mostra a autora, é que longe é um lugar que não existe mais: “[...] as distâncias superadas, o deslocamento se concentra no tempo rápido, sem medida. O plano simbólico se intensifica e passa do visível/tátil para o visível construído, produzido, comercializado, vendido. O espaço se fragmenta e perde seus lugares, o tempo é analógico e virtual” (FERRARA, 2002, p. 20).

Ribeiro e Fernandes (2019) observam que a implementação do turismo se dá de modo diverso, conforme as características socioespaciais locais. Os autores apregoam que podem advir dessas iniciativas resultados positivos de desenvolvimento econômico, com a interveniência de lideranças que valorizem os aspectos culturais, humanos e sociais. Contudo, pode haver a fragmentação do espaço, com repercussões em termos de distribuição desigual de riquezas.

Os autores advertem sobre a necessidade de que o turismo não seja tomado tão somente do ponto de vista da apropriação do território pelo aspecto de ser ou não naturalmente vocacionado para a atividade. Importa considerar o território, sobretudo, como resposta a intervenções que se desdobram em estratégias e iniciativas fortalecedoras do espírito de governança.

Ao observar o caso do Brasil, Cavaco (2006) faz pensar sobre as efetivas contribuições que o turismo pode gerar em termos de mitigar as gritantes diferenças socioeconômicas legadas pela nossa caminhada histórica. Ora, se o modelo capitalista é por si mesmo excludente, de que modo o turismo poderia, de fato, provocar inclusão? Por esse ângulo, Cruz (2006) lembra que em muitos locais onde o turismo se estabeleceu, houve, de fato, uma dinamização da economia

local, com grandes mudanças nos territórios, mas longe de as mesmas trazerem, necessariamente, benefícios para as comunidades ali residentes. Como bem argumenta, há um discurso dominante que remete, no mínimo, a certa credulidade teórica sem sentido acerca dos benefícios do turismo, ou à possibilidade de manipulação de dados publicados como reais.

A discussão trazida por Cruz (2006) é bastante enriquecedora, na medida em que reconhece que o turismo pode, sim, dinamizar economias, provocando a melhoria de infraestruturas, gerando empregos e a circulação de dinheiro, ou seja, trazendo desenvolvimento econômico, mas nem sempre, colaborando com o desenvolvimento social, para o que se precisa redobrar a atenção.

De modo geral, a diligência de Cruz (2006) está presente em muitos estudos sobre os impactos socioeconômicos e socioculturais provocados pelo turismo e, quanto a isso, parece haver mais preocupação do que otimismo. Quando se trata de impactos ambientais, redobram as advertências, sendo muito discutido o conceito de sustentabilidade, bem como a sua aplicação ao turismo, como visto com Irving (2002; 2018) e Lobato (2015) dentre outros autores. Longe de querer esgotar tais reflexões, convém relevar alguns arrazoados.

Vê-se, por exemplo, que, ao colocar em pauta a questão do consumo do turismo e suas implicações, Woods (2011) pondera sobre estarem presentes, nessas relações, múltiplos sentidos engajados, tanto em lugares, quanto em experiências, quando esses são transformados e embalados como mercadorias. O que se pergunta é até que ponto o que é transformado pode ser positivamente transformador e para quem.

A esse respeito, Ribeiro e Fernandes (2019) abordam:

Pensar o turismo a partir das categorias analíticas do espaço significa entendê-lo por meio das relações sociais no espaço e do consumo do espaço, visto que existe a busca, a oferta, a mercantilização da paisagem entendida em seus aspectos concretos e abstratos, uma vez que podemos considerá-la como um recorte espacial no qual há a produção técnica de objetos preñe de cultura, política, relações sociais e simbolismo. Considerá-la também como uma construção do olhar do observador, é uma representação que reflete aspectos culturais e simbólicos na relação interveniente entre sociedade e espaço. (RIBEIRO; FERNANDES, 2019, p. 15)

A OMT (2001, p. 215) não hesita em apontar que as interferências do turismo podem ser, sim, negativas, e que resultam “[...] das relações sociais mantidas durante a estada dos visitantes, cuja intensidade e duração são afetadas por fatores espaciais e temporais restritos”, ou restritivos, poder-se-ia dizer. A instituição sugere, por exemplo, que, em países economicamente menos privilegiados,

[...] o turismo estabelece as bases de uma nova forma de colonialismo baseado na dependência das divisas estrangeiras como via de desenvolvimento econômico. Por isso, em alguns lugares [turísticos], tem sido evidente o aumento do crime, da

prostituição, do jogo, do terrorismo e dos conflitos causados por drogas (OMT, 2001, p. 221).

Ao falar da questão do domínio dos territórios, severa é a ponderação de Coriolano (2006) sobre o turismo se materializar, histórica e geograficamente, nos lugares e regiões, explorando recursos locais. Em sua manifestação, o turismo atribui valor a lugares, cidades, patrimônios, comunidades, de modo a atender ao desejo do turista, e, para tanto, diversifica a produção de paisagens e de negócios. Como diz a autora, “[...] para cada modalidade de turismo existe uma demanda espacial. Aproveitam-se áreas de montanha, de sertão e litoral, áreas urbanas e rurais, metrópoles e cidades históricas, inclusive os desertos e os enclaves” (CORIOLANO, 2006, p. 371).

Para Talavera (2018), é assim que surge, depois dos anos 1980, uma profusão de “novos turismos” que pretendiam ser diferentes, ofertando “[...] *a experiência do autêntico* na natureza, na cultura, nas pessoas ou uma combinação disso tudo” (TALAVERA, 2018, p. 371, grifo do autor). Daí os destacados nomes dos segmentos turísticos (ecoturismo, étnico, rural, cultural), com possibilidades de surgimento de subsegmentos e, preferencialmente, em espaços ou entornos rurais, ou de pouca concentração habitacional, como fala o autor.

O que Talavera (2018, p. 164) aponta é o quanto os atores do sistema turístico, e também consumidores do produto turístico, contribuem para a criação de novos signos no consumo de autenticidade, provocando que a originalidade não seja, assim, o que importará mais destacar nos destinos turísticos (de massa ou não), facilitando a ação dos chamados “arquitetos da hibridação”.

Carlos (2007) irá criticar, nesse ponto, a maneira como certos pacotes turísticos são arranjados, quando assumem a função de programar, controlar e vigiar o uso do espaço, privando-o de sentido. Não que possam existir cidades simulacros, mas a autora fala de uma restrição do turista quanto a interpretar, por si mesmo, a identidade, história, cultura e modo de vida do lugar que visita, banalizando aquelas referências, porque é levado à não-relação e ao não-conhecimento:

[...] o turista assume uma postura passiva, ele deixa acontecer e se deixa levar por um programa, pelas mãos seguras de um guia. Os pacotes turísticos têm papel importante, pois homogeneizam o comportamento, direcionam a escolha tratando o turista como mero consumidor, delimitam hora, lugar, o que deve ser visto e o que não deve, além do tempo destinado a cada atração num incessante “veja tudo depressa para dizer que viu tudo”, registre e fotografe. Desse modo, o pacote turístico representa a lei e a ordem estabelecida do perceber o espaço e tempo na sociedade contemporânea, produzidos por uma racionalidade que engendra a passividade. Isso significa a sujeição do turista ao programa da agência, o que faz com que mesmo os chamados “horários livres” acabem sendo despendidos em atividades programadas pelas agências com custos extras (CARLOS, 2007, p. 68).



Da mesma forma, Barretto (2000) tece semelhante crítica sobre essa

[...] padronização de gostos, atitudes, valores e expressões que, de um lado, facilita a dominação econômica e cultural e, de outro, deixa os lugares sem sua 'cor local', levando indivíduos, num determinado ponto, a se perguntarem: mas, afinal, quem sou eu? de onde venho? quais são as minhas raízes e a minha história?" (BARRETTO, 2000, p. 46-47).

Essa possível alteridade vivenciada por turistas e residentes, ou visitantes e visitados, é abordada com ênfase por Banducci Jr. e Barretto (2001) dentre outros autores. Barretto (2000) infere que, nesse ponto, o turismo pode provocar interferências indesejadas quando os turistas são institucionalizados, ou de massa, cuja tendência é ter menos contato com a população local. Esse distanciamento tenderia a provocar alterações significativas no cotidiano das comunidades receptoras, com reflexos, por vezes severos, nos usos e costumes estabelecidos localmente, na divisão social do trabalho e no relacionamento interpessoal. Nesses contextos, a população receptora, geralmente, é vista pelo turista apenas como prestadora de serviços, e o turista, por sua vez, é para a população local um fator de produção, um capital ambulante, um portador de dinheiro com o qual tudo se comercializa, até o sorriso (BARRETTO, 2000).

Como Barretto (2000, p. 24) observa, os turistas considerados não institucionalizados são os que ainda procuram manter “[...] um contato autêntico e íntimo com a população local, fazendo questão de respeitar o modo de vida desta, [...] adaptando-se facilmente à cultura local e são consumidores de um estado de espírito e não de coisas materiais”. A autora informa que esse perfil de turista busca, cada vez mais, experiências diferenciadas, enriquecedoras e memoráveis. Em sua maioria, seriam “[...] consumidores de serviços, de paisagens urbanas, de comodidades, de encenações, de cultura não material, diferentemente do turista de massa, comprador de souvenirs” (BARRETTO, 2000, p. 27).

Mas Burns (2002) lembra que, não obstante, a principal motivação do turista pode, simplesmente, não ser interagir com os residentes do local que visita. Ou é possível que o impulso maior seja a curiosidade que fazem os turistas irem “ao encontro dos nativos” como aponta Araújo (2001, p. 55). Por vezes, no entendimento de Barbosa (2001, p. 38), “[...] as imagens podem sobrepor-se aos lugares”, e os turistas passam a se comportar como meros consumidores de símbolos, sem, contudo, apreenderem dos mesmos o conteúdo e o significado.

Cavaco (2006) assevera que massa não quer dizer quantidade, mas o mesmo padrão de comportamento, no caso dos turistas, ainda que se mantenham geográfica e socialmente separados. É a produção em grande escala, diga-se de sujeitos feitos à mesma fornada. E, como explica a autora,

[...] a comunicação de massa permite criar a procura de massa, com uniformização e nivelamento dos consumos; o trabalhador alienado pelos modos de trabalho seria também manobrado e alienado no tempo livre do trabalho pela industrialização e massificação dos lazeres das férias que lhe são propostos, em resposta a necessidades criadas e manipuladas pelo mercado, traduzida na construção muito intensa nas frentes marítimas em ligação com a prática balnear (CAVACO, 2006, p. 328-329).

Para Cavaco (2006, p. 329), o turismo de massa também tem seus atrativos, quer sejam gente diferente, presença humana, a liberdade do anonimato, a possibilidade de novas amizades, e mais a percepção de segurança, a festa, vida, que se contrapõe à solidão e riscos do turismo alternativo. No leque da diversidade, as experiências possíveis ao turismo e prometidas aos turistas deverão ser únicas, particulares, e o leque de perspectivas se estende ao infinito.

Burns (2002, p. 123-124) lembra que o universo complexo desse contato e relação está afeito, de fato, à influência de variáveis que não se limitam à mera tipologia de turistas, sendo dependentes: do tempo de permanência e da quantidade de turistas no lugar; das atitudes e expectativas dos turistas; da interferência dos “intermediários da cultura” ou dos “marginais” que atuam nessas relações, ou seja, de como (e do quanto) os mediadores da relação entre “anfitrião e convidado” (guias turísticos, garçons, intérpretes, etc.) controlam ou manipulam a cultura local para fins turísticos.

Como lembram Barbosa e Zamot (2004), a quantidade de turistas em um destino funcionou como indicador de sucesso no setor em épocas nem tão remotas, deixando essa variável de compor a leitura sobre o comportamento do turismo nos territórios, mesmo em avaliações de retorno econômico. Os autores apontam que essa análise caminha no sentido de levar em consideração, além da receita obtida pelo influxo de turistas, a qualidade dos turistas recebidos e os benefícios sociais e econômicos que a atividade pode gerar.

Sobre as inter-relações do turista com o lugar que visita, Burns (2002) adverte que essas podem provocar desdobramentos que merecem ser ponderados, tais como o efeito demonstração (quando o turista é visto como modelo ideal de comportamento, por ser considerado melhor ou superior aos locais), a aculturação (que provoca o domínio de uma cultura mais forte, com tendências de transformar a mais fraca), e a simbiose cultural (quando traços culturais são substituídos por outros).

Labate (2000, p. 58) lembra que os tempos atuais são tempos de uma incessante (re)construção do outro como “[...] objeto do olhar turístico [mas] sobretudo como uma mercadoria”. Nesse sentido, Araújo (2001, p. 57-58, grifo do autor) mostra a [...] “dimensão de irrealidade do mundo turístico” exemplificada pelas atrações turísticas que podem ser referenciadas tanto por “[...] conjuntos arquitetônicos [quanto por] um utensílio qualquer, [já]

que tudo pode ser tratado turisticamente, como elemento de algo representado, encenado para turista ver, produzindo assim a materialização do *pseudo-evento/realidade*". Para Araújo (2001), é essa encenação que permite atender à demanda dos turistas pela esperada autenticidade.

Barretto (2000) revela, no entanto, que essa exigência tenderia ao engessamento das culturas, sem deixar de perceber a importância do turismo no processo de resgate histórico:

Nada nem ninguém permanece absolutamente idêntico a si mesmo para sempre. Nesse sentido, há que se concordar que manter a identidade local é tentar impedir o processo normal pelo qual as pessoas e sociedades evoluem. Mas o turismo com base no legado cultural permite que se mantenha, em um lugar específico, um determinado período do tempo, que deu origem a essa comunidade. Permite que a comunidade, de alguma forma, engaje-se no processo de recuperação da memória coletiva, de reconstrução da história, de verificação das fontes. Permite, até mesmo, que muitos membros dessa comunidade adquiram, pela primeira vez, consciência do papel que sua cidade representou em determinado cenário e em determinada época (BARRETTO, 2000, p. 49).

A autora pergunta, por exemplo, sobre o destino das cidades históricas de Minas Gerais, ou do que teria sido das rendeiras de Florianópolis se não fosse o turismo.

Contudo, Edensor (2001) atenta sobre o fenômeno do turismo estar relacionado a uma proposição de (re)construção contínua de práxis e espaços em contextos compartilhados. A questão, para o autor, é que não se pode garantir a completa autenticidade dessa (re)produção, uma vez que os turistas carregam a sua própria bagagem cultural e não são personagens estáticos, atuando simultaneamente no mesmo palco em que se encontram os atores que para eles encenam. Ademais, o turismo se realiza em contextos espaciais significativos, ou melhor, em palcos específicos, seja na natureza ou no campo, na cidade e em espaços construídos, em regiões de serra, no litoral, em parques temáticos, ou no deserto. Como aponta, essas atuações se singularizam, a despeito de o mercado tender à generalização ditada pelo senso comum:

These settings are distinguished by boundedness, whether physical or symbolic, and are often organized – or stage-managed – to provide and sustain common-sense understandings about what activities should take place. Indeed, the coherence of most tourist performances depends on their being performed in specific ‘theatres’. While such stagings cannot determine the kinds of performance which occur, the processes of commodification, regulation and representation that reproduce performative conventions ensure that distinctive performance can be identified at most sites (EDENSOR, 2001, p. 5, grifo do autor)<sup>28</sup>.

<sup>28</sup> “Essas configurações são diferenciadas pela delimitação física ou simbólica e geralmente são organizadas - ou gerenciadas por palcos - para fornecer e sustentar a compreensão do senso comum sobre quais atividades devem ocorrer. De fato, a coerência da maioria dos desempenhos turísticos depende de serem realizados em ‘teatros’ específicos. Embora tais encenações não possam determinar os tipos de desempenho que ocorrem, os processos de mercantilização, regulação e representação que reproduzem convenções performativas garantem que um desempenho distinto possa ser identificado na maioria dos locais” (EDENSOR, 2001, p 5, tradução nossa, grifo do autor).

Vale lembrar Claval (2014), quando focaliza o ponto de encontro sensível entre a experiência geográfica e o turismo:

A experiência geográfica é a diversidade de lugares e de homens. O que se passa noutro lugar não se parece com o que se passa aqui. O tempo não passa da mesma forma, ali o ritmo das estações é diferente, as estiagens mais longas, o frio mais intenso, os ventos mais violentos. As pessoas não têm os mesmos reflexos, os mesmos hábitos; eles não falam a mesma língua, não praticam a mesma religião. A alteridade dos homens se acrescenta à novidade e ao exotismo dos lugares (CLAVAL, 2014, p. 51).

Para Barretto (2000, p. 30), o problema ocorre quando “[...] o turismo reduz os povos e sua cultura a objetos de consumo e ocasiona desajustes na sociedade receptora”. A tensão é a seguinte: se ao deixar de ser interessante do ponto de vista do mercado – e do consumo – um produto é descartado ou substituído, o que se daria quando os efeitos do turismo implicariam populações inteiras? Como esclarece Barretto (2000, p. 32, grifo da autora), “[...] a crítica é quanto à transformação do patrimônio em bem de consumo [...], [quando este] deixa de ser valioso por sua significação na história ou na identidade local e passa a ser valioso porque pode ser ‘vendido’ como atrativo turístico”. E isso valeria, possivelmente e também, para a consideração sobre as manifestações culturais imateriais.

Yázigi (1999) informa que, quanto à motivação, o lugar turístico precisa de âncoras de identidade. Isto significa que padrões de reconhecimento que buscam apoio nos costumes, relações, construções são, na verdade, mutáveis, voláteis, etéreos, dinâmicos. Nesse sentido, quando se fala de natureza, não se fala só de verde. Então, conservar a natureza, é conservar “[...] formas de relevo, dinâmica de cursos fluviais, formações rochosas, luz, fauna [...]” (YÁZIGI, 1999, p. 98).

Nessa jornada, Banducci Jr. e Barretto (2001, p. 16, grifo dos autores), lembram, entre outros estudos, a referência de Rodrigo Grünewald sobre os índios Pataxós do sul da Bahia e da reinvenção dos mesmos como “índios do descobrimento”:

A etnicidade é reafirmada não apenas quando, juntamente com a produção de ‘artesanato turístico’ (objetos étnicos adequados ao gosto dos turistas), os pataxós começam a resgatar o artesanato utilitário para expor para si próprios como registro da sua memória, mas também quando dão um claro papel social ao ‘pajé-para-turistas’, diferenciando-o do pajé da comunidade (BANDUCCI JR; BARRETTO, 2001, p. 16, grifo dos autores).

Bastante interessante e pertinente é o “[...] poder da magia e da sedução no turismo” que Barbosa (2001, p. 43, grifo do autor) lembra, reportando-se à interessante versão das falsas “tias” brasileiras que acompanhavam em épocas passadas grupos para a Disney (espaço de não lugares), possivelmente ressurgidas das “tias-professoras” de outrora:

O interessante do turismo, de sua magia e sedução é que essas não-tias levam as crianças para visitarem não-lugares: o castelo da Cinderela é uma réplica do castelo da Bavária, no sul da Alemanha; o Animal Kingdom é o local onde se faz um safári africano na Flórida (BARBOSA, 2001, p. 43).

Por sua vez, Carlos (2007) assevera que,

ao vender-se o espaço, produz-se a não-identidade e, com isso, o não-lugar, pois longe de se criar uma identidade produz-se mercadorias para serem consumidas em todos os momentos da vida, dentro e fora da fábrica, dentro e fora do ambiente de trabalho, nos momentos de trabalho e de não-trabalho (CARLOS, 2007, p. 64).

A abordagem de Carlos (2007, p. 22) é sobre os espaços perderem o sentido quando produzidos pelo turismo, como “[...] o presente sem espessura, quer dizer, sem história, sem identidade”, ou seja, “[...] o espaço do vazio. Ausência. Não-lugares”. Ou, como a autora bem explica:

O lugar é produto das relações humanas, entre homem e natureza, tecido por relações sociais que se realizam no plano do vivido, o que garante a construção de uma rede de significados e sentidos que são tecidos pela história e cultura civilizadora produzindo a identidade. Aí o homem se reconhece porque aí vive. O sujeito pertence ao lugar como este a ele, pois a produção do lugar se liga indissociavelmente à produção da vida. No lugar emerge a vida, posto que é aí que se dá a unidade da vida social. Cada sujeito se situa num espaço concreto e real onde se reconhece ou se perde, usufrui e modifica, posto que o lugar tem usos e sentidos em si (CARLOS, 2007, p. 22).

É nesse ponto que Burns (2002, p. 133, grifo do autor) levanta a seguinte questão: “[...] o turismo pode oferecer o ‘paraíso na Terra’?” Ou, possivelmente, esta seria apenas uma face de muitas pressões do turismo sobre a cultura?

Por outro lado, cabe trazer a advertência de Carlos (2007):

A indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório, onde o espaço se transforma em cenário para o “espetáculo” para uma multidão amorfa mediante a criação de uma série de atividades que conduzem a passividade, produzindo apenas a ilusão da evasão, e, desse modo, o real é metamorfoseado, transfigurado, para seduzir e fascinar. Aqui o sujeito se entrega às manipulações desfrutando a própria alienação e a dos outros (CARLOS, 2007, p. 64, grifo da autora).

Assim, o turismo seria, em última instância, uma indústria do mito nos dizeres de Barbosa (2001, p. 58).

Como lembra Augé (1994, p. 80-81), o espaço é a prática dos lugares, e não do lugar, correspondendo tanto ao deslocamento do viajante, quanto às paisagens de que teve visões parciais e memoráveis, ou seja, com as quais foram travadas interações fictícias. E ainda há a situação em que a posição do espectador é o principal do espetáculo, como se o turista fosse, em última instância, o próprio espetáculo.

Mas Barretto (2000) diz que o turismo não pode significar uma usurpação, havendo culturas que, ao contrário de serem negativamente atingidas, vêm a ser fortalecidas, provocando o retorno às raízes e a retomada de particularidades históricas, de onde pode advir o (re)conhecimento e a (re)valorização do patrimônio:

A recuperação da memória coletiva, mesmo que seja para reproduzir a cultura local para os turistas, leva, numa etapa posterior, inexoravelmente, à recuperação da cor local e, num ciclo de realimentação, a uma procura por recuperar cada vez mais esse passado (BARRETTO, 2000, p. 47).

A ponderação de Burns (2002) repousa sobre o reconhecimento da força do turismo e de como, por isso mesmo, o fenômeno teria se tornado um alvo fácil para receber a culpa por tudo o que de negativo afete as comunidades onde está inserido: “Olhe, é tudo culpa deles, dos turistas, não nossa!” (BURNS, 2002, p. 131).

Nesse contexto, vale trazer a perspectiva de Reis (2018) sobre marcas como narrativas de cidades, imprimindo a esse conceito recomendável afastamento da visão puramente mercadológica e pensando a identidade forjada sobre a articulação de evidências físicas e simbólicas. Fala-se da marca territorial viva, alimentada por memórias dos que vivem no lugar e dos que visitam o lugar e, portanto, por eles reconhecida e apropriada.

Ao final, apenas o encaminhamento do turismo de modo sustentável poderá, efetivamente, garantir o desenvolvimento, e este parece ser o grande desafio, já que “[...] o avanço turístico [...] nem sempre ocorre a favor das populações locais e, frequentemente, é responsável por fenômenos significativos de exclusão social, descaracterização cultural e degradação ambiental” (IRVING, 2002, p. 19). Restaria, conforme Irving (2002, p. 17), a exigência de que “princípios e valores éticos” passem a ser incorporados ao desenvolvimento do turismo para torná-lo sustentável, “[...] uma nova forma de pensar a democratização de oportunidades e benefícios, e um novo modelo de implementação de projetos, centrado em parceria, corresponsabilidade e participação”.

Pensar em sustentabilidade, sem querer alcançar qualquer conceito como único e verdadeiro, remete a um lugar comum que enseja desenvolvimento sem degradação e sem destruição de recursos, sejam eles de mananciais ecológicos, sociais, culturais ou econômicos, ou, como está no Relatório Brundtland, com satisfação das necessidades da geração presente, mas sem comprometer as necessidades das gerações futuras (FGV, 1991).

O Relatório Brundtland, ou “Nosso Futuro Comum”, nasce de debates da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, da Organização das Nações Unidas (ONU), criada em 1983, e provoca preocupação crescente quanto à sustentabilidade em âmbito

mundial. A II Conferência Internacional de Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio-92), desencadeada por aqueles trabalhos, realizou-se em 1992, no Rio de Janeiro, com o objetivo de criar uma pauta de ações de cooperação internacional, a Agenda 21, para forjar o desenvolvimento sustentável no planeta ao longo do século 21. A Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), organizada no Rio de Janeiro, em 2012, contou com a participação de 188 países e reafirmou a preocupação internacional com o desenvolvimento sustentável através de compromissos estabelecidos para: criar mecanismos para tornar as economias mais “verdes”, em busca da erradicação da pobreza; tratar a questão da sustentabilidade de modo global, ou seja, integrando as dimensões social, econômica e ambiental; buscar caminhos de equilíbrio entre produção e consumo, adotando padrões de sustentabilidade; identificar mecanismos de facilitação de transferência de tecnologias ambientalmente saudáveis; apoiar novas medidas de desenvolvimento sustentável que contemplem a dimensão social e ambiental do desenvolvimento sustentável; e estimular as empresas a integrarem informações sobre práticas sustentáveis em seus relatórios de desempenho.

Para Irving (2018b),

[...] a participação de vários segmentos sociais e das lideranças políticas nacionais e internacionais na Rio 92 não apenas iniciou oficialmente o debate sobre as questões ambientais do desenvolvimento, mas possibilitou, posteriormente, a discussão sobre as questões referentes ao turismo, em sua articulação com as premissas de sustentabilidade. [...] Durante a Rio 92 foi, assim, definitivamente consagrado o debate sobre Desenvolvimento Sustentável, com reflexos evidentes também nas políticas públicas globais de turismo (IRVING, 2018b, p. 192, grifo da autora).

Se o debate sobre sustentabilidade, em certa medida, nasce de uma contraposição à insustentabilidade das formas de produção e consumo da sociedade, constatada pelos riscos à sobrevivência planetária, há que se relevar o sentido polissêmico e o caráter multidisciplinar e complexo que o termo assume, como adverte Irving (2018b). Mais do que isso, a autora assegura ser fundamental avançar da intenção, e do discurso, a ações práticas, com as quais, acredita, o turismo pode efetivamente colaborar.

Mais do que nunca, esse talvez seja o grande desafio: a apropriação do turismo como via de contribuição, agora para se alcançar os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), ou Objetivos Globais, “[...] ambiciosa agenda global em favor das pessoas, do planeta, prosperidade e paz, criando alianças” (OMT/UNWTO, 2017, p. 19) conforme consta do relatório “Turismo e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: uma jornada para 2030”, publicado pela OMT/UNWTO e Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). A intenção daquele relatório, como descreve, foi informar sobre necessidades de que

o turismo seja sustentável, e inspirar agentes do setor a mudanças nesse sentido, convidando ao alinhamento de políticas, práticas e investimentos com os ODS.

Os ODS foram concluídos em 2015, quando da reunião da cúpula das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável. Esse processo se iniciou em 2013, após recomendações da Conferência Rio+20. A proposta é que os ODS possam orientar políticas públicas nacionais e atividades de cooperação internacional nos próximos anos, sucedendo e atualizando os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM).

Ao falar da contribuição do turismo com os objetivos de desenvolvimento sustentável na Iberoamérica<sup>29</sup>, a OMT/UNWTO (2020) registra que o turismo pode colaborar em três ODS, quer seja, favorecer o alcance das metas 8, 12 e 14, mas, na verdade, vislumbra-se a possibilidade de que o turismo possa interferir positivamente no alcance de todos os ODS.

Assim, minucia o documento (OMT/UNWTO, 2017, p. 20-23): ODS 1 (relativo à erradicação da pobreza) – o turismo pode, efetivamente, atuar como facilitador na geração de renda, seja pela possibilidade de criação de empregos, seja por sua força empreendedora, na geração de novos negócios; ODS 2 (erradicação da fome, segurança e melhoria alimentar e nutricional, promoção da agricultura sustentável) – o turismo pode estimular a agricultura sustentável ao promover a produção e o abastecimento de hotéis, bem como a venda de produtos locais aos turistas; além disso, o agroturismo pode agregar valor à experiência turística, gerar renda complementar e colaborar com a proteção do ecossistema; ODS 3 (promover o bem-estar das pessoas) – o turismo pode promover o reinvestimento de impostos gerados pela atividade em serviços e cuidados com a saúde, além de zelar pela saúde e segurança das pessoas; ODS 4 (educação inclusiva, equitativa e de qualidade, promovendo oportunidades para todos) – o turismo pode ser inclusivo, ofertando empregos diretos e indiretos, promovendo conhecimento e aprimoramento); ODS 5 (igualdade de gênero e empoderamento de mulheres) – o turismo pode empoderar mulheres através de oportunidades de empregos, além de ser agregador na luta pela proteção da igualdade de gênero; ODS 6 (cuidados com a gestão sustentável de saneamento e distribuição de água para todos) – o turismo pode provocar a melhoria de infraestrutura, e tem papel fundamental na garantia de acesso à água, higiene e saneamento básico, colaborando no controle da poluição e na adoção de novas medidas tecnológicas protecionistas de recursos

---

<sup>29</sup> Os países ibero-americanos são: Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, República Dominicana, Equador, El Salvador, Espanha, Guatemala, Guiné Equatorial, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Portugal, Uruguai e Venezuela. Formam, juntos, a Organização de Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), organismo internacional de caráter intergovernamental para a cooperação entre os países ibero-americanos no campo da educação, da ciência, da tecnologia e da cultura no contexto do desenvolvimento integral, da democracia e da integração regional. Disponível em: <https://oei.org.br/oei>. Acesso em: 20 ago. 2020.



preciosos; ODS 7 (energia acessível, segura, sustentável e moderna para todos) – o turismo pode contribuir com a energia limpa, incentivando a redução do efeito estufa, mitigando efeitos negativos sobre o clima, e favorecendo o processo inclusivo de acesso à energia; ODS 8 (promoção do crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego e trabalho decente para todos) – como setor de serviços, o turismo é um dos principais motores de receitas de exportação, e gera um em cada dez empregos no mundo; ODS 9 (disponibilização de infraestrutura resiliente e promoção da inovação) – o turismo colabora com as políticas públicas de atualização e adaptação de infraestruturas, bem como em torná-las mais sustentáveis e inovadoras; ODS 10 (redução da desigualdade dentro dos países e entre países) – o turismo pode ser uma ferramenta poderosa para reduzir as desigualdades, envolvendo populações locais e parceiros, promovendo inovação urbana e desenvolvimento rural; ODS 11 (contribuir para cidades e assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis) – o turismo pode melhorar infraestruturas e acessibilidades, e contribuir com a preservação de patrimônios culturais e naturais; ODS 12 (buscar padrões de consumo e produção sustentáveis) – o turismo deve adotar modelos sustentáveis de consumo e produção, assumindo a mudança para a sustentabilidade, em todos os requisitos recomendáveis; ODS 13 (adoção de medidas imediatas para o combate às mudanças climáticas e seus efeitos) – como o turismo é diretamente afetado pelas mudanças climáticas, é fundamental que o setor se coloque à frente das mudanças necessárias para mitigar os efeitos negativos que poderão advir desses processos, o que inclui a proteção da paisagem, entre outras medidas; ODS 14 (proteção a oceanos, mares e recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável) – o turismo náutico e marítimo é sustentado pelos ecossistemas marinhos, o que obriga o turismo a compor a gestão integrada de zonas costeiras, apoiando a preservação dos ecossistemas marinhos e da utilização equilibrada dos recursos naturais; ODS 15 (proteção da diversidade biológica dos ecossistemas) – o turismo assume o papel preponderante de defensor da sustentabilidade de áreas frágeis, cuidando da preservação da diversidade biológica e possibilitando que isto se torne uma alternativa de subsistência para comunidades locais; ODS 16 (promoção de sociedades pacíficas e inclusivas) – o turismo envolve pessoas e encontros de diferentes culturas, e pode fomentar a tolerância e a universalidade de religiões e culturas, estimulando que as sociedades sejam mais pacíficas; ODS 17 (fortalecimento da implementação e alianças globais para o desenvolvimento sustentável) – Graças ao seu caráter intersetorial, o turismo tem a capacidade de fortalecer as parcerias público-privadas e envolver várias partes interessadas, em níveis internacional, nacional, regional e local, para trabalharem juntas com vistas ao alcance dos ODS e de outros objetivos comuns.

Acerenza (2006) critica a falta de uma política clara de desenvolvimento do turismo sustentável e discute os requisitos necessários para a sua elaboração e aplicação em longo prazo. O autor propõe que esta política abrigue duas dimensões que devem ser, ao final, integradas: uma política geral de desenvolvimento sustentável do turismo e políticas específicas de turismo. A primeira dimensão propõe objetivos e princípios orientadores para o desenvolvimento de todos os tipos de turismo; a outra deve se voltar a mitigar os impactos negativos no ambiente provocados pelo turismo de massa, bem como apoiar o desenvolvimento de diferentes modalidades de turismo. Resgatando conceitos da OMT, o autor lembra que todas as formas de turismo, e não só o ecoturismo, devem levar em conta princípios e práticas que promovam a sustentabilidade.

A integração das dimensões propostas por Acerenza (2006) daria luz ao que chamou de política abrangente de desenvolvimento sustentável do turismo, apontando as premissas norteadoras para o setor, baseadas, no caso da Espanha, na Carta de Turismo Sustentável de Lanzarote, dos anos 1995. Espera-se, nesta lógica, que o desenvolvimento do turismo seja ecologicamente sustentável em longo prazo, economicamente viável e equitativo (ética e socialmente, para as comunidades locais); que leve em consideração a gestão global de recursos (para a preservação do capital natural e cultural da humanidade); que participe de uma estratégia nacional de desenvolvimento sustentável (ACERENZA, 2006).

É notória a preocupação de Cruz (2006) acerca da usabilidade do conceito de desenvolvimento sustentável ao ressaltar a seguinte questão:

Sustentável em que sentido? Sustentável para quem? No meu entendimento, o desenvolvimento que queremos é aquele sustentado nas sólidas bases da justiça social, mas seria possível construir uma sociedade mais justa por meio do turismo? Naturalmente não. Todavia, pode-se fazer do desenvolvimento do turismo um instrumento a favor do alcance deste objetivo, mas para isso seria necessário conduzir o processo de desenvolvimento do turismo segundo a premissa da busca por justiça social. Mas essa não tem sido a tônica da ação dos sujeitos hegemônicos da política e da economia. Por isso, não é, também, evidentemente, a tônica do desenvolvimento do turismo (CRUZ, 2006, p. 240).

Ao discutir o turismo como fenômeno contemporâneo complexo, indescritível pelas bases simplistas de mercado, Irving (2018a) indaga sobre as possibilidades de que o turismo possa servir de *religare* da sociedade com as naturezas e as culturas. Antes de tudo, a autora recoloca o turismo em um lugar que transborda os limites da economicidade, devolvendo ao fenômeno a sua força (ou possibilidade) de lidar com matérias-primas “[...] imaginárias e sonhos, num mundo desencantado e em crise” (IRVING, 2018a, p. 51).

A autora compõe um retrospecto sobre os esforços das políticas públicas em fazer do turismo uma ponte de proteção à natureza e à cultura, a despeito de haver, nesse processo,

muitos paradoxos. Os maiores contrassensos repousam na forma como o turismo é apropriado pela lógica do mercado, ainda que haja intenções positivas nos pactos globais em curso nas últimas décadas, cujo um dos encaminhamentos de contemporização são as políticas públicas.

Lima e Irving (2018b) discorrem, detalhadamente, sobre possíveis interações do turismo no sentido de colaborar com todos os ODS, chamando à atenção para ser fundamental, portanto, a promoção do processo participativo e da inclusão social para que tal contribuição se efetive.

Como políticas específicas de turismo, Acerenza (2006) apresenta: políticas de mitigação e correção de impactos negativos ao meio ambiente; políticas para desenvolvimento de diversos tipos e modalidades de turismo; políticas de apoio ao fomento e ao desenvolvimento do turismo. Em relação aos tipos de turismo a serem fomentados pelos destinos conforme a disponibilidade de recursos naturais e culturais, o autor sinaliza, dentre outros, o turismo em espaços rurais (turismo rural, turismo de alojamento, agroturismo e turismo de experiência).

As tendências que caracterizam o turismo na contemporaneidade são indicadas por Rodrigues (2006, p. 298) como: a descentralização da gestão no setor; o aumento da cooperação, alianças e parceiras; a criação de ambientes artificiais e simulacros; o compromisso com o ambiente e as comunidades; a valorização da certificação, ética e fidelização, dentre outras estratégias.

Também sobre o “crescimento desmesurado” do turismo, Ruschmann (2002, p. 105-106) alega que a preservação do meio ambiente estaria fatalmente subordinada à eficácia das políticas em turismo, incluindo fatores como ocupação racional do território pelas “[...] facilidades turísticas e equipamentos de lazer” e o controle sobre o crescimento da atividade, de modo a salvaguardar “[...] a atratividade e originalidade das atrações para as gerações futuras”. Em face da interdisciplinaridade do turismo, essa missão apresentaria, segundo aquela autora, grandes dificuldades, pois embora as leis de proteção ambiental e outras específicas para a proteção dos recursos turísticos existam em quase todos os países, o desencontro entre o discurso oficial e a prática cotidiana, muitas vezes, é flagrante. O poder de certos grupos de interesse, a pressão econômica e as relações privilegiadas com as administrações locais lançam o descrédito sobre uma regulamentação boa e adequada – no papel –, porém constantemente violada na prática.

É interessante a abordagem de Cruz (2006) sobre o quanto a competitividade do mercado pode ser perversa, uma vez que dificulta, sobremaneira, a entrada de lugares na roda de destinos eleitos turísticos, nacional e internacionalmente. Evidentemente, isto resulta, como mostra a autora, de um intrincado jogo de poder que é engendrado por relações e ações, e comandado, não raras vezes, de fora do lugar receptor. É assim que o Estado provê, para os

eleitos, obras que colaboram com a fluidez do território, e trazem melhorias infraestruturais básicas, tudo em nome do desenvolvimento turístico. O cuidado de se desejar e buscar o desenvolvimento do turismo pelo turismo, segundo Cruz (2006), é sobre o que pode vir a reboque das melhorias trazidas por essa escolha, questões que passam pelo planejamento territorial, o qual é responsabilidade do Estado:

Tornar o território atrativo para o capital privado é o objetivo precípua dessas ações. Esse processo não é, de forma alguma, unívoco, posto que não raras vezes divergências de interesse entre os sujeitos sociais diretamente envolvidos existem e são difíceis de serem superadas. Se, de um lado, o turismo gera riqueza, renda, postos de trabalho, etc., de outro, pode desencadear processos inflacionários, principalmente na escala local, e aprofundar práticas indesejadas como prostituição infantil e tráfico de drogas (CRUZ, 2006, p. 338).

Do ponto de vista da especificidade dos impactos do turismo rural, Solla (2018) chama a atenção, em especial, sobre a importância de que as iniciativas encaminhadas com o intuito de desenvolver o segmento considerem os reflexos que possam reverberar nas comunidades rurais receptoras.

Como aspectos positivos de propostas nesse sentido, Portuguese (2005, p. 582) refere-se às mesmas possibilidades que o turismo pode trazer como fenômeno dinamizador de renda, emprego, impostos, valorização de saberes locais, troca cultural, cuidados com o ambiente, etc., acrescentando a isso a criação de oportunidades que podem minimizar o êxodo rural e valorizar o trabalho familiar.

Por outro lado, Rodrigues (2006) lembra que, no caso das experiências em áreas rurais, então, a ação do turismo é sempre contingente, porque os atributos da ruralidade mais valorizados pelos turistas, como paisagens intocadas, tranquilidade, valores culturais, seriam também os mais vulneráveis.

Candiotta (2011) avalia que o fomento público ao turismo rural colaborou para a criação de mercadoria (paisagens, cultura, modos de vida, natureza), gerando o interesse pelo empreendedorismo no espaço rural com oferta de roteiros, circuitos e mesmo de *resorts*. Segundo o autor, isto se deu pela agregação de novos objetos técnicos no espaço rural, principalmente, os infraestruturais, além de equipamentos turísticos ou de apoio à atividade turística, o que torna mais complexa a leitura do que se passa hoje no campo.

Além de tudo, Candiotta (2011, p. 563) considera algo que parece fundamental à avaliação dos impactos do turismo, e que tendem à intensificação, no caso do turismo rural. Se a imagem, tão cara ao turismo, pertence ao campo da psicofera (ou do imaginário individual e coletivo), e não à tecnosfera (mundo dos objetos), é comum na realidade brasileira que o que

se oferta ao turista nem sempre seja o que na realidade existe para ofertar. Por isso, o autor defende que

[...] os agricultores familiares não devem buscar o padrão de conforto exigido pelos urbanos, mas sim, afirmar seu modo de vida e buscar o seu conforto para compartilhá-lo com os visitantes. O turismo rural na agricultura familiar deve ter como foco o agricultor familiar e não o turista, ou seja, a melhoria da qualidade de vida das famílias rurais e não os gostos, muitas vezes fúteis, dos turistas (CANDIOTTO, 2011, p. 564).

Daí a crítica do autor em relação a uma incompatibilidade percebida entre o discurso acerca dos possíveis benefícios do turismo rural, e mesmo do agroturismo, seja para o ambiente, ou para os agricultores, quando o espaço rural é tomado pelo *trade* turístico, em detrimento das comunidades locais, o que está longe de ser sustentável (CANDIOTTO, 2011, p. 569).

Se o turismo, lamentavelmente, tem sido para tantos o vilão reprodutor de clichês e editor de falsas autenticidades para turista ver, vale resgatar a máxima de Cruz (2012) que transporta a uma reflexão mais profunda:

Se o turista não é, todavia, um ser trazido de outra dimensão para consumir o “patrimônio cultural” que alguns tão arduamente têm lutado para proteger, então, a crítica ao turismo é, em essência, uma *autocrítica*, tal como sabiamente registrado, por um pichador, em um muro qualquer de São Paulo: “a sociedade que nos critica é a mesma que nos educa” (CRUZ, 2012, p. 103, grifo da autora).

Diante das possibilidades de manifestação do turismo, para o bem e para o mal, cabe trazer notas adicionais que, considera-se, merecem ser observadas como base de reflexão para engendramento do turismo rural no território fluminense, tema desta pesquisa.

Abrem-se tais apontamentos com tópicos acerca do turismo de base local e do turismo de base comunitária, por vezes tratados como segmentos turísticos, mas que soam ser estratégias mitigadoras de interferências negativas do turismo, ou facilitadoras de iniciativas que resultam em benefícios para as populações envolvidas nessa trama.

O turismo de base comunitária (TBC) foi, de certa forma, aventado no PNT 2007-2010, quando aquele Plano propôs preocupar-se com a distribuição de renda mais equânime, através do turismo, almejando resultados de redução de desigualdades sociais.

É nesse sentido que se fala em desenvolvimento local pela via do turismo, como oportunidade de atuação dos agentes locais no processo de oferta de produtos e serviços turísticos, sem desprezar a valorização da cultura e da natureza.

Nesta perspectiva, surgiram organizações e movimentos contra-hegemônicos que buscaram fortalecer bases de compartilhamento e, portanto, solidárias e comunitárias de atuação. Plantadas no território, essas lideranças ensaiam promover um novo tipo de organização, de cooperação e de articulação, que vão se firmando como estratégias interessantes

em um modelo mais sustentável de acolhimento do fenômeno do turismo. Como encaminha o MTUR (2010b), o tema ganhou força mundial a partir de experiências que se mostraram exitosas.

Mais uma vez, no entanto, depara-se com a falta de clareza conceitual, mas observam-se algumas premissas comuns, quer sejam as que norteiam a construção de um paradigma de corresponsabilidade, associativismo, cooperativismo, autogestão, parceria, participação, e democratização de oportunidades, desafios e benefícios, tudo isso costurado pelo protagonismo das comunidades locais.

Bartholo, Sansolo e Bursztyn (2009, p. 16, grifo dos autores) apresentam marco conceitual inicial para o TBC a partir da apreensão da diversidade de “[...] iniciativas autoproclamadas ‘comunitárias’ únicas”, contribuindo tanto com fundamentos conceituais, quanto com exemplos de práticas apoiadas pelo MTUR nos anos 2008, evoluindo, posteriormente, esses e outros autores, para outras reflexões a respeito do tema.

Pode-se tomar como referência conceitual para o TBC como

[...] toda forma de organização empresarial sustentada na propriedade e na autogestão sustentável dos recursos patrimoniais comunitários, de acordo com as práticas de cooperação e equidade no trabalho e na distribuição dos benefícios gerados pela prestação dos serviços turísticos. A característica distinta do turismo comunitário é sua dimensão humana e cultural, vale dizer antropológica, com objetivo de incentivar o diálogo entre iguais e encontros interculturais de qualidade com nossos visitantes, na perspectiva de conhecer e aprender com seus respectivos modos de vida (MALDONADO, 2009, p. 31).

Segundo o MTUR (2010b), o TBC no Brasil data de meados dos anos 1990 e conta com iniciativas independentes de quaisquer incentivos do setor público. O MTUR (2010d) passa a acolher solicitações pontuais, como da Associação Acolhida na Colônia, em Santa Catarina, nos anos de 2005 e 2007, inserindo o TBC no âmbito das políticas públicas no PNT 2007-2010.

A partir de chamamento público para projetos, o MTUR (2010b, p. 86) passou a apoiar, temporariamente, projetos de TBC, encontrando-se para o Rio de Janeiro as seguintes iniciativas e respectivos proponentes: Projeto Vila Solidária (Ação Comunitária do Brasil); Reviver Paquetá (Casa de Artes Paquetá); O Povo do Aventureiro (Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica da UFRJ (FAPUR)); Promoção do TBC em Trindade (Instituto Amigos da Reserva da Biosfera da Mata Atlântica – IA-RBMA); Ecoturismo de Base Comunitária da Região da Trilha do Ouro (Sociedade Angrense de Proteção Ecológica – SAPE). O investimento do MTUR à época foi de cerca de R\$10 milhões em apoio a 42 projetos, contemplando 46 municípios no país.

Ao avaliar os resultados dessa ação, apontando pontos positivos e fragilidades, o MTUR (2010b) sinaliza com a importância de que o TBC esteja na pauta das políticas públicas estaduais e municipais, e não apenas em âmbito federal.

O entendimento do MTUR sobre a importância do TBC é como “[...] alternativa de organização singular para alguns roteiros e/ou regiões de compatibilizar a oferta de produtos e serviços turísticos diferenciados, com a promoção de melhorias na qualidade de vida das comunidades locais” (BARTHOLO; SANZOLO; BURSZTYN, 2009, apresentação).

O TBC tem sido, desde então, incluído entre as estratégias de apoio ao turismo sustentável, como asseveram Moraes e Irving (2018, p. 317). A abordagem realista trazida pelas autoras é importante no sentido de avaliar apostas utópicas e abordagens assistencialistas associadas ao TBC, sem extrair dessa prática o valor potencial de “[...] inclusão social e econômica e social de populações de regiões periféricas e, também, para a valorização dos modos de vida de populações tradicionais”.

Nas experiências do turismo no campo, o TBC tem sido utilizado, historicamente, por países da América latina, assinalando-se as primeiras iniciativas nos anos de 1980 com populações rurais e indígenas da América Latina, destacando-se Equador, Brasil, Nicarágua, Peru e Costa Rica (MORAES; IRVING, 2018).

Moraes e Irving (2018, p. 322) resgatam os valores expressos na Declaração de São José sobre Turismo Rural Comunitário, da qual participaram Bolívia, Brasil, Costa Rica, Equador, Guatemala e Peru, quais sejam: solidariedade, cooperação, respeito pela vida, conservação e uso sustentável dos recursos naturais.

Por fim, vale lembrar a assertiva de Macedo e Gomes (2014, p. 793) sobre o TBC funcionar como modelo que persegue a “[...] equidade, preservação cultural, ambiental e social”, em que se incluem “[...] novas formas de apresentação através do turismo rural, ecoturismo, etnoturismo, entre outros”.

Com essas observações, prossegue-se nesta investigação e abre-se, sob a luz dessas ponderações, o olhar para o panorama do turismo rural no contexto da realidade brasileira e do estado do Rio de Janeiro.

## 2 PANORAMA DO TURISMO RURAL NO BRASIL E NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Para observar as circunstâncias em que se insere o tema central desta pesquisa, cabe lançar certo olhar sobre o panorama das políticas públicas que orientam o desenvolvimento do turismo no Brasil, em especial no que concerne ao turismo rural.

Nessa trajetória, segue-se com a observação da perspectiva do turismo e do turismo rural no estado do Rio de Janeiro.

Sem ousar um mergulho mais aprofundado no exame das políticas públicas nacionais de apoio a esse segmento turístico, compete, primeiro, trazer à tona um panorama geral dos programas do turismo aplicados pelo MTUR, para observar a teia contextual em que se entrepõe a segmentação como estratégia institucional.

Além da apreciação de documentos editados pelo MTUR, com orientações que contemplam, especificamente, o turismo rural, sob a luz de outras referências, apresenta-se, como âncora para a reflexão, depoimento resultante de entrevista realizada em 2018, pessoalmente, em Brasília, com o coordenador-geral de produtos turísticos daquela instituição.

Adiante disto, apresentam-se exemplos ilustrativos de iniciativas empreendedoras aplicadas no Brasil, igualmente fundeadas em depoimentos captados através de entrevistas realizadas por telefone e gravação de vídeos, em 2020, sobre casos precursores do turismo rural no país: Lages (SC) e Venda Nova do Imigrante (ES).

Sobre o fundamento, ou o enredo do turismo no campo brasileiro, arquiteta-se aqui o mapeamento do turismo rural no estado do Rio de Janeiro, a partir de alguns alicerces considerados basilares e que seguem, também, costurados neste capítulo.

De início, cumpre compreender a lógica da organização territorial do turismo fluminense e o modelo de gestão adotado para o setor no estado, seguindo-se à apresentação sumária dos principais programas de fomento ao setor e de apoio ao desenvolvimento do turismo rural.

Por fim, busca-se também por olhares e experiências que possam melhor iluminar a reflexão sobre as potencialidades do estado para o turismo rural, bem como os acertos e equívocos que, porventura, tenham pautado as iniciativas públicas relativas ao segmento até aqui.



## 2.1 Panorama do turismo rural no Brasil

### 2.1.1 O campo brasileiro

Antes de buscar uma conexão entre as ruralidades presentes no país e as possibilidades do turismo de serem intervenientes junto àquelas, apresenta-se um retrato sumário do Censo Agro 2017 (IBGE, 2019).

De acordo com aquele levantamento, o Brasil tem área de 351ha ocupada por estabelecimentos agropecuários, cerca de 70% com área entre 1 a 50 ha. Sobre a condição legal dessas terras, 85% são de terras próprias, que revertem em ocupação de 15,1 milhões de pessoas, a maioria de homens (81%), com idade entre 25 e 64 anos de idade.

Em termos de agricultura temporária no país, são exemplos a produção de soja em grão (103 milhões de toneladas, em 236 mil estabelecimentos), e de milho em grão (88 milhões de toneladas, em 1,7 milhão de estabelecimentos). Na agricultura permanente, são 5,7 bilhões de pés de café, com produção de 5 mil toneladas de café torrado (1,1 mil em grão e 3,9 mil moído). Foram produzidos em 264 mil estabelecimentos, 1,9 milhão de toneladas de café arábica e 476 mil toneladas de café canephora.

Na pecuária, o efetivo de bovinos no Brasil foi de 173 milhões de cabeças, com produção de 30 bilhões de litros de leite de vaca, e 223 toneladas de produção de queijo e requeijão. A criação de aves (galinhas, galos, frangas e frangos) chegou a 1,36 bilhão de cabeças, com produção de 4,7 bilhões de dúzias de ovos.

O quadro sumário apresenta a agricultura familiar<sup>30</sup> com características bastante diversas no território brasileiro, cabendo observar onde poderá se inserir o interesse especial de associação ao turismo rural.

Segundo o relatório consultado e que decorre daquela pesquisa, a agricultura familiar no Brasil responde por 77% dos estabelecimentos agropecuários, número que gira em torno de 3,9 milhões. Segundo o Censo Agro (IBGE, 2012), 67% do pessoal ocupado no campo, ou seja,

---

<sup>30</sup> O conceito de agricultura familiar consta do Decreto nº 9.064, de 31/05/2017. A principal diferença entre a agricultura familiar e a não familiar diz respeito à dinâmica e a certas características peculiares. No primeiro caso, a gestão é compartilhada pela família e a principal fonte geradora de renda é a atividade produtiva agropecuária. Marafon e Ribeiro (2006) definem a agricultura de propriedade familiar como aquela “[...] caracterizada por estabelecimentos em que a gestão e o trabalho estão intimamente ligados, ou seja, os meios de produção pertencem à família, e o trabalho é exercido por esses mesmos proprietários em uma área relativamente pequena ou média” (MARAFON; RIBEIRO, 2006, p. 112-113).

cerca de 10,1 milhões de pessoas, estão voltadas à agricultura familiar, principalmente no nordeste (46,6%). A área de produção da agricultura familiar é de 80,9 milhões de ha, correspondendo a 23% da área total de estabelecimentos agropecuários no país (as maiores proporções de área ocupada pela agricultura familiar ficam por conta de Pernambuco, Ceará e Acre; as menores, nos estados da região Centro-Oeste e em São Paulo). O valor da produção da agricultura familiar no país equivale a 23% do total produzido pela agropecuária brasileira.

Os produtores rurais em sua maioria são homens (81%), com ensino fundamental e idade entre 45 a 64 anos. Cerca de 22% não sabem ler e escrever. Os estabelecimentos com faixa de área menor que 1 ha apresentam proporção mais equilibrada de gênero (dois homens para uma mulher).

Sobre a gestão dos estabelecimentos agropecuários, 20,3% são dirigidos por casais, que dividem total ou parcialmente todas as responsabilidades.

Marafon e Ribeiro (2006) ressaltam a importância da agricultura familiar no Brasil que, diante de mudanças havidas no campo brasileiro, com repercussões socioeconômicas graves, buscam alternativas de sobrevivência com apoio na pluriatividade como processo de diversificação de trabalho e renda, no qual se inclui o turismo rural.

Por outro lado, convém verificar o caminho trilhado pelo turismo no país, para melhor buscar apreender o ponto de conexão entre esse fenômeno e o espaço rural, e ver para onde tudo isso parece continuar.

### 2.1.2 Programas nacionais de turismo

Para observar os programas nacionais de turismo implementados no país, toma-se por base, inicialmente: as premissas e metas destacadas no Plano Nacional de Turismo 2018-2022 (MTUR, 2018), aprovado pelo Decreto nº 9.791/19; o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), aplicado no país desde o ano de 2004; e as orientações colocadas em curso, ao longo dos últimos anos, para atender, especificamente, ao turismo rural.

Em retrospectiva, destaca-se o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) realizado no período de 1993 a 2003, pela EMBRATUR, órgão federal àquela época responsável pelas políticas do turismo em âmbito nacional e hoje vinculado ao MTUR. O propósito daquele Programa era, essencialmente, promover a sensibilização e a mobilização de lideranças e agentes locais, despertando a atenção sobre a importância do turismo. É inegável

que o referido programa propiciou profundas mudanças no quadro do turismo em alguns estados brasileiros, colocando em pauta o discurso, que ainda hoje é referência, sobre a relevância do planejamento turístico dos municípios, da criação de instâncias de governança locais, e da existência de fundos municipais de turismo.

A respeito de governanças, pode-se refletir com Rodrigues (2006) sobre a ideia de que o poder dos sujeitos no território se estrutura a partir da influência de empreendedores locais e de suas relações com outros agentes que lhes são parceiros. Assim, a atuação dessas parcerias no lugar e sobre o lugar irá refletir articulações e pontes criadas para fazer funcionar e fortalecer alianças, garantindo a reprodução do sistema, no caso, do sistema turístico. Na visão da autora, o que atribui poder e, portanto, valor diferencial aos empreendedores locais, em qualquer nível de mediação, é a sua possibilidade orgânica de articulação. O setor público, nessa lógica, deveria ser um árbitro a mediar relações, posicionamentos e oposições.

Rodrigues (2006) adverte, contudo, que o avizinhamiento espacial entre sujeitos, por si só, não garante cooperação, uma vez que isso se conforma à propriedade daqueles em construir ou não novas territorialidades. Em última instância, a cooperação depende do consenso forjado pela união de forças, em torno de objetivos comuns.

Nessa lógica, culturas fragmentadas seriam formadoras de múltiplos territórios, expressando multiterritorialidades, que ora podem ser alienantes (reproduzindo opressão e exclusão social), ora articuladoras (representando oposição e resistência), fazendo nascer, nesse último caso, novas horizontalidades, ou assentando o território em novas bases.

Quando isso ocorre, Rodrigues (2006) noticia que a administração pública caminha para ser mais flexível, atendendo de modo mais positivo às aspirações das comunidades e mostrando-se mais disponível para processos decisórios com participação da sociedade civil (RODRIGUES, 2006, p. 263-264).

Em 2003, com o término do PNMT e a criação do MTUR, apresentou-se um novo modelo de gestão descentralizada no país que emerge dessas bases de pensamento, através do Programa de Regionalização do Turismo (PRT), em vigor a partir de 2004.

O PRT propunha diretrizes políticas e operacionais com foco não mais na célula municipal, mas nas regiões turísticas de todas as unidades federativas, pressupondo o estímulo mais à cooperação, do que à competição, entre os destinos turísticos. Ademais, o Programa incorporava a diretriz da OMT que propunha a valorização de um planejamento regional estratégico e integrado, a partir da compreensão das bases territoriais e dos arranjos produtivos regionais. Reconhecia, ainda, que os destinos com potencial turístico menos significativo poderiam ser impulsionados por outros destinos turisticamente mais consolidados, ou mesmo

virem a desempenhar papéis diferenciados, ou complementares, no contexto do turismo regional.

Desde então, o PRT passou a compor os planos nacionais de turismo e é reputado, atualmente, como eixo das políticas públicas de desenvolvimento do turismo brasileiro, conforme consta do PNT 2018-2022, bem como do marco legal básico do setor, que é a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, conhecida como Lei do Turismo, ou Lei Geral do Turismo. Além de ser orientada pela regionalização, reza aquela lei que a política nacional de turismo precisa atender aos princípios do desenvolvimento econômico-social justo e sustentável, que também norteiam o PRT, inscrevendo esse programa na observação dos ODS traçados pela Agenda 2030 (MTUR, 2018).

Ao longo de todos esses anos, desde a sua criação, o PRT passou por diversas revisões, avaliações e estruturações, mas manteve a essência que está refletida nos eixos propostos de atuação: gestão descentralizada do turismo; planejamento e posicionamento de mercado; qualificação profissional, dos serviços e da produção associada; empreendedorismo, captação e promoção de investimento; infraestrutura turística; informação ao turista; promoção e apoio à comercialização; monitoramento (MTUR, 2013).

Sob a ótica da gestão compartilhada, o PRT nacional se desenrola no âmbito estadual, regional e municipal, e pretende alcançar, além das esferas institucionalizadas e políticas, órgãos de controle social em que se encontram representações do setor privado e da sociedade civil, semente lançada, como visto, com a prática de 10 anos do PNMT.

Entretanto, a avaliação do PRT realizada em 2010 (MTUR, 2010e, p. 46-47) revela as seguintes reflexões em relação à gestão compartilhada do turismo na conjuntura regional: a descentralização pretendida pelo PRT ocorreu, mas de modo heterogêneo e com maior envolvimento do setor público; a gestão compartilhada encontrava-se em construção e havia avançado nos últimos anos, mas não a ponto de provocar mudanças radicais em todo o país; não existia uma compreensão clara sobre o papel das instâncias de governança, regionais e municipais, no processo de descentralização da política de turismo; as instâncias de governança regionais mostravam-se espaços frágeis, em face de sua pouca autonomia e falta de sustentabilidade; embora o planejamento participativo se revelasse crucial para o desenvolvimento do turismo nas regiões e destinos, havia muito o que evoluir em relação à sua aplicação nos municípios e regiões do país (MTUR, 2010). Essas são, até os dias atuais, questões a serem resolvidas.

Atualmente, o PRT é reforçado como programa transversal no âmbito do MTUR, propondo-se que seja capaz de integrar as unidades do órgão federal e as ações de governo. O

fortalecimento da regionalização do turismo permanece, portanto, firme como diretriz do MTUR, e hoje se vale do Mapa do Turismo Brasileiro como instrumento orientador das políticas públicas nacionais.

Atualizado bianualmente a partir de 2015, o Mapa, de fato, indica o recorte territorial prioritário para as ações do MTUR, e tem apertado as rédeas dos critérios que estabelece para a participação dos municípios, ao que parece, encurtando o cobertor de recursos e a área de abrangência dos programas federais.

Em 2019, foram critérios para a inserção dos municípios no Mapa: a comprovação de existência de órgão ou entidade responsável pela pasta do turismo na localidade; dotação orçamentária destinada ao turismo; conselho municipal de turismo (COMTUR) ativo; pelo menos um prestador de serviços turísticos de atividades obrigatórias inscrito no Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos (CADASTUR). Afora o cumprimento desses critérios, foram solicitadas declarações de compromisso do prefeito municipal e do responsável pelo turismo local com o PRT, e a comprovação de inserção do município em uma das regiões turísticas do estado.

Como a premissa maior do PRT é a gestão descentralizada, o programa reforça o fortalecimento da organização regional, orientando para a criação das instâncias de governança regionais (IGRs), entidades tripartites (formadas por representações do poder público, da iniciativa privada e da sociedade civil organizada) com a função de apoiar a coordenação das políticas de turismo em âmbito regional. Já os COMTURs, esses seriam colegiados consultivos ou deliberativos (MTUR, 2018), também com representação tripartite.

Modelados pelo MTUR, os estados, por sua vez, possuem os seus conselhos estaduais, com representação de instituições públicas, associações do *trade* turístico, academia e terceiro setor, e fóruns formados pelas representações públicas do turismo municipal.

Nesse contexto, outra estratégia adotada pelo MTUR foi a categorização dos municípios inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro, conforme certos critérios de desempenho econômico, e que orienta tomadas de decisão no plano federal.

A metodologia utilizada pelo MTUR na categorização dos municípios em 2019 levou em conta as seguintes variáveis: quantidade de estabelecimentos de hospedagem nos destinos; quantidade de empregos em estabelecimentos de hospedagem; quantidade estimada de visitantes domésticos; e quantidade estimada de visitantes internacionais. Conforme os resultados, os municípios são agrupados em *clusters*, ou categorias A, B, C, D e E (Quadro 1). Observa-se a redução do quantitativo de municípios nas categorias C, D e, principalmente, E,

considerando-se o aumento no nível de exigências do MTUR em relação à própria composição do Mapa em sua última versão.

Quadro 1 – Categorização dos municípios inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro (comparativo 2013-2019)

CATEGORIA	ANO INICIAL (2013)	%	ANO FINAL (2019)	%
A	51	1,52	62	2,30
B	167	4,99	257	9,54
C	504	15,07	476	17,67
D	1841	55,04	1522	56,50
E	782	23,38	377	13,99
	<b>3345</b>	<b>100,00</b>	<b>2694</b>	<b>100,00</b>

Fonte: MTUR, 2019.

Conforme apresentado na Figura 10 a seguir, podem ser vistos o desempenho geral, por *cluster*, em 2019, conforme cada uma das variáveis consideradas na apuração do MTUR.

Figura 10 – Desempenho dos municípios em 2019, por cluster, em relação às variáveis consideradas na categorização

CARACTERIZAÇÃO DAS CATEGORIAS A PARTIR DAS VARIÁVEIS							
Categoria	Nº de municípios	% de municípios no mapa	Valor Médio (não padronizado)				
			Qnt. empregos formais de hospedagem	Qnt. estabelecimentos formais de hospedagem	Estimativa de turistas internacionais	Estimativa de turistas domésticos	Arrecadação nos estabelecimentos de hospedagem
A	62	2,30%	2.267	123	133.973	1.580.039	R\$ 40.357.359,91
B	257	9,54%	277	25	5.810	168.844	R\$ 2.843.975,05
C	476	17,67%	58	8	746	41.853	R\$ 518.588,76
D	1522	56,50%	8	2	144	7.027	R\$ 67.587,08
E	377	13,99%	0	0	0	0	0

Fonte: MTUR, 2019.

Quanto à segmentação do turismo como estratégia que orienta o desenvolvimento de produtos turísticos, com vistas à promoção e posicionamento de mercado, esta não está, adequadamente, alinhada ao PRT (MTUR, 2013).

Com efeito, o MTUR houvera sinalizado, em 2006, a relevância da segmentação como política, mas em um viés voltado à estruturação e ao planejamento, conforme documentos editados à época pela instituição. Os chamados Marcos e Cadernos da Segmentação (MTUR, 2006; 2010) objetivaram apresentar caminhos para a construção de roteiros turísticos em todo o país, propondo, para tanto, um processo participativo e colaborativo.

Além da edição dos Marcos da Segmentação (MTUR, 2006), o MTUR apresentou nove cadernos (MTUR, 2009) contendo abordagens conceituais e orientações básicas sobre os seguintes segmentos turísticos: cultural, rural, de aventura, ecoturismo, turismo náutico, de pesca, estudos e intercâmbio, negócios e eventos, e sol e praia. Ao longo do tempo, outros cadernos foram editados, contendo informações sobre outros segmentos e temas (cinema, turismo social, acessibilidade, sustentabilidade, etc.).

Entretanto, conforme ressalta o PNT 2018-2022, ainda resta buscar o ordenamento, a estruturação e o monitoramento desses segmentos turísticos, para os quais não se encontram estudos capazes de identificar, como resultados, os impactos decorrentes dos mesmos.

### 2.1.3 Políticas públicas de apoio ao turismo rural no Brasil

Conquanto não haja um marco preciso sobre as primeiras atividades empreendidas no turismo rural no Brasil, as primeiras atividades desse segmento são registradas, oficialmente, nos idos de 1986, através de iniciativas particulares, em especial as notadas na fazenda Pedras Brancas, em Lages, Santa Catarina, com acolhimento de um dia; nas fazendas de Barreiro e Boqueirão, incluía-se o pernoite, além de experiências rurais (RODRIGUES, 2003).

Como visto em outros países, tais iniciativas nascem aqui de mudanças havidas no campo, que é premido a desempenhar outros papéis, a ter novas utilidades, e a não mais se limitar a funções produtivas agrícolas.

A busca de alternativas para as comunidades campesinas faz surgir e crescer no espaço rural brasileiro múltiplas atividades produtivas, das quais a pluriatividade vem a ser a manifestação mais expressiva (SCHNEIDER, 2003).

É assim que, já no final do século XX, as atividades agropecuárias não respondiam mais pela maior parte da renda da população rural brasileira, preparando a teia para o chamado novo rural (GRAZIANO DA SILVA; DEL GROSSI, 1999).

Elesbão (2014) dirá que, no período de 1960 a 1970, o país enfrentou dinâmico processo de urbanização. Por conta disso, houve grande transformação nas relações entre a vida urbana e rural.

O possível êxodo havido para a cidade grande, decorrente de prováveis encantamentos iniciais que aquela pudesse provocar, não fora suficiente, contudo, para apagar a relação afetiva

de eventuais migrantes com o espaço rural. Em algum momento, havia um apelo íntimo para que regressassem às suas origens.

No final dos anos 1990, havia premissas de uma política federal colocada em curso no Brasil que, segundo Alentejano (2000), intentavam orientar propostas baseadas no modelo francês de valorização da agricultura de base familiar como caminho para garantir segurança alimentar, geração de empregos agrícolas e não agrícolas, cuidados com o ambiente, respeito às tradições culturais, e consequente redução do êxodo rural, incluindo, ainda, concepções relativas ao turismo no espaço rural. Entretanto, o autor adverte que tais políticas não deram conta de impedir a concentração fundiária, nem o êxodo rural, uma vez que a agroindústria teria se instalado no campo brasileiro provocando exclusão e empobrecimento de agricultores familiares.

O chamado novo rural no país cresce sob as âncoras plotadas nas seguintes intervenções, como aponta Graziano da Silva (1997): modernização da agropecuária e surgimento do agro negócio; aumento das atividades de subsistência, em razão da exclusão de trabalhadores rurais do processo de modernização; pluriatividade advinda de atividades industriais e serviços relacionados a moradia e lazer no campo; incremento de nichos de mercado que valorizam certas atividades agropecuárias (piscicultura, horticultura, floricultura, etc.); fomento de atividades não-agrícolas decorrentes da urbanização do espaço rural (relacionadas ao turismo, lazer, moradia, preservação ambiental, etc.).

Para Schneider (2009), o que teria impulsionado, de fato, a pluriatividade, seriam fatores bem próximos dos apontados por Graziano da Silva (1997), quer sejam a modernização dos processos e técnicas aplicadas na agricultura, a demanda por prestação de serviços no meio rural, a terceirização de alguns serviços, a queda acentuada das rendas de famílias agricultoras, e mudanças no mercado de trabalho.

No esteio de novas necessidades e oportunidades, assim vão se estabelecendo no campo brasileiro as famílias pluriativas, ocupadas com atividades agrícolas, mas também com outras atividades não agrícolas ou urbanas, quer sejam funções assalariadas ou iniciativas empreendedoras.

Veiga *et al.* (2001, p. 3, grifo do autor) comentam o caso das iniciativas de famílias que passam a empreender no Brasil, na mais das vezes informalmente, e se tornam “[...] um dos mais preciosos trunfos de desenvolvimento rural”:

Eles são férteis mananciais de habilidades empreendedoras e estimuladores de uma fortíssima ética do trabalho. Muitas das pequenas empresas comerciais, artesanais, ou proto-industriais que mais diversificam as economias locais germinam nesse tipo de organização. Além disso, uma necessidade objetiva incita essas famílias a também exercerem atividades externas à agropecuária, fazendo-as “pluriativas”, no jargão dos



especialistas. Por disporem de estruturas agrárias que são, ou se tornam, insuficientes para garantir boa renda familiar, elas criam uma oferta de trabalho que pode ser empregada em condições extremamente flexíveis por outros negócios instalados nas redondezas. Ou seja, esses estabelecimentos agrícolas de economia familiar multisetorial engendram altas densidades populacionais e dão flexibilidade ao mercado de trabalho, suavizando os impactos em períodos de desemprego. E estimulam comportamentos simultaneamente cooperativos e competitivos, muito imitados por outros agentes econômicos locais (VEIGA *et al.*, 2001, p. 14).

Schneider (2009) observa a pluriatividade no país e menciona a importância do projeto Rurbano<sup>31</sup> quanto à contribuição com o fortalecimento das atividades não agrícolas no espaço rural, na medida em que abria opção a famílias de combinarem a ocupação agrícola com outras atividades não-agrícolas, ou mesmo de deixarem de exercer atividades agrícolas, optando por uma ocupação não-agrícola, mas permanecendo a residir no campo.

Para o autor, nem sempre programas com vistas a incentivar o exercício de atividades não-agrícolas (prestação de serviços, turismo rural, artesanato e outros) irão promover a pluriatividade, uma vez que pode acontecer uma simples e direta troca de atividades agrícolas por atividades não-agrícolas.

Aquelas políticas de desenvolvimento rural concorreram, de fato, como informa Schneider (2009), para o aumento das atividades não-agrícolas no meio rural brasileiro, inclusive em relação ao turismo.

Como analisa, a partir dos estudos do Rurbano passam a ser gradativamente identificadas certas experiências, ainda que embrionárias, relativas ao turismo rural, ecológico, étnico-cultural (indígenas, quilombolas, povos tradicionais), assim como surgem iniciativas de apoio às agroindústrias familiares.

Essas novas atividades não agrícolas no espaço rural envolvendo o turismo mostram-se, ao longo do tempo, bastante diversificadas e crescentes.

Longe de atribuir ao turismo o poder de panaceia, Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (1988) advogam que o setor não deve ser ignorado como possibilidade de atenuar os problemas advindos das mudanças no campo e da necessidade de novas relações com o capital.

Justo por isso, as políticas públicas deveriam ter assumido papel preponderante, para que o crescimento do turismo rural no país não se fizesse de modo tão desorientado.

Segundo aqueles autores, há um embaraço preliminar que parece, intencionalmente, dificultar esse caminho, considerando que, desde a publicação do Manual Operacional do

---

<sup>31</sup> O “Projeto Rurbano: Caracterização do Novo Rural Brasileiro, 1981/99” analisa as transformações nas relações urbano-rural em 11 estados brasileiros. As pesquisas foram iniciadas em 1996.

Turismo Rural, em 1994, pela EMBRATUR, fica explícita a dificuldade de se estabelecerem bases conceituais mínimas sobre o que vem a ser, na prática, esse segmento.

Em princípio, esse impasse leva à adoção, no Brasil, de uma perspectiva bastante confusa em relação ao que seria o turismo rural, como turismo diferente, interior, doméstico, integrado, endógeno, alternativo, agroturismo e verde (GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, 1988).

Ao mesmo tempo, a despeito disso, vê-se surgir ânimo pelo setor naquela ocasião, com o surgimento de vários movimentos que ensejaram, por exemplo, o nascimento da Associação Brasileira de Turismo Rural (ABRATURR), em 1994.

De tudo, a maior inspiração daquele momento parece ter sido a Carta de Santa Maria<sup>32</sup>, assinada em 1998, com chamamentos para que o setor público prestasse atenção à importância de sua interveniência no turismo rural, com forte convocação para que houvesse maior integração entre agentes e instituições do setor do turismo em torno do tema.

A Carta, assim, conclama “[...] que as instituições governamentais estabeleçam, em parceria com a iniciativa privada, políticas e diretrizes voltadas para o segmento do turismo rural” (MTUR, 2004, p. 6).

Como mostra Candioto (2010, p. 12), é esse o tempo em que a EMBRATUR assume o conceito de turismo rural imbricado com a produção agropecuária e com a cultura local.

Há, portanto, certo avanço conceitual em relação ao que o turismo rural representava no país, mas o segmento prossegue a modo de ser complementar às atividades agrícolas e pecuárias.

Essa visão volta a ser reformulada pela EMBRATUR em 2002, quando o turismo rural passa a ser considerado um segmento “[...] que proporciona conhecer, vivenciar e usufruir as práticas sociais, econômicas e culturais próprias do meio rural de cada região de forma sustentável” (TULIK, 2003, p. 74), não obstante permaneça atrelado ao espaço rural, e não apenas à atividade rural.

Cabe fazer nota de que, em 2003, a OMT realizou no Paraguai o “Seminário Internacional sobre Turismo Rural e sua contribuição para a criação de empregos e preservação do patrimônio”, como marco da 40ª Reunião da Comissão Regional para as Américas da OMT, gerando publicação sobre o turismo rural nas Américas.

---

<sup>32</sup> A Carta de Santa Maria resultou de debates promovidos durante o I Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável (CITURDES), em Santa Maria, Rio Grande do Sul, em maio de 1998 (MTUR, 2004).

O documento publicado informa, à época, que a Argentina, o Chile e o México eram os únicos países das Américas que contavam com programas oficiais de apoio ao desenvolvimento do turismo rural. Nos três casos, o objetivo primordial do suporte público era atender demandas relacionadas a promoção, treinamento e capacitação, e assistência técnica (WYSS, 2003).

Os registros de início do turismo rural nas Américas, segundo aponta a publicação, podem ser vistos no Quadro 2, indicando tratar-se de uma atividade relativamente nova. Por conseguinte, seria considerado comum que fosse um atrativo secundário.

Isto quer dizer que o turismo rural seria ofertado não como um produto em si mesmo, ou por uma atratividade própria e especial, mas como algo a mais, uma experiência adicional e disponível em alguns lugares próximos ou a caminho do destino ou atrativo de motivação principal do turista.

Quadro 2 – Registros de início do turismo rural nas Américas

PAÍS	INÍCIO DAS ATIVIDADES DE TURISMO RURAL NAS AMÉRICAS
NICARÁGUA	1970
PANAMÁ	1970
ARGENTINA	1973
URUGUAI	1980
BRASIL	1986
MÉXICO	1988
CHILE	1995
PARAGUAI	1997
REPÚBLICA DOMINICANA	1997

Fonte: WYSS, 2003.

Veja-se que, com a criação do MTUR, em 2003, reacendeu-se o interesse nacional pela segmentação e, de modo especial, pelo turismo rural, o que fica registrado com o lançamento das “Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural” (MTUR, 2004).

É o tempo, igualmente, em que aquele segmento turístico é inscrito no PNT 2003-2007 (MTUR, 2007), como possibilidade de contribuição com a diversificação da oferta turística, geração de empregos e renda, incentivo à pluralidade, valorização das peculiaridades locais, estímulo à consolidação de produtos turísticos de qualidade, e interiorização da atividade turística.

Ao apresentar as Diretrizes, o MTUR justifica a importância do turismo rural como um novo segmento que desponta “[...] de forma promissora e com incontestável potencial” no país, embora declare haver necessidade de “[...] ações para a estruturação e a caracterização desse tipo de turismo para que essa tendência não ocorra desordenadamente” (MTUR, 2004, p. 5).

Em curso no país como atividade econômica havia pouco mais de 20 anos, o turismo rural foi indicado como estratégia que poderia complementar a renda de pequenos proprietários rurais, além de contribuir com a valorização da identidade local, e com ações de harmonia e zelo pela natureza.

São as Diretrizes que irão resgatar e dar luz às iniciativas empreendedoras e exitosas havidas no Brasil nos anos 1980, notadamente aquelas de Santa Catarina, do Rio Grande do Sul e do Espírito Santo, reafirmadas como predecessoras do turismo rural. Falam, além disso, da notória ampliação de empreendimentos similares no país consoante interesses diversos, sejam do produtor rural que precisa complementar a sua renda, sejam dos turistas, pelo desejo de terem contato com a natureza, raízes, origens, outras tradições e costumes.

Tal expansão ocorria, no entanto, de modo empírico, e com uma multiplicidade de abordagens que reuniam, muitas vezes, outros segmentos presentes no espaço rural. A motivação, para tanto, ficava por conta da forte comunicação dos benefícios possivelmente advindos do turismo rural, seja para os lugares (diversificação da economia, estabelecimento de pequenos negócios, melhoria de infraestrutura, integração do campo e da cidade, diminuição do êxodo rural, conservação de recursos naturais, promoção da imagem), seja para as pessoas e famílias campesinas (renda extra e complementar, resgate da autoestima, intercâmbio cultural, troca de conhecimentos, melhoria das condições de vida).

Os aspectos centrais a que se refeririam o turismo rural seriam o turismo, o território, a base econômica, os recursos naturais e culturais, e a sociedade, e, assim, aquele segmento mantém, no Brasil, a expressão do conceito apregoado pela EMBRATUR por ocasião da Carta de Santa Maria (MTUR, 2004).

Conforme se inscrevem naquelas Diretrizes, os conceitos de turismo no espaço rural e de turismo rural buscam ser clareados pela ótica de Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (1998), que registram o segundo como um recorte geográfico do primeiro, muito próximo do que havia se dado em experiências anteriores de diversos países, como visto no Capítulo 1 desta pesquisa.

Deste modo, podem ser notados no espaço rural não só o turismo rural, mas o agroturismo, o ecoturismo, o turismo de aventura e o esportivo, sendo ou não essas atividades complementares umas às outras.

Veja-se a Figura 11 nominada pelo Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA Brasil) (2013) como modalidades das atividades de turismo rural.

Figura 11 – Interações entre segmentos no espaço rural



Fonte: IICA Brasil, 2013.

Os estudos do IICA (2013) apresentam, ainda, a concentração do turismo rural no Brasil, apontando as regiões Sul e Sudeste como as que teriam, à época do registro, a maior concentração de turismo rural no país (Figura 12). Os tons *dégradée* indicam, do mais forte para o mais fraco, a maior quantidade de empreendimentos turísticos em cada macrorregião: Região Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Norte e Nordeste.

Figura 12 – Mapeamento do turismo rural no Brasil



Fonte: IICA Brasil, 2013.

Elesbão (2014), contudo, irá dizer que, apesar da confluência de iniciativas empreendedoras no Sul e Sudeste brasileiros, o turismo rural se apresenta em todo o território brasileiro, devendo ser observado em sua diversidade e especificidades locais. Para o autor, não há possibilidade de se pensar em um único modelo que clarifique a constituição e desenvolvimento do segmento em suas múltiplas facetas.

Estão nas “Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural”, como atividades: hospedagem; alimentação; visitas a propriedades rurais; recreação, entretenimento e atividades pedagógicas afins ao contexto rural; mas são englobadas, ainda, “[...] outras atividades praticadas no meio rural, que existam em função do turismo ou que se constituam no motivo da visita” (MTUR, 2004, p. 12), ou seja, um grande leque de possibilidades.

Essas atividades no campo são valorizadas por Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (1998), ainda que não estejam ligadas à dinâmica agrária, e a despeito de ser necessária a distinção conceitual entre o que é ou não atributo do turismo rural. Atividades ligadas a outras modalidades de turismo, em especial, ao ecoturismo, devem ser analisadas, como preconizam os autores, pela dimensão das novas funcionalidades do meio rural, tais como a de ofertar bens e serviços de lazer, oferecer educação ambiental, preocupar-se com a proteção da paisagem, etc. Outras atividades ligadas ao agroturismo, como fazenda-hotel, restaurante típico, venda direta de produtos rurais, artesanato e tudo o que busque a identificação com a vida no campo funcionariam, também, como uma estratégia de diversificação para a complementação de renda das famílias camponesas. O que de fato acontece é a geração de ocupações que suplementam as atividades agrícolas, e que passam a compor o cotidiano de algumas propriedades rurais, em um processo de agregação e de valorização de bens imateriais percebidos como próprios do campo (GRAZIANO; VILARINO; DALE, 1998, p. 119).

Aquelas Diretrizes do MTUR exibem como objetivos: ordenar o segmento rural; estimular a comunicação no setor; promover a articulação de ações intersetoriais; viabilizar incentivos para o fomento da atividade; apoiar ações de comercialização; promover a capacitação; incentivar o envolvimento das comunidades locais; propiciar a melhoria da infraestrutura para o setor.

Para poder cumprir com os mesmos, faz-se necessário atender a sete diretrizes: ordenamento (regulamentação, inventário de oferta, estudos de demanda); informação e comunicação (produção de conhecimento, disseminação de informação); articulação (fortalecimento de fóruns e instituições representativas do setor, acordos e parcerias); incentivo (apoio a empreendedores, captação de recursos, promoção e comercialização de produtos e serviços); capacitação (políticas, programas, planos e projetos para a profissionalização do

setor, apoio a eventos); envolvimento de comunidades (identificação de territórios vocacionados para o segmento, promoção de encontros, planejamento integrado e participativo); infraestrutura (mapeamento de necessidades, identificação de responsabilidades, implantação de melhorias).

Reforçando a relevância do turismo rural nos aspectos social e econômico, o MTUR também editou em 2008, e reeditou em 2010, o caderno de “Orientações Básicas para o Turismo Rural”, frisando a observação de que, no Brasil, esse segmento dependeria de uma atenção maior no que se referiria a aspectos relacionados à infraestrutura, qualificação profissional, regulamentação da atividade, dentre outros.

Aquelas Orientações advertem sobre haver um crescimento desarticulado do turismo rural no país, bem como aponta as imprecisões conceituais que desvalorizam essa atividade e provocam confusão nas relações entre oferta e consumo relativas a esse segmento turístico. A questão insistente é a dificuldade de se referenciar marcos que orientem o planejamento e o fomento do turismo rural na prática.

Procurando avançar na análise conceitual, aquele documento estabelece limites e afinidades entre turismo no espaço rural, turismo rural, agroturismo, e apresenta, além disso, o conceito de turismo rural na agricultura familiar (TRAF). Em face da rede TRAF, e do movimento de revigoração das famílias agricultoras, é registrada, naquele documento, a aproximação do MTUR e do Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA), com vistas à estruturação de roteiros turísticos envolvendo a agricultura familiar, cuja presença é considerada expressiva no campo brasileiro.

Conceitualmente, a rede TRAF pode ser definida como

[...] a atividade turística que ocorre na unidade de produção dos agricultores familiares que mantêm as atividades econômicas típicas da agricultura familiar, dispostos a valorizar, respeitar e compartilhar seu modo de vida, o patrimônio cultural e natural, ofertando produtos e serviços de qualidade e proporcionando bem estar aos envolvidos (GRAZIANO DA SILVA, 1998, p. 14 *apud* MTUR, 2010f, p. 21).

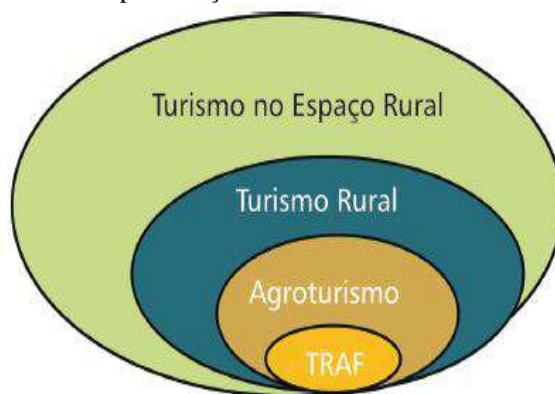
No Brasil, o termo agroturismo é adotado como expressão das primeiras experiências havidas no Espírito Santo e em Santa Catarina, e tem a ver com a apropriação, pelo turismo, da vida na propriedade rural, de suas funções e atividades, ainda que de modo lúdico. Trata-se, então, de uma propriedade rural ativa, que tem no turismo a complementação da renda familiar.

O TRAF quer dizer das atividades agropecuárias da família campestre, distinguindo-se do agroturismo pela participação majoritária da família na gestão e nas atividades rurais que

são desenvolvidas na propriedade (sem que essa supere quatro módulos fiscais<sup>33</sup>), como principal fonte de renda.

Como representado graficamente pelo MTUR (2010), o turismo no espaço rural abrangeria o turismo rural, que abarcaria o agroturismo, que englobaria o TRAF, todos com uma linha de conexão em comum (Figura 13), quer seja, o espaço rural e a atenção com a sustentabilidade, em todos os seus aspectos.

Figura 13 – Representação do turismo rural



Fonte: MTUR, 2010.

Aquele caderno de orientações traz a caracterização do turismo rural a partir de especificidades de: escala; localização; presença de atividades agropecuárias; paisagem; aspectos culturais; diversificação de serviços. Contudo, insiste na fragilidade dos conceitos e na falta de registros e de estudos sobre esse segmento turístico, atribuindo ao mesmo grande informalidade, o que dificultaria conhecer melhor a realidade brasileira. Apesar disso, o documento deixa ver um esforço do MTUR para apreciar o perfil do turista rural, mas, ainda, de modo muito abrangente e pontual, lançando mão de pesquisas gerais sobre o turismo.

Segundo aquela publicação, outros entraves para o turismo rural diriam respeito à falta de marcos regulatórios para o setor, lembrando-se que, naquela época, não havia sido sequer editada a Lei Geral do Turismo.

Sobre a regulamentação, o PNT 2018-2022 (MTUR, 2018) ressalta a importância da Lei nº 13.171, de 21 de outubro de 2015, que incluiu o turismo rural como atividade rural de auxílio à agroeconomia, retirando da informalidade aqueles que assim se mantinham para não serem

<sup>33</sup> De acordo com a Lei 8.629/1993, os imóveis rurais são classificados em relação à área como: minifúndio (área inferior a 1 módulo fiscal); pequena propriedade (1 a 4 módulos fiscais); média propriedade (4 a 15 módulos fiscais); grande propriedade (acima de 15 módulos fiscais). O módulo fiscal varia de acordo com cada município. Disponível em <http://www.incra.gov.br/pt/modulo-fiscal.html>. Acesso em: 12 mai. 2019.



bitributados. Esse PNT também inclui o turismo rural dentre os segmentos que precisam ter a sua estruturação e arranjo melhor monitorados, como estratégia para o desenvolvimento do turismo no país, apontando a necessidade de que se criem indicadores com essa finalidade.

Veja-se que nesse ano de 2020 está em curso e tramitação na Câmara dos Deputados o Projeto de Lei 4032/20, que busca a inclusão do turismo rural entre as atividades rurais passíveis de tributação pelo Imposto de Renda. A proposta é de que o turismo rural atue de modo complementar ou acessório a outras atividades rurais previstas em lei (agricultura e pecuária), de acordo com as definições e limites de participação na receita bruta total estabelecidos em regulamento. Como não há reconhecimento do turismo como atividade econômica nas propriedades rurais, os produtores não podem emitir documentos fiscais exigidos por agências de turismo, nem têm ingresso ao CADASTUR, condição fundamental para acesso a certas linhas de crédito e participação em projetos de divulgação do MTUR.

Sobre o meio rural, aquele caderno relaciona atividades e serviços que podem ser apropriados pelo turismo, desde hospedagem, alimentação, guiamento, transporte, atividades agropecuárias, atividades de transformação, atividades ecoturísticas, de aventura, de pesca, esportivas, pedagógicas, culturais, recreativas, como havia estabelecido nas Diretrizes anteriores para o desenvolvimento do turismo rural (MTUR, 2004).

Quanto às principais motivações para o turismo rural, o caderno de orientações identifica que sejam “[...] a paisagem, a natureza, a cultura, o modo de vida das comunidades tradicionais, os processos produtivos, a proximidade e a hospitalidade” (MTUR, 2010, p. 37).

Por fim, são estabelecidas as bases mínimas para o desenvolvimento do turismo rural, que incluem o mapeamento de recursos, a formação de parcerias, o envolvimento da comunidade local, os incentivos ao fomento do setor, a agregação de atratividade, e a acessibilidade.

Sobre o dinamismo da atividade turística e o problema da sustentabilidade, é importante refletir que aquele documento apresenta dois casos de sucesso no país, sendo um deles o Vale do Café, no Rio de Janeiro. Aquela região é destacada pelo exemplo de seu Conselho Regional, o CONCICLO. Anos depois, em 2019, essa IGR já se encontrava completamente inativa, tendo sido formado outro fórum de representação na região, nominado CITVALE, para cumprir com os requisitos de entrada dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro.

Não se tem notícia de renovação dos marcos e cadernos de segmentação lançados pelo MTUR, que passa a adotar outras estratégias e a priorizar caminhos diferentes no que se refere às políticas públicas de turismo no país, como veremos no depoimento colhido nesta pesquisa para a reflexão sobre o turismo rural.

Como exemplo de iniciativas mais focadas em divulgação, o MTUR lançou, em 2013, “O Brasil que você procura: Turismo Rural” (MTUR, 2013b), material promocional dos seguintes destinos rurais brasileiros: Ilhéus (BA), Cabaceiras (PB), Gravatá (PE), Venda Nova do Imigrante (ES), Vassouras (RJ), Jundiá (SP), Bento Gonçalves (RS), Gramado (RS), Lages (SC), e Santa Rosa de Lima/Acolhida na Colônia (SC).

Também em 2013, o MTUR abraçou o “Projeto Talentos do Brasil Rural: turismo e agricultura familiar a caminho dos mesmos destinos” (MTUR, 2013c), em parceria com o MDA. Para aplicação do projeto foram selecionados 89 núcleos de agricultura familiar, com o objetivo de fornecerem os seus produtos para empreendimentos turísticos das 12 cidades sede da Copa do Mundo 2014. Além do mais, foram criados 24 roteiros turísticos (no entorno das cidades-sede), com a participação de pelo menos 10% de organizações de agricultura familiar. Dentre os roteiros inseridos no projeto está o Circuito Eco-Rural Caminhos do Brejal, no Rio de Janeiro.

Em 2018, o MTUR acenou com a intenção de incentivar o turismo rural, ao acordar cooperação técnica com a Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário (SEAD). A proposta era colaborar com iniciativas de comercialização e promoção de produtos e serviços do setor, com vistas ao fortalecimento da agricultura familiar, responsável por cerca de 38% do valor bruto da produção agropecuária brasileira, e incluía a oferta de hospedagem em propriedades do ramo, a criação de roteiros gastronômicos, e a capacitação de extensionistas rurais<sup>34</sup>.

Em 2020, na semana de comemoração do Dia Mundial do Turismo (27 de setembro), o MTUR assinou acordo de cooperação técnica com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) para o desenvolvimento do turismo rural, com perspectivas especiais em relação às questões trazidas pela COVID-19. O tratado objetiva apoiar o fortalecimento da agricultura familiar no turismo, através da promoção e comercialização de produtos e serviços da agricultura familiar<sup>35</sup>.

Houve também um pacto entre o IICA e a OMT para apoiar tecnicamente o agroturismo e o turismo rural nas Américas, através de acordo publicado na Conferência de Ministros de Agricultura 2019, em San José, Costa Rica. Consta do mesmo a intenção de implementar, com suporte de investimentos financeiros de agências internacionais, projetos de capacitação para

---

<sup>34</sup> Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11584-coopera%C3%A7%C3%A3o-para-fortalecimento-do-turismo-rural.html>. Acesso em: 15 mar. 2020.

<sup>35</sup> Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/13834-minist%C3%A9rios-do-turismo-e-da-agricultura-firmam-acordo-com-foco-no-turismo-rural.html>. Acesso em: 5 out. 2020.

melhor posicionamento de mercado; criação de marcas de destinos de turismo rural; e desenvolvimento e diversificação de produtos e competências digitais. Para selar a ação, a OMT declarou 2020 como o Ano do Turismo e Desenvolvimento Rural<sup>36</sup>.

Com apoio do IICA, previu-se realizar, em outubro/2020, a Conferência de Ministros da Agricultura das Américas, em San José, Costa Rica. O encontro apresenta como objetivo a promoção do debate acerca das fragilidades relativas à segurança alimentar e às migrações maciças. A proposta do Congresso é levar em conta temas relativos à inclusão rural na era digital, equilíbrios entre produtividade e sustentabilidade e a interação entre sanidade, inocuidade e comércio internacional, todos eles essenciais para o setor agropecuário continental.

Outro marco em 2020 foi a realização virtual da Feira de Turismo Rural (RURALTUR)<sup>37</sup>, em sua 16ª edição, evento que busca reconhecer e fomentar o setor, através da Rede Intercontinental de Turismo Rural, formada durante a II Conferência Intercontinental de Turismo Rural (CINTURR), todos celebrando o tema da Organização Mundial do Turismo (OMT) em 2020: Turismo e Desenvolvimento Rural<sup>38</sup>.

Há vários exemplos de esforços e iniciativas concretas de aplicação do turismo rural no Brasil. No entanto, no tocante a políticas públicas, o que se interpreta é que as mudanças na gestão pública do turismo, em âmbito nacional, podem acelerar ou desacelerar processos, continuar ou descontinuar programas, sem que haja métricas que ajudem a analisar o quanto as decisões tomadas ao longo desse percurso foram ou não positivas.

Atualmente, há mais exemplos em andamento e mais benefícios exaltados, do que, propriamente, ações de planejamento, gestão e monitoramento com pesquisas que atendam a séries históricas, apontando resultados concretos. A bem da verdade, as iniciativas empreendedoras em turismo rural, ou associadas a esse segmento turístico, crescem em vetores muito mais orgânicos, do que de modo mediado pelo poder público.

É assim que se vê levantar o sonho de uma vida melhor em estruturas de hotéis-fazenda, hotéis de charme, ranchos e pousadas, fazendas-hotéis, restaurantes típicos, estâncias de criação de pequenos animais, haras, criação de trutas, atividades intensivas de olericultura, floricultura, fruticultura de mesa, piscicultura, pesque pagues, fabricação de cachaças e cervejas artesanais,

---

<sup>36</sup> Disponível em: <https://www.portaldoagronegocio.com.br/ecologia/turismo-rural/noticias/a-organizacao-mundial-do-turismo-e-o-iica-fortalecerao-turismo-rural-na-america-latina-e-no-caribe-189895>. Acesso em: 15 dez. 2019.

<sup>37</sup> Disponível em: <https://ruralturdigital.com.br/>. Acesso em: 11 set. 2020.

<sup>38</sup> Disponível em: <https://www.unwto.org/es/events/dia-mundial-turismo-2020>. Acesso em: 29 set. 2020.

visitas a vinhedos e a cafezais, exposições agropecuárias, festas rurais e rodeios, e tantas outras atividades, serviços, experiências que, em cada canto do país, buscam a estrada segura e distante do profissionalismo, caminhando, ainda e em maioria, à margem do amadorismo, desprovidos de amparo e de orientação.

Os sinais deixados no PNT 2018-2022 apenas confirmam as publicações anteriores do MTUR, no sentido de reconhecerem a importância e a força das ruralidades brasileiras para o turismo, mas não há avanço em relação ao apoio de políticas públicas para reverter essas percepções em desenvolvimento efetivo do turismo rural no país.

Não resta dúvida, contudo, de que há, no Brasil, possibilidades bastante positivas para o fomento do turismo no espaço rural, sendo o turismo rural, para tanto, um braço que pode ser agregador e contribuinte em ações de sustentabilidade e relações sociais mais éticas e justas.

A título de sumário, veja-se o Quadro 3, onde são destacadas algumas das iniciativas do MTUR consideradas importantes para o fomento do turismo rural no país.

Quadro 3 – Política e programas relevantes para o fomento do turismo rural no Brasil (continua)

<b>PRINCIPAIS INICIATIVAS DO MTUR PARA O FOMENTO AO TURISMO RURAL</b>			
<b>1994</b>	Publicação do Manual Operacional do Turismo Rural (EMBRATUR)	Perspectivas de abranger um "turismo diferente, interior, doméstico, integrado, endógeno, alternativo, agroturismo e verde" (GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, 1988)	Vários movimentos: criação da Associação Brasileira de Turismo Rural (ABRATURR)
<b>1998</b>	Carta de Santa Maria, no "I Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável (CITURDES)", em Santa Maria, Rio Grande do Sul	Conclamação para que as instituições governamentais estabelecessem, em parceria com a iniciativa privada, políticas e diretrizes voltadas para o segmento do turismo rural	Conceito de turismo rural levando em conta as atividades turísticas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária e a cultura local
<b>2003</b>	Criação do MTUR	Proposta de descentralização do turismo Término do PNMT Início da construção do PRT	Novo ânimo em relação ao turismo rural no país

Quadro 3 – Política e programas relevantes para o fomento do turismo rural no Brasil (conclusão)

<b>PRINCIPAIS INICIATIVAS DO MTUR PARA O FOMENTO AO TURISMO RURAL</b>			
2003	Plano Nacional do Turismo 2003-2007	Inscrição do turismo rural no Plano Nacional	Contribuição do segmento com a diversificação da oferta turística, geração de empregos e renda, incentivo à pluralidade, valorização das peculiaridades locais, estímulo à consolidação de produtos turísticos de qualidade, e interiorização da atividade turística
2004	“Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural”	Turismo rural como estratégia para complementar a renda de pequenos proprietários rurais, além de contribuir com a valorização da identidade local, e com ações de harmonia e zelo pela natureza	“Necessidade de estruturação e a caracterização desse tipo de turismo para que essa tendência não ocorra desordenadamente” (MTUR, 2004)
2006	Marcos e (9) Cadernos de Segmentação	Estruturação de roteiros turísticos	Cultural, rural, de aventura, ecoturismo, turismo náutico, de pesca, estudos e intercâmbio, negócios e eventos e sol e praia
2008 (2010)	“Orientações Básicas para o Turismo Rural”	<p>O turismo no espaço rural abrangeria o turismo rural, que abarcaria o agroturismo, que englobaria o TRAF</p> <p>Falta de marcos regulatórios do turismo rural</p> <p>Atividades e serviços que podem ser apropriados pelo turismo: hospedagem, alimentação, guiamento, transporte, atividades agropecuárias, atividades de transformação, ecoturísticas, de aventura, de pesca, esportivas, pedagógicas, culturais, recreativas</p>	A linha de conexão em comum é o espaço rural, implícita aqui a atenção com a sustentabilidade, em todos os seus aspectos
2018	Plano Nacional do Turismo 2018-2022	Inclui o turismo rural dentre os segmentos que precisam ter a sua estruturação e arranjo melhor monitorados, como estratégia para o desenvolvimento do turismo no país	Aponta a necessidade de que se criem indicadores de acompanhamento e de resultados

Fonte: A autora, a partir da dados diversos do MTUR, 2020.

#### 2.1.4 Um olhar de dentro para fora

Com vistas a oferecer outro ângulo de exame sobre a atuação do MTUR no que se refere ao turismo rural, bem como sobre o comportamento do segmento ao longo dos últimos tempos, em escala nacional, passa-se à apresentação dos resultados da aplicação de entrevista com um dos protagonistas desta história, Cristiano de Araújo Borges, no papel de coordenador-geral de produtos turísticos daquela instituição. O texto está organizado em forma de depoimento, devidamente revisado pelo entrevistado.

Antes de iniciar, Cristiano ressalta que as opiniões aqui contidas são pessoais, não podendo ser entendidas, necessariamente, como posicionamento do MTUR. Segundo relata, as primeiras iniciativas para desenvolver o turismo rural no Brasil não foram decorrentes de bases de planejamento e de políticas públicas. Nasceram do empreendedorismo de alguns proprietários de fazendas em Lages (Santa Catarina), em meados dos 1980, e de outras iniciativas empreendedoras, como em Venda Nova do Imigrante (Espírito Santo), que fizeram surgir o turismo rural no país. Decorrentes do avanço dessas novas atividades no campo brasileiro, desponta nos anos 1990 um movimento que passa a demandar, de modo crescente, o apoio do setor público ao turismo rural, notadamente da EMBRATUR, de onde se originam as primeiras intenções institucionais em âmbito federal voltadas a fomentar o segmento, extraordinariamente incrementadas quando da criação do MTUR, em 2003.

Na estrutura do novo órgão havia espaço destacado para a segmentação do turismo, e nesta lógica foram definidos 10 segmentos considerados prioritários para o apoio federal, dentre esses, o turismo rural. Há que se levar em conta que, no quadro de colaboradores do MTUR naquela época, havia a atenção especial de uma das lideranças à frente dessa empreitada que valorizava particularmente o turismo rural, o que, de certo modo, contribuiu para que o segmento fosse priorizado na pauta do apoio público. Disto resultaram as publicações Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural (MTUR, 2004) e Turismo Rural: orientações básicas (MTUR, 2008) e as primeiras articulações para a criação de uma rede formada por agentes que atuavam, ou queriam atuar, com o turismo rural no país. Além do interesse crescente de empresários, empreendedores e academia, aumentava também o interesse da mídia pelo turismo rural, ou seja, uma corrente bastante favorável.

Cristiano conta que era outra a estrutura do MTUR, quando se tinha, praticamente, um técnico para cuidar de cada segmento. Isso não acontece mais. Quando se tem essa estrutura, é

evidente, tem-se a possibilidade de maior dedicação e aprofundamento em relação ao conhecimento de cada tema.

Com o enxugamento da máquina pública, identificou-se que não era possível trabalhar daquela forma; não havia condições de se ter um técnico exclusivo para cuidar de cada segmento, sendo necessário ampliar a responsabilidade de cada um para tratar de dois ou três segmentos ao mesmo tempo.

Muda-se, assim, a lógica e passa-se a entender a segmentação como uma estratégia de mercado, com foco no marketing. Há uma revisão sobre o papel do MTUR quanto aos esforços depreendidos. O MTUR tem, de fato, papel fundamental na articulação dos agentes do setor, ligando as pontas da cadeia produtiva, e continua a fazer isso. Muda, no entanto, no que tange a priorizar as demandas originadas da hierarquia superior da própria instituição, e da própria sociedade, sejam associações, entidades, empresas.

Então, até 2009, houve uma forte atuação do MTUR junto ao segmento do turismo rural, com projetos apoiados e convênios firmados. Foram apoiadas iniciativas diversas, tais como turismo equestre, com cavalgadas, e turismo rural na agricultura familiar, em parceria com o então Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA). Depois disso, houve apenas um grande projeto, denominado Talentos do Brasil Rural, também fruto da parceria entre os dois órgãos, finalizado em 2014.

Em 2018, na ocasião da entrevista, Cristiano relatou que não havia nenhum projeto similar em andamento no MTUR. Mencionou, entretanto, acordo de cooperação técnica firmado com a Secretaria Especial da Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário (SEAD), cuja intenção seria apoiar a inserção de produtos da agricultura familiar na cadeia do Turismo, e incentivar o turismo rural estimulando a visitação a empreendimentos rurais.

Conforme relata, sempre houve muitas dificuldades quanto ao MTUR apoiar o turismo rural, em razão das próprias características do segmento propiciar fluxos muito regionais.

Cristiano analisa criticamente a questão conceitual, quando se insiste em organizar “caixinhas” que facilitem o trabalho das instituições públicas quanto ao planejamento, mas que se distanciam da realidade. Segundo observa, o turismo rural provoca deslocamentos de cerca de 150 km de distância, ou seja, envolve, geralmente, turistas originários do entorno do destino.

Segundo relata, há estudos da Fundação Getúlio Vargas (FGV) dos anos 2009 que indicaram a falta de articulação do setor como o maior problema para se desenvolver o turismo rural no país. Ou seja, não haveria uma entidade forte que represente o segmento e que defenda os seus interesses, como há, por exemplo, no segmento de turismo náutico, de cruzeiros

marítimos, no setor de parques temáticos. No caso do turismo rural, ainda que haja reunião em parte do segmento, falta representatividade.

As maiores dificuldades relativas ao segmento, conforme a FGV, referem-se à falta de articulação, e não a infraestrutura. É a articulação que dá surgimento aos roteiros rurais, porque um único empreendimento não é suficiente para suprir, sozinho, todas as necessidades de um turista.

Cristiano relata que, na prática, é cada vez maior a ligação entre determinados segmentos, de tal forma que um turista rural irá querer, também, visitar uma cachoeira, fazer uma trilha, pescar, e mesmo ir para a balada à noite. Possivelmente, as orientações básicas sobre o turismo rural sejam importantes para indicar motivações principais de um perfil de turista que pode, aditivamente, interessar-se por outras experiências que possam implicar na agregação de outros segmentos. Deste modo, embora a principal motivação seja a vivência rural, esse turista poderá querer descansar, estar em contato com a natureza, interagir com a paisagem, qualquer coisa, desde que ele esteja no meio rural.

A conceituação diferenciada do que é turismo rural, turismo no espaço rural, agroturismo, turismo de agricultura familiar, não poderia criar engessamentos. A ideia de se utilizar essas terminologias não é a de determinar o que o turista fará em sua viagem, mas a de caracterizar as atividades oferecidas a ele, ou seja, caracterizar a oferta turística de determinado destino. No seu entendimento, não são os embaraços conceituais que atrapalham o avanço do Turismo rural que, atualmente, encontra-se bem desenvolvido em Porto Alegre (Rio Grande do Sul), por exemplo.

Nesse sentido, o MTUR prevê a necessidade de revisar os cadernos e documentos até então publicados sobre a segmentação do turismo. Contudo, não há, nesse momento, estrutura na instituição para uma execução desse porte. De qualquer modo, é importante frisar que a segmentação é uma referência sobre perfil, mas que não deve ser restritiva, porque não condiz com a realidade. O turista de negócio e eventos, por exemplo, quer ter experiências culturais, o turista cultural pode acabar visitando uma praia, e assim por diante.

Quem pretende empreender ou trabalhar com turismo rural deveria ter essa visão de desconstruir a “caixinha fechada” sobre o que é o segmento. Talvez esse seja papel das instituições públicas, no sentido de colaborar para ampliar essa visão sobre o que são as experiências no campo.

Fato é que o turista cada vez mais quer vivenciar tudo ao mesmo tempo. Nós somos esse turista, diz Cristiano. Então, não há como enquadrar alguém em uma “caixinha”, e essa talvez seja a maior crítica que a Academia faça à segmentação utilizada pelo MTUR, isto é, o fato de



a instituição ter adotado esses conceitos sem deixar claro que se estava buscando, apenas, dar uma ideia sobre o que caracteriza cada segmento. Mas o MTUR acabava de ser criado, e talvez fosse importante fazer isso naquele momento. Era uma passagem do PNMT para o PRT, um momento intenso, de muitas discussões, múltiplos olhares, muitos agentes envolvidos.

Talvez o momento atual seja propício a dar-se um novo salto. As cartilhas elaboradas pelo MTUR, por exemplo, talvez pudessem ser reconsideradas em uma versão adicional, talvez em forma de vídeos; ou mesmo se ter a edição de vídeos curtos, sobre temas pontuais.

Cristiano relata que, por sua formação e experiência, tem proximidade com o turismo rural, o que não, necessariamente, acontece com outros técnicos no MTUR o que, talvez, dificulte discussão mais aprofundada sobre o segmento.

Na época da entrevista a sua Coordenação estava ligada ao Departamento de Marketing, no MTUR. Para cada assunto na instituição há um direcionamento específico, por exemplo, estruturação, qualificação, infraestrutura, evento, turismo responsável. Tudo é compartimentalizado, mais fragmentado.

Por outro lado, Cristiano observa que houve pouco avanço no segmento depois da edição dos cadernos do MTUR com as diretrizes para o segmento rural. Há, ainda, as mesmas dificuldades em relação a ordenamento e regulamentação do setor. Essa é uma das razões para que o MTUR não tenha feito alterações naqueles documentos. De qualquer modo, seria importante atualizar as orientações básicas para os 10 segmentos, de 2009. O mais importante, contudo, seria fazer esse material chegar na ponta, não ficar restrito apenas a poucas pessoas, alterar o tipo de mídia na comunicação desse conteúdo.

Ele lembra que o MTUR houvera realizado, há algum tempo, um curso no formato de educação à distância sobre segmentação do turismo. Mas a instituição não tem mais a mesma estrutura, não teria mais lógica retomar aquelas diretrizes e atuar com bastante cuidado, porque iniciativas abrem novas frentes de demandas que precisam ser atendidas, cria-se muita expectativa, que nem sempre se tem recursos humanos ou financeiros para atender.

Sobre o PRT, Cristiano explica que o programa está bem estruturado, embora não tenha a mesma força de antes. Em 2016, o MTUR passou por uma grande estruturação, e o Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR), aplicado no país desde os anos de 1990 e, portanto, uma marca de peso, assumiu grande relevância, em face de tornar possível investimentos em áreas importantes, mas é um programa harmonizado com a política da regionalização.

Houve necessidade, também, de que o MTUR procurasse fechar algumas pontas que estavam abertas, propostas que estavam descasadas com o momento atual como, por exemplo,

a formação das instâncias de governança, que, de fato, não tinham ocorrido na maior parte dos lugares. É nesse sentido que a existência da IGR e do COMTUR passou a ser exigência para que o município esteja no Mapa do Turismo Brasileiro.

A categorização é criada sob a perspectiva de que reforce a regionalização, para que faça sentido a destinação dos recursos do MTUR, mas, na prática, essa estratégia não se mostrou tão eficiente, por não ter sido compreendida em seu propósito. Entender que os municípios de categoria A serão beneficiados em tudo é um erro. O que deve acontecer é um direcionamento de ações diferente para o município categorizado como A ou como E. Em alguns municípios, ter-se-ia ações de marketing; em outros, ações de sensibilização e de valorização da produção associada; em outros, nenhum tipo de ação porque não seria estratégico, por exemplo. No caso do marketing, há que se examinar, ainda, se serão ações em âmbito nacional, de responsabilidade do MTUR, ou de âmbito regional, de responsabilidade do estado.

Tudo isso decorre de um amadurecimento na política de regionalização, conta Cristiano. O PRT passou por uma avaliação em 2011, quando o MTUR percebeu que não seria coerente insistir em trabalhar a criação de roteiros que, muitas vezes, nem eram comercializados; a criação de roteiros, portanto, caberia à iniciativa privada. Houve esse entendimento, mas isso não foi formalmente comunicado.

Outro equívoco havia sido em relação ao foco exclusivo na região, deixando de lado o município. Havia o processo decorrente do PNMT e o PRT é lançado quase que com a seguinte premissa: deve-se esquecer a lógica da municipalização, porque agora o que importa é a região turística. Mas, na prática, isso não tem importância para o turista. Assim, ele segue para um destino qualquer, um município ou uma região onde estão vários destinos, e isso não faz diferença.

Mas o MTUR delegou aos estados o contato com os municípios, perdeu essa referência. Para alguns, não houve problema em relação a isso, mas em alguns estados a informação sobre os municípios ficou desorganizada, e o MTUR ficou refém quando precisava, por exemplo, fazer uma campanha. Os prazos são sempre exíguos, trata-se de uma oportunidade, e quando o MTUR solicitava informações ao estado, muitas vezes não havia.

A ideia do Salão Nacional do Turismo era, exatamente, ter uma mostra de roteiros que estavam sendo trabalhados na época. Porém, essa estratégia não funcionou totalmente, também por uma questão mercadológica, pois não havia acordos comerciais, não era o papel do MTUR, embora o Salão tenha sido importante para o turismo nacional. Outra compreensão foi sobre as diversas formas que há para se comercializar, seja pela via dos roteiros, dos destinos, dos atrativos.

A categorização surge desse amadurecimento do PRT e a proposta foi construída com a participação dos interlocutores estaduais, levando-se em conta a regionalização. Inicialmente, não houve aceitação plena, mas se chegou à conclusão que essa identificação seria importante para melhor direcionar os recursos aos destinos.

Foi necessário, antes, remodelar o PRT, porque deixou de fazer sentido para o MTUR, por exemplo, a roteirização. Há outras estratégias e, portanto, a segmentação, embora esteja ancorada na regionalização, passa a responder ao marketing, para atender a um direcionamento de mercado.

O MTUR deixou de fazer inventários de oferta turística, uma boa intenção no passado que foi superestimada. Não se tem mais a pretensão de inventariar o Brasil inteiro. Começou-se a observar que há um inventário em cada momento, que as informações ficavam rapidamente desatualizadas e que deixavam de ser úteis, o sistema que iria abrigar essas informações não funcionava. Ademais, não seria esse o papel do MTUR, mas dos municípios, se fossem informações, evidentemente, que servissem para o melhor atendimento ao turista. Não fosse assim, seria um desserviço continuar estimulando essa prática. Atualmente há outros canais e plataformas digitais que oferecem esse tipo de informação, inexistentes na época em que a inventariação do país foi proposta.

Conforme explica Cristiano, as bases do planejamento turístico devem ser, na verdade, bases do município, bases que serão localmente utilizadas. Mostra-se que o inventário é uma ferramenta interessante, mas sobretudo para a identificação do que é potencial, e não necessariamente do que já existe (que deveria estar no sistema da prefeitura local). É preciso ter mais foco em relação ao inventário. No PRODETUR, às vezes essa ferramenta é contemplada para se ter maior conhecimento da oferta turística em relação a aplicação de recursos.

A possibilidade do inventário não está totalmente fechada, mas, nesse momento, não é possível se fazer o mesmo esforço de antes, porque existem outras ferramentas. Um exemplo é o Sistema de Informações sobre Destinos Turísticos (SIDTUR)<sup>39</sup>, que permite a inserção de informações para uso promocional dos destinos.

Cristiano entende que é importante reconhecer qual é o alcance dos fluxos turísticos. Quando se fala do turismo rural, por exemplo, é necessário considerar majoritariamente o fluxo regional. O segmento tem valor e não pode ser desconsiderado, mas cabe ao estado a promoção regional; ao MTUR cabe a promoção nacional. O grande esforço é a identificação.

---

<sup>39</sup> Disponível em <http://sidtur.turismo.gov.br/sidtur/#!/public/consulta-externa>. Acesso em: 20 jul. 2020.

Mas há que se reconhecer que os recursos são escassos. Não é possível ao MTUR fazer a promoção de todos os destinos do país, porque não será eficaz para ninguém. É preciso ter foco, e pode ser pela orientação dos segmentos turísticos ou dos destinos. É mais coerente fazer um esforço de promoção, por exemplo, do Parque Nacional do Itatiaia, do que fazer uma campanha com o mote “Viaje pelo Brasil”.

Segundo Cristiano, a área de produtos turísticos foi criada para dar inteligência ao marketing, de forma associada à estruturação dos destinos. Para tanto, está sendo fortalecida uma base de informações que implica conhecer o perfil do turista, porque é uma Rede de Inteligência de Mercado no Turismo (RIMT)<sup>40</sup>.

Quando se fez, em 2016, o primeiro levantamento com os estados sobre a seleção de destinos para a promoção do MTUR, os resultados foram chocantes, pois descobriu-se que, muitas vezes, a seleção dos destinos era uma preferência pessoal do secretário estadual de turismo, sem que houvesse qualquer critério para essa escolha. O caminho de contribuição do MTUR foi a criação da Rede, porque se não houver o envolvimento de todos os interessados, ficar-se-á restrito à opinião, às vezes particular, apenas do setor público. A rede procura estabelecer um canal direto com outros agentes do turismo, estimula a geração dessa inteligência não só no MTUR, mas na ponta. Se não for o melhor caminho, ao menos há um esforço hercúleo para desconstruir modelos que não funcionam mais.

A categorização veio, de algum modo, dar um passo à frente do Estudo de Competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional (MTUR, 2009)<sup>41</sup>.

Embora não tenha acontecido como o esperado, o PRT ainda tinha os pilares que o sustentavam. A estratégia dos destinos indutores foi importante no momento de sua aplicação, mas já estava esgotada, e um dos erros foi não ter havido destinação de recursos para apoio aos destinos, assim como não refletir depois sobre o que se pretendia fazer com aquelas rotas. Poderiam ter sido implantadas ações de qualificação, de melhoria de infraestrutura, mas tudo ficou muito pulverizado.

---

<sup>40</sup> A RIMT é uma rede criada para o compartilhamento de informações e de experiências, com vistas a compreender o comportamento do mercado do turismo. A rede é coordenada pelo MTUR, EMBRATUR, SEBRAE. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/rede-de-intelig%C3%A2ncia-de-mercado.html>. Acesso em: 20 jul. 2020.

<sup>41</sup> O Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Turismo Regional foi desenvolvido pelo MTUR, em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV) e o SEBRAE, com o objetivo de diagnosticar, segundo 13 dimensões específicas, destinos que eram considerados impulsionadores do turismo regional, propondo soluções de melhoria. No estado do Rio de Janeiro, cinco municípios foram selecionados como indutores: Rio de Janeiro, Angra dos Reis, Paraty, Petrópolis e Armação dos Búzios.

A categorização aponta que nem todos serão protagonistas, e essa é uma grande diferença. Não se pode iludir o município sobre o seu real alcance no turismo. Criar expectativas quando o turista não vai ser alcançado pelo município. Nesse caso, então, não adianta fazer determinados investimentos.

Outra questão relevante refere-se à intermediação de recursos que têm rubricas carimbadas, que resultam de emendas parlamentares e que, nem sempre, são direcionadas para destinos, ações ou obras que teriam maior relevância para serem priorizadas, lembrando que esses recursos compõem a maior possibilidade de investimentos do MTUR. Seria necessário haver regras mais claras sobre isso, como acontece com outros setores.

Cristiano esclarece que, um equívoco, talvez, tenha sido afrouxar, inicialmente, os critérios para a participação de municípios no Mapa do Turismo Brasileiro, quando a ideia era reduzir cada vez mais. Seria importante distinguir aqueles municípios que estão se esforçando para avançar, trabalhando com políticas públicas de desenvolvimento do setor, de tal modo que os recursos fossem direcionados para esses municípios como apoio e incentivo.

É sempre uma escolha do município priorizar ou não o turismo; mas os recursos e a aplicação de programas de desenvolvimento deveriam acompanhar a manifestação ou não desse interesse.

Essa construção precisa ser participativa, inclusive na definição dos critérios, mas a tendência do Mapa é enxugar. Seria mais um avanço que todos os recursos aplicáveis pelo MTUR, inclusive originários de emendas parlamentares, seguissem a mesma programação, porque não faz sentido que o MTUR atue fora do Mapa.

Podem estar no Mapa municípios que não sejam turísticos, mas de apoio ao turismo na região. Mas não cabe mais um trabalho de convencimento e de estímulo para que o município participe do mapa.

Há casos também de municípios absolutamente turísticos que não alcançarão a categoria A, devido às suas particularidades. É o exemplo de Fernando de Noronha, categorizado como B e que, provavelmente, nunca atingiria a categoria A, em razão de suas limitações relativas à hospedagem, e esse é um critério significativo na definição das categorias.

Ser categoria A, portanto, não significa ser melhor, do ponto de vista do turismo, do que a categoria B. Quer dizer, apenas, que o município A é mais beneficiado economicamente pelo turismo, seja porque tem maior fluxo de turistas, ou mais empreendimentos de hospedagem, elemento básico do turismo.

O fato de um município ser categorizado como E, significa que ali não há fluxo de turistas em âmbito internacional ou nacional, não há geração de empregos formais em

hospedagem, e não há empreendimentos nesse setor. Mas mesmo assim o município pode compor o Mapa, porque ele pode ter uma produção associada importante, desempenhar um outro papel no turismo regional. A maior parte dos municípios brasileiros estão na categoria E. O país inteiro está categorizado, até mesmo aquele município que não está no Mapa. É evidente a necessidade de que, de tempos em tempos, haja revisão dos critérios que norteiam a categorização.

A leitura da categorização deveria ser utilizada pelos estados, para compreender, por exemplo, o nível de informalidade do setor nos municípios. Essa informação pode ser solicitada pelos estados. Informação, sem dúvida, é fundamental em processos decisórios e faz toda a diferença para o turismo.

#### 2.1.5 Alguns exemplos de iniciativas brasileiras

Buscando a proposta de desenvolvimento do turismo no espaço rural brasileiro, os Ministérios do Desenvolvimento Agrário e do Turismo uniram esforços e editaram em 2008 um caderno propondo os “Caminhos do Brasil Rural: agricultura familiar, turismo e produtos associados” (MTUR; MDA, 2008). A iniciativa resgatou roteiros exemplares do país, no sentido de serem observadas questões como identidade cultural, valorização da natureza e preocupação com a sustentabilidade, pensando em questões como inclusão e participação das comunidades locais, como mostraram Lima e Marafon (2019).

Tais documentos exibem: a Região Norte, com destaque para a valorização da cultura indígena; a Região Nordeste, com a apresentação do artesanato, danças e festas tradicionais; o Centro-Oeste, através do convívio com o rio e a lida na agricultura das comunidades ribeirinhas; a Região Sudeste, onde é realçada a referência de Venda Nova do Imigrante e Domingos Martins, alguns dos pioneiros nacionais em turismo rural na década de 1980; a Região Sul, com as Encostas da Serra Geral de Santa Catarina, com enfoque na Associação Acolhida na Colônia<sup>42</sup>, da rede francesa Acquiél Païsan, presente em 15 países.

Note-se, ainda, o trabalho sobre o empreendedorismo apresentado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) em áreas rurais no país, em especial a publicação “Retrato do Turismo Rural no Brasil com foco nos pequenos negócios”

---

<sup>42</sup> A Acolhida na Colônia busca valorizar o modo de vida no campo através do agroturismo ecológico (MTUR; MDA, 2008).

(SEBRAE, 2013). Nesse estudo, há a relação de 122 empreendimentos de turismo rural, com concentração maciça na Região Sul do país (55% no Rio Grande do Sul, 24% em Santa Catarina e 18% no Paraná), seguidos da Região Sudeste (8% no Espírito Santo, 8% em São Paulo e 3% no Rio de Janeiro). Conforme mostrado em Lima e Marafon (2019), o estudo apresenta o perfil sumário do empreendedorismo em turismo rural no Brasil (SEBRAE, 2013) e identifica, dentre outras características, a atenção com o meio ambiente e o associativismo.

É relevante o estímulo propiciado pelo SEBRAE em relação à criação de roteiros integrados de turismo no espaço rural em alguns estados brasileiros, com maior ou menor participação dos órgãos estaduais de turismo e de outros parceiros, como os *conventions & visitors bureaux* (CVB)<sup>43</sup>, seja promovendo capacitação para empreendedores rurais, ou mesmo através de iniciativas de sensibilização e mobilização de agentes envolvidos com a atividade turística.

Roque (2013) também apresenta o “Estudo Preliminar da Cadeia Produtiva: Turismo Rural”, do IICA, como pesquisa exploratória da cadeia produtiva do turismo rural no país. Embora não seja definitivo, o trabalho indica que há problemas relativos a falta e dispersão de informações sobre o setor, e mostra uma distribuição irregular da atividade no país. Atesta, desse modo, os resultados trazidos no Retrato do Turismo Rural do SEBRAE, indicativos de que a oferta do turismo rural no Brasil está concentrada na Região Sul, seguida da Região Sudeste.

Aquele estudo relaciona diversas experiências nacionais, evidenciando iniciativas e casos exitosos de empreendimentos em turismo rural, tais como: Lavras do Sul, no Rio Grande do Sul; Lages, em Santa Catarina; Curitiba e Foz do Iguaçu, no Paraná; Carrancas, Maria da Fé, Cruzília, Extrema, Santana dos Montes, em Minas Gerais; São Paulo, Ribeirão Preto, Litoral Norte Paulista, Campinas, Vale do Paraíba, Vale do Ribeira, no estado de São Paulo; Afonso Cláudio, Alfredo Chaves, Conceição do Castelo, Domingos Martins e Venda Nova do Imigrante, no Espírito Santo; a Região do Vale do Paraíba, Nova Friburgo, Petrópolis, no Rio de Janeiro, entre outros municípios e regiões.

Cabe ressaltar que há indicações, em todos os estudos sobre o tema, de iniciativas como as de Vila Nova do Imigrante, no Espírito Santo, e Lages, em Santa Catarina, dentre outras. Como mostram os estudos do MTUR e MDA (2008), Venda Nova do Imigrante e Domingos Martins, na Serra Capixaba, são casos de sucesso e alguns dos pioneiros nacionais em turismo rural na década de 1980. A região foi colonizada por imigrantes italianos e alemães, e é

---

<sup>43</sup> Os CVB são organizações não-governamentais que buscam promover o desenvolvimento econômico e social do destino que representam, incentivando e fomentando a atividade turística.

*benchmarking* em boas práticas no segmento rural, com alternativas de hospedagem, gastronomia e atividades diversas. Igualmente, Roque (2013) ressalta a força do agroturismo e do turismo de natureza no Espírito Santo, informando não só que Domingos Martins e Venda Nova do Imigrante são, de fato, precursores do turismo rural no Brasil, mas que Venda Nova do Imigrante é reconhecida como o “Berço do Agroturismo Nacional”, servindo de modelo para o setor. As ofertas naquele estado valorizam a paisagem e iguarias tradicionais e peculiares, como queijos especiais, embutidos e outros da cultura italiana e alemã, e incluem visitas a áreas de produção orgânica e a estações agroecológicas. Nos estudos apresentados pela autora, Lages, em Santa Catarina, também é considerada pioneira em atividades rurais no país, além de ser conhecida como “Capital Nacional do Turismo Rural”.

Buscando atualizar essas referências, apresenta-se neste estudo depoimentos de agentes que, considera-se, são protagonistas dessas histórias.

#### 2.1.5.1 O exemplo de Lages, em Santa Catarina: como tudo começou

O primeiro relato sobre o exemplo de Lages, em Santa Catarina, é de Sônia Gamborgi, proprietária da Fazenda Pedras Brancas, pioneira do turismo rural no Brasil. Sônia conta que iniciou as suas atividades em 1985. Eis a sua narrativa:

A ideia surgiu para incentivar e diversificar a economia do município que, naquela época, era mantida apenas pela agropecuária e madeireiras. Recebemos o primeiro grupo de turistas provenientes de São Paulo, com destino à Serra Gaúcha. Eles queriam conhecer a comida típica da nossa região e também as apresentações dos Centros de Tradições Gaúchas (CTG) de dança, ver a ordenha de leite e fazer caminhadas até as formações rochosas Pedras Brancas.

Sônia conta que, no final de 1985, atendendo a pedidos, eles passaram a hospedar os visitantes na casa sede da Fazenda. A partir daí, não pararam de crescer. Em 1986, foram construídas quatro cabanas, com capacidade para quatro pessoas cada; ampliaram-se as atividades de lazer com passeios a cavalo, pôneis, charrete, caminhada ecológica, visita a cachoeira e ao açude para pesca, “fogo de chão”<sup>44</sup>, e café colonial. Em 1987, foram construídas mais quatro cabanas e, em 1994, já havia no hotel-fazenda sala de jogos, piscina térmica, sala de ginástica, saunas, 23 apartamentos duplos, sala para reuniões, parque infantil, cancha de

---

<sup>44</sup> O gaúcho campeiro tem, por tradição trazida dos índios, o hábito de se reunir à noite com os amigos, em volta do fogo, feito no chão, para confraternizar, trocar ideias sobre a lida no campo, tomar o chimarrão de forma compartilhada, comer churrasco e contar casos.



futebol e bocha. Depois, foram implantadas atividades de turismo de aventura, como *rappel*, equipamento de escalada, trilhas e pistas de *rally*; em 2008, foi instalada uma tirolesa com mais de 1.200 m de comprimento, anexa ao hotel.

Como Sônia fala, o Hotel-Fazenda Pedras Brancas hoje está totalmente estruturado para receber clientes de todo o Brasil, e também do exterior, oferecendo todo o aconchego que a vida do campo pode proporcionar, sem deixar de lado as facilidades da vida moderna.

Ela conta com carinho que a Fazenda foi fundada, em 1897, pelo seu bisavô italiano, Vicente Gamborgi: “- Herdei de meus avós e de meus pais um lugar que procurei preservar e enaltecer a sua história”.

Mas, com tristeza, descreve que o crescimento do empreendimento trouxe muitas complicações, principalmente, por conta da burocracia:

Tive que contratar funcionários especializados. Por exemplo, houve a exigência de se ter no Hotel um veterinário permanente. Além disso, muitos tributos: ECAD, Conselho de Química, Vigilância Sanitária, Conselho Veterinário, Sindicato dos Empregados Hoteleiros, Bombeiros, IBAMA, Polícia Ambiental... As visitas desses órgãos públicos eram muito constantes e alguns pareciam ter só a intenção de multar por quaisquer irregularidades que achavam...

Sônia fala, ainda, dos problemas trabalhistas, dos empregados que saíam do emprego e moviam reclamações junto ao Ministério do Trabalho que, sempre favorável aos empregados, obrigavam o Hotel ao pagamento de altas indenizações. Ela explica que, diante de tudo isso, e com o cenário atual, tomou uma decisão:

Faz oito meses que arrendei a pousada, pois estou cansada, e meus filhos não querem dar continuidade ao negócio. Daí veio esse vírus COVID-19... Acho que a retomada do turismo no Brasil vai demorar para alavancar. A pandemia fez fechar os hotéis em todo o país, e os funcionários foram mandados embora. Somente de uns quinze dias para cá o Hotel foi reaberto. Mas os turistas não apareceram. Estão com muito receio ainda...

O depoimento de Sônia foi dado em 01/07/2020. Como exemplo precursor do turismo rural no país, pode levar a muitas reflexões.

#### 2.1.5.2 O exemplo de Lages, em Santa Catarina: um pouco mais da história

O segundo relato sobre a experiência de Lages, em Santa Catarina, é de Matias Liz dos Santos, guia de turismo, palestrante, colaborador da Secretaria de Turismo daquele estado há muitos anos, agora aposentado. Um apaixonado e profundo conhecedor da história do lugar,

estritamente relacionada à história do turismo rural no Brasil. Assim ele começa por narrar as suas impressões:

No Brasil, o início do turismo rural, como atividade econômica, está relacionado ao município de Lages, em Santa Catarina, onde teriam surgido, em 1985, as primeiras propriedades rurais abertas à visitação. A partir de então, a atividade começou a ser caracterizada como turismo rural e encarada como oportunidade por seus realizadores, que buscavam alternativas às dificuldades que o setor agropecuário enfrentava naquela época. A partir do final de 1990, os aspectos positivos do turismo rural foram amplamente difundidos no país, fazendo com que um expressivo número de empreendedores de todas as regiões investisse nesse segmento.

Matias conta, com orgulho, que Lages é a capital do turismo rural e que contribui com o segmento por sua relevante herança cultural. Ele informa que a cidade tem pousadas e hotéis rurais, e que tem de tudo para acolher bem os turistas que buscam por um lugar calmo, tranquilo, e vista encantadora. Ali, conforme explica, o turista tem a opção de passear a cavalo, pescar, fazer trilhas, apreciar a gastronomia típica e a cultura local. Ou seja, o turismo rural em Lages, nos dizeres de Matias, tem tudo: infraestrutura e atrações para todas as idades, propiciando entretenimento e conforto.

Matias parece saudosos quando discorre sobre a história do turismo rural em Lages:

A cidade de Lages foi a pioneira no turismo rural como segmento organizado no Brasil quando a Fazenda Pedras Brancas, Fazenda do Barreiro e o Hotel Fazenda Boqueirão começaram a se estruturar para receber visitantes que queriam conhecer a vida do campo. O turista que se hospeda nos hotéis fazenda da Serra pode conhecer um pouco sobre a rotina de uma fazenda, como acompanhar a ordenha das vacas, colher frutas nas árvores e provar uma deliciosa comida caseira feita no fogão de lenha. Ouvir música tradicional numa roda de viola, ouvir “causos” em volta do fogo de chão, passear pelos campos, fazer trilhas, pescar nos açudes, cavalgar são algumas das atividades que as fazendas oferecem. Há, ainda, propriedades que também oferecem cavalgadas e passeios até os cânions.

Segundo Matias, as pessoas têm buscado, cada vez mais, essa modalidade de turismo, que proporciona momentos em meio à natureza, em um ambiente tranquilo, onde se pode descansar e também fazer atividades ao ar livre. Ele narra como tudo teria começado, e como foi positiva a experiência:

O empreendimento pioneiro no turismo rural brasileiro foi o Hotel-Fazenda Pedras Brancas, em 1985, na mesma data do resgate da Festa do Pinhão. A partir de então, as propriedades que passaram a praticar o turismo rural se multiplicaram em todo o território brasileiro, principalmente na região Sul e Sudeste. Hoje em dia, podemos perceber muitos benefícios que o turismo rural trouxe para o país, tais como a diversificação da economia regional, melhoria das condições de vida das famílias rurais, diminuição do êxodo rural, integração do campo com a cidade e resgate da autoestima do homem do campo. Esse intercâmbio cultural entre o homem da cidade e o homem do campo é muito importante, e isso está presente na vestimenta, na maneira de falar, nos conhecimentos próprios.

Ele narra que as fazendas foram se constituindo em pousadas, ao longo do caminho trilhado pelos tropeiros, rumo às feiras de Sorocaba, em São Paulo. A pecuária predominava por vasta extensão de terras, onde homem e o cavalo fizeram história, desde os primórdios, como ensina Matias. Foi o fato de o povo lageano ser hospitaleiro que teria dado surgimento à ideia de abrir as porteiras das fazendas para os turistas conhecerem a lida campeira, e conversar ao redor do fogo de chão. Para Matias, nem sempre o nativo de uma região sabe do seu potencial, do que tem nas mãos.

O Conselho Municipal de Turismo de Lages, embora com o nome de comissão, já havia nascido em 1984, e reunia lideranças de diversos setores. Discutia, entre outras coisas, o que era preciso fazer para que o turista não só fizesse uma rápida parada aqui, mas permanecesse por mais tempo. Lages herdou a cultura do tropeirismo, então aqui era passagem, parada obrigatória dos tropeiros e visitantes. Tanto os viajantes quanto os turistas faziam a mesma coisa: chegavam em Lages, pernoitavam, tomavam café no dia seguinte e saíam em direção às Serras Gaúchas, Gramado, Canela, região do vinho, Bento Gonçalves e Flores da Cunha. Pensava-se, então, no que fazer para que os turistas ficassem um pouco mais na cidade. Matias fazia parte daquele grupo e conta o que pensavam:

A pergunta era: qual é a possibilidade que nós temos aqui em mãos para mostrar o que nós temos de riqueza. Nossa cultura, nosso clima, nossa topografia... Concluímos que poderia ser oferecido ao turista visitar uma fazenda, e fizemos “Um dia na Fazenda”, na Cabanha Joluvant para ver como seria. Levar o turista para ordenhar a vaca, tirar o leite do camargo na hora, tomar o leite com conhaque e mel, várias opções... E as outras opções que a fazenda podia ofertar: caminhadas, cavalgadas, tosquia, doma... O problema era que, para acontecer, tínhamos que ter certa quantidade de turistas, não poderia ser feito com dois turistas... Tinha que ser grupos, uma coisa coletiva. Então, fizemos pesquisa para saber a origem dos maiores frequentadores da nossa região, e constatou-se que vinham do Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Mato Grosso, e a maior parte era do interior de São Paulo, Campinas, Jundiaí, Ribeirão Preto. E assim, nos preparamos para fazer o primeiro *famtour* em Lages, com as agências de viagem daquelas regiões. E a imprensa tirou fotos, foram feitos comentários sobre a viabilidade daquilo acontecer, se se buscar as pessoas nos hotéis, os turistas, e levar para uma fazenda, oferecer cavalgada... Depois dessa primeira experiência com o *famtour*, o resultado foi quase que imediato!

Matias conta que alguns fazendeiros não aceitaram a proposta, porque o turista poderia espantar o gado, as ovelhas, os animais. Mas o senhor Milton Gamborgi gostou da ideia. E conta a experiência:

Era outono, quase início de inverno... O proprietário, então, gentilmente mostrou como era feita a vacinação, a castração, a doma e a tosquia das ovelhas. Ofereceu aperitivos, que era costume nas fazendas, e tira-gostos, costeleta de ovelha assada na brasa e algumas bebidas tradicionais da região, aguardente de frutas silvestres curtidas, uma espécie de licor e o chimarrão, que não poderia faltar, porque faz parte da nossa cultura e tradição. Antes de tudo, foi oferecido um camargo, café bem forte e bem quente, adoçado a gosto. Eles viram a ordenha sendo feita na hora. E o camargo servido com o leite tirado na hora, servido bem quente, que fica bem espumoso. Lá

pelo meio-dia eles ofereceram uma ovelha assada, pernil, churrasco frescal, ou seja, carne curtida ou curada chamada serenada na sombra, salgada com sal grosso deixado algum tempo numa salmoura em vasilha de madeira chamada gamela, que é pendurada na sombra. Aí ela apanha vento e sereno, mas não pode apanhar chuva. Muito saborosa! “Um Domingo na Fazenda”! – esse era o evento.

É notável a memória de Matias e o encantamento que tem por Lages é contagiante e faz viajar quando se escuta:

Era época do pinhão. O pinhão é debulhado da pinha e depois o procedimento é a sapecada de pinhão. O que é a sapecada? Junta-se as folhas secas da araucária (grimpa), cata-se o pinhão que foi debulhado pelo vento e papagaios, e ateia-se fogo. É a maneira mais antiga e rudimentar de se consumir o pinhão, uma tradição herdada dos índios da região, os Kaingangs e Xoklengs. Os índios faziam a sapecada de pinhão na grimpa, com carne de caça ou peixe socada em pilão de pedra (conhecida hoje como paçoca de pinhão), e serviam em comemorações de bodas na tribo, como nós servimos o bolo do casamento. Então, fizeram sapecada da semente da Araucária. A experiência incluiu cavalgada e caminhada pelas Pedras Brancas, e o próprio proprietário serviu de guia. Depois foi o almoço, camargo, chimarrão. Depois da sapecada, visita à granja de leite e o campeiro, café colonial. Fomos procurando associar a nossa tradição, indumentária, gastronomia, a riqueza da nossa cultura, as raízes do tropeirismo, do campeirismo, para oferecer ao turista.

Os resultados disso? Matias conta a experiência da Fazenda Pedras Brancas, envolvida com o projeto. Certo dia, ele conta, chegou um ônibus lotado de turistas na cidade. Eles tinham viajado a noite inteira vindos de São Paulo. Chegaram pela manhã, tomaram um banho no hotel, mas estavam afoitos para ir à Fazenda conhecer essa nova modalidade de turismo que estava sendo oferecida. Matias fala da expectativa dos visitantes:

Nem descansaram! Tive o prazer de acompanhá-los e fui dando uma de guia de turismo (porque já estava no meu sangue), explicando tudo sobre o nosso clima, extensão territorial, contando a história de Lages, nossa cultura, clima, tudo, até chegar na fazenda. Fomos recepcionados pela Sônia e o Júlio, os donos da Fazenda vestidos a caráter, de bombacha pilchados, e com uma cuia de chimarrão para ser oferecido já na porta do ônibus, como parte do nossos usos, costumes e cultura. E na medida em que o pessoal ia descendo do ônibus, indicávamos para onde deveriam se dirigir, que seria para a ordenha no galpão. Eles chegavam e as vacas já estavam prontas para serem ordenhadas. E o capataz e a esposa, preparados, ensinando a cada um deles como se ordenhava uma vaca, como se tirava o leite. Retiravam o leite para ser colocado no camargo. Uma garrafa com café bem quente, com conhaque e mel. Cada um tinha a oportunidade de ordenhar uma vaca e tirar o seu próprio leite. Todos experimentaram... Depois fomos até um pátio debaixo de umas árvores de álamo, e tomamos o nosso café campeiro, colonial, servido em mesas de madeira bruta forradas com papel pardo. Café campeiro, com vários tipos de doces, mel, todas as guloseimas que você pode encontrar numa fazenda, biscoitos de polvilho, cucas, pão de forma, pão de milho, bolachas caseiras, giros de abóbora, mel de campeiro, mel de bracinga, bolinho de sonho, mexido de feijão ou revirado de feijão, coisa bem forte. A fazenda estava se preparando, ainda, para fazer essa modalidade de turismo, e para a próxima atividade, não tínhamos cavalos suficientes. Havia cinco cavalos apenas. Então, alguns foram a cavalo, e outros a pé, seguindo o guia Matias. E como o nome da Fazenda era Pedras Brancas, nós fomos até as formações rochosas que davam nome à Fazenda, formações rochosas de pedra muito parecidas com as de Vila Velha no Paraná, em Ponta Grossa. Mas cada um que olhava para as pedras podia identificar a semelhança de animal. E nós incentivávamos isso, a imaginação de cada um: olha o urso em pé naquela pedra!! São pedras de arenito, formações vulcânicas que estão lá

na Fazenda para qualquer um fazer uma bela caminhada que dura em média 20 minutos a pé...

Matias conta também sobre a Fazenda da Ronda, com gado premiado nacional e internacionalmente. O proprietário, além de pecuarista, é um dos maiores leiloeiros de animais em feiras, ganhador de muitos prêmios com a raça de gado charolês. Com o aumento do fluxo de turistas, houve a abertura da Fazenda da Ronda “Dois”, localizada às margens do rio Vacas Gordas, com restaurante que servia comidas tradicionais, bem campeira, e recebia ônibus de turistas de várias agências.

Ele fala, também, da Fazenda Dourado, famosa pelos chás, bolachas, doces caseiros, gila... A Fazenda oferecia cabanas simples e aconchegantes para hospedagem, caminhadas a cavalo, e estava próxima a construções seculares que remontam à fundação da primeira Vila em Lages.

Outra fazenda citada por Matias é a Refúgio do Lago, próxima da Fazenda Pioneira, de um político influente da região e madeireiro de grande laminadora. A Fazenda tinha uma olaria nos anos 1940 para a fabricação de tijolos e telhas, e hoje está aberta à visitação pública e de escolas. Eles têm também o Refúgio dos Lagos, com um portal no aglomerado de araucária onde se faz cavalgada e caminhada, comidas típicas e eventos com o tema rural, e o arrancadão (com carros e caminhões).

Fazenda do Barreiro, Fazenda Aza Verde (o "z" de “Aza” compunha uma história que era contada aos visitantes), Fazenda Boqueirão (hoje Hotel-Fazenda Boqueirão), Fazenda Ciclone, Fazenda Dourado, Fazenda Siriema, Pousada Gralha Azul, Fazenda dos Camargos, Fazenda Refúgio do Lago, Chácara Bom Jesus, Fazendas na Coxilha Rica, e mais eventos, atividades de Turismo Equestre... Muitas dessas fazendas são centenárias, diz Matias, fizeram parte da história de Lages, deram muito apoio aos tropeiros e viajantes, tinham atividade normal de pecuária, e se integraram no turismo.

Ele lembra, também, que o SESC comprou uma fazenda em Lages e montou ali a Pousada Rural, muito conhecida no Brasil, mais moderna, mas com atividades campeiras. E a Fazenda Schumacher, em uma localidade de índios, com belos apartamentos e com culinária internacional, cujo carro-chefe é a truta. E prossegue a narrativa:

Há muitas fazendas. E tenho muito orgulho como lageano, do que temos aqui. Além de tudo, nós temos uma das maiores festas populares e tradicionais, que incorporou a festa de campo das Lages, que era bienal: a festa Nacional do Pinhão, que acontece entre os meses de maio e junho, na plena safra do pinhão. Nesse ano a festa precisou ser adiada por conta da pandemia, mas é uma festa das mais tradicionais e gastronômicas da região. Tudo o que você imaginar de pratos feitos à base de pinhão, prato salgado, doce, quente, frio, licores, nós oferecemos nessa festa. Então, o convite

que eu faço para você, se Deus permitir, que no ano que vem você possa comparecer na nossa Festa Nacional do Pinhão.

Vendo-se as imagens do lugar e depois de ouvir as narrativas encantadoras de quem viveu parte importante da trajetória do turismo rural no Brasil, não só se tem despertada a motivação para acompanhar a Festa Nacional do Pinhão em 2021, como cabe atentar para os ensinamentos contidos nas entrelinhas e nas linhas dessa história.

### 2.1.5.3 O exemplo de Venda Nova do Imigrante, no Espírito Santo

Para narrar a experiência de Venda Nova do Imigrante (ES), contamos com Leandro Carnielli, sócio da Fazenda Carnielli e um dos principais protagonistas da história que permanece viva na região. A entrevista foi apoiada, ainda, por artigo disponibilizado por Carnielli e de autoria do mesmo.

Iniciando a conversa, ele comenta as restrições e dificuldades provocadas pela pandemia e ressalta: “A minha salvação é que eu estou no meio rural. No meio rural, tudo fica bom, é mais fácil... Não fico preso dentro de casa. Estou aqui na roça. Não posso ir para a cidade, mas na roça eu posso fazer tudo”. E continua, com orgulho: “Eu já desafiei muita gente: eu moro no melhor lugar do mundo!”.

Foi em 1888 que os irmãos Domenico e Giovanni, filhos de Francesco Carnielli, migraram de Conegliano, Vêneto, província de Treviso, Itália, para o Brasil, em busca de melhores oportunidades. Trabalharam na construção da estrada de ferro e ganharam o direito de cultivar uma propriedade de cinco alqueires. Em 1921, compram terras ditas mais férteis em Venda Nova, localidade de Sapucaia, Espírito Santo, e a família abre campos de pastagens e plantações de café, milho, feijão, arroz e cana-de-açúcar, e ainda criam porcos, galinhas e gado bovino para ter a carne, o leite e o queijo. Carnielli relata o início da atividade em Venda Nova:

Quando nós abrimos a primeira propriedade, queríamos sair da monocultura, do cafezal, e buscar outras fontes de renda. Optamos por transformar aquilo que a gente produzia. Eu tinha um irmão formado em Agronomia, mas queríamos mudar para gerar novos empregos para a família. Pensávamos: vai ter mais crise do café no futuro, porque já passamos por várias. A gente estava prevendo o que está acontecendo hoje...

Ele conta que, naquele momento, não sabiam ao certo o que iria acontecer, no que se transformaria a propriedade. Resolveram, então, investir em gado holandês, com maior

produtividade leiteira, e profissionalizaram o manejo agrícola. Uma escolha radical para a época, e determinante para o que viria depois.

Inicialmente, os animais diferentes eram atrativos. Os vizinhos ficavam curiosos e iam visitar a propriedade para verem a novidade. As mudanças no cotidiano rural animavam a todos. E assim, um vizinho contava para o outro, que contava para o outro, e outras pessoas ficavam sabendo e queriam conhecer também...

Uma dificuldade, conta Carnielli, é que as pessoas chegavam na propriedade e não queriam ir mais embora, e “a gente precisava trabalhar...”, diz ele. Carnielli comenta que, inicialmente, eles se sentiam perturbados, mas reconhece que essas mesmas pessoas se tornaram os principais clientes do seu negócio. Ele diz que o incômodo, na verdade, era por conta de eles estarem acostumados a um outro ritmo de vida, que “era só produzir, trabalhar, não dar explicação para ninguém”. Mas no momento em que se abre a propriedade à visitação, tudo se multiplica rapidamente, o interesse pela roça cresce...

Carnielli relata que, na verdade, já havia o costume de se receber visitas na roça, pessoas que iam buscar frutas e verduras. Ele ri e comenta que eles eram tão “caipiras”, que ajudavam a encher os carros com os produtos pelos quais ninguém pagava, e ainda agradeciam...

Mas o que começava a acontecer ali era diferente. O gado dócil e bem tratado, a produção de queijos e o manejo agrícola eram um atrativo especial. As pessoas queriam conhecer o curral, ver o processo de fabricação de queijos, experimentar o queijo, ficar conversando. E eles pensavam: “se demorarem muito aqui, não vai sobrar queijo...”

Carnielli conta que, aos poucos, ele e a família foram entendendo que o jeito simples e o modo como recebiam as pessoas agradavam.

Nos anos 1992, eles começaram a ter o apoio do SEBRAE e Venda Nova do Imigrante começou a ganhar tons mais profissionais. A partir de então, foram muitos cursos de capacitação, visitas técnicas, benchmarking vendo outras experiências.

No Brasil, havia o caso de Lages, no Rio Grande do Sul, que Carnielli pontua ser diferente da experiência que estavam vivendo no Espírito Santo. Ele narra que, em Lages, as pousadas rurais tinham papel marcante. Algumas propriedades buscavam complementar a atividade agrícola que passava por dificuldades e tinham sido transformadas em hospedagem. Associavam a estada a vivências, por exemplo, com a com os animais e a culinária de fogo de chão, tradição dos tropeiros, condutores de tropas de gado no século XVII, que ganharam evidência na Região Sul do país.

Lages e Venda Nova começam a se interessar pelo turismo mais ou menos na mesma época, embora tenham tomado rumos diversos. Carnielli fala que, em Venda Nova já havia uma

rede de hospedagem estabelecida; as pousadas se expandiam na região. O que ocorria, então, era a seguinte questão: “como podemos fazer parte de tudo isso? De que modo podemos colaborar com esse processo?”

As propriedades começaram a ser abertas à visitação e recebiam as pessoas que estavam hospedadas na região, principalmente em Pedra Azul, distrito de Domingos Martins, e depois em Venda Nova.

Ele conta que tudo se propagou muito rapidamente, e que a imprensa foi primordial para a rápida propagação das iniciativas empreendedoras da família. Mas Carnielli diz que não tiveram pressa; pouco a pouco, observavam o comportamento de cada visitante, procurando entender o que queriam e esperavam da propriedade.

Quem visitava a propriedade começou a perguntar: só tem queijo para vender? E assim surgiram outras ideias, café, fubá, doces e biscoitos, e o que não tinha em casa vinha de outras propriedades. Foi o início para se criar um roteiro que acabou virando atração turística.

Ele diz ter recebido muitas críticas no início, pessoas que queriam conceituar e que diziam que turismo rural não era o que estavam praticando. Falavam: “Ora, você está atraindo pessoas que estão hospedadas no hotel... Isso não é turismo rural!” Ao que ele ponderava: “Mas eu não quero saber se é turismo rural ... Quero saber se o produtor vai ganhar dinheiro com esse negócio!” Carnielli diz que, no Brasil, há especialistas em fazer leis, mas falta um sentido prático para as mesmas. Ele critica: “Copiamos modelos europeus; e quem nada faz, atrapalha...”.

Para ele, no Espírito Santo, desde o início, o que se realiza é o agroturismo. Foi por esse caminho que se aproximaram do MTUR e identificaram o caso de Lages com a Itália, com algumas diferenças, já que tinham foco na transformação e venda de produtos. Isso era diferente do que tinha de imaginário sobre o turismo rural: “um casal, uma charrete, um restaurante, e uma pousada...”. No caso de Venda Nova, eles se dedicavam a melhorar cada vez mais os produtos que comercializavam.

Outro ponto importante que menciona é que não havia concorrência: “Aqui, cada propriedade faz uma coisa, ninguém é concorrente... E devagar, sem ficar brigando, cada um foi crescendo...”. E conclui: “Isso é a produção associada de que fala o MTUR”. O segredo é que cada um aproveita o que já faz, naturalmente, para o turismo. E estimulam outras pessoas a fazerem o mesmo, ou “quem quiser entrar”, como diz Carnielli. Então, o turista visita uma propriedade e encontra à venda produtos da região.

Para ele, o grande diferencial trazido pelo agroturismo teria sido a aposta em tecnologia de ponta:



O turista no início queria muito ver processo de produção, o negócio... isso ainda é interessante? É. Mas o que ele queria mesmo era um produto final de alta qualidade, que ele pudesse provar e levar para casa. O turismo de contemplação é ótimo, mas quem está para abrir hoje o seu negócio, precisa pensar diferente! No agroturismo, é preciso ter a produção, ter o processo produtivo na propriedade.

É preciso ter foco, diz Carnielli. É preciso se capacitar, preparar-se para receber as pessoas, oferecer produtos de alta qualidade, e essa exigência aumenta a cada dia.

Venda Nova se tornou um exemplo que foi muito divulgado pelos meios de comunicação, “mas nunca divulgavam o que não existia”, diz Carnielli, o foi excelente para a imagem do destino.

Ele conta sobre a criação, em 1993, da Associação de Desenvolvimento do Agroturismo (AGROTUR), que envolvia as propriedades de Venda Nova, e que ainda existe.

Carnielli fala também da Associação Brasileira de Turismo do Espírito Santo (AGROTURES), criada em 2004, segundo informa, como um braço estadual da ABRATURR, cuja atuação atual seria apenas de cunho político. Ele lamenta que a motivação para a criação dessas associações tenha se desvirtuado. Carneilli informa, no início, a associação funcionou, ele chegou a ser presidente da AGROTURES. Mas, atualmente, a instituição que melhor representa a região das Montanhas Capixabas, onde se insere Venda Nova, é o *convention bureau*, que é uma instituição profissional.

Carnielli comenta as dificuldades que passaram e o quanto o Governo, que deveria ajudar, às vezes, atrapalhava. Um exemplo diz respeito à transformação de produtos, porque antes não era permitido aos produtores emitir nota fiscal de suas mercadorias, a menos que constituíssem uma microempresa. Então, produtor rural só podia produzir, não podia transformar o que produzia. Por tantas dificuldades, muita gente desiste.

Surgia uma grande oportunidade, porque não só os turistas, mas o comércio, de modo geral, começou a solicitar os produtos pela qualidade dos mesmos e porque gostavam do projeto. Mas a legalidade era um problema. O discurso dos políticos era de que o agroturismo era formidável, mas na prática não tinha solução. Começamos a brigar por isso, até que conseguimos que os municípios tivessem selo de inspeção, garantindo a venda dos produtos do agroturismo. Mas nem todos os produtos foram contemplados, ainda. Tem diferença entre os estados. Não é uma solução nacional, nem para todos os produtos.

Em 2004, a ABRATURR realizou a primeira feira nacional, organizada pela Associação Brasileira de Turismo Rural (ABRATURR), e havia, naquela época, 13 associações estaduais.

Para Carnielli, é muito difícil formar e manter as redes. As pessoas acabam sendo concorrentes, e isso estraga tudo. Ele diz que os problemas no setor vêm de cima para baixo, e

que tem muita gente que parece ter “caído de paraquedas”. Falta parceria, e foi essa união profissional que fez a diferença nas Montanhas Capixabas.

Carnielli também examina o cuidado que se deva ter com as visitas feitas por certos agentes, porque só irão levar o turista na propriedade que pagou por isso. E querem que cada produtor fale um pouco da propriedade. Ele conta: “Aí, as pessoas já me falaram: Deus que me livre! Naquela propriedade, você precisa ficar escutando a pessoas falar, falar... E eu não quero ficar ouvindo aquilo, não!”. E conclui: “É a espontaneidade que sempre funciona melhor...”.

“Tudo são parcerias”, diz Carnielli! E as agências também começaram a aprender. Antes, eles queriam fazer um roteiro passando em cinco, seis propriedades por dia: “Não funciona”, fala Carnielli. “Você só consegue passar, no máximo, em três propriedades...”.

Ele fala do poder das feiras também. Conta que há seis anos participa da Feira de Gramado com o estado, porque acredita na captação de turistas a partir desses eventos. E isso tem dado certo. Mas ele conta que, no primeiro ano que foi, a organização colocou amendoim de tira gosto para servir no estande. “Não faz sentido”, diz ele. “Isso não tem nada a ver com a gente...”.

É preciso ter profissionalismo, reforça Carnielli. O produtor rural, o empreendedor, precisam participar, precisam se preparar. A menos que escolham ficar limitados. Mas não podem reclamar de falta de ajuda, e isso acontece muito.

Ele ressalta, ainda, que o poder público pode ajudar com a organização. Mas é preciso que o setor privado demonstre seriedade. Como diz Carnielli, “projeto bom, ninguém recusa! E não dá para acreditar que Papai Noel existe...”.

Carnielli termina a sua reflexão referindo-se ao coronavírus como um grande desafio e ensina que a solução é esperar. Ele não está com tantos problemas em relação à venda de seus produtos, mas muitos estão enfrentando dificuldades, como os meios de hospedagem, em virtude de eventos cancelados.

Ele fala da importância do agroturismo para a geração de empregos e valorização da mulher no trabalho com a lida do campo, e deixa sinalizados caminhos para desenvolver o turismo rural no estado do Rio de Janeiro:

É preciso ter pessoas com visão fora da política e, no que for importante, fazer as alianças necessárias com eles (os produtores e empresários não podem ficar dependentes disso, e precisam saber que nada cai do céu); é preciso ter pessoas com capacidade de liderança (precisamos deixar a visão antiga e sair da casca do ovo); é preciso buscar a tecnologia de ponta para os produtos, e isso é fundamental no turismo (a história é velha, é para ser mantida, mas o produto precisa ser novo).

Lições a serem aprendidas com quem as escreve há muito tempo.

## 2.2 Panorama do turismo rural no estado do Rio de Janeiro

Sobre a fundação deste trabalho, que é o enredo do turismo no campo brasileiro, arquiteta-se aqui o mapeamento do turismo rural no estado do Rio de Janeiro, a partir de alguns alicerces considerados basilares.

De início, cabe compreender a lógica da organização territorial do turismo fluminense, e atualizar informações relativas à mesma, notadamente marcada pela representação das regiões turísticas.

Busca-se, nesta sequência, a apresentação do modelo de gestão do turismo no estado, assim como os principais programas de fomento ao setor e também de apoio ao desenvolvimento do turismo rural.

Tais registros servirão para dar base aos resultados da pesquisa que orientou este trabalho, bem como às posteriores reflexões decorrentes dos mesmos.

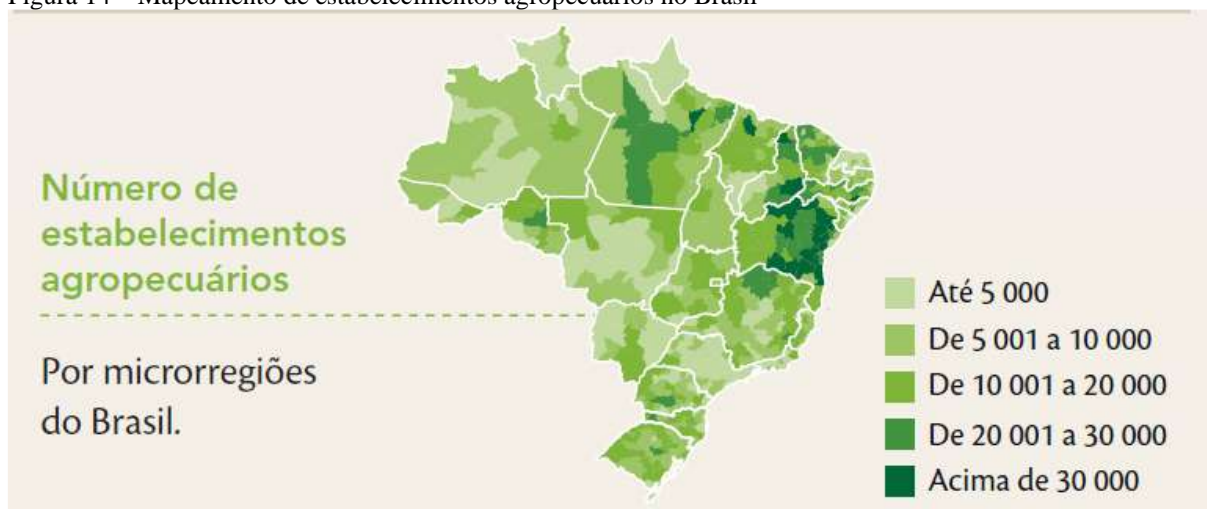
### 2.2.1 O campo fluminense

Antes de buscar uma conexão entre as ruralidades presentes no país e as possibilidades do turismo de serem intervenientes junto àquelas, cabe apresentar um retrato sumário do Censo Agro 2017 (IBGE, 2019) no estado do Rio de Janeiro.

O Censo Agro 2017 no território fluminense apresenta a agricultura familiar, a quem interessa, particularmente, o turismo rural, com características distintas, sobressaindo-se o fato de que a agropecuária é a principal fonte geradora de renda familiar.

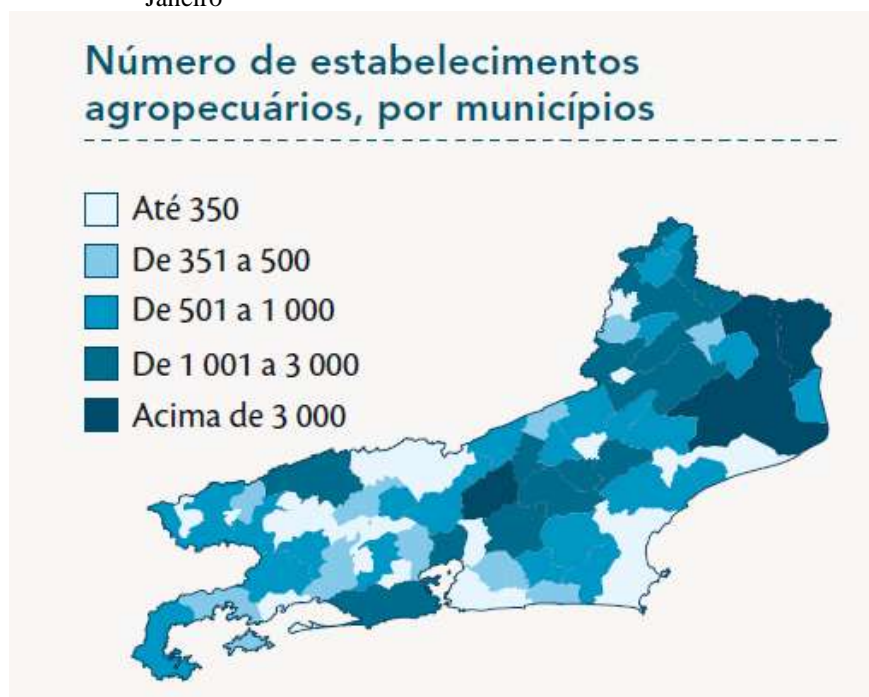
Em relação aos números do país e, de modo geral, o campo fluminense não se destaca, seja pelos aspectos de geração de emprego, áreas plantadas, taxas de produção e quantidade colhida. Isto pode ser ilustrado, por exemplo, com os mapas trazidos do Censo Agro 2017, comparativamente, do Brasil e do estado do Rio de Janeiro (Figuras 14 e 15). Do mesmo modo, o Rio de Janeiro tem 161 mil pessoas ocupadas em atividades agropecuárias, em vista de 15,1 milhões em todo o país (IBGE, 2019).

Figura 14 – Mapeamento de estabelecimentos agropecuários no Brasil



Fonte: IBGE, 2019.

Figura 15 – Mapeamento de estabelecimentos agropecuários no estado do Rio de Janeiro



Fonte: IBGE, 2019.

Contudo, Ribeiro (2002) chama a atenção para que esse quadro não seja traduzido de modo a reduzir as atividades agrárias no estado, em face de sua real importância. O autor examina os contrastes presentes no território fluminense e que, de um lado e na sua maior parte, resultam da herança de uma agropecuária tradicional, e de outro lado, refletem a modernidade e a inserção, no território, de novas técnicas e funções. Ribeiro (2002) apresenta, como exemplos, o cultivo da cana-de-açúcar, contraposto à horticultura, fruticultura e olericultura.

Os últimos dados apresentados pelo Censo Agro 2017 (IBGE, 2019) exemplificam a produção do território fluminense em relação a: lavoura temporária, com 4,5 mil estabelecimentos agropecuários de produção de cana-de-açúcar, totalizando 1,7 milhão de toneladas; e 125 mil toneladas de mandioca produzida, em 10,6 mil estabelecimentos agropecuários; lavoura permanente, com a presença de 1,6 mil estabelecimentos e produção de 26,5 mil toneladas de laranja; e 1,8 estabelecimentos com produção de 18 milhões de pés de café colhidos, com destaque para café arábica (9,6 toneladas) e café canephora (94,5 toneladas).

É válido observar que há hoje, no estado, projetos apoiados pelo SEBRAE e pela Secretaria de Estado de Agricultura para o cultivo de cafés especiais, evidenciando-se as regiões turísticas Águas do Noroeste e Vale do Café, com apropriação pelo turismo, no último caso, associada esta aos hotéis-fazenda que têm proeminência histórico-cultural naquela região (Figura 16).

Na pecuária, o Censo Agro 2017 (IBGE, 2019) apresenta os seguintes destaques: dois milhões de bovinos, com produção de 512 milhões de litros de leite; e 11 milhões de cabeças de aves (galinhas, galos, frangas e frangos), com produção de 13 milhões de dúzias de ovos.

Figura 16 – Produção de cafés especiais na Fazenda Florença, no Vale do Café



Fonte: A autora, 2018.

Na pecuária, o Censo Agro 2017 (IBGE, 2019) apresenta os seguintes destaques: dois milhões de bovinos, com produção de 512 milhões de litros de leite; e 11 milhões de cabeças de aves (galinhas, galos, frangas e frangos), com produção de 13 milhões de dúzias de ovos.

Marafon (2012) ressalta a relevância do estado do Rio de Janeiro como produtor de leite e também de pescado. O autor analisa outros aspectos fundamentais para a compreensão da manifestação do turismo no território fluminense, como a mudança demográfica a partir dos

anos 1990 e que teria provocado um crescimento das cidades com média concentração, sem implicar em grande convergência da população nas cidades menores do interior.

Outro apontamento de Marafon (2012, p. 134) é sobre o crescimento da oferta, no interior fluminense, de certos produtos agropecuários, alguns com mercados bastante especializados (orgânicos, ervas-finas, leite de cabra, trutas, entre outros) e que vêm interessando ao turismo, além de se observar o aumento crescente de pousadas, *spas*, hotéis-fazenda e outros tipos de hospedaria no espaço rural fluminense.

Em relação à agricultura familiar, Marafon (2012) sinaliza a crise enfrentada nesse setor, principalmente, por não haver continuidade e efetividade de políticas públicas que apoiem essas iniciativas. O autor explica que hoje há, no estado, grande número de pequenos proprietários rurais com pouco poder de investimento, buscando-se, cada vez mais, a pluriatividade como possibilidade de melhoria da renda familiar. Ao mesmo tempo, Marafon (2012) indica que pode ser percebida certa resistência em relação ao turismo, como uma alternativa no campo, não só pelos pequenos proprietários rurais, mas também pelos proprietários de fazendas que ainda são produtivas, ainda que as suas escalas sejam tímidas.

Para traçar um panorama do perfil do campo fluminense, apresentam-se alguns dados levantados pelo Censo Agro 2017 (IBGE, 2019)<sup>45</sup> como segue.

Conforme se vê naquele relatório, tanto em relação à quantidade, quanto à área dos estabelecimentos, a maioria dos produtores, em termos de condição legal, são proprietários individuais (cerca de 84%), de modo geral, proprietários ou coproprietários de terras tituladas coletivamente. A maioria que buscou, não obteve financiamento, tendo sido o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) o principal programa acionado.

Quanto ao perfil do produtor rural do campo fluminense, o Censo Agro (IBGE, 2017) apresenta os seguintes dados: a maioria (mais de 80%) é de homens, brancos (cerca de 62%), com idade entre 45 e 64 anos; cerca de 26% concluiu o antigo curso primário, 21% concluiu o 1º grau ou ensino fundamental, 15% tem o 2º grau ou ensino médio, cerca de 10% tem ensino superior, cerca de 6% fizeram classe de alfabetização e cerca de 8% nunca frequentou a escola. Um dado interessante mostrado pelo Censo Agro (IBGE, 2017) refere-se ao pessoal ocupado nas atividades rurais: cerca de 70% têm laços de parentesco com o proprietário.

---

<sup>45</sup> Disponível em: [https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo\\_agro/resultadosagro/estabelecimentos.html?localidade=33](https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/estabelecimentos.html?localidade=33) e em [https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo\\_agro/resultadosagro/produtores.html?localidade=33](https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/produtores.html?localidade=33). Acesso em: 15 mar. 2020.

## 2.2.2 Organização territorial do turismo no estado

Conforme dados da Fundação CEPERJ<sup>46</sup>, a maior parte das fronteiras territoriais do Rio de Janeiro com os demais estados da Região Sudeste (Minas Gerais, Espírito Santo e São Paulo) é dada por elementos naturais. Em área, o Rio de Janeiro é uma das menores unidades da federação (maior apenas do que Alagoas, Sergipe e Distrito Federal), estendendo-se por 43.752,8 km<sup>2</sup>. Contudo, o estado possui um litoral extenso, com uma costa de 1.094 Km de extensão, além de estar provido com um grande número de rios, sendo o principal deles o Paraíba do Sul. O Rio de Janeiro é o terceiro maior estado em população do país, com um total estimado de 17.366.189 habitantes em 2020, conforme dados do IBGE<sup>47</sup>.

Como identificam Marafon *et al.* (2011), a geografia do estado do Rio de Janeiro é particular e repleta de contrastes geofísicos (dada à diversidade natural) e socioeconômicos (especialmente entre capital e interior). Os autores examinam, detidamente, aspectos relevantes que marcaram períodos de ascensão, estagnação, declínio e soerguimento do estado, buscando compreender os processos de ocupação e de transformação do território fluminense ao longo do tempo.

Principalmente pela extensão do seu território, grande diversificação de relevo e, ainda, pela presença do mar em alguns dos seus limites, considera-se que há, no estado, grande diversidade climática, e todas essas características colaboram com o turismo.

No reforço da atratividade turística do estado, tem-se que o volume de floresta nativa representa, no Rio de Janeiro, cerca de 30% da área total do território, média que se encontra estável entre 2007 e 2018, de acordo com dados do Instituto Estadual do Ambiente (INEA)<sup>48</sup>. Além de tudo isso, a história apresenta o estado do Rio de Janeiro como primeira sede do governo colonial e da república, condição esta última que manteve por quase dois séculos. Ou seja, as características geomorfológicas do território, somadas ao legado histórico-cultural, atribuem ao Rio de Janeiro condições bastante privilegiadas em termos de diversidade de atrativos turísticos.

---

<sup>46</sup> Disponível em <http://www.ceperj.rj.gov.br/Conteudo.asp?ident=80>. Acesso em: 12 mar. 2020.

<sup>47</sup> Disponível em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/panorama>. Acesso em: 15 mar. 2020.

<sup>48</sup> Disponível em <http://www.inea.rj.gov.br/estudo-do-inea-confirma-conservacao-da-mata-atlantica-no-estado-do-rio-de-janeiro/>. Acesso em: 12 abr. 2020.

Ribeiro (2003) aponta que, além desses aspectos, há que se considerar elementos relacionados às atividades econômicas desenroladas no estado ao longo dos tempos, bem como a rede de transportes facilitadora de deslocamentos e de comunicação, como influenciadores do desenvolvimento turístico no território fluminense.

Por tudo isso, o estado se destaca como um dos mais importantes polos turísticos do Brasil, sendo responsável pela segunda maior entrada de turistas estrangeiros no país: 1.252.267, de um total de 6.353.141 turistas estrangeiros em 2019<sup>49</sup>.

Embora Beni (2001, p. 57), consoante à teoria de Boullón (2006), considere que o espaço turístico é entrecortado e que, portanto, não se poderia recorrer às técnicas de regionalização para executar a delimitação desse espaço, incorrendo-se no erro de “[...] representar como turísticas grandes superfícies que não o são”, o mapeamento do território para planejamento e gestão do turismo tem sido instrumento utilizado pelo estado do Rio de Janeiro desde os anos 1980, e sempre incluiu todos os municípios, em número atual de 92.

Como visto antes, as orientações e critérios do MTUR caminham na direção de considerar turísticos apenas os municípios que cumprem com determinados requisitos, e que compõem o Mapa do Turismo Brasileiro revisto bianualmente. Nesse sentido, há que se visitar Beni (2001, p. 75), quando adverte que “[...] não existe praticamente lugar de nossa geografia [em território nacional] onde não se observe a influência desse fenômeno [o turismo] em maior ou menor intensidade”. É o caso de se refletir, sobre o olhar de Cruz (2006), ao falar que as potencialidades turísticas podem se fazer concretar em quaisquer territórios, premissa que anima esta investigação.

De fato, o Rio de Janeiro foi dos estados pioneiros no país a buscarem o mapeamento de suas regiões turísticas, como estratégia para melhor analisar e compreender o comportamento do fenômeno do turismo no território.

O primeiro mapa do turismo fluminense, elaborado na década de 1980, apresentava sete regiões turísticas (Metropolitana, Costa Verde, Costa do Sol, Serrana A, Serrana B, Serramar e Norte) e nasceu para atender à Lei Estadual n.º 276/74, bem como ao Plano de Desenvolvimento Econômico e Social de 1980/1983 do estado, agrupando os municípios de acordo com a homogeneidade geomorfológica, vocação e peculiaridades regionais (LIMA, 2014).

Em 2001, quando da edição do Plano Diretor de Turismo do Estado do Rio de Janeiro, houve a revisão daquele mapa, conforme critérios que levavam em conta: a identificação, características e extensão dos recursos turísticos; tipologia, dimensão e categoria da oferta de

---

<sup>49</sup> Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/>. Acesso em: 17 mar. 2020.



equipamentos e serviços turísticos, e condições da infraestrutura de apoio, com destaque para a conveniência dos acessos; e a incidência espacial da oferta turística real, observando elementos como concentração, diversidade e complementaridade de atrativos turísticos.

O processo de reorganização do mapa resultou em 13 (treze) regiões turísticas: Metropolitana, Costa Verde, Costa do Sol, Agulhas Negras, Vale do Paraíba, Ciclo do Café, Baixada Fluminense, Serra Tropical, Serra Verde Imperial, Serra Norte, Rota do Sol, Costa Doce e Noroeste Fluminense (Mapa 2).

Mapa 2 – Regiões Turísticas do Estado do Rio de Janeiro em 2001



Fonte: TURISRIO, 2001

Em consequência da ligação do estado ao PRT nacional, o mapa das regiões turísticas fluminenses foi revisto em 2005, através de processo que envolveu a participação de órgãos e conselhos municipais de turismo. As regiões turísticas do estado passaram ao número de 11 (onze): Metropolitana, Costa Verde, Costa do Sol, Agulhas Negras, Vale do Paraíba, Baixada Fluminense, Caminhos da Mata, Serra Norte, Serra Verde Imperial, Costa Doce e Noroeste das Águas.

Em 2009, nova revisão do mapa turístico do estado levou à organização de 12 regiões turísticas: Metropolitana, Costa do Sol, Costa Verde, Agulhas Negras, Vale do Café, Serra

Verde Imperial, Baixada Fluminense, Serra Norte, Caminhos da Mata, Caminhos Coloniais, Costa Doce, e Águas do Noroeste (Mapa 3).

Mapa 3 – Regiões Turísticas do Estado do Rio de Janeiro em 2009



Fonte: TURISRIO, 2009.

Das 12 regiões que formavam o mapa do turismo no estado, seis delas foram destacadas como regiões que se encontravam em estágio mais avançado de desenvolvimento turístico, tendo como um dos critérios contar com fluxo de turistas internacionais: Metropolitana, Costa do Sol, Costa Verde, Agulhas Negras, Serra Verde Imperial e Vale do Café (Mapa 4). Essas regiões foram, de algum modo, privilegiadas em diversos programas, recebendo investimentos, por exemplo, do PRODETUR, com destaque em ações de promoção e marketing. Em face dessa abordagem, vale refletir sobre a importante observação de Marafon *et al.* (2010) a respeito de o turismo no estado surgir de potencialidades naturais ou culturais que estavam, no mais das vezes, escondidas.

Mapa 4 – Regiões Turísticas Estratégicas do Estado do Rio de Janeiro em 2009

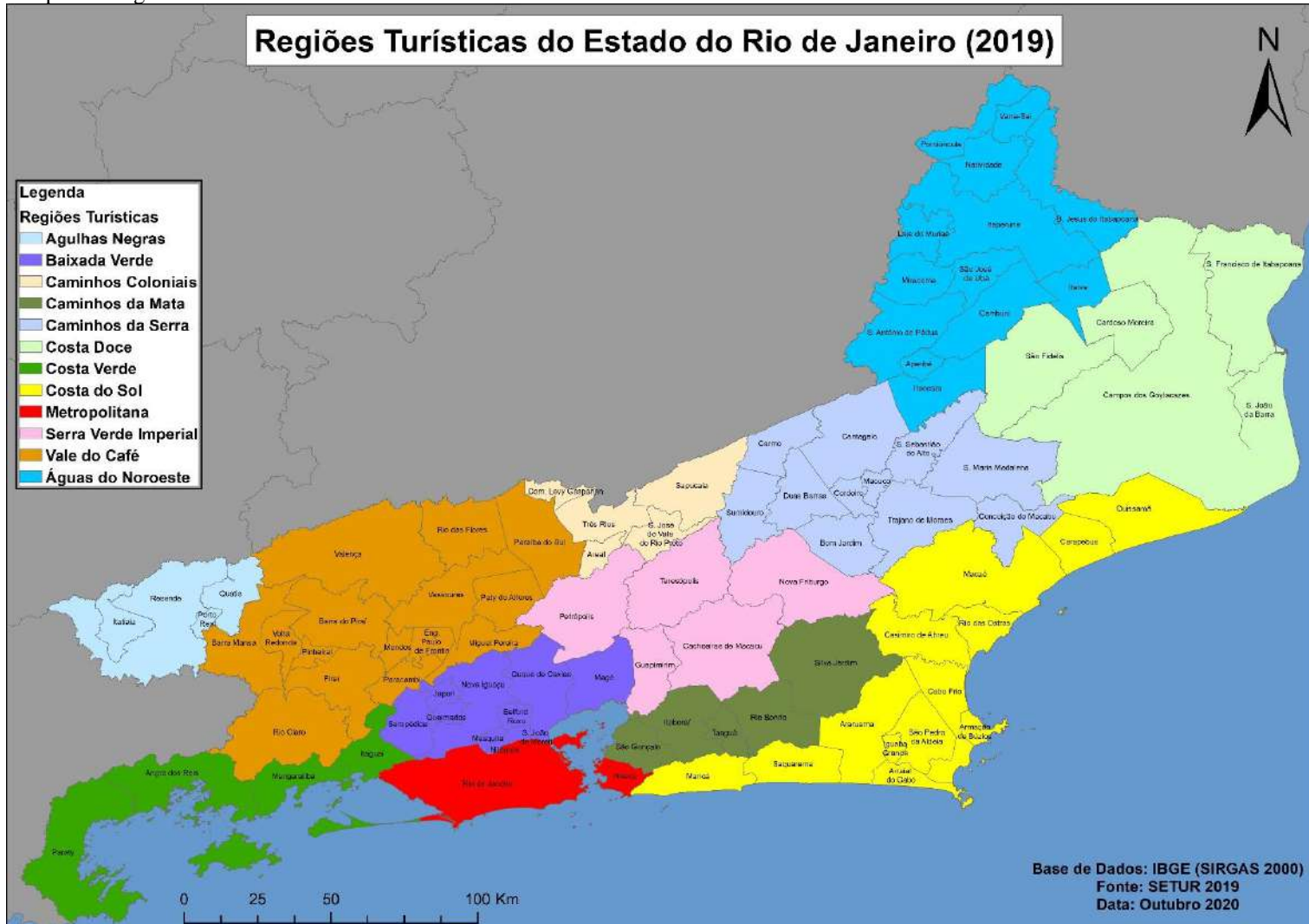


Fonte: TURISRIO, 2009.

Basicamente, o mapa do turismo no Rio de Janeiro não sofreu grandes alterações desde a edição de 2009, a não ser as mudanças havidas quando da última revisão do Mapa do Turismo Brasileiro em 2019, pontualmente, em três regiões turísticas: os municípios de Rio Claro, antes integrante da Costa Verde, e Paraíba do Sul, que compunha a região Caminhos Coloniais, passaram a fazer parte da região Vale do Café (Mapa 5).

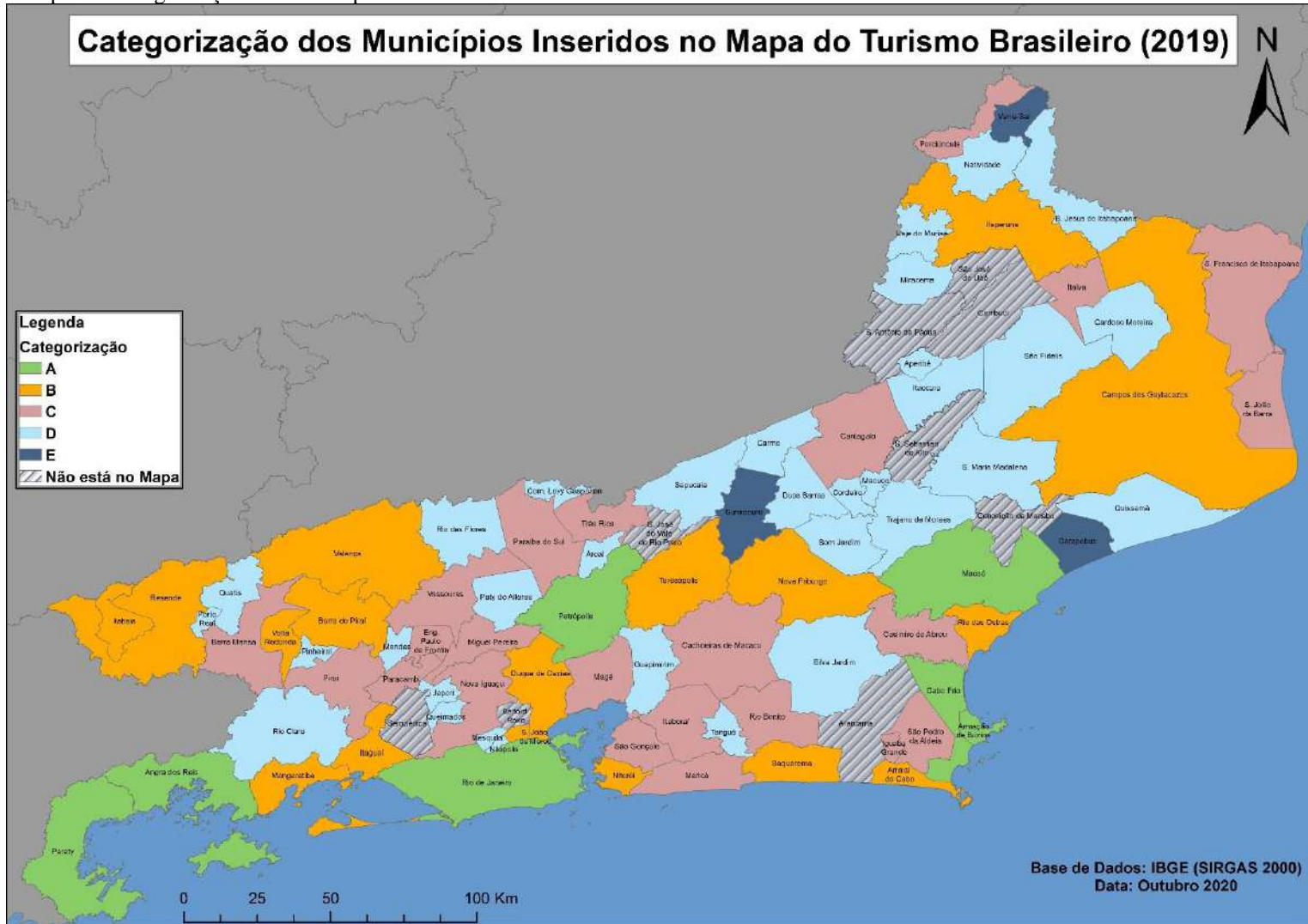
Do ponto de vista da organização do turismo em âmbito federal, 83 municípios do estado compuseram o Mapa do Turismo Brasileiro em 2019, categorizados conforme os critérios estabelecidos pelo MTUR naquele ano e vistos no Capítulo 2 (Mapa 6).

Mapa 5 – Regiões Turísticas do Estado do Rio de Janeiro em 2019



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR, 2019; desenho cartográfico C. A. Silva.

Mapa 6 – Categorização dos Municípios do Estado do Rio de Janeiro



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do MTUR, 2019; desenho cartográfico C. A. Silva.

No Quadro 4, podem ser vistos os percentuais comparativos nos anos de 2013 a 2019 alcançados pelo estado do Rio de Janeiro em relação aos *clusters* da categorização.

Quadro 4 – Categorização dos municípios do estado do Rio de Janeiro inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro (comparativo 2013-2019)

CATEGORIA	2013	%	2016	%	2017	%	2019	%
<b>A</b>	5	5,43%	5	7,04%	8	8,99%	7	8,43%
<b>B</b>	17	18,48%	15	21,13%	12	13,48%	17	20,48%
<b>C</b>	23	25,00%	22	30,99%	27	30,34%	23	27,71%
<b>D</b>	45	48,91%	28	39,44%	41	46,07%	33	39,76%
<b>E</b>	2	2,17%	1	1,41%	1	1,12%	3	3,61%
<b>TOTAL</b>	92	100%	71	100%	89	100%	83	100%

Fonte: MTUR, 2019

### 2.2.3 Gestão do turismo fluminense

Segundo Beni (2001), os órgãos públicos de turismo, em qualquer esfera, guardam a responsabilidade de indicar prioridades, gerir recursos, regulamentar e fomentar o setor, conforme diretrizes de governo, provendo facilidades para que essas funções se realizem. Nessa lógica e como apresentado por Lima (2014), as políticas públicas voltadas ao turismo fluminense são gestadas e executadas através da Secretaria de Estado de Turismo (SETUR) e da Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (TURISRIO). Juntas, as duas instituições atendem aos 92 municípios do estado, organizados, para fins de planejamento, gestão e marketing, em 12 regiões turísticas, como visto.

A TURISRIO foi criada em 12 de abril de 1960, pela Lei nº 4.221, com o nome de FLUMITUR e instalada em Niterói, capital do Estado do Rio de Janeiro naquela ocasião (LIMA, 2014). A Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (RIOTUR) foi criada mais de uma década depois, em 1972, para responder pelo, então, Estado da Guanabara. Em 1975, com a fusão dos dois estados, a sede da TURISRIO foi transferida para a cidade do Rio de Janeiro e a empresa passou a ter a responsabilidade de desenvolver o turismo fluminense, especialmente, do interior. As competências da RIOTUR ficaram restritas ao âmbito da capital.

Sociedade por ações de economia mista, a TURISRIO esteve vinculada a diversas pastas da administração direta do governo, e está ligada à SETUR desde a criação desse órgão, em 30 de dezembro de 2010, pelo Decreto 42.777.

O objetivo da TURISRIO é “[...] promover o desenvolvimento do turismo e atividades correlatas, em estreita consonância com a política de desenvolvimento econômico e social do Estado” (TURISRIO, 2005, p. 1). Como competências, a empresa deve: propor políticas para o desenvolvimento do turismo; coletar, processar e divulgar dados sobre as atividades turísticas; fiscalizar o cumprimento das decisões e resoluções da SETUR e de órgãos federais; divulgar o turismo fluminense no país e no exterior; incentivar a realização de eventos turísticos; manter inventário dos recursos turísticos; orientar e incentivar programas de capacitação profissional; identificar oportunidades de investimentos; prestar assistência técnica, implantar, administrar e cadastrar empreendimentos turísticos; promover serviços básicos e infraestrutura de apoio; sugerir e adotar medidas de preservação do patrimônio histórico, artístico e cultural de interesse turístico; administrar e fiscalizar a concessão e utilização de incentivos fiscais para a promoção do turismo, por delegação do MTUR (TURISRIO, 2005). É importante fazer nota de que a TURISRIO encontra-se hoje em franco, público e anunciado processo de sucateamento, lembrando esforço político-administrativo, nos anos de 1990, para promover a reengenharia organizacional ou mesmo a extinção daquele órgão.

A SETUR é instituição da administração direta do Governo do Estado, tem orçamento próprio, é formada por quadro de livre nomeação, e é encarregada de “[...] promover o desenvolvimento sustentável e integrado do turismo no estado” (SEPLAG, 2011, p. 93).

Sobre as funcionalidades dos órgãos de turismo, as intervenções públicas devem convergir para o equilíbrio permanente do sistema turístico, e são, assim, responsáveis pela geração de interferências positivas e negativas de grande significado (CUNHA, 2001), tais as que foram vistas em seus aspectos socioeconômicos, culturais e ambientais no Capítulo 1 desta tese.

No desenrolar de suas responsabilidades, a SETUR e a TURISRIO buscam dialogar com as demais células do sistema turístico, refletindo o modelo de descentralização orientado pelo MTUR, pelas vias do PRT, que supõe o turismo nutrido por uma trama de relações ecológicas, sociais, econômicas e culturais entre diversos atores e instituições (BENI, 2012). A teia superestrutural do sistema turístico é tecida por meio da colaboração entre órgãos públicos, instituições privadas, entidades do terceiro setor e representantes da sociedade civil, para que, todos conectados, possam engendrar as ações de desenvolvimento do turismo no país, nos estados, nas regiões, nas cidades. Esse arcabouço de representações visa à construção do

pensamento estratégico que dirige o turismo em dada localidade (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2008). Ao menos, esse é o postulado, embora, na prática, venham à tona inúmeras dificuldades, como a que diz respeito às instâncias de governança municipais.

Nesse sentido, deve-se considerar que uma das bases de defesa desse paradigma encontra fundamento na premissa de que, embora seja fundamental a interveniência do setor público no turismo em aspectos estratégicos e no apoio a infraestruturas, é, igualmente, imprescindível a aliança daquele com agentes representativos do sistema turístico unidos todos por alguns objetivos comuns.

Segundo Secchi (2009), é com esse olhar que surgem as governanças em vários âmbitos de atuação, encaminhando a inter-relação entre agentes e instituições, na busca de soluções conjuntas para problemas públicos ou coletivos.

Para o autor, esse modelo horizontalizado é indicativo de que o Estado não é capaz de resolver sozinho todos os seus problemas, decorrendo daí a importância de tais conselhos consultivos ou deliberativos. Contudo, embora o diálogo seja um pressuposto para a existência das governanças, nem sempre ele se faz ideal, dado ao antagonismo de interesses suplantar, muitas vezes, aqueles objetivos comuns, sendo, portanto, difícil a obtenção de consenso.

Outro fator diz respeito à possível inadequação na escolha das representações institucionais para compor aquelas governanças, observando-se, por vezes, a participação de atores que apenas avalizam decisões que servem para dar continuidade a velhas práticas, como mostram Araújo e Taschner (2012).

Identifica-se o esforço dos programas nacionais de turismo para amparar a criação dessas redes, inclusive capacitando e orientando sobre a estruturação de órgãos colegiados em todo o país, como visto nas diretrizes nacionais, a partir do Plano Nacional de Turismo 2003-2007 (MTUR, 2003).

Antes disso, no âmbito do PNMT, já havia o estímulo à criação e fortalecimento das governanças municipais, o que prossegue com o PRT, incluindo a esfera das regiões. No caso das instâncias municipais, a premissa orientadora era o entendimento de que esses fóruns seriam uma via de aproximação das propostas de governo com as comunidades locais, podendo agir como interlocutores em defesa de interesses coletivos (EMBRATUR, 1999).

Mas vê-se que, em qualquer nível de atuação (nacional, estadual, regional, municipal), há grande complexidade em manter tais governanças integradas, motivadas e engajadas, quando não se percebe um eixo de sustentação em torno de propósitos mais duradouros.



No estado do Rio de Janeiro, essa rede de interlocutores inclui os órgãos municipais de turismo, as instâncias de governança municipais, regionais e estaduais, e o *trade* turístico, ou a cadeia de negócios do setor, representada, de modo geral, por grandes associações.

A existência de um organismo mínimo que cuide do turismo, no âmbito da administração pública dos municípios, é pré-requisito para a participação no Mapa do Turismo Brasileiro, como sinal de que a atividade turística tem relevância para o governo local. Conforme dados levantados pela autora em relação à participação dos municípios, em 2019, apenas o município de Belford Roxo não contava com a representação do turismo em um organismo municipal próprio (Quadro 5).

Quadro 5 – Natureza dos órgãos representativos do turismo no estado do Rio de Janeiro

<b>ÓRGÃOS MUNICIPAIS DE TURISMO</b>	
<b>NATUREZA DA ORGANIZAÇÃO</b>	<b>QUANTITATIVO</b>
SECRETARIAS DE TURISMO	17
SECRETARIAS MISTAS (INCLUINDO TURISMO)	65
SECRETARIAS ADJUNTAS/ESPECIAIS	2
EMPRESAS/FUNDAÇÕES	3
COORDENAÇÕES/SUPERINTENDÊNCIAS	4
SEM REPRESENTAÇÃO	1
<b>TOTAL</b>	<b>92</b>

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR, 2019.

No caminho de modelar o MTUR, o estado do Rio de Janeiro tem como principal braço consultivo o Conselho Estadual de Turismo (CET), criado pelo Decreto nº 33.334/2003.

O CET é presidido pelo secretário de estado de turismo e composto por mais de 50 entidades, dentre essas: secretarias de estado (educação, segurança, ambiente, agricultura, esporte e lazer, trabalho e renda); federações e associações de classe (representativas das agências de viagens, meios de hospedagem, organizadoras de eventos, bares e restaurantes, transportadoras de turismo, CVBs e academia do turismo); sindicatos; instituições do sistema “S” (SEBRAE, SESC, SENAC); agências financiadoras; universidades; representante dos secretários municipais de turismo.

De modo geral, os objetivos do CET são: propor medidas de aprimoramento do turismo fluminense; apoiar a gestão da política estadual de turismo; promover a articulação institucional, parlamentar e com a sociedade civil, para o desenvolvimento do setor; estimular a profissionalização do turismo; promover a regionalização (TURISRIO, 2013).

Além do CET, outra instância em âmbito estadual apoiada pela SETUR e pela TURISRIO é o Fórum Estadual de Secretários e Dirigentes Municipais de Turismo (FEST), espaço de interlocução criado em 1997 que reúne secretários e dirigentes dos órgãos municipais de turismo. Com assento no CET, o objetivo do FEST é prestar apoio público ao fomento e ao fortalecimento da atividade turística em todos os municípios do estado. Atualmente, é tímida a atuação do FEST, que sempre enfrentou dificuldades relativas a sustentabilidade, problema comum às instâncias de governança regionais e municipais, como se tem frisado.

Quando do término do PNMT em 2003, existiam 24 conselhos municipais no estado e, em 2009, eram 27 os que estavam atuantes. Com a exigência crescente da existência de conselhos na estrutura municipal, até a obrigatoriedade dos mesmos para a inclusão dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro em 2019, houve, no país, uma grande corrida para o cumprimento desse pré-requisito, a que concluiu o Rio de Janeiro com um total de 83 municípios com conselhos criados ou em fase de criação.

Entretanto, depois de publicarem as leis de criação dos COMTURs e procederem, por vezes, a uma única reunião, geralmente proforma, ou seja, tão somente para validação daquela iniciativa, muitos municípios pareceram não compreender o papel dessas governanças e, conseqüentemente, não as levaram a sério e a cabo de realizações mínimas necessárias ao processo de continuidade.

Atualmente, a maioria desses conselhos encontra-se desarticulada, sinalizando a necessidade premente de sensibilização das lideranças locais sobre o papel e a importância dessas organizações. Embora sem a conclusão de novo levantamento iniciado pela SETUR em 2020 que investiga a situação dos COMTURs, o Quadro 6 apresenta uma estimativa dessa realidade:

Quadro 6 – Conselhos municipais de turismo em 2020

COMTUR	QUANTITATIVO
ATIVOS	37
INATIVOS	11
SEM INFORMAÇÃO	44
<b>TOTAL</b>	<b>92</b>

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR, 2020.

Quanto às instâncias de governança regionais, essas foram forjadas como colegiados corresponsáveis pela gestão do turismo, integrando municípios em regiões, existindo, em 2009, seis dessas instituições ativas no estado do Rio de Janeiro.

Uma vez que, para inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro em 2019, obrigou-se, também, à participação dos mesmos em uma região turística organizada a partir de uma IGR, criou-se um movimento para a reativação das governanças regionais, todas completamente desativadas naquela ocasião. Atualmente, as IGRs das 12 regiões turísticas fluminenses estão ativas, embora em estágios diferentes de amadurecimento.

A tendência sinalizada pelo MTUR é de que essas instâncias sejam regulamentadas, ou seja, inscritas no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), situação hoje das IGRs Costa do Sol e Serra Verde Imperial, no Rio de Janeiro.

Deve-se esclarecer, quando a autora da presente pesquisa representa a interlocução do estado do Rio de Janeiro no PRT nacional, que as maiores dificuldades para a participação dos municípios fluminenses no Mapa nacional deve-se à fragilidade dos mesmos quanto à criação e manutenção em atividade dos COMTURs.

Quanto às diretrizes que deverão conduzir o turismo no estado, recomenda a Constituição do Estado do Rio de Janeiro, de 1989, que o Plano Diretor de Turismo (PDTUR) é o instrumento básico de intervenção no setor, orientador das ações de planejamento, promoção e execução das políticas públicas nesta esfera (ERJ, 1989). Mas a despeito da criação da TURISRIO em 1960, esse documento norteador do turismo fluminense começou a ser construído em 1998, tendo sido editado em 2001 em dois cadernos, o primeiro contendo o diagnóstico da atividade turística no estado, e o segundo, de prognóstico, trazendo propostas de intervenção para o desenvolvimento do setor.

Nessa linha, o PDTUR apresenta cinco macroprogramas: Desenvolvimento Institucional; Infraestrutura de Apoio; Sistema de Informações; Fomento à Atividade; e Consolidação do Produto Turístico. Os macroprogramas se desdobram em 12 programas compostos por projetos e ações específicas (TURISRIO, 2001).

O alinhamento do Rio de Janeiro com as políticas públicas nacionais vem sendo buscado desde a aplicação do PNMT, embora a participação do estado naquele programa tenha se dado apenas em 1998, cinco anos depois do início do mesmo, mas com bons resultados: adesão de 71 municípios fluminenses e criação das bases para instalação da estratégia da regionalização que veio posteriormente. O estado participa do PRT desde a criação do programa, em 2004.

Outros programas e projetos estruturantes do MTUR contemplaram o Rio de Janeiro, como os “Estudos de Competitividade do Turismo Brasileiro”, que mapearam municípios com capacidade de irradiação do seu potencial turístico para áreas próximas (MTUR, 2009), o INVESTE Turismo e o PRODETUR.

Além disso, a TURISRIO é órgão delegado do MTUR nas ações relativas ao CADASTUR, atualmente apoiado pela Lei Geral do Turismo.

Há, ainda, estreita parceria do Rio de Janeiro nas iniciativas do MTUR e da EMBRATUR relativas a promoção e marketing do estado, em especial na participação em feiras e congressos nacionais e internacionais.

Sobre o PRODETUR<sup>50</sup>, esse terá sido a maior promessa de inversão direta posta em curso no estado para o fomento do turismo.

O programa tratou da aplicação de investimentos através de uma linha de empréstimo tomado do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), com intermediação do MTUR, da ordem de US\$ 187 milhões dos quais 40% representam contrapartida do estado.

A SETUR constou como órgão mutuário do programa, de que também participaram as Secretarias de Estado de Obras, Cultura e Ambiente.

As negociações que levaram àquela conquista tiveram início em 2008 e a contratação do programa ocorreram em 2011.

A área de abrangência daquele programa foi fixada em dois polos, Litoral e Serra, e orientada pelos Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS)<sup>51</sup>, respeitando-se a regionalização turística (TURISRIO, 2010). Participaram do programa 23 municípios, compondo dois polos: Polo Litoral, formado pelos municípios do Rio de Janeiro, Niterói, Araruama, Armação dos Búzios, Arraial do Cabo, Cabo Frio, Casimiro de Abreu, Iguaba Grande, São Pedro da Aldeia, Angra dos Reis, Mangaratiba, Paraty, e Rio Claro, no Polo Litoral; Polo Serra: Itatiaia, Resende, Cachoeiras de Macacu, Nova Friburgo, Petrópolis, Teresópolis, Barra do Piraí, Rio das Flores, Vassouras e Valença, no Polo Serra (Mapas 7 e 8).

Essa escolha considerou o grau de atratividade dos destinos, a similaridade dos segmentos turísticos, a variedade de equipamentos e serviços, e as distâncias e tempos de deslocamento da capital (TURISRIO, 2013).

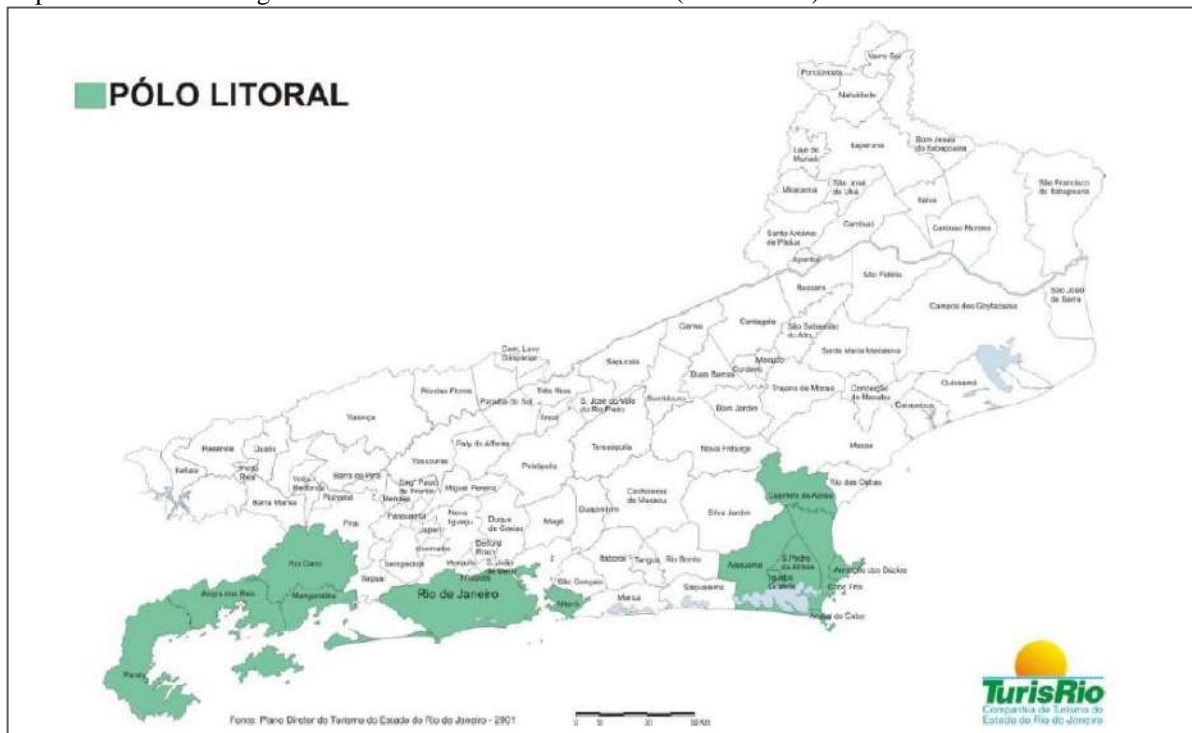
Diante das sucessivas crises do Governo do Estado, vários projetos do PRODETUR foram cancelados em 2017, tendo sido o programa encerrado em 2019, sem levar a termo muitas expectativas.

---

<sup>50</sup> Disponível em <http://www.prodetur.rj.gov.br/planodesenvolvimento.asp>. Acesso: em 15 set. 2019.

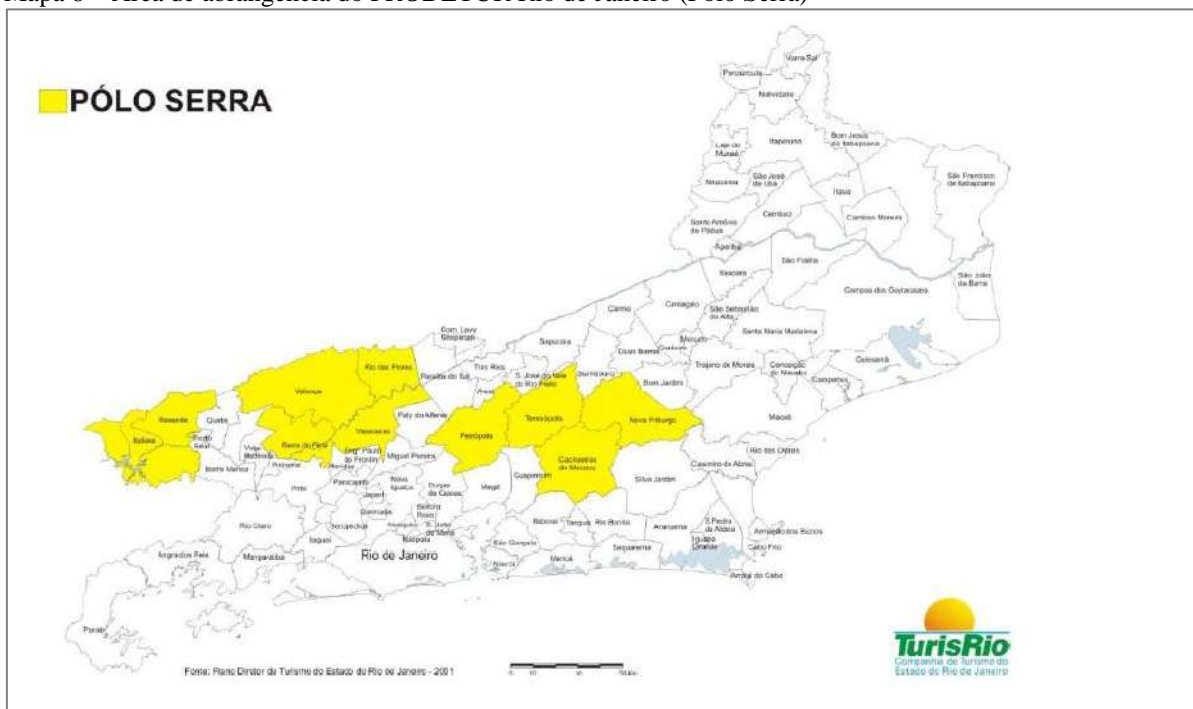
<sup>51</sup> O PDITS foi gestado para servir de orientador básico a investimentos na atividade turística no estado do Rio de Janeiro, tendo sido utilizado no âmbito do PRODETUR.

Mapa 7 – Área de abrangência do PRODETUR Rio de Janeiro (Polo Litoral)



Fonte: TURISRIO, 2010.

Mapa 8 – Área de abrangência do PRODETUR Rio de Janeiro (Polo Serra)



Fonte: TURISRIO, 2010.

#### 2.2.4 Projetos de apoio ao turismo rural no âmbito da TURISRIO e da SETUR

As iniciativas de desenvolvimento do turismo rural no âmbito da TURISRIO remontam ao final da década de 1980, embora não haja registro formal dessas ações que, como outras tantas, permanecem narradas e vivas apenas na memória de alguns colaboradores da empresa. Em 2001, contudo, houve novo movimento em relação ao segmento e a empresa lançou um novo projeto, conforme registra o prognóstico do PDTUR (TURISRIO, 2001).

Do ponto de vista conceitual, o turismo rural foi abarcado pelo estado como um conjunto de atividades praticadas no campo, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, no sentido de resgatar e de promover o patrimônio cultural e natural da sociedade, ou seja, com maiores tendências ao agroturismo. Do mesmo modo, o projeto era bastante abrangente no que destacava a importância da recuperação do patrimônio das fazendas históricas dos diversos ciclos econômicos que marcaram o estado (café, cana-de-açúcar, algodão) e do resgate de manifestações culturais tradicionais da população rural (dança, música, gastronomia, artesanato, lendas etc.), inclusive no que se referia a tradições étnicas diversas provenientes de colonizações italianas, finlandesas, japonesas, alemãs ou afrodescendentes. Quanto às ações, propunha campanhas de conscientização de produtores rurais, das comunidades locais e dos turistas, além da interação com programas de preservação de áreas de proteção ambiental, incluindo a capacitação de estudantes, a formatação de roteiros turísticos, e ações de promoção e divulgação que incluíam a realização de encontros regionais e estaduais.

Tais iniciativas encontraram forte eco em alguns parceiros como o SEBRAE Rio. Foram realizados encontros estaduais com apoio de órgãos federais, atraindo público expressivo, em clara demonstração do interesse pelo turismo rural no Rio de Janeiro por parte de públicos diversos. O benefício do projeto em despertar agentes e instituições diversas para o potencial daquele segmento no estado foi consagrado com a criação, em 2003, do COGETURA, com representação de trinta e cinco entidades públicas e privadas.

O projeto previa a criação de Coordenações Regionais de Turismo Rural (CTRs), conforme detalhadas no PDTUR (2001), como parte de um Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Turismo Rural esboçado naquela época. Como consta do PDTUR (2001), as CTRs eram em número de seis e tinham por objetivo integrar territórios com potencial para desenvolver o turismo rural, com vistas à consolidação de um produto turístico que pudesse reverter em benefícios para as comunidades envolvidas.

O PDTUR (2001) destaca as zonas de vocação turística para o turismo náutico e balneário, o ecoturismo, o turismo cultural, o turismo de negócios e do turismo rural. Conforme esclarece o documento, o zoneamento procurou refletir potencialidades de acordo com certos segmentos e vocações e que, em vista da dinamicidade da atividade turística, propõe uma classificação datada, ou seja, que traduz realidades que podem facilmente expirar. Por diversas razões, em especial, pela falta de estrutura da TURISRIO naquela época, as CTRs, possivelmente, não poderiam corresponder a núcleos de planejamento e gestão descentralizada para o desenvolvimento do turismo rural e, talvez, por isso, não tenham vingado.

Em 2004, houve reformulação da iniciativa de fomentar o turismo rural no estado, e priorizou-se o cadastramento dos setores envolvidos com a atividade rural, ou seja, dos meios de hospedagem, artesãos, agroindústrias, agências de viagens e guias de turismo especializados, restaurantes típicos, associações e sindicatos rurais, através de um projeto piloto nas regiões Vale do Café e Serra Verde Imperial. Procurando manter a coerência com o PRT, a escolha dessas regiões tomou como critério a priorização daquelas áreas consideradas mais bem preparadas para a consolidação do Turismo Rural sob a perspectiva do curto e médio prazo.

Naquela ocasião, o projeto buscava oportunizar, em uma etapa próxima, regiões vizinhas àquelas consideradas como pilotos, tais como a Região do Vale do Paraíba, Região das Agulhas Negras, Serra Norte e Serra Tropical. Havia planos, igualmente, de consideração do “Circuito Minas-Rio”, em que estavam envolvidos os municípios de Carangola, Faria Lemos e Tombos, em Minas Gerais, e de Natividade, Porciúncula e Varre-Sai, no Rio de Janeiro.

As linhas gerais que serviram ao desenho dos projetos-piloto de turismo rural no estado do Rio de Janeiro contemplavam: cadastramento de propriedades rurais; elaboração e validação de roteiros de turismo rural; capacitação de agentes do turismo rural; instalação de sinalização turística; elaboração e edição de folhetaria; instalação de centro regional receptivo e de informações turísticas; realização de encontros estaduais de turismo rural. Entretanto, não houve monitoramento das ações implementadas à época, e não se sabe, efetivamente, dos resultados alcançados com o registro de noventa e duas propriedades rurais, fazendas e meios de hospedagem em espaço rural; a capacitação dos proprietários visitados e outros parceiros, através da apresentação de palestras e casos de sucesso, bem como de depoimentos de professores, lideranças de outras regiões e de agentes de viagens; a realização de oficinas de roteirização; a experimentação dos roteiros selecionados para validação.

A experiência de roteirização no Vale do Café foi bastante significativa na época e ensejou a adoção do mesmo instrumento para o desenvolvimento de roteiros em outras regiões e, mais do que isto, de roteiros inter-regionais, a exemplo do Roteiro Serra-Mar envolvendo

quinze localidades de duas regiões turísticas com produtos diversificados, a Serra Verde Imperial e a Costa do Sol.

Da mesma maneira, a implantação de placas de sinalização turística na região foi incentivada, conforme previa o projeto-piloto, concluindo etapa básica em parceria com a Fundação Departamento de Estradas de Rodagem do Estado do Rio de Janeiro (DER-RJ), tendo sido instaladas um total de 128 placas de padrão internacional em todo o Vale do Café.

O Programa de Capacitação de Recursos Humanos para o Turismo (CAPACITATUR), lançado em 2004, ajudou a fortalecer a proposta do projeto-piloto do Vale do Café com cursos de empreendedorismo no turismo rural, condutor de visitantes especializado em atrativos rurais, agente de turismo receptivo e atendimento e hospitalidade, sem que se saiba de resultados e da continuidade dessas ações.

Faz-se nota da importância, à época, de eventos regionais com envolvimento de setores diversos de todos os municípios, como foi o “Café, Cachaça e Chorinho” e o “Festival de Música no Vale”. Novos meios de hospedagem abriam-se na região, assim como se instalava agência receptiva que, ao que consta, não existe mais.

Na ocasião, estava em vias de edição um pequeno guia regional contemplando os roteiros formulados nas oficinas, assim como apresentando as propriedades cadastradas na região, o que não se efetivou.

Como pretendia o projeto-piloto, o III Encontro Estadual de Turismo Rural foi realizado em Mendes, no ano de 2004. O Encontro promoveu minicursos e oficinas, apresentações de grupos de jongo, danças e músicas tradicionais na região, além de propiciar reuniões institucionais com vistas ao fortalecimento de parcerias para o desenvolvimento do turismo rural no estado.

Naquele momento, observou-se o concurso de mídias espontâneas para o Vale do Café, mas não se sabe, efetivamente, sobre os resultados daqueles esforços.

A falta de coesão no gerenciamento do turismo já era apontada, naquela época, como uma das grandes dificuldades encontradas no desenvolvimento do setor. Considerando, ainda, a importância dos arranjos institucionais do setor público, a descontinuidade de ações preocupava ainda mais em anos eleitorais, como é o caso de 2020. Nesse aspecto, facilitaria, desde sempre, o fortalecimento das lideranças locais, das instâncias de governança, e a consolidação de políticas públicas estaduais e municipais para o desenvolvimento do turismo e de segmentos específicos, como o rural, considerando a potencialidade dos mesmos no território fluminense.



Deve-se fazer nota de que o projeto de mapeamento do turismo rural no estado do Rio de Janeiro apresentado pela autora foi amplamente apoiado pela SETUR desde o ano de 2016, sendo factível dar continuidade ao mesmo, a despeito de ter havido mudança na gestão daquele órgão. Pode-se perceber, assim, sinais importantes: primeiro, que gestões com visões mais técnicas e profissionais, do que políticas, são exemplares quanto à possibilidade de que haja continuidade em projetos e ações infraestruturais, que podem compor o quadro de políticas públicas de longo prazo e de longo alcance para o desenvolvimento do turismo no estado; outro, que o turismo rural é tema relevante e de interesse para a SETUR, no contexto daquelas possíveis políticas públicas. Ou seja, há sempre uma luz no fim do túnel.

### 2.2.5 Olhares sobre o turismo rural no estado do Rio de Janeiro

#### 2.2.5.1 Entre o público e o privado: a visão de quem esteve dos dois lados da mesa

Philippe Campello, até recentemente Presidente da TURISRIO, começou a sua carreira naquela mesma empresa, como estagiário de turismo, há cerca de 15 anos. Ele acaba de assumir outro desafio no setor público do estado, na área de Ambiente. Nesse meio tempo esteve na diretoria do Rio CVB, concluiu o mestrado, e fundou a sua própria empresa ligada a esportes, aventura e natureza. Como gosta de frisar, o seu perfil é aloentrico. Nesses anos, Phil, como é mais conhecido, praticamente viajou por todo o interior do Rio de Janeiro e compartilha nesta pesquisa as suas percepções sobre o turismo rural no estado.

Falando sobre a vocação do Rio de Janeiro para o turismo rural, ele diz acreditar, que esse segmento não se constitui em uma via primária de indução do turista, mas é um segmento complementar a outros. Segundo analisa, o Rio de Janeiro é bastante competitivo por uma conjunção de fatores, desde a pequena extensão territorial (0,5% do território nacional), estradas relativamente boas (com exceção de algumas estradas do interior) que colaboram com o deslocamento, e um fluxo de demanda turística real, nacional e internacional. Deste modo, pela diversidade de atrativos do estado e pelas características do turismo rural, esse segmento poderia oferecer uma experiência complementar ao turista, uma vez incluído em um roteiro mais abrangente. A percepção de Phil é de que não existe uma demanda efetiva para o turismo rural no Rio de Janeiro, mas seria necessário um estudo específico sobre isso, procurando

entender a motivação dos residentes em centros urbanos, se há interesse em visitas a propriedades rurais. A ideia seria integrar o turismo rural a outros segmentos, de modo estratégico.

Phil faz uma análise sobre a percepção geral a respeito das vocações do Rio de Janeiro para o turismo rural e outros segmentos que fogem ao padrão do que tem sido, historicamente, mais evidenciado:

O fato do estado do Rio de Janeiro ter outros segmentos muito consolidados, como sol e praia, ecoturismo, eventos e turismo cultural, pode atrapalhar, um pouco, a percepção do turismo rural e mesmo a consolidação de outros segmentos turísticos. Mas isto se dá por um equívoco na estratégia do planejamento de marketing do próprio estado e dos municípios. Então, há uma dificuldade de as pessoas perceberem o estado com vocação para outros segmentos que não sejam praia e mar, tais como turismo religioso, turismo de saúde e vários outros. Ficamos, então, com uma demanda reprimida em relação a esses temas. É preciso passar a mensagem correta para o público correto, identificar o público de cada um desses segmentos. Um exemplo desse equívoco é a mensagem promovida, há anos atrás, de que a Costa Verde seria um destino de sol e praia, quando a região tem um apelo muito mais forte para o ecoturismo e para o turismo cultural, sendo a praia apenas um complemento daqueles outros segmentos.

Na concepção de Phil, o ideal seria ter um plano de marketing para cada segmento turístico, todos abarcados por um plano maior, geral. Mas em sua concepção, o estado não tem essa visão. Ele diz que, no estado, há muita oscilação nas estratégias voltadas ao desenvolvimento do turismo, por conta das mudanças políticas. O mais complicado, como explica, é que não existe uma entidade de classe representativa do turismo rural forte o bastante para assegurar que haja continuidade nos processos de fomento ao segmento. Phil dá o exemplo da captação de eventos para a cidade do Rio de Janeiro, que consegue ficar imune à descontinuidade de políticas de longo prazo, porque tem a representação do CVB com atuação autônoma, independente do Governo, para a captação de congressos técnicos e científicos para o Rio de Janeiro. Ele compara:

Não existe uma entidade assim no turismo rural, com força para manter a continuidade das políticas públicas. Houve uma época em que existia um fórum de turismo rural, mas deixou de estar ativo. Vai e volta. As ações são interrompidas. Essa falta de representatividade da iniciativa privada e de organização atrapalha bastante o setor. Desse jeito, não há como manter um pressão política para que haja continuidade de ações.

Ele observa que o próprio SEBRAE, parceiro importante no fomento ao turismo rural no estado, passa por frequentes mudanças de posicionamento e de estratégias quanto a apoiar ou não determinadas ações, por sofrer, também, influências políticas. Tudo isso faz crer que seria fundamental a existência de uma entidade mais representativa do segmento, capaz de manter e consolidar políticas públicas de longo prazo.

No âmbito do estado, Phil reconhece que as iniciativas de fomento ao turismo rural têm mesmo períodos de avanço e períodos de retrocesso. A questão é que não se sabe ao certo o que se passa, porque não há dados sobre a oferta e a demanda turística para o turismo rural. Quantos empreendimentos e fazendas existem? Quem visita? Quantas pessoas visitam? Quantos produtos existem? ... A falta de pesquisas e de respostas, claro, dificulta a análise dos resultados efetivos que existem ou que se pode alcançar. Haveria uma demanda efetiva para o segmento? As pessoas que residem em centros urbanos teriam uma motivação exclusiva para visitar propriedades rurais?

De modo geral, essa é a experiência que Phil descreve no que se refere à atuação pública:

Tanto a SETUR, como a TURISRIO, sofrem com a mudança de gestão e de visão. Há 15 anos participo desse processo. Há uma gestão que tem por foco o turismo rural como um dos segmentos prioritários a serem trabalhados, criam-se fóruns, são realizadas reuniões, busca-se o fortalecimento institucional. Aí, entra outra gestão que não prioriza do mesmo modo esse segmento, e há um corte. E todas as vezes em que se tem um corte na continuidade do trabalho, perde-se mobilização e gera-se frustração, porque as pessoas investem, acreditam. E depois fica difícil acreditar de novo.

Por isso é importante que o turismo rural esteja definido como uma política pública, se essa for uma opção. Como insiste Phil, para que as pessoas que estiverem envolvidas com o processo, que irão abrir suas fazendas à visitação, que irão investir na criação de produtos no segmento, não sejam frustradas. Depois que a frustração acontece, é muito mais difícil voltar a mobilizar. E em grande parte, essa desmobilização seria responsabilidade do Governo, reforça Phil, porque o Estado não se esmera em dar continuidade às suas ações. Ele observa que isso não aconteceu só com o turismo rural, mas com outros segmentos, como no caso do turismo de aventura, que também acontece na natureza, ao ar livre, e que sofreu descontinuidade. A ponta, ou quem faz o turismo acontecer, acabaria por perder toda a motivação, é claro.

A visão de Phil sobre a atuação do MTUR é de que, se há alguma iniciativa no sentido de estimular o turismo rural no país, o estado não parece fazer parte desses planos, talvez porque a instituição entenda que o Rio de Janeiro não tenha penetração relevante para o segmento. Ou, talvez, porque o estado nunca tenha se posicionado junto ao MTUR como interessado em desenvolver essa oferta. Quem sabe, talvez o MTUR tenha identificado, em algum momento, através de alguma pesquisa, que o Rio de Janeiro não teria essa vocação, uma vez que há tantos outros segmentos a serem trabalhados no território fluminense.

Mas ao pensar sobre essas possibilidades, Phil identifica, de pronto, municípios fluminenses que estariam desenvolvendo ações interessantes em turismo rural, como Paty de Alferes, Petrópolis, Nova Friburgo. Mas volta-se, novamente, à questão da falta de continuidade

de projetos, muitas vezes resultante de restrições orçamentárias e da necessidade de melhor preparo técnico dos municípios para efetivar as suas propostas. Para ele, nesse caso, caberia mais ao Governo do estado, do que ao MTUR, o papel de identificar os municípios vocacionados para o turismo rural, e de dar suporte técnico para que esses se desenvolvam.

Quanto à iniciativa privada, Phil avalia que o *trade* carioca propriamente dito, que é mais clássico, mais tradicionalista, talvez tenha dificuldade em enxergar o turismo rural como um produto que poderia estar na prateleira de algum grande *player* do Rio de Janeiro. Ele diz que raramente se vê, por exemplo, esse tema ser abordado em reuniões do Conselho Estadual de Turismo, até porque os debates ali dizem respeito a um nível mais abrangente, ou à capital.

Mas Phil reconhece que há certo movimento de entidades da iniciativa privada mais ligadas ao interior para que esse desenvolvimento do turismo rural aconteça, o que, ele acha ser bem interessante, mesmo sem que haja a participação efetiva do poder público. A dúvida que ele levanta leva, novamente, a questões conceituais: “[...] Não sei se interpretam o turismo rural da forma correta, ou se estão trabalhando, na realidade, o turismo ao ar livre, turismo de natureza, e estão chamando isso de turismo rural [...]”.

Ainda no âmbito do estado, a Secretaria de Agricultura, através da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), teria criado um departamento de turismo rural há alguns anos atrás, como lembra Phil. Contudo, essa atuação teria focado Programas como o PROSPERAR e o FRUTIFICAR, da agricultura familiar, em incorporar a preparação das propriedades para o atendimento a demandas turísticas, como informa.

O entendimento nesse momento, como reforça Phil, é de que o turismo rural possa compor uma motivação complementar de busca da natureza:

Eu sou esse público, consumidor de natureza. Gosto de viver a experiência, conhecer a cultura local, a culinária típica, o peixe com banana da Costa Verde, da cultura caiçara do Saco do Céu. Faz muito sentido o turismo rural estar na prateleira, mas de uma forma complementar. Agregar é muito mais interessante do que querer ofertar isoladamente. Ou seja, o turismo rural pelo turismo rural talvez não funcione, não como produto de capa, mas integrando, complementando roteiros. No Rio de Janeiro vai ser mais difícil ser vendido do que uma bela cachoeira, uma bela praia, mas se vier como produto agregado, é totalmente factível. Talvez seja um pouco de preciosismo querer vender o turismo rural pelo turismo rural aqui no estado. Mas vender turismo rural dentro do turismo de natureza, sendo complemento de produtos, sabendo que, talvez, o turismo rural, pura e simplesmente, não seja capaz de gerar demanda, mas talvez agregado a outras experiências e a outros segmentos, possa ser muito mais efetivo, em termos de venda e de consumo.

Phil confia que muitas pessoas se interessem em buscar o modo de vida do rural, a natureza, o contato com uma cachoeira, praticar o ecoturismo ou o turismo de lazer, conhecer uma fazenda. Como exemplo, ele diz ter conhecido pessoas que foram para a Serra visitar o

Parque Nacional da Serra dos Órgãos ou o Parque Nacional dos Três Picos, e pararam em alguns lugares da estrada Teresópolis-Friburgo para visitar uma produção de orgânicos, e viver a experiência não só da visita, mas da degustação de produtos orgânicos.

Ele percebe que muitas pessoas estão em busca desse tipo de turismo, desse *detox* na natureza, do ecoturismo, do turismo de aventura. Phil sugere que possa ter chegado a hora de se ter um cruzamento entre esses segmentos:

É possível ter produtos a serem agregados em uma viagem. Então, você pode dizer: “Olha você vai para o Parque Nacional da Serra dos Órgãos, mas à tarde (ou no dia seguinte) você vai visitar um local que tem comida orgânica...”. O perfil dessas pessoas tem afinidades. O perfil dos alocêtricos, dos que buscam ecoturismo, turismo de aventura, buscam também novas experiências. E, às vezes, falta um pouco dessa combinação.

Phil entende que, de modo geral, o protagonismo do turismo rural no país ficou muito concentrado no setor público, que não dialoga com a cadeia produtiva do turismo, e não consegue alcançar o comportamento do mercado. E ele conclui:

Por tudo isso, acho que o turismo rural se integra muito tranquilamente com o turismo de natureza, até porque as pessoas, nesse momento que atravessamos, elas querem respirar ar puro, alimentar-se bem, comer ao ar livre, nas fazendas, nos locais abertos... O turismo rural seria o complemento perfeito para essas demandas! Não sei se dará tempo de o segmento se estruturar até o fim da pandemia. Mas que, ao menos, é algo para se pensar no futuro, com certeza...

Esta, sem dúvida, é uma visão que oferece um contraponto importante para o debate e a construção de agendas propositivas para o fomento do turismo rural no estado do Rio de Janeiro.

#### 2.2.5.2 Ponderações de quem protagonizou a história do turismo rural no estado do Rio de Janeiro e no Brasil

Há algumas lideranças na construção da história do turismo rural no Brasil, e no estado do Rio de Janeiro, que são bastante conhecidas, como Ayrton Violento. Esse depoimento começa por dizer como tudo começou, quando um suinocultor de Cachoeiras de Macacu se forma em engenharia elétrica e, depois de uma experiência de trabalho na Inglaterra na profissão promissora, resolve ir para Nova Friburgo a fim de criar cabras.

Ele conta que logo teve destaque, porque tinha importado um lote de cabras, e o momento era muito propício. Estava se instalando na estrada Teresópolis-Nova Friburgo, a Terê-Fri, a Queijaria Escola Suíça, e surgiu a oportunidade de participar do empreendimento:

Eles precisavam de leite, e fui intermediar isso com a associação de produtores. Havia um projeto do governo estadual que apoiava a caprinocultura no estado. Com esse projeto, eu criei a primeira queijaria legalizada do estado do Rio de Janeiro. Comecei a receber pessoas, inicialmente, curiosos que queriam saber porque um engenheiro tinha aberto mão da vida urbana corporativa para ser produtor rural no interior, na roça, onde não tinha nem luz elétrica. Quando me dei conta, estava trabalhando com turismo, fruto de parcerias, de articulações constantes...

Violento teve contato, então, com franceses. Viram o projeto da caprinocultura e da queijaria e explicaram que, na Suíça, isso era turismo rural, e enviaram para ele material de estudo. Sempre aplicado, rapidamente Violento ajudou a formatar o primeiro circuito de turismo rural em Ponte Branca, Nova Friburgo.

Foi convidado a fazer um estágio na França, aprofundou os estudos, foi se aperfeiçoando, fez especialização, e começou a trabalhar em parceria com o Institut Régional de Coopération et Développement (IRCOD). Começaram a formatar circuitos em padrões sustentáveis, que chamavam de laboráveis e se tornaram um caso de sucesso.

Com os resultados do trabalho, foi convidado a colaborar com o programa chamado Brasil, Meu Negócio é Turismo<sup>52</sup>, do MTUR, tendo sido contratado também pelo SEBRAE para formatar circuitos de turismo eco rural em todo o estado. Posteriormente, passou a atuar com o MTUR na formatação de circuitos em todo o país, inclusive com a Rede TRAF, resultando na criação de mais de 500 circuitos em todo o país. Assim ele narra:

Essa é minha trajetória... Por fim, eu vim parar em Silva Jardim para ser produtor rural, trabalhar com turismo na Fazenda dos Cordeiros. Hoje eu não formato mais circuitos, não faço mais palestras. Estou colocando em prática, fazendo tudo aquilo que eu sempre falei para as pessoas fazerem. Estou arregaçando as mangas, colocando para funcionar e tem sido uma experiência ótima. Estamos aqui na fazenda há cerca de seis anos, mas moro aqui há uns 15 anos. Posso dizer que estou bem feliz, satisfeito com a turística e rural.

Violento narra que não só acreditou, mas apostou todas as fichas no estado do Rio de Janeiro.

Quando perguntado sobre a vocação do estado para o rural, ele diz que tem bem menos do que para o turismo, porque estamos falando da segunda maior cidade do Brasil, com acessibilidade relativamente melhor do que muitos outros estados do país, uma capital que atrai muitos turistas estrangeiros, internacionais, um território com natureza exuberante, uma espetacular cadeia montanhosa, esse conjunto de serra e mar que compõe atributos

---

<sup>52</sup> Brasil, Meu Negócio é Turismo foi uma reaplicação, em 2004, de programa anterior de mesmo nome, redesenhado pelo MTUR em parceria com a Fundação Roberto Marinho, com o objetivo de qualificar cerca de 810 multiplicadores nos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal, que por sua vez ficariam responsáveis pela formação de 24.300 pessoas ocupadas no setor (MTUR, 2004b).

maravilhosos. Mas ele confirma que o estado tem muita vocação, sim, para o turismo rural, e todas as condições para o segmento acontecer.

Por que não deslanchou? Ele diz que, talvez, com a nossa grande experiência de sucesso, talvez tenhamos deixado de lado a preocupação com boas políticas públicas, mas pode ser por outras questões. Violento reflete sobre o turismo ser importante para a sustentabilidade econômica do interior do estado, e adverte que isso só é possível se a formatação de circuitos envolver a base comunitária. Mas há uma questão de mercado que complica.

A vocação do estado do Rio de Janeiro existe, é eu acho que essa vocação é reconhecida, mas talvez não seja valorizada segundo Violento, que explica:

Estamos nisso há mais de 30 anos... Eu queria que pessoas novas tivessem novas ideias, mas a gente continua lidando com os mesmos problemas de 30 anos atrás! Eu acho que a minha geração errou em alguma coisa, porque, com todo esse potencial, tudo que a gente enxerga, isso ainda não ter sido colocado em prática... Eu ando pelo Brasil inteiro e todo mundo está rastejando, não tem ninguém sobressaindo, a não ser poucos casos pontuais que contam com muito incentivo e recursos externos, que podem até dizer que têm um pouco mais de sucesso do que nós. A formação dos circuitos de turismo rural foi um grande avanço, mas essa iniciativa carecia de mais políticas públicas, mais recursos, articulação, capacitação. Mas não existe resposta fácil para pergunta difícil...

Violento informa que se discutia muito isso com aqueles que atuavam em capacitação junto ao MTUR: é preciso ensinar a pescar, e não dar o peixe. Mas eles se perguntavam:

Qual é o momento certo para parar de dar o peixe? Quando as pessoas ficam prontas? Existe uma data certa para dizer que o negócio deu certo (como o Luiz Gustavo da FGV costumava provocar)? Quando é que podemos dizer que um filho está pronto para ir para o mundo, ser dono do seu próprio nariz? Com 16, 17 anos, ou com 30? Tem gente próxima de mim com 31, 32 anos, que não sabe o que vai fazer da vida. E eu me pergunto: será que eu sei? Então, eu acho, sim, que o estado reconhece, e as pessoas reconhecem a vocação para o turismo rural aqui. É valorizado, mas carece de um pouco mais de assistência. É o filho bonito que precisa de uma assistência maior. Ainda não está criado para poder dar um tapinha nas costas e mandar se virar...

Sobre a participação do governo do estado nas iniciativas de apoio ao turismo rural, Violento lembra-se de uma época ativa da SETUR/TURISRIO e de investimentos também do SEBRAE. Depois, o foco parece ter mudado.

Hoje, atuando na ponta, ele diz estar carente de regulamentação para o setor. Ele relata que, por exemplo, tem sempre problemas com a questão de nota fiscal de serviços prestados. A fazenda, que está em área preservada e protegida, recebe muitos estudantes e pesquisadores. Violento conta que, no ano passado, recebeu 40 alunos de geografia da USP, e tem problemas para emitir nota como atividade de turismo rural. Conforme explica, trata-se de um problema:

O Estado fala, o Governo fala, todo mundo fala o tempo todo sobre isso, só que ninguém coloca em prática. Ficam só falando, é só discurso. Então, vamos parar de falar que são políticas públicas! Uma coisa básica que é fazer a legalização da atividade, 30 anos e a gente não avançou nisso... Eu não posso abrir mão de ser

produtor rural, abrir mão da representatividade rural, senão vou virar uma atividade de turismo no meio do rural. Não quero ser um McDonald's, uma atividade de lazer, com restaurante no meio do mato. Quero manter minhas características, minhas tradições! Vários programas nos estimularam a chegar onde nós chegarmos. Mas quando havia promoção, era uma briga enorme para divulgar, dentro da cidade do Rio de Janeiro, que o interior existe...

Violento comenta alguns exemplos de sucesso em iniciativas no país. Conta ter conhecido, recentemente, uma estância em Porto Alegre que trabalha com turismo pedagógico:

Uma coisa impressionante! Eles recebem quase 100 mil crianças por ano dentro da propriedade, pode receber cinco escolas simultaneamente. Recebe gente do Uruguai, Argentina, São Paulo, para fazer turismo pedagógico na propriedade dele. Rio Grande do Sul, Santa Catarina, a Serra Gaúcha, Florianópolis e o circuito da baleia franca, Espírito Santo... As pessoas que estão lá fazem a diferença, porque são as pessoas que fazem mais diferença do que as políticas públicas. Não é crítica a política pública. Veja, na época do apoio da turma da França, eu perguntei a eles assim: como que vocês podem nos ajudar? E eles responderam: do que é que você precisa? Então, se você for capaz de me dizer o que precisa, vou ser capaz de poder dizer se posso ajudar ou não. Eu acho que nós mesmos, eu inclusive, que somos a ponta, não sabemos com clareza o que queremos, como nos manifestarmos, e como nos fazermos presentes e atuantes para que as coisas possam ser direcionadas como nós queremos ou precisamos. O que faz a diferença são as pessoas.

Violento fala de iniciativas que acontecem que, embora importantes, ficam na teoria. Um exemplo recente foi de um instituto internacional de sustentabilidade que veio fazer um trabalho na bacia do Rio São João, sobre turismo e ambiente, um projeto com recursos da ONU, e não se consegue a articulação necessária conforme relata:

Aí eles vêm, fazem aquelas reuniões bonitas, muita gente, boca livre, planejamento, mesa, auditório, tudo bonito, pessoas bonitas falando, falando para aquelas pessoas que não entendem nada, para no final gerar um relatório, projeção de filme, desenho animado, rede social, e não resolveu nada para a gente... Não estou dizendo que está errado. Ao contrário, acho que é importante todo esse processo. Mas nós não somos capazes de dizer não para eles, eu inclusive, de dizer: espera aí, não é isso que a gente quer, não! Como é que a gente vai plantar um inhame aqui? Vamos escolher não plantar? Entregar onde, como é que eu vou fazer isso? Como é que eu vou divulgar? Aqui não tem internet... Coisas assim, a gente não sabe fazer, nós não estamos organizados. Hoje eu só vejo uma saída: educação. Tem que começar lá na base, não adianta. No meio do caminho vai ser muito difícil.

Como Violento lamenta, a triste realidade é de poucos avanços em termos de políticas públicas para desenvolver o turismo rural no país, e no estado, também.

No estado, ao que informa, há iniciativas em Rio das Ostras, Araruama, Silva Jardim (não em promoção, mas internamente, para que as pessoas conheçam), Quissamã, Nova Friburgo, mas muitas iniciativas não estão funcionando, e muitas pessoas reclamam de muitas coisas. E Violento deixa pergunta: por que o que já estava em curso não está andando mais?

Na sua percepção, algumas instituições no estado deixaram de atuar como faziam antes. Existem hoje projetos que não fortalecem, de fato, os agentes locais, mas resultam em reuniões



de planejamento estratégico participativo para desenvolver projetos para um mercado que não existe, criam expectativa, fazem material promocional, criam marca, nome. O cliente não vem, mas as pessoas ficam felizes de estarem lá participando, até desistirem.

Ele diz que há coisas acontecendo em outros lugares mais do que no estado do Rio de Janeiro. Encontros virtuais de turismo rural, com palestras, tour, caminhadas e forró virtual, atividades culturais, troca de experiências. O SESC de Santa Catarina, por exemplo, apoia caminhadas em mais de 50 circuitos eco rurais. Não há um incentivo financeiro, mas colocam à disposição a sua rede de articulação social e solidária, porque associou ao rural atributos de bem-estar, educação, cultura e lazer. As pessoas movimentam a economia local com gastos em alimentação, artesanato, entre outros.

O público da Fazenda dos Cordeiros, conforme informa Violento, é do mercado regional, com Macaé, Rio das Ostras, Niterói, Rio de Janeiro, e eventualmente, Minas Gerais Espírito Santo, e muitos turistas internacionais. Há uma parceria interessante com uma universidade da Holanda em um curso de extensão de 10 dias, com 20 alunos que vêm estudar os processos sustentáveis da fazenda. Mais importante que a boa diária paga em dólar, diz Violento, é a troca de experiências, o compartilhamento. Mas a COVID-19 está levando a uma reavaliação, porque não é só cuidado com o turista, mas com as pessoas da comunidade, com quem está aqui, porque o interior ainda tá mais protegido do que a cidade grande.

Violento confia que as oportunidades para o turismo rural no contexto pós-pandemia serão boas e oportunas, mesmo que não se tenha ideia, ainda, de como essa demanda vai surgir. Mas ele teme que haja consequências e previne sobre todos estarem bem preparados e articulados para darem conta do que não se sabe o que virá. Por enquanto, estão abrindo a fazenda para uma família de cada vez, procurando manter a renda familiar com a diversificação, vendendo mudas, orgânicos. Mas ele fala de outros empresários que têm estruturas maiores, não de turismo rural, mas de turismo no espaço rural, enfrentando riscos e dificuldades maiores. Conforme avalia, será necessário rever as estratégias, porque a demanda já está mudando. Afirma que é preciso pensar na demanda do próprio estado.

Ainda sobre as dificuldades do setor, diz que há carências na aproximação das novas tecnologias e plataformas com o turismo rural, porque essas são generalistas e não atendem a especificidades do rural. As informações e a comunicação, conseqüentemente, são truncadas. Reflete sobre ser importante, talvez, a criação de um portal direcionado para o segmento, pois os direcionamentos, de modo geral, são focados em destinos, e nos destinos nem sempre se localiza o segmento turístico, por exemplo. Outro problema é separar o que é atividade de turismo rural, sustentável, de base comunitária, do que é atividade no espaço rural.

De acordo com Violento, para mapear o que é o turismo rural, o que existe de atividade no turismo rural, é importante a articulação com os municípios:

Os municípios precisam estar envolvidos, é necessária capacitação, é preciso saber identificar e separar o joio do trigo, a legalização é fundamental. Não adianta só ter CADASTUR para o turismo rural. A maioria dos produtores rurais não vai saber fazer isso. Eles são carentes, não sabem fazer. Mas talvez, como ferramenta, seja oportuno usar o próprio CADASTUR para fazer uma aproximação com o que é o segmento do turismo rural, de base comunitária, fazendo adequações, verificando nichos de interesse específicos, envolvendo o pedagógico, turismo equestre, caminhadas na natureza.

Violento lembra-se da ABRATURR e do entendimento de que era preciso descentralizar para fortalecer conforme expressa neste relato:

A identidade nacional estava muito isolada, sozinha, tinha perdido capilaridade, havia perdido a ponta. Então, desdobrou-se para o Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Paraná, Mato Grosso, entidades estaduais da ABRATURR. A nossa, aqui no Rio de Janeiro, ficou muito ligada à formatação dos circuitos rurais e a questão das caminhadas na natureza, porque eu estava na presidência. Mas a caminhada na natureza era só uma ferramenta de organização social, local, como na França. Hoje a nacional está atuando de forma tímida, e não é por conta da COVID-19; é por conta da falta de políticas públicas nacionais. A entidade estadual está totalmente desarticulada, não sei o que aconteceu. Hoje, como ponta, não vejo nenhuma entidade que me represente, não como turismo rural.

A Anda Brasil e o turismo rural estão muito ligados. A Anda Brasil chegou a ter 500 circuitos credenciados, e 90% deles eram no meio rural. Violento ainda faz parte da Anda Brasil e informa que, na fazenda, eles fazem quatro circuitos de caminhada credenciados, e estão à frente dos primeiros circuitos de longa distância do estado do Rio de Janeiro, o circuito dos Três Picos. Ele identifica os circuitos como uma estratégia de mercado chamando Circuito Mico-leão-dourado, que transcorre em parceria com a Rede Brasileira de Trilhas (quatro trilhas de caminhadas que passam por Silva Jardim, Casimiro de Abreu, Nova Friburgo e Cachoeiras de Macacu, contornando as nascentes do Rio São João, Rio Macaé, e Rio Macacu).

Mas tudo parece meio adormecido, como diz Violento, sem estímulo para que volte a ser mais atuante conforme conclui no seguinte relato:

A gente acaba ficando saudosista. Poxa, articulação igual a gente tinha na ABRATURR Nacional, Rede TRAF, não tem mais. Como há 20 anos atrás, não há nada mais parecido com isso, não conseguimos mais nada nesse sentido. Vamos para a educação! Nós temos que fazer os jovens pensar sobre isso, criar articulações... Porque eu estou muito saudosista...

Lamenta-se que o saudosismo não pareça, nesse momento, ser uma prerrogativa apenas de poucos, nem ter rápida perspectiva de solução.

Assim, após traçar o panorama do turismo rural no Brasil e no Rio de Janeiro, passa-se à apresentação dos resultados desta pesquisa trazidos do levantamento de elementos relacionados ao turismo rural no estado.

### 3 TURISMO RURAL NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO: MAPEAMENTO, REFLEXÕES E PROPOSIÇÕES

Neste capítulo, passam a ser apresentados os resultados da pesquisa de campo sobre as potencialidades do turismo rural no estado do Rio de Janeiro.

Abrindo a exposição dos resultados e para fins de contextualização, as 12 regiões turísticas do estado são apresentadas em seus aspectos gerais. Mostram-se dados sobre área, população e Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) dos municípios, que intentam colocar o turismo em um contexto referencial mínimo em relação a espaço e território. Sobre o IDH, a despeito de todas as limitações dessa medida, aprouve contemplá-lo para observar, ao menos a título de reflexão, o que se apregoa sobre o turismo só ser bom quando é bom para as comunidades locais. Deve-se lembrar que o indicador está alicerçado sobre os pilares da educação, saúde/longevidade e renda, e que as referências consideram o IDH: até 0,49, como de baixo desenvolvimento humano; entre 0,500 e 0,799, de médio desenvolvimento humano; e acima de 0,800, de alto desenvolvimento humano. No estado do Rio de Janeiro, de modo geral, os municípios encontram-se na faixa média do IDH, mas lembre-se que a aferição apresentada é relativa ao ano de 2010 (IBGE, 2020).

Para complementar o panorama do turismo na região, constam informações sumárias do Portal da SETUR<sup>53</sup>, construído com a participação dos municípios. Essas notas foram retiradas apenas do texto introdutório do Portal (SETUR, 2020) e servem para sinalizar possíveis apropriações da natureza e da cultura local, levadas a efeito para a turistificação dos territórios. Acrescentam-se, ademais, dados sobre a categorização dos municípios em *clusters*, conforme critérios do MTUR comentados anteriormente.

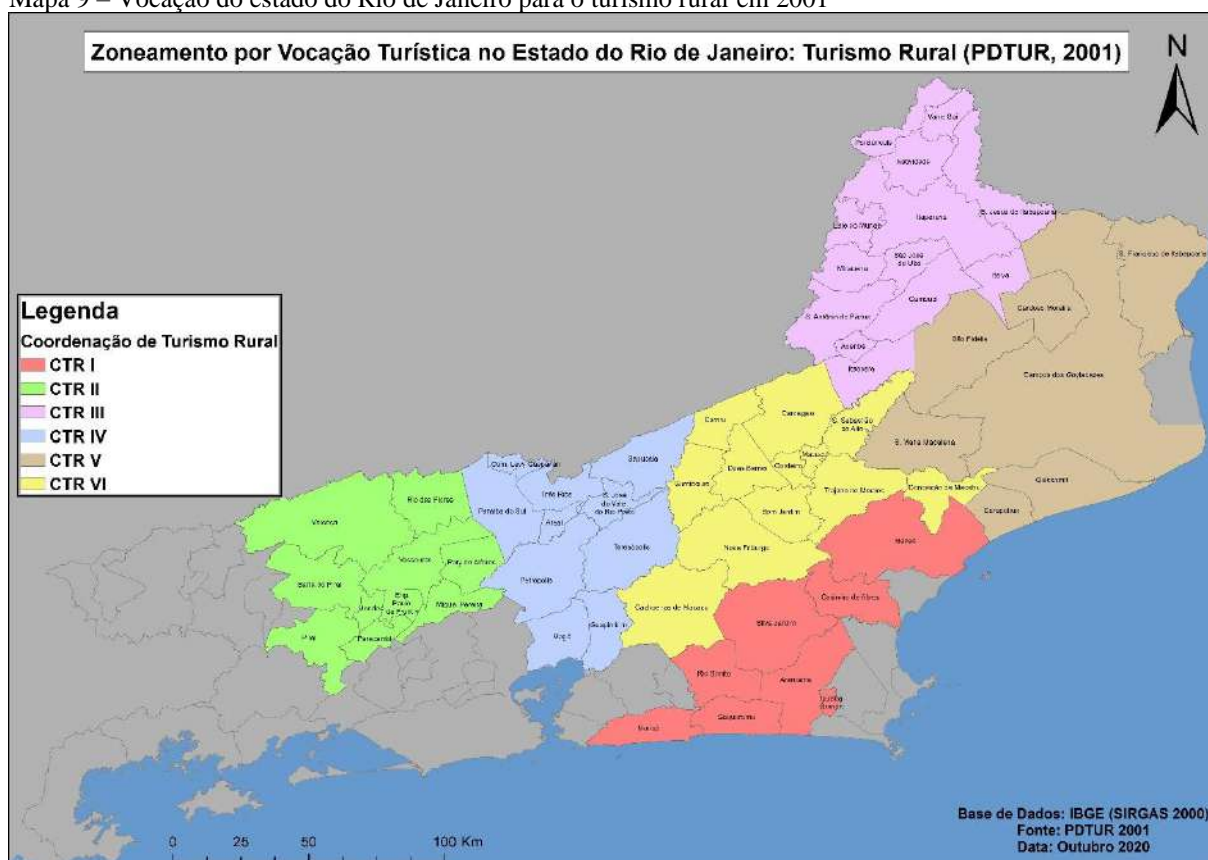
No que tange ao turismo rural nos municípios e regiões, esta pesquisa resgatou, preliminarmente, indicações apontadas no PDTUR (TURISRIO, 2001), no Caderno de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (GOMES, 2010), e no PDITS (SETUR, 2010), nesse último caso, em relação à área de abrangência daquele estudo (23 municípios abarcados pelo PRODETUR como previamente elencados).

---

<sup>53</sup> O Portal da SETUR/TURISRIO foi lançado em 27/09/2020 por ocasião da ABAV COLLAB, tradicional Feira da Associação Brasileira de Agências de Viagens, em sua primeira versão virtual. O Portal, em sua maior parte, foi alimentado com informações e imagens cedidas pelos municípios. Disponível em: [www.turismorj.com](http://www.turismorj.com). Acesso em: 4 out. 2020.

O zoneamento por vocação turística resultante do PDTUR (TURISRIO, 2001, p. 93-94) buscava apresentar uma fotografia das potencialidades territoriais do estado, tomando por unidade de registro o município, e tendo o turismo rural como uma das categorias procedentes daqueles recortes (Mapa 9). Naquela época, o PDTUR (TURISRIO, 2001) já considerava a vocação de 60 municípios fluminenses para o turismo rural, mencionando-se que a TURISRIO havia criado seis Coordenações Regionais de Turismo Rural (CTR), no âmbito do Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Turismo Rural, anunciadas, naquele documento, como em fase de construção. Ao que se sabe, tais CTRs nunca saíram, efetivamente, do papel.

Mapa 9 – Vocação do estado do Rio de Janeiro para o turismo rural em 2001



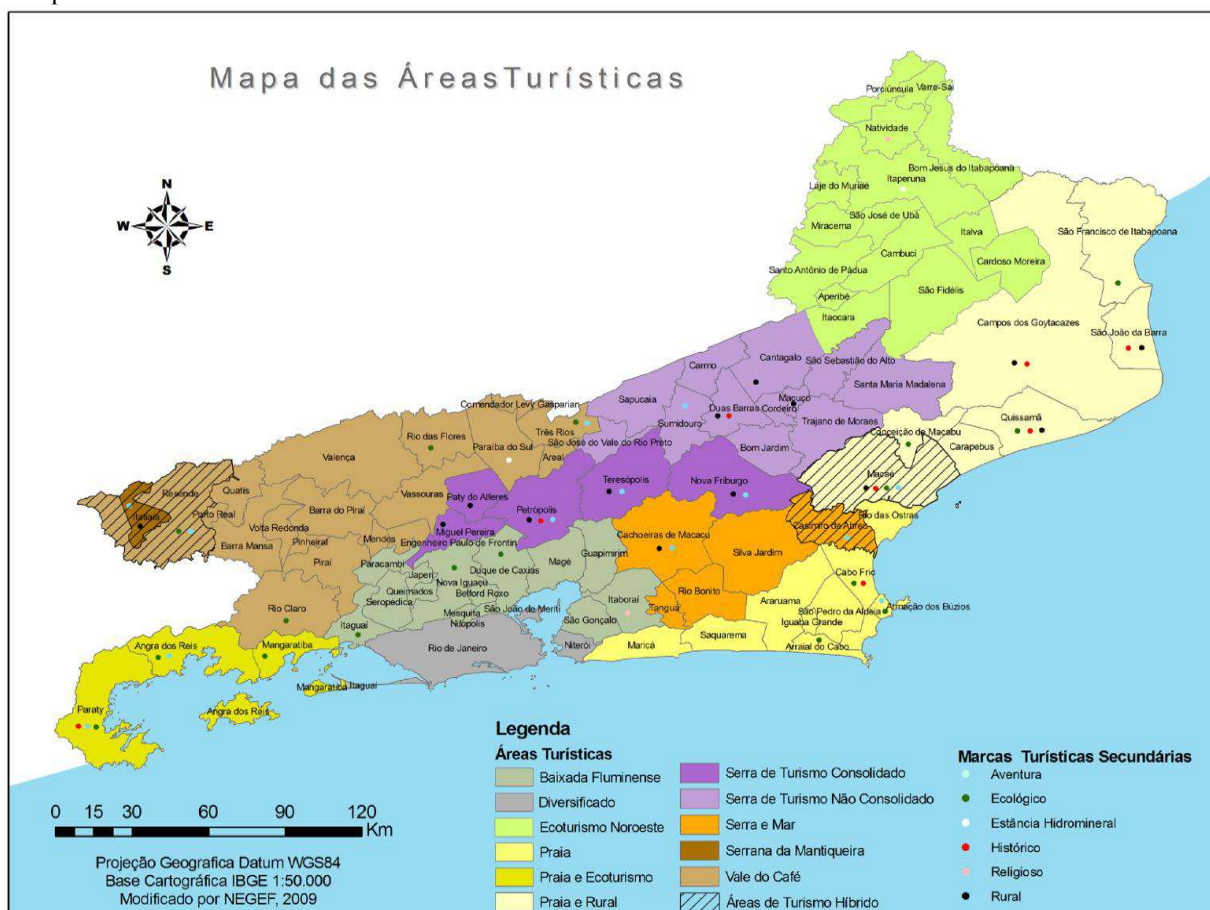
Fonte: A autora, 2020, a partir de dados do PDTUR (TURISRIO, 2001); desenho cartográfico C. A. Silva.

O Caderno de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (GOMES, 2010) procede à caracterização turística dos municípios, segundo as atividades que ali se desenvolvem, e assinala como categorias: a área turística, ou seja, a atividade turística predominante; a marca principal, decorrente da identidade preponderante na área turística; a marca secundária, característica de outras atividades turísticas desenvolvidas na localidade, considerando que não há uma ocorrência da atividade principal de modo uniforme nos territórios (GOMES, 2010, p. 53). A marca secundária dá, portanto, a possibilidade de que se pense em hibridismos em

relação à segmentação do turismo, o que parece soar de forma mais próxima à realidade das experiências turísticas. Os resultados do Caderno podem ser vistos no Mapa 10 que aqui se reproduz.

Segundo o Caderno de Turismo (GOMES, 2010) confirma-se que a diversidade geográfica do estado do Rio de Janeiro, em seus aspectos físico, econômico, cultural e social, será sempre um desafio para qualquer esforço de regionalização, zoneamento ou criação de tipologias para o turismo fluminense. Daí a presença do hibridismo consequente da especialização das marcas turísticas apontadas naquele documento.

Mapa 10 – Áreas turísticas do estado do Rio de Janeiro.



Fonte: Caderno de Turismo do Estado do Rio de Janeiro, 2010.

Passa-se depois à apresentação das respostas obtidas a partir dos questionários respondidos pelos dirigentes municipais de turismo (APÊNDICE D), complementadas, em alguns aspectos (principais segmentos, atrativos e eventos turísticos presentes no município), por informações coletadas do questionário de atualização do PDTUR (APÊNDICE E). Perceba-se que, de um universo de 91 municípios (excetuando-se a capital), 89 secretários/dirigentes municipais de turismo contribuíram com esta pesquisa. Além disso, 74 daqueles municípios

procederam à devolutiva dos formulários de atualização do PDTUR, tendo essas informações servido à complementação de quadros analíticos deste exame.

Os dados dos municípios estão organizados por região turística e em blocos que reúnem o mapeamento de: principais segmentos turísticos presentes no município e segmentos que podem contribuir com o fomento do turismo rural; percepção da vocação turística para o turismo rural sob o olhar dos secretários municipais de turismo, representantes das IGRs e do SEBRAE regional; atividades rurais no território, atrativos turísticos, atividades e atrativos de turismo rural; utilização do artesanato de modo agregado ao turismo e ao turismo rural, principais eventos turísticos e de turismo rural; existência e comercialização de roteiros de turismo rural, serviços específicos, e divulgação do turismo rural; perfil da demanda atual e afinidade com o turismo rural, perfil da demanda potencial, motivação e percepção sobre a importância da paisagem na escolha de destinos de turismo rural; principais entraves ao fomento do turismo rural, principais demandas dos agentes do setor e exame sobre a existência ou não de políticas públicas locais voltadas ao turismo rural. Como os dados da pesquisa de campo realizada com os dirigentes municipais de turismo resultam, em sua maioria, de perguntas abertas, optou-se pela exibição de quadros organizativos das questões conexas em blocos e mapas, de modo a facilitar a visão geral e a conjunção de temas que, observados de modo integral, podem enriquecer a reflexão.

Em relação ao levantamento dos principais segmentos turísticos indicados por cada município, esses dados resultarão no Mapa do Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro, apresentado ao termo desta análise. É importante ressaltar que essas e outras informações poderão, posteriormente, gerar mapas relativos a outras segmentações turísticas e a outros estudos, logrando servir a pesquisa atual como contribuição para desdobramento de futuros exames. Atente-se, ademais, para o fato de que as respostas dadas pelos dirigentes municipais de turismo atendem a questões abertas, enquanto os resultados advindos da atualização do PDTUR (SETUR, 2019) em relação ao apontamento dos principais segmentos originam-se de questões fechadas, embora com opção para acréscimo de outros segmentos.

Faz-se nota, igualmente, sobre o cuidado que se procurou tomar quanto à utilização de diferentes nomes utilizados, nas respostas, para designar categorias muito próximas. Por exemplo, os segmentos indicados como “balneário” e “parque temático”, para fins desta análise, foram categorizados como turismo de natureza; “hidrotermal”, como saúde; “esportes radicais”, como aventura. Algumas atividades foram indicadas pelos respondentes como segmentos turísticos, tais como “artesanato”, “entretenimento noturno” e “lazer”. Considerou-se como estratégias, e não como segmentos, algumas indicações dos respondentes, por exemplo,

“turismo social”, “turismo de experiência” e “turismo de base comunitária”. Segmentos de demanda turística, igualmente, foram considerados à parte dos temas da oferta turística, como “melhor idade”, “família”, “amigos”, observando-se que há quadro específico na pesquisa que observa, ainda que sem aprofundamento, as tendências locais de demanda. Uma das questões a refletir é, justamente, sobre a falta de clareza a respeito do que é o segmento do turismo rural, ou o turismo no espaço rural, contrapostos ou próximos de outros segmentos, e, ainda, o que são atividades rurais, e em que diferem de atividades praticadas no campo.

A partir dessa aproximação, buscou-se verificar a percepção dos dirigentes municipais de turismo sobre a potencialidade dos municípios para desenvolverem o turismo rural. É relevante informar que não se conceituou previamente, para os pesquisados, a categoria turismo rural, justo pela intenção de apreender a que significados o termo poderia remeter. Esse foi um dos esforços para tentar compreender as representações evocadas para “turismo rural” para aqueles que estão à frente do setor público dedicado ao turismo municipal no estado. Contudo, por não se ter a segurança de que os representantes do turismo local são todos detentores de razoável conhecimento do setor, julgou-se ponderar aquela percepção, e investigou-se, complementarmente, o olhar dos representantes das IGRs, bem como de representantes regionais do SEBRAE responsáveis pelos municípios pesquisados. Mas não foi também, em todos os casos, que essas representações demonstraram conforto em opinar sobre o tema, em face de, eventualmente, não conhecerem profundamente a realidade de todas as localidades examinadas. Ao final, então, optou-se por atribuir duplo peso à percepção dos secretários municipais para a obtenção de uma percepção média final, considerando-se as demais percepções levantadas. Os valores atribuídos a esses modos de ver a potencialidade ou possibilidades dos municípios para o turismo rural servem apenas de referência para outras análises e reflexões, uma vez que se tratam, evidentemente, de considerações subjetivas.

Deve-se esclarecer que esta pesquisa está longe de querer caracterizar qualquer tipo de hierarquização entre os municípios, e busca, tão somente, encontrar um mapa de reflexão que seja útil na orientação de políticas públicas para apoiar o turismo rural fluminense, em face de tantos desafios e de tão diferentes realidades presentes nas regiões e nos destinos turísticos, e que deverá ser, depois, validado e aprimorado. Neste aspecto, uma das premissas que sinaliza sobre o porquê da falha em programas aplicados pela SETUR/TURISRIO ao longo do tempo é a consideração institucional tomada, por vezes, de que muitos territórios são iguais, como parece demonstrar o mapa de zoneamento do PDTUR (TURISRIO, 2001).

Conforme os valores apresentados à vocação do município para o turismo rural, reputou-se, como referência, que os municípios percebidos com graus 10 e 9 apresentam alta



potencialidade para o turismo rural; os graus 8 e 7, indicam boa potencialidade; os valores 6 e 5, média potencialidade; e os registros abaixo de 5 foram considerados indicativos de baixa potencialidade.

Prosseguindo na verificação acerca do potencial de desenvolvimento do turismo rural nos municípios e regiões, tem-se o resultado da pesquisa de campo sobre as principais atividades rurais e atrativos de turismo rural existentes no município, bem como dos principais atrativos turísticos indicados na atualização do PDTUR, como se observa em quadro específico. A apresentação dos resultados se adianta também na verificação de agregação do artesanato ao turismo e ao turismo rural, e na existência de eventos para o setor, levando-se em conta que tem sido crescente a associação do artesanato ao turismo em mercados regionais, nacionais e internacionais, e que eventos é um segmento transversal a vários outros, inclusive ao rural.

Uma vez ampliado o quadro de visão sobre a potencialidade do turismo rural nos municípios e regiões com essas informações, procurou-se averiguar se há, no estado, serviços específicos e roteiros do segmento sendo comercializados, bem como estratégias de divulgação do mesmo em curso.

A partir dos planos de qualificação deste trabalho, empenhou-se em perscrutar se há elementos de demanda turística real e potencial para o turismo rural nos municípios, e a percepção dos dirigentes locais sobre os principais aspectos da motivação de fluxos atraídos para este segmento, dando destaque especial ao componente da paisagem.

Por fim, tendo-se por referência as respostas dos dirigentes municipais de turismo, foram levantados os principais empecilhos para o desenvolvimento do turismo rural, as demandas mais relevantes dos agentes envolvidos com o setor e a indicação de parcerias fundamentais para que tal iniciativa pudesse prosperar.

A não ser informações pontuais trazidas do levantamento para atualização do PDTUR (SETUR, 2019), não haverá dados nesta pesquisa sobre: a capital do estado, Rio de Janeiro, por não fazer parte do escopo desta investigação; os municípios de Comendador Levy Gasparian, na região Caminhos Coloniais, e de São Sebastião do Alto, na região Caminhos da Serra, por não terem participado do trabalho; dos municípios de Mendes, São João do Meriti e Nilópolis, por terem respondido a este estudo tão somente informando que não existe potencialidade local para o turismo rural.

Passa-se agora à apresentação dos resultados obtidos, por região turística e, na sequência, a outras observações para, depois, tomar nota de algumas reflexões e proposições.

### 3.1 Mapeamento do turismo rural no estado

#### 3.1.1 Região Águas do Noroeste

A Região Águas do Noroeste é formada por 13 municípios: Aperibé, Bom Jesus do Itabapoana, Cambuci, Italva, Itaocara, Itaperuna, Laje do Muriaé, Miracema, Natividade, Porciúncula, Santo Antônio de Pádua, São José de Ubá e Varre-Sai (Mapa 11). A área territorial, a população e o IDH dos municípios da região podem ser observados no Quadro 7.

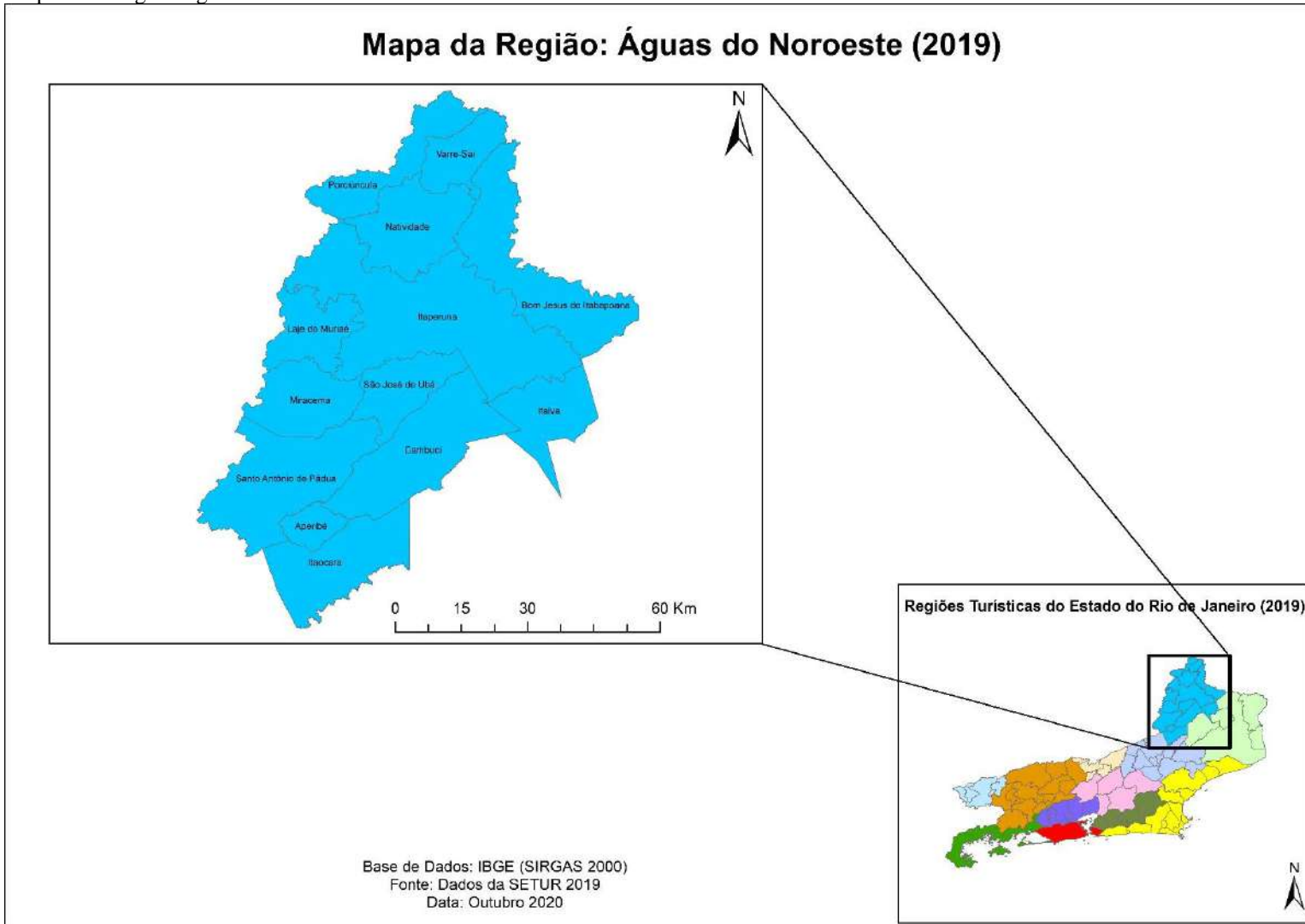
Quadro 7 – Aspectos gerais da Região Águas do Noroeste

MUNICÍPIO	ÁREA (Km <sup>2</sup> )	POPULAÇÃO (2019)	IDH (2010)
<b>Aperibé</b>	94.542	11.759	0,692
<b>Bom Jesus do Itabapoana</b>	596.659	37.096	0,732
<b>Cambuci</b>	558.281	15.505	0,691
<b>Italva</b>	291.193	15.207	0,688
<b>Itaocara</b>	433.182	23.234	0,713
<b>Itaperuna</b>	1.106.694	103.224	0,730
<b>Laje do Muriaé</b>	253.530	7.355	0,668
<b>Miracema</b>	303.270	27.174	0,713
<b>Natividade</b>	387.073	15.317	0,73
<b>Porciúncula</b>	291.847	18.847	0,697
<b>Santo Antônio de Pádua</b>	603.633	42.479	0,718
<b>São José de Ubá</b>	452.396	36.102	0,671
<b>Varre-Sai</b>	201.938	11.000	0,659

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do IBGE, 2020.

Todos esses municípios participaram da pesquisa de campo que fundamenta este trabalho. Não atenderam, ainda, à atualização do PDTUR os municípios de Aperibé, Cambuci, Laje do Muriaé, Miracema, Natividade, Porciúncula e São José de Ubá, para os quais faltaram informações complementares em alguns quesitos.

Mapa 11 – Região Águas do Noroeste



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR, 2019; desenho cartográfico C. A. Silva

Dos municípios da região, dez foram incluídos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2019 e estão categorizados conforme Quadro 8. Não foram incluídos no Mapa os municípios de Cambuci, Santo Antônio de Pádua e São José de Ubá.

Quadro 8 – Categorização dos municípios da Região Águas do Noroeste

MUNICÍPIO	CATEGORIA/CLUSTER 2019
Aperibé	D
Bom Jesus do Itabapoana	D
Cambuci	Não está no Mapa
Italva	C
Itaocara	D
Itaperuna	B
Laje do Muriaé	D
Miracema	D
Natividade	D
Porciúncula	C
Santo Antônio de Pádua	Não está no Mapa
São José de Ubá	Não está no Mapa
Varre-Sai	E

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do MTUR, 2019.

Quanto à apresentação institucional do turismo, segundo o Portal da SETUR (2020), Águas do Noroeste é uma região de rios, cachoeiras, vales e montanhas, atendendo ao visitante que busca o contato com a natureza e a tranquilidade do interior, com opções de experiências em turismo rural, aventura e vivências religiosas.

Em Natividade, encontra-se o Sítio dos Milagres, onde relatam-se aparições de Nossa Senhora, evidenciando o município como destino de turismo religioso. Reforçando este segmento, encontram-se várias igrejas nesta região.

Como atrativos de natureza, citam-se: a Serra da Bolívia, em Aperibé; as cachoeiras do Inferno, Fumaça e Cachoeirão, em Bom Jesus do Itabapoana; a Cachoeira da Fazenda de São Francisco e a Gruta de Furnas, em Cambuci; as Cachoeiras Alegre e dos Namorados, em Itaocara; o Rio Muriaé, em Laje do Muriaé; o mirante Pontão do Sinal e a Cachoeira do Conde, em Miracema; a Pedra Elefantina, em Porciúncula; o Rio Pomba, em Santo Antônio de Pádua, que permite a prática de atividades de aventura, como a canoagem e o *rafting*; o Parque das

Águas Almir Freire, em São José de Ubá; e o Morro do Calvário, a Mina dos Tropeiros, a Caverna do Pirozzi e a Gruta de São Sebastião, em Varre-Sai.

Como atrativos culturais, são apresentados: a estação de trem da Estrada de Ferro da Leopoldina, em Aperibé; a Estação Ferroviária de Cambuci; a Fazenda Boa Vista, em Italva; a Praça da Matemática e o Centro de Arte e Cultura, em Itaocara; o Cristo Redentor de Itaperuna, no Morro do Castelo, com 20 metros de altura; as fazendas da Cachoeira, a da Serra Nova e a da União, em Miracema; as fazendas históricas de Natividade, como, por exemplo, Mutuca, Taboca e São José; e a Casa do Artesão, em Porciúncula.

Como manifestações culturais, destacam-se: as Festas Folclóricas de Santo Antônio de Pádua, como Folia de Reis, Caxambu e Pastorinhas; o Mineiro-Pau, Boi Pintadinho, Folia de Reis e Cavalhada, em Laje do Muriaé.

No segmento gastronômico, Italva é conhecida regionalmente como a Cidade do Quibe, herança da presença de árabes na região. Encontram-se, ainda, na região: cachaças artesanais e moquecas de peixes de água doce, em Itaocara; vinhos e licores artesanais, em Varre-Sai. Em Itaperuna, destacam-se o Parque das Águas Soledade e o Fontanário Raposo, cujas águas têm propriedades terapêuticas.

No Portal da SETUR (2020), há dados mais detalhados sobre os atrativos dos municípios, que têm por foco a divulgação dos destinos. Complementando essas informações, há dados adicionais sobre atrativos turísticos dos municípios que responderam ao formulário de atualização do PDTUR, bem como aqueles apontados na pesquisa de campo desta tese, onde se listam equipamentos, serviços, atividades e atributos imateriais os mais diversos.

Ao observar os segmentos turísticos mais presentes na região (Quadro 9), os resultados da pesquisa indicam que os atrativos mais exaltados das Águas do Noroeste estão adequadamente ancorados em características mais identificadas com o território, quer seja a natureza, quando tratada de modo mais amplo (balneário, parque aquático, serras, cachoeiras, etc.), ou nas apropriações que o turismo faz do espaço e que se desdobram em atividades ou experiências específicas (ecoturismo, esportes, aventura, pesca, etc.). Nesse último caso, sublinha-se na região a perspectiva da prática do espeleoturismo (visita a grutas e cavernas), em Cambuci. O segmento de saúde encontra diferencial na oferta hidrotermal de Itaperuna, como divulga o Portal da SETUR (2020).

Como se vê no Caderno de Turismo (GOMES, 2010), a região, como um todo, apresenta o elemento ecológico como marca principal, destacando-se como marcas secundárias a estância hidromineral em Itaperuna, e o elemento religioso, em Natividade.

Outros segmentos que ressaltam nas Águas do Noroeste são: cultura, com desdobramentos no campo da história, religião e gastronomia; e eventos, com festas e folias (de Reis, do Padroeiro, Carnaval, Fogueirão), festivais (do Arroz, do Peão) e encontros (motociclismo, *jipeiros*, cavalgada).

Na perspectiva dos secretários municipais de turismo, todos esses segmentos podem contribuir com o turismo rural, a que poderia ser também agregado, como indicam, o artesanato e o fomento do comércio local.

Quadro 9 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Águas do Noroeste

MUNICÍPIO	SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL
<b>Aperibé</b>	Eventos, Cultural, Histórico, Natureza	(Sem resposta)	Artesanato
<b>Bom Jesus do Itabapoana</b>	Natureza, Religioso, Eventos	Rural, Cultural, Eventos, Religioso, Gastronômico	Pesca artesanal nos lagos das hidrelétricas
<b>Cambuci</b>	Rural, Natureza, Aventura (Espeleoturismo)	(Sem resposta)	Fortalecimento do comércio local
<b>Italva</b>	Rural, Eventos	Rural, Eventos	Esportes, Cultura
<b>Itaocara</b>	Rural, Aventura, Ecoturismo, Cultural, Eventos, Esportes, Pesca	Rural, Cultural, Aventura, Eventos, Pesca, Esportes	Museu Rural
<b>Itaperuna</b>	Rural, Saúde (Hidrotermal), Negócios, Eventos, Religioso	Rural, Eventos, Religioso, Saúde	Ecoturismo
<b>Laje do Muriaé</b>	Rural, Eventos, Natureza, Aventura, Cultural, Histórico	(Sem resposta)	Ecoturismo, Cultural, Religioso, Esportes
<b>Miracema</b>	Rural, Cultural	(Sem resposta)	Esportes Radicais (Aventura)
<b>Natividade</b>	Rural, Religioso, Gastronômico	(Sem resposta)	Gastronomia, Artesanato
<b>Porciúncula</b>	Rural, Religioso, Cultural, Esportes, Aventura	(Sem resposta)	Ecoturismo, Religioso, Cultural, Esportes
<b>Santo Antônio de Pádua</b>	Religioso, Eventos, Esportes	Eventos, Esportes, Religioso	Esportes
<b>São José de Ubá</b>	Natureza	(Sem resposta)	Secretarias de Meio Ambiente, Cultura, Esporte e Agricultura
<b>Varre-Sai</b>	Rural, Cultural, Religioso	Rural, Cultural, Eventos, Esportes, Religioso	Esportes radicais, Ecoturismo, trilhas em matas (RPPN'S)

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2019.

O turismo rural é marcado como importante nas respostas de atualização do PDTUR, bem como no retorno da maioria dos secretários municipais de turismo, que sinalizam o grau de potencialidade do segmento nos municípios.

Na perspectiva dos secretários, representantes da IGR e do SEBRAE regional (Quadro 10), as Águas do Noroeste apresentam, em média, bom potencial para o desenvolvimento do

turismo rural, à exceção dos municípios de Miracema e São José de Ubá, com médio potencial, embora haja indicações de ruralidade nesses municípios (sinalizada no Quadro 11 em Miracema e pela realização da Festa do Tomate em São José de Ubá).

Quadro 10 – Potencialidade da Região Águas do Noroeste para o turismo rural

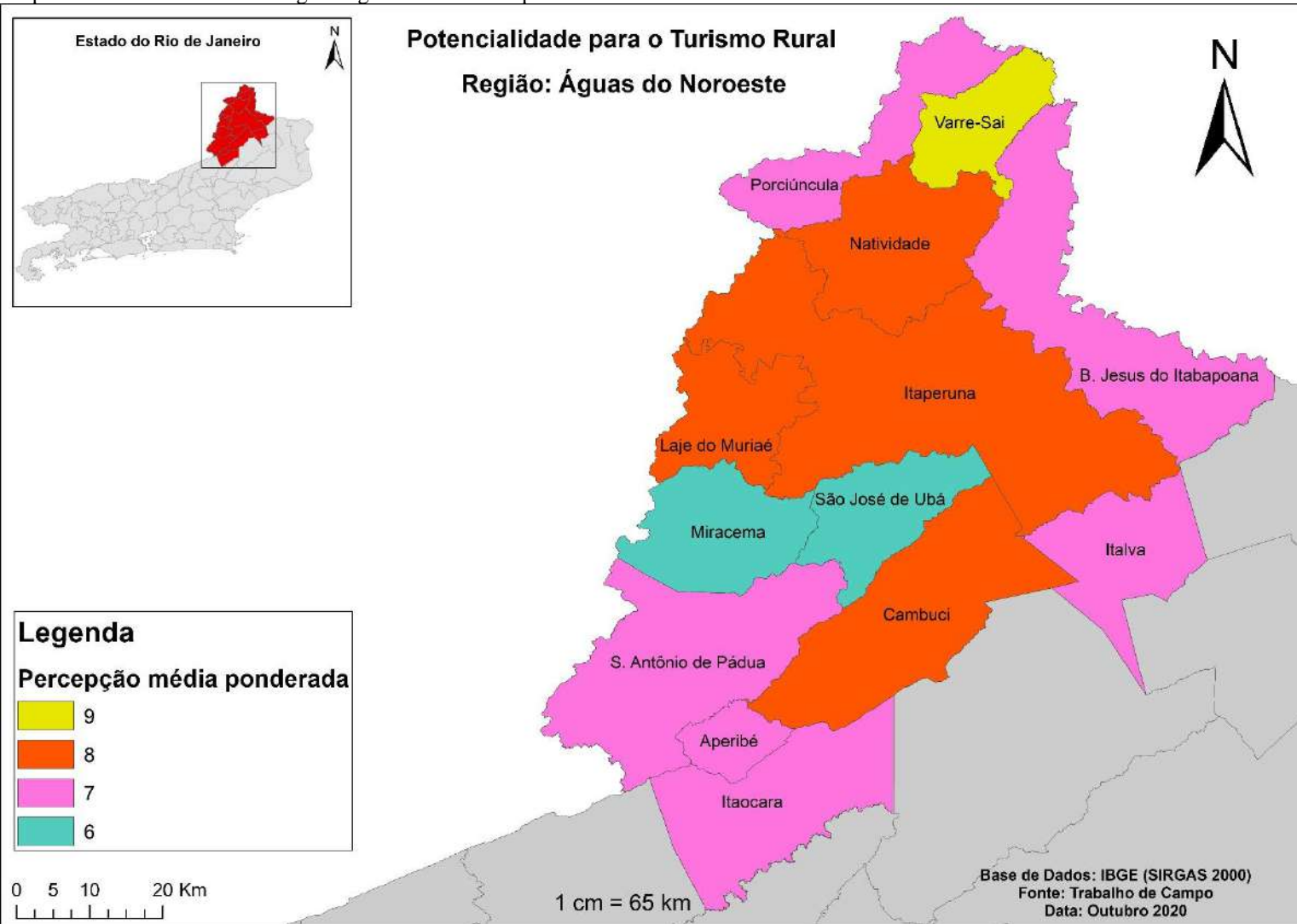
<b>MUNICÍPIO</b>	<b>PERCEPÇÃO SECRETÁRIOS</b>	<b>PERCEPÇÃO IGRS</b>	<b>PERCEPÇÃO SEBRAE REGIONAL</b>	<b>MÉDIA PONDERADA</b>
<b>Aperibé</b>	8	6	7	<b>7</b>
<b>Bom Jesus do Itabapoana</b>	5	8	8	<b>7</b>
<b>Cambuci</b>	9	5	7	<b>8</b>
<b>Italva</b>	8	6	7	<b>7</b>
<b>Itaocara</b>	7	6	7	<b>7</b>
<b>Itaperuna</b>	10	6	7	<b>8</b>
<b>Laje do Muriaé</b>	10	5	7	<b>8</b>
<b>Miracema</b>	5	7	7	<b>6</b>
<b>Natividade</b>	8	7	7	<b>8</b>
<b>Porciúncula</b>	6	7	7	<b>7</b>
<b>São José de Ubá</b>	5	5	7	<b>6</b>
<b>Santo Antônio de Pádua</b>	7	6	7	<b>7</b>
<b>Varre-Sai</b>	10	7	8	<b>9</b>

Fonte: A autora, 2020.

Dessa avaliação resulta o Mapa 12, onde ressaltam os municípios de Varre-Sai, Cambuci, Itaperuna, Laje do Muriaé e Natividade, em termos de vocação para o turismo rural.

De fato, o prognóstico do PDTUR (TURISRIO, 2001) considera o grupamento de todos os municípios dessa região, sem exceção, com potencial relevante para o turismo rural, propondo que todos eles compusessem a CTR III da TURISRIO que, como vimos, não chegou a ser criada. É importante considerar, que, naquela ocasião, já se apontava o turismo rural como alternativa socioeconômica para a região, em face da paisagem e arquitetura rural a que poderiam ser agregados os atributos naturais (rios, cachoeiras, fontes hidrotermais, etc.). No PDTUR (TURISRIO, 2001), chama-se a atenção para os fluxos originários de Minas Gerais em busca de férias balneárias, favorecendo a proposição da CTR à época.

Mapa 12 – Potencialidade da Região Águas do Noroeste para o turismo rural



Fonte: Elaborado pela autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.



Ao atualizar informações sobre a região, este estudo apresenta a indicação das principais atividades consideradas rurais, bem como a ruralidade turistificada em forma de atrativos, conforme mostra o Quadro 11. Além de alguns municípios apresentarem atividades de cunho eminentemente agrícola ou rural, existem notas importantes de outras atividades que, embora sejam sinalizadas como rurais, podem, no máximo, agregar valor à experiência turística no campo.

Quadro 11 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Águas do Noroeste (continua)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Aperibé</b>	Atividades agrícolas, extração vegetal, pecuária, apicultura, avicultura, suinocultura, criação de pequenos animais, transformação de produtos	Festas tradicionais, Serra da Bolívia, passeios ciclísticos, caminhadas, trilhas, escaladas, exploração de rios para prática de esportes, Casa da Cultura, Museu Histórico	(Sem resposta)
<b>Bom Jesus do Itabapoana</b>	Agropecuária, pequenos produtores de doces, de laticínios e derivados, produtores de agricultura familiar, alambiques	Laticínios, doces, artesanato, cachaça	Cachoeiras, trilhas, clima, culinária
<b>Cambuci</b>	Cavalgadas, <i>motocross</i> , trilhas, voo livre	Fortalecimento do turismo e comércio	(Sem resposta)
<b>Italva</b>	Plantação de tomate, fabricação de queijo, pesca, concurso leiteiro	Festas com concurso leiteiro e exposição de animais, passeios pelo interior e em algumas áreas históricas	Fazenda Experimental, Praça da Matriz, Igreja Matriz, Cachoeiras do Muriaé
<b>Itaocara</b>	Pesca ao dourado, pesque e pague, plantações, engenhos	Pesque e Pague, Projeto Piabanha, trilhas rurais, arquitetura rural	Monumentos, pesca esportiva, passeio fluvial, canoagem, <i>rafting</i> , campeonatos esportivos, trilhas, parapente, motociclismo
<b>Itaperuna</b>	Piscicultura, agricultura, produção de leite	Visita a fazendas históricas	Raposo (7º Distrito de Itaperuna): hotéis fazenda, confecções, feirinha de artesanato, estâncias hidrominerais, passeios de triciclos, trenzinho da alegria, cavalo e charrete
<b>Laje do Muriaé</b>	Piscicultura, criação de ovelhas, plantação de arroz exóticos (arroz vermelho, arroz negro), agricultura e pecuária	Cavalgadas, fazendas antigas, cachoeiras, trilhas ciclísticas	(Sem resposta)
<b>Miracema</b>	Agricultura e pecuária	Não há	(Sem resposta)
<b>Natividade</b>	Agropecuária	Fazendas históricas, fabricação de bebidas destiladas	(Sem resposta)

Quadro 11 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Águas do Noroeste (conclusão)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Porciúncula</b>	Plantio de café, plantio de pêsego, piscicultura, pecuária, plantio de seringueira	Visita a seringueiras, visita a fazendas cafeeiras	(Sem resposta)
<b>Santo Antônio de Pádua</b>	Pecuária de leite, pecuária de corte, olericultura	Festa do Padroeiro, Exposição Agropecuária, voo livre, canoagem	Eventos festivos, religiosos e esportivos
<b>São José de Ubá</b>	Monocultura do tomate; criação de gado e produção de leite; produtores rurais	Monocultura de tomate, produtores rurais (associação), Serra do Pontal, fazendas históricas, esporte (futebol)	(Sem resposta)
<b>Varre-Sai</b>	Agropecuária e produção cafeeira	Ateliers, cafés, adegas, cervejarias artesanais, orquidário, sítios, casarões, fábrica de cachaça	Igrejas, capelas, grutas, rampa de voo livre, plantações de uva, pousadas, festival do vinho

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2019.

Chama a atenção que, em Miracema, sobressaiam as atividades agrícola e pecuária, e em São José de Ubá, a existência de monocultura do tomate e outras atividades agrícolas e pecuárias, mas sem que sejam apropriadas pela gestão do turismo local (que não percebem potencial local para o segmento). De fato, há atividades rurais praticamente em toda a região, além de existirem ali outras condições da natureza e da cultura que poderiam complementar a experiência no campo, ou no espaço rural. Nesse leque, enquadram-se, por exemplo, a visita a fazendas históricas (não necessariamente produtivas), além de outras atividades praticadas em contato com a natureza e já mencionadas. Muito comum é a transformação e comércio de produtos originários do campo ou de atividades rurais, e que atualmente ganham valor no mercado turístico (cafés, cervejas artesanais, cachaças, laticínios, doces).

Percebe-se que a apropriação dos atributos do campo pelo turismo reverte nas Águas do Noroeste em mais experiências no espaço rural do que em vivências propriamente rurais, no rigor de alguns conceitos. Contudo, a região se diferencia em alguns municípios pelos atributos rurais particulares, que poderiam ser apropriados pelo turismo de forma a tornar em reais benefícios para as comunidades locais, à vista de políticas públicas que precisam, ainda, ser desenhadas.

Há iniciativas que estão sendo apoiadas na região pelo SEBRAE Rio e pela Secretaria de Estado de Agricultura, e convertem-se em estímulos para o turismo rural, como a produção de cafés especiais, em Varre-Sai. Ressalta-se que o município, considerado de maior potencialidade para o turismo rural nas Águas do Noroeste, é conhecido regionalmente por suas

plantações de uvas e produção de vinhos, indicados como atrativos turísticos na atualização do PDTUR.

Tendo-se que os eventos são transversais a diversos segmentos turísticos, inclusive ao turismo rural, percebe-se na região a realização de eventos de caráter essencialmente rural na maioria dos municípios (Festa do Carro de Boi, Concurso Leiteiro, Exposição Agropecuária, Festival do Milho, Festival do Arroz, Festa do Peão, Festa do Tomate, etc.), bem como outros que integram aventura (Passeio de *Bike Rural*), cultura (Folgueirão) e religião (Festival do Peixe da Nossa Senhora da Penha). Alguns eventos indicados na atualização do PDTUR complementam as informações colhidas na pesquisa de campo, mas, de modo geral, tratam de eventos culturais ou festividades comemorativas (Quadro 12). Embora seja valorizado, o artesanato na região é, por vezes, mais atrelado à cultura e ainda pouco associado ao turismo, ainda menos ao turismo rural, participando mais de projetos pontuais ou na ocasião dos eventos.

Quadro 12 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Águas do Noroeste (continua)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Aperibé</b>	Sim	Sim	Festa do Carro de Boi, Festa de São João, Concurso Leiteiro, Folia de Reis, festividades culturais	(Sem resposta)
<b>Bom Jesus do Itabapoana</b>	Sim	Sim	Exposição Agropecuária	Carnaval de Rua, Festival de Sanfona e Viola de Carabuçu, Festival Gastronômico, Festa de Agosto, Festival de Chorinho e Sanfona de Rosal, Feira da Providência, Natal
<b>Cambuci</b>	Não	Não	Cavalgadas, trilhas e voo livre	(Sem resposta)
<b>Italva</b>	Não	Não	Festa de Emancipação da cidade, Festa da Guarnieri, Festa da Biboca, Festa de São Pedro Paraíso	Encontro Regional de Folias de Reis, Festa de Emancipação, Festival do Kibe e Itareta
<b>Itaocara</b>	Sim	Sim	Fogueirão, Feiras de Artesanato Rural, Exposição Agropecuária	Carnaval, Folia de Reis, Festa do Padroeiro e festas dos distritos
<b>Itaperuna</b>	Em eventos (ligado à Secretaria de Assistência Social, em parceria com o turismo)	Não	Festa dos Carros de Bois de Raposo, Festival do Milho de Aré (distrito de N. Sr <sup>a</sup> da Penha), Festival do Peixe de N. Sr <sup>a</sup> da Penha	Micareme (Carnaval fora de época em Com.Venâncio), Aniversário da cidade, Passeio de Veículos Antigos (Raposo), Circuito de Festas Juninas, Mercado Noroeste Feira multissetorial, Itaperuna Moto Fest, Dia das Crianças

Quadro 12 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Águas do Noroeste (conclusão)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)
Laje do Muriaé	Sim (nos eventos)	Sim (nos eventos)	Festival do Arroz, Festa do Peão, Festa Junina, Encontro de Cavalgada, Concurso de Marcha, <i>Bike Tour</i> , Folia de Reis, Carnaval	(Sem resposta)
Miracema	Sim	Não	Exposição Agropecuária	(Sem resposta)
Natividade	Sim	Sim	Passeio de <i>Bike Rural</i> , Encontro de Trilheiros	(Sem resposta)
Porciúncula	Sim	Sim	Circuito de fazendas históricas cafeeiras, Encontros com produtores de café	(Sem resposta)
Santo Antônio de Pádua	Não	Não	Exposição Agropecuária	Festa de S. Antônio, Exposição Agropecuária, Comercial e Industrial
São José de Ubá	Não	Não	Confraternização de produtores rurais, Festa do Tomate	(Sem resposta)
Varre-Sai	Sim (Projeto Arte na Praça, mensal)	Sim	Eco <i>Bike</i> Ciclo Turismo	Festival do Vinho

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2019.

Mas se existe grande potencialidade para o turismo rural na região, são pouquíssimos os municípios que contam com roteiros que privilegiam o segmento, com comercialização dos mesmos apenas em Cambuci, havendo grande carência na prestação de serviços especializados e na divulgação de iniciativas ainda no caminho da profissionalização (Quadro 13).

Quadro 13 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Águas do Noroeste (continua)

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
Aperibé	Sim	Não	Sim (apoio das Secretarias Municipais de Agricultura, e de Turismo e Lazer)	Não
Bom Jesus do Itabapoana	Sim	Não	Sim (apenas por ocasião dos eventos)	Sim (apenas Calendário de Eventos)
Cambuci	Sim	Sim	Sim	Sim (em Redes Sociais)
Italva	Não	Não	Não	Não
Itaocara	Não	Não	Não	(Sem resposta)
Itaperuna	Não	Não	Não	Não

Quadro 13 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Águas do Noroeste (conclusão)

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
Laje do Muriaé	Sim	Não	Não	Sim (apenas Calendário de Eventos)
Miracema	Não	Não	Não	(Sem resposta)
Natividade	Não	Não	Não	Não
Porciúncula	Não	Não	Não	Não
São José de Ubá	Não	Não	Não	Sim (produtores e associações)
Santo Antônio de Pádua	Não	Não	Não	Não
Varre-Sai	Não (em fase de planejamento)	Não	Sim	(Sem resposta)

Fonte: A autora, 2020.

A demanda turística percebida na região, uma vez que os dados informados são empíricos, retratam um fluxo eminentemente regional, que afluí ao encontro de familiares e de amigos, em razão de trabalho ou residência fora da localidade, ou para participar de eventos (Quadro 14).

A existência de afinidade da demanda atual com o turismo rural é confirmada por quase todos os respondentes, distinguindo-se Natividade, cuja demanda real é formada por romeiros.

Embora Miracema não tenha distinguido a demanda turística real do município, informa que essa também não guardaria sintonia com o turismo rural.

A demanda potencial para o turismo rural na região envolve praticantes de esportes ao ar livre, buscadores de fontes de águas termais, além de família e melhor idade.

Chama a atenção Natividade, que reconhece a possibilidade de atração de estrangeiros com afinidade pelo tema rural.

Sobre as principais motivações, encontram-se elementos inerentes ao destino (localização), muitos imateriais (clima, tranquilidade, busca pela vida no campo, contato com a natureza e cultura local), e outros relativos à estruturação e divulgação da atividade turística ou do tipo de experiência proporcionada (Quadro 14).

A paisagem é um elemento considerado importante nas decisões de escolha dos destinos rurais.

Vale apontar que apenas o município de São José de Ubá destacou como motivação para o turismo rural a produção agrícola.

Quadro 14 – Perfil e motivações do turista da Região Águas do Noroeste (continua)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Aperibé</b>	Buscadores de tranquilidade, descanso e segurança	Sim	Praticantes de voo livre, de alpinismo	Contato com a natureza, vida no campo, paisagens	Sim
<b>Bom Jesus do Itabapoana</b>	Fluxo regional, visitantes motivados por festividades, familiares, por indicação	Sim	Terceira idade, buscador de paz e natureza	Localização, estruturação, divulgação, mapeamento de locais e atividades a serem desenvolvidos	Sim
<b>Cambuci</b>	Todos	Sim	Público seletivo	Localização e clima	Sim
<b>Italva</b>	Familiares que trabalham e moram em outros municípios e que buscam se reunir nas datas festivas na cidade	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Cachoeiras, fazendas antigas, área verde, belas paisagens	Sim
<b>Itaocara</b>	Não identificado	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Belezas e recantos naturais	Sim
<b>Itaperuna</b>	Fluxo regional; terceira idade	Sim	Fontes hidrotermais e busca de tranquilidade	Paisagens, gastronomia, passeios a cavalo, pescaria, experiências	Sim
<b>Laje do Muriaé</b>	Residentes nas cidades vizinhas (para eventos do calendário oficial); visitantes com amigos / parentes residentes no município; residentes em outras localidades que trabalham no município; turistas de cunho religioso	(Sem resposta)	Público familiar	Contato com o ambiente rural, biodiversidade, com a identidade cultural	Sim
<b>Miracema</b>	(Sem resposta)	Não	Famílias e Melhor Idade	(Sem resposta)	Sim
<b>Natividade</b>	Romeiros	Não	Turistas estrangeiros	Beleza natural, natureza, tranquilidade	Sim
<b>Porciúncula</b>	Público diversificado	Sim	(Sem resposta)	Natureza e ambiente paisagístico conservados, serviços de informação, patrimônio histórico preservado	Sim
<b>Santo Antônio de Pádua</b>	Público motivado pelos eventos (Festa do Padroeiro, Exposição Agropecuária e Encontros Religiosos)	Sim	(Sem resposta)	Paisagem	Sim

Quadro 14 – Perfil e motivações do turista da Região Águas do Noroeste (conclusão)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>São José de Ubá</b>	Produtores rurais e público com afinidade com trabalhos sociais das instituições sem fins lucrativos	Sim	Público da política pública	Produção agrícola e serviços relevantes das associações	(Sem resposta)
<b>Varre-Sai</b>	Público familiar e terceira idade	Sim	Público de esportes ecológicos	Clima, natureza, sossego	Sim

Fonte: A autora, 2020.

Como demonstra o Quadro 15, não existem políticas públicas municipais voltadas ao desenvolvimento do turismo rural na região Águas do Noroeste. Observando os principais entraves apontados na região para o fomento do segmento, há indicações de falta de investimentos e de incentivos do poder público estadual e federal, deficiências infra estruturais, necessidade de organização e de integração do setor. As maiores demandas dos agentes envolvidos com o turismo rural são ações de sensibilização e de capacitação, inventário de atrativos, criação e estruturação de roteiros regionais e ações de divulgação e marketing.

De modo geral, o Governo do Estado é visto como parceria importante, através de secretarias e órgãos de turismo e agricultura, assim como o SEBRAE, empresas ligadas e associações, entre outras. Não há referência aos Conselhos Municipais de Turismo, nem à IGR Águas do Noroeste.

Quadro 15 – Pannel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Águas do Noroeste (continua)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Aperibé</b>	Crise financeira, dificuldade do poder público em realizar eventos para incentivo e conscientização de produtores e artesãos	Eventos e atrativos turísticos; ações de marketing; roteiro regional	Governo do Estado e municípios vizinhos	Não
<b>Bom Jesus do Itabapoana</b>	Parcerias público-privadas; incentivo financeiro estadual e federal	Estruturação, divulgação, mapeamento de locais e de atividades	Secretaria de Estado de Agricultura e de Turismo, BNDES, FUNASA	Não
<b>Cambuci</b>	Crise econômica do país	Estrutura	(Sem resposta)	(Sem resposta)

Quadro 15 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Águas do Noroeste (conclusão)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Italva</b>	Acessibilidade e recursos	Acessibilidade; recursos	Associação de Lavradores	Não
<b>Itaocara</b>	Reunir o acervo e criar local apropriado e equipado	(Sem resposta)	Secretaria de Agricultura e demais segmentos agrícolas	Não
<b>Itaperuna</b>	Falta de entendimento entre associações de produtores; financiamentos e investimentos	Demandas relacionadas à produção rural	Secretaria de Agricultura, produtores rurais, empresas (Laticínios Marília e Quatá), EMATER	Não
<b>Laje do Muriaé</b>	Estruturação do segmento; falta de recursos para investimentos	Apoio do Governo do Estado para estruturação e implantação do TR	Conselho Municipal de Agricultura, Sindicato Rural, Prefeitura	Não
<b>Miracema</b>	Acesso e hospedagem	Hospedagem	Clube de cavalos, praticantes de ciclismo, <i>mountain bike</i> , praticantes de voo livre	Não
<b>Natividade</b>	Infraestrutura e investimentos	Investimentos e capacitação	Secretaria de Estado de Agricultura	Não
<b>Porciúncula</b>	Falta de reconhecimento e valorização das autoridades para dinamizar o turismo (rural ou não)	Falta de valorização, dinamização, divulgação	TURISRIO, SEBRAE, Projeto TAMAR, ACIAP, Secretaria Estadual de Agricultura	Não
<b>Santo Antônio de Pádua</b>	Falta de organização e estruturação	Apoio do poder público para desenvolver atividades; pedidos diversos, financeiros e estruturais	SETUR, SEBRAE, associações e a sociedade civil organizada	Sim (mas muito pouco)
<b>São José de Ubá</b>	Falta de recursos financeiros	Melhoria de transporte e incentivos	Políticas públicas locais, estaduais e federais	Não
<b>Varre-Sai</b>	Acesso deficitário (falta de manutenção das estradas) e necessidade de divulgação em portal	Acesso, divulgação, Casa da Cultura (visitação em fins de semana), Casa do Artesão	Associações rurais ativas	Não

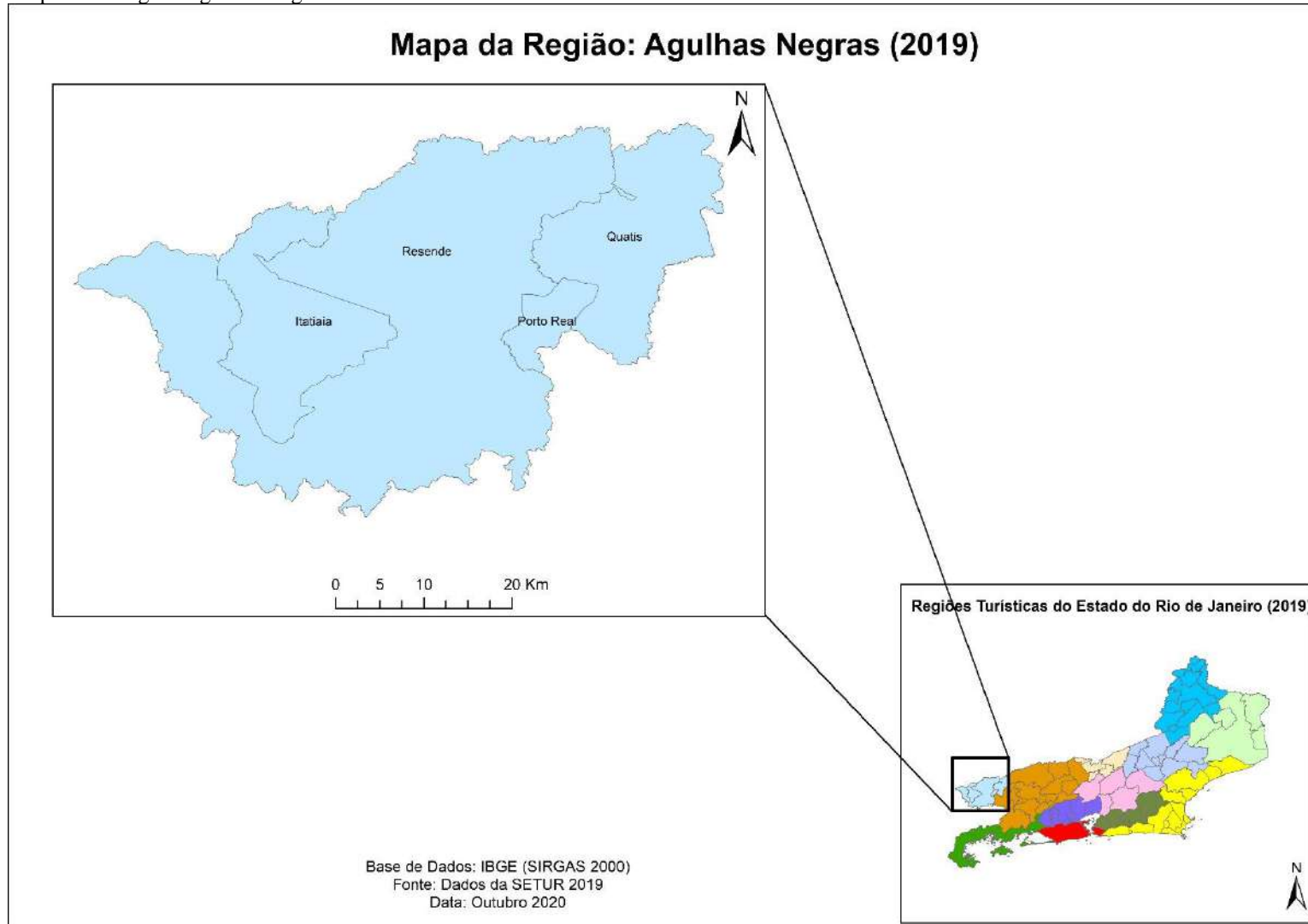
Fonte: A autora, 2020.

### 3.1.2 Região Agulhas Negras

A Região Agulhas Negras é formada por quatro municípios: Itatiaia, Porto Real, Quatis e Resende, como se vê no Mapa 13.



Mapa 13 – Região Agulhas Negras



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR, 2019; desenho cartográfico C. A.

A área territorial, a população e o IDH dos municípios que compõem a região podem ser observados no Quadro 16.

Quadro 16 – Aspectos gerais da Região Agulhas Negras

MUNICÍPIO	ÁREA (Km <sup>2</sup> )	POPULAÇÃO (2019)	IDH (2010)
<b>Itatiaia</b>	241.035	31.805	0,737
<b>Porto Real</b>	50.892	19.683	0,713
<b>Quatis</b>	284.826	14.302	0,69
<b>Resende</b>	1.099.336	131.341	0,768

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do IBGE, 2020.

Todos os municípios participaram da pesquisa de campo que fundamenta este trabalho, bem como da atualização do PDTUR. Todos os municípios da região foram incluídos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2019 e estão categorizados conforme Quadro 17.

Quadro 17 – Categorização dos municípios da Região Agulhas Negras

MUNICÍPIO	CATEGORIA/CLUSTER 2019
<b>Itatiaia</b>	B
<b>Porto Real</b>	D
<b>Quatis</b>	D
<b>Resende</b>	B

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do MTUR, 2019.

Em relação aos atrativos turísticos da região, o Portal da SETUR (2020) salienta os atributos da natureza nas Agulhas Negras, diferenciada pela vegetação e formações rochosas, onde se ergue o Pico das Agulhas Negras, no Parque Nacional do Itatiaia, ponto mais alto do estado do Rio de Janeiro, com 2.791 metros de altitude. A região é propícia à prática do ecoturismo, com possibilidade de atividades de trilhas, banhos de cachoeiras e observação de pássaros, além de atividades de aventura, como arvorismo, escaladas, *rappel*, *trekking*, *mountain bike*, *rafting*, cavalgada e tirolesa.

Em Itatiaia, encontra-se o bairro de Penedo, colonizado por finlandeses, com infraestrutura turística de hotéis, pousadas, restaurantes e comércio. Outro atrativo de Penedo é a Casa do Papai Noel. Referência para o turismo nas Agulhas Negras, a região de Visconde de Mauá, distrito de Resende, está assentada na Serra da Mantiqueira e estende seu território a Itatiaia e Bocaina de Minas. A região, singular pelos rios, cachoeiras e natureza preservada, ganhou projeção nas décadas de 60 e 70 com o movimento *hippie*, e hoje conta com uma rede

integrada de serviços de hospedagem, restaurantes e comércio. Em Resende constam, ainda, áreas rurais, como Pedra Selada, Capelinha e Serrinha do Alambari, e a Academia Militar das Agulhas Negras.

Outro elemento turistificado das Agulhas Negras é a gastronomia, destacando-se pratos à base de trutas, pinhão e *fondues*, e a realização de eventos tradicionais que contemplam esse segmento.

Há maior detalhamento dos atrativos turísticos dos municípios da região que são divulgados no Portal da SETUR (2020), sendo alguns relacionados na atualização do PDTUR e segundo informações originárias da pesquisa de campo desta investigação.

Os resultados da pesquisa sobre os principais segmentos das Agulhas Negras, apoiados pelos resultados de atualização do PDTUR a que todos os municípios da região responderam, reforçam os atributos da natureza presentes, de modo singular, em Itatiaia e Resende, que propiciam a consolidação do ecoturismo e do turismo de aventura (Quadro 18). Além disso, o turismo cultural (incluindo a gastronomia) e o turismo de negócios sobressaem na região, onde se vê, pontualmente, a referência ao turismo religioso em Porto Real.

Quadro 18 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Agulhas Negras

MUNICÍPIO	PRINCIPAIS SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL
<b>Itatiaia</b>	(Sem resposta)	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Gastronômico	(Sem resposta)
<b>Porto Real</b>	Negócios, Cultural, Religioso	Rural, Cultural, Negócios, Eventos	Segmento hoteleiro, culinário e aperfeiçoamento da agricultura
<b>Quatis</b>	Aventura, Agroturismo	Rural, Ecoturismo, Cultural	Nenhum
<b>Resende</b>	Ecoturismo, Natureza (turismo ao ar livre)	Ecoturismo, Aventura, Negócios	Ecoturismo, Agroturismo

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2019.

Ao consultar o PDTIS (SETUR, 2010), ainda que as áreas de abrangência tratadas naquele documento sejam restritas aos Polos posteriormente abrangidos pelo PRODETUR, e nesse caso, ter se circunscrito a Itatiaia e Resende, aquele estudo também destaca o ecoturismo como o segmento melhor consolidado nas Agulhas Negras, evidenciado pelo favorecimento da diversidade natural da região. O documento cita o Parque Nacional do Itatiaia como atrativo expressivo para montanhistas e apreciadores de fauna e flora, e considera que o turismo de aventura, já comercializado na região, possa ser melhor estabelecido em curto prazo.

O PDITS (SETUR, 2010) considera importante a infraestrutura turística das Agulhas Negras, bem como a gastronomia diferenciada do bairro de Penedo e de Visconde de Mauá, em especial, das vilas de Maromba e Maringá. Observe-se que as ações do PRODETUR incluíram a urbanização de Visconde de Mauá, bem como a instalação da primeira estrada parque do país, a Capelinha Mauá, enfrentando acirrado conflito de interesses acerca da pavimentação do acesso à região.

No Caderno de Turismo (GOMES, 2010) são citados, em referência, os seguintes segmentos como marca principal da região: ecoturismo, turismo histórico e turismo rural. O turismo de aventura seria, neste enfoque, uma marca secundária.

Retomando os resultados da presente pesquisa, vê-se, em Quatis, a indicação de presença do agroturismo, respaldada pelo destaque da Feira da Roça nos atrativos turísticos do município, tanto na atualização do PDTUR, quanto no Portal da SETUR (2020).

Mais do que isso, corroborando com a análise do Caderno de Turismo (GOMES, 2010), o turismo rural é apontado como um dos principais segmentos em Itatiaia, Porto Real e Quatis.

Como segmentos que agregam valor ao rural despontam o ecoturismo, o agroturismo, a culinária e o setor de hospedagem.

Curiosamente, na perspectiva dos gestores locais do turismo, Itatiaia é um município sem a menor vocação para o turismo rural, enquanto Resende é o município melhor pontuado, de modo geral, quanto a essa potencialidade (Quadro 19).

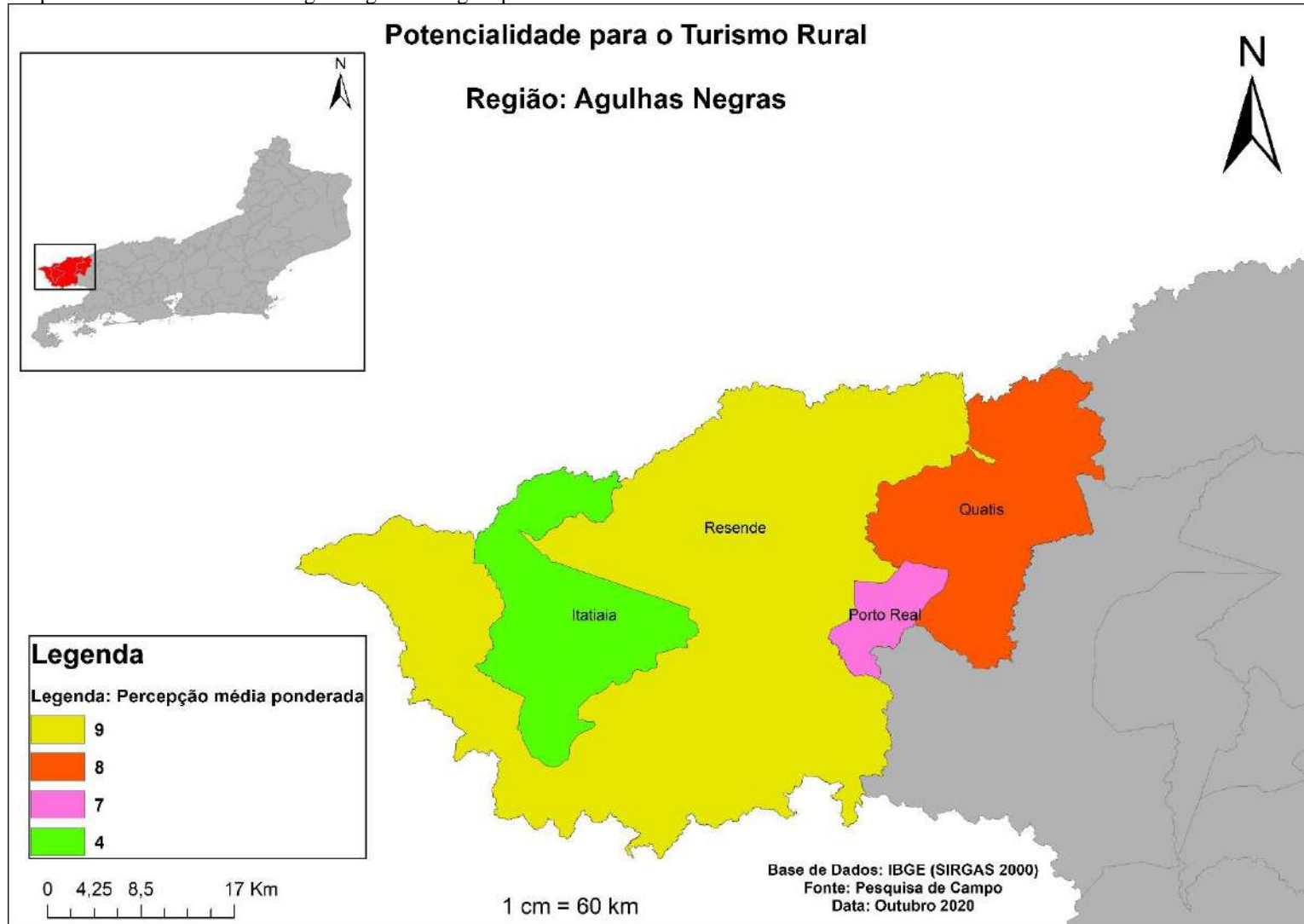
Quadro 19 – Potencialidade da Região Agulhas Negras para o turismo rural

MUNICÍPIO	PERCEPÇÃO SECRETÁRIOS	PERCEPÇÃO IGRS	PERCEPÇÃO SEBRAE REGIONAL	MÉDIA PONDERADA
<b>Itatiaia</b>	1	5	7	<b>4</b>
<b>Porto Real</b>	8	5	6	<b>7</b>
<b>Quatis</b>	8	8	6	<b>8</b>
<b>Resende</b>	10	8	7	<b>9</b>

Fonte: A autora, 2020.

Como resultado geral desse mapeamento, tem-se que Resende, Quatis e Porto Real têm potencialidade para integrarem esforços de desenvolvimento do turismo rural naquele região, enquanto Itatiaia apresenta alguma vocação para o segmento, embora se destaque em outros segmentos em curso de consolidação (Mapa 14).

Mapa 14 – Potencialidade da Região Agulhas Negras para o turismo rural



Fonte: Pesquisa de campo da autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.

Ao tempo da edição do PDTUR (TURISRIO, 2001), o zoneamento turístico do estado não objetivou nenhum município da região como relevante para o desenvolvimento do turismo rural.

A vocação de Resende para o turismo rural encontra apoio nas atividades eminentemente rurais presentes no município (Quadro 20), agregadas a aspectos imateriais do campo (rusticidade) e infraestruturais (acesso).

Não há dados sobre atividades rurais em Itatiaia, observando-se pequenas produções agrícolas em Porto Real e Quatis com alguma consideração de apropriação pelo turismo. Segmentos que podem ser agregados ao turismo rural têm sido, nessa ótica, incorporados como atrativos do próprio segmento (festas, artesanato, atividades na natureza).

Quadro 20 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Agulhas Negras

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Itatiaia</b>	Não há	Visitas a rios e cachoeiras	Parque Nacional do Itatiaia, Penedo, Vilas de Maromba e Maringá
<b>Porto Real</b>	Pequenos produtores rurais de feijão, milho, hortaliças, derivados do leite e produtos artesanais	Feiras, artesanato, festas locais tradicionais, comércio local	Casa do Imigrante
<b>Quatis</b>	Plantação de mandioca, verduras, banana e tirada de leite; Feira da Roça (quinzenal)	Feira da Roça, passeio nos distritos, <i>mountain bike</i>	Feira da Roça, fonte de água mineral, cachoeiras
<b>Resende</b>	Agricultura e pecuária	A rusticidade típica da vida no campo, atrativos naturais, produção local, facilidade de acesso	Natureza, Academia Militar das Agulhas Negras

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2019.

Dado ao estágio mais avançado, em termos de consolidação do setor, as Agulhas Negras já atuam na inclusão do artesanato como produto agregado ao turismo e, nos casos de Quatis e Porto Real, de modo conexo ao turismo rural.

Os eventos de conteúdo rural estão, igualmente, presentes naqueles municípios (Quadro 21).

Interessante observar que, a despeito do Festival do Pinhão e da Exposição Agropecuária serem considerados, em Resende, eventos sólidos, não se percebe uma associação dos mesmos ao turismo rural no município.

Quadro 21 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Agulhas Negras

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Itatiaia</b>	Sim	Não	Não há	Encontro de Motociclistas de Penedo, Encontro de Carros Antigos, aniversário da cidade, Natal
<b>Porto Real</b>	Sim	Sim	Feira mensal do Produtor Rural, Festa da Cultura Italiana, Festa do Feijão	Festa Italiana
<b>Quatis</b>	Sim	Sim	Feira da Roça, Festas ligadas ao Turismo Rural	Festa Rural, Festa da Padroeira, aniversário da cidade, Festival de Natal
<b>Resende</b>	Sim	Não, mas com potencial de associação	Eventos realizados em áreas rurais, mas sem ligação sistematizada com o Turismo Rural	Festival do Pinhão, Feira Literária de Resende (FLIR), Exposição Agropecuária, Industrial e Comercial (EXAPICOR)

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2019.

Não há, nas Agulhas Negras, roteiros de turismo rural, serviços estruturados e nenhum tipo de divulgação do segmento (Quadro 22), com sinalização de esforço para essa realização no município de Porto Real.

Quadro 22 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Agulhas Negras

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Itatiaia</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Não	(Sem resposta)
<b>Porto Real</b>	Não (em fase de planejamento)	Não	Não (em fase de planejamento)	Não
<b>Quatis</b>	Não	Não	Sim (mas não estruturados)	Não
<b>Resende</b>	Não	Não	Não	(Sem resposta)

Fonte: A autora, 2020.

Os maiores emissores da demanda turística atual na região são a própria capital do estado (Rio de Janeiro), Minas Gerais e São Paulo, dada a proximidade com esses estados.

No mais, há um fluxo que é movimentado pelos negócios presentes nas Agulhas Negras, e também de visitantes estimulados pelos eventos regionais. Além do perfil do público de negócios, turistas da melhor idade e famílias apresentam afinidades com a região. De modo geral, entende-se que esse público teria afinidade também com o turismo rural. Outros perfis a serem trabalhados como público potencial para o turismo rural na região seriam os turistas interessados em atividades na natureza ou de aventura.

Segundo os respondentes, as principais motivações para o turismo rural não recaem sobre valores intangíveis (contato com a natureza, simplicidade do campo). A paisagem é considerada influência importante na escolha dos destinos com apelo rural (Quadro 23).

Quadro 23 – Perfil e motivações do turista da Região Agulhas Negras

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Itatiaia</b>	Habitantes do sul fluminense e sul de Minas Gerais, cariocas, paulistas	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>Porto Real</b>	Trabalhadores que permanecem durante a semana na cidade e moradores de cidades vizinhas que prestigiam os eventos locais	Sim	Moradores de grandes cidades que buscam por tranquilidade e descanso	Paisagem, busca por tranquilidade, contato com a natureza, vida do campo, simplicidade, consumo de produtos de fabricação local	Sim
<b>Quatis</b>	Famílias e pessoas da melhor idade que gostam de forró; pessoas que gostam do convívio rural e de desfrutar da gastronomia caseira	Sim	Agências de Viagens	Localidade, tipo de turismo rural, paisagem, hospedagem	Sim
<b>Resende</b>	Turista de Negócios na área urbana (presença de grandes indústrias); visitantes da Academia Militar das Agulhas Negras; principalmente, busca pela natureza, paz e tranquilidade (origem principal: RJ e SP), principalmente na região de Visconde de Mauá, na Serra da Mantiqueira)	Em parte	Em parte voltado a práticas nas áreas rurais e na natureza: ecoturismo, esportes radicais ( <i>rafting</i> , montanhismo, etc.), aerodesporto (paraquedismo, parapente, balonismo), que propiciam clima de aventura e podem delinear nova marca/âncora para o turismo	Maior parte oriundo das grandes cidades e que viaja em família, geralmente nos finais de semana, com deslocamento de até 300Km; busca a simplicidade da vida rural e fuga do estresse das cidades grandes, paisagem diferente e convívio com práticas distanciadas do que acontece na cidade	Sim

Fonte: A autora, 2020.

Embora não haja políticas concretas de desenvolvimento do turismo rural, existe certo esforço nessa construção nos municípios da região, à exceção de Itatiaia. As maiores dificuldades, para tanto, dizem respeito à sensibilização dos produtores locais a respeito dos



benefícios do turismo, além de ações de capacitação, melhoria de infraestrutura e divulgação (Quadro 24).

As parcerias consideradas mais importantes são instâncias que congregam a participação do setor público, iniciativa privada e terceiro setor, proprietários de fazendas, e órgãos como EMATER e SEBRAE.

Quadro 24 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Agulhas Negras

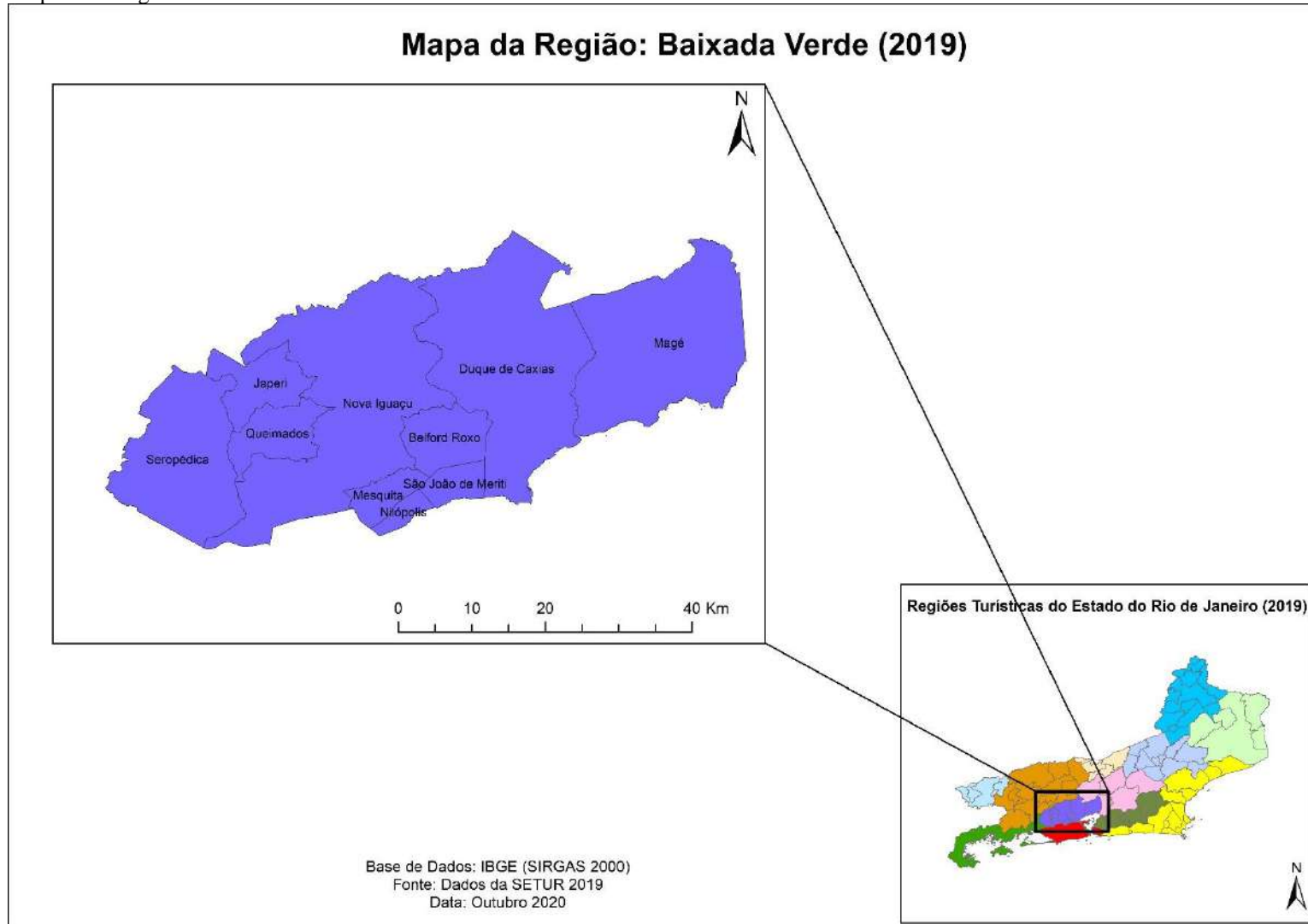
MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Itatiaia</b>	O turismo se dá na zona urbana	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Não
<b>Porto Real</b>	Falta de mão de obra qualificada e descrédito por parte dos próprios interessados	Divulgação, mão de obra qualificada, identidade cultural	Poder público municipal, instituições do setor privado, terceiro setor (ONGs, associações, conselho), rede de hotelaria	Não (em fase de planejamento)
<b>Quatis</b>	Nenhum	Infraestrutura	Os próprios proprietários das fazendas particulares deveriam investir	Sim
<b>Resende</b>	Convencer o pequeno e o médio produtor de que o turismo rural poderá agregar valor, e não trazer prejuízo à sua atividade principal	Não se sabe	SEBRAE (capacitação do produtor rural em técnicas de atendimento ao novo público e uso de ferramentas de comercialização desse serviço); EMATER (cadastro do produtor rural para aquisição de empréstimos e acesso a crédito do Ministério da Agricultura para desenvolver o segmento), Sindicato Rural, Secretaria Municipal de Agricultura	Sim (em fase de desenvolvimento de projeto-piloto)

Fonte: A autora, 2020.

### 3.1.3 Região Baixada Verde

A Região Baixada Verde é formada por dez municípios: Belford Roxo, Duque de Caxias, Japeri, Magé, Mesquita, Nilópolis, Nova Iguaçu, Queimados, São João de Meriti e Seropédica, como se vê no Mapa 15.

Mapa 15 – Região Baixada Verde



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR (2019); desenho cartográfico C. A. Silva.

A área territorial, a população e o IDH dos municípios que compõem a região podem ser observados no Quadro 25. Todos esses municípios participaram da pesquisa de campo que fundamenta este trabalho e atenderam à atualização do PDTUR.

Quadro 25 – Aspectos gerais da Região Baixada Verde

MUNICÍPIO	ÁREA (Km <sup>2</sup> )	POPULAÇÃO (2019)	IDH (2010)
<b>Belford Roxo</b>	78.985	510.906	0,684
<b>Duque de Caxias</b>	467.319	919.596	0,711
<b>Japeri</b>	81.697	104.768	0,659
<b>Magé</b>	390.775	245.071	0,709
<b>Mesquita</b>	41.169	176.103	0,737
<b>Nilópolis</b>	19.393	162.485	0,753
<b>Nova Iguaçu</b>	520.581	821.128	0,713
<b>Queimados</b>	75.927	150.319	0,719
<b>São João do Meriti</b>	35.216	472.406	0,719
<b>Seropédica</b>	265.189	82.312	0,713

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do IBGE, 2020.

Todos os municípios foram incluídos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2019 e estão categorizados, exceto Belford Roxo e Seropédica conforme Quadro 26.

Quadro 26 – Caracterização dos municípios turísticos da Região Baixada Verde

MUNICÍPIO	CATEGORIA/CLUSTER 2019
<b>Belford Roxo</b>	Não está no Mapa
<b>Duque de Caxias</b>	B
<b>Japeri</b>	D
<b>Magé</b>	C
<b>Mesquita</b>	D
<b>Nilópolis</b>	D
<b>Nova Iguaçu</b>	C
<b>Queimados</b>	D
<b>Seropédica</b>	Não está no Mapa
<b>São João do Meriti</b>	B

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do MTUR, 2019.

De acordo com o que consta no Portal da SETUR (2020), a Baixada Verde é coberta por 1/3 da área verde conservada da região administrativa metropolitana do Rio de Janeiro, sendo uma região propícia à prática de atividades na natureza, ecoturismo e turismo de aventura. Encontram-se ali parques, reservas e estações ecológicas, que se traduzem em grande diversidade de fauna e flora, tais como: o Parque Municipal da Taquara e a Reserva Municipal Biológica do Parque Equitativa, em Duque de Caxias; o Parque Natural de Gericinó, em Nilópolis; o Parque Natural Municipal de Nova Iguaçu; o Parque Natural Municipal Morro da Baleia, em Queimados; e a Floresta Nacional Mario Xavier, em Seropédica.

Em Japeri, está a Pedra Lisa, com cerca de 57 metros de altura, opção para a prática de *rappel*, escalada e caminhada, e o Pico da Coragem, usado para o voo livre. A Cachoeira de Monjolo, com várias quedas d'água e piscinas naturais, fica em Magé. Localizada em Nova Iguaçu está a Serra do Vulcão, procurada para a prática de esportes e aventura. Em Queimados, encontra-se a Cachoeira de Rio D'ouro.

Dentre os atrativos culturais e históricos da região, destacam-se: o Centro Cultural Donana, em Belford Roxo; o Centro Cultural Oscar Niemeyer, em Duque de Caxias; e a Estação Guia do Pacobaíba, em Magé, tombada como Monumento Histórico Nacional pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

O Portal ressalta o turismo rural como opção da Baixada Verde, apresentando como atrativos do segmento a Fazenda do Brejo e a Fazenda Boa Esperança, ambas em Belford Roxo, e a Fazenda Dona Eugênia, em Nova Iguaçu.

Há destaque, também, para capelas e igrejas, tais como: a Capela Nossa Senhora do Bonfim, em Magé; a Igreja de São Marcos e a Nossa Senhora das Graças, em Mesquita; a Capela de São Matheus, Igreja São Sebastião e Igreja Nossa Senhora Aparecida, em Nilópolis e a Igreja da Matriz, em São João de Meriti.

Outro atrativo da região é a quadra da tradicional escola de samba Beija-Flor de Nilópolis, fundada em 1948, e hoje conhecida internacionalmente.

Há outros dados sobre a região no Portal SETUR (2020), bem como a indicação de atrativos apontados na atualização do PDTUR e em pesquisa de campo, dentre equipamentos, segmentos, atividades e manifestações culturais.

Pode-se dizer que a consideração da Baixada Verde como região turística é relativamente recente, não havendo no PDTUR (TURISRIO, 2001) nenhuma atenção em relação a esses municípios quanto a uma possível potencialidade para o desenvolvimento do turismo rural. A exceção é Magé, indicada para compor a CTR IV com outros municípios

(Areal, Comendador Levy Gasparian, Guapimirim, Paraíba do Sul, Petrópolis, São José do Vale do Rio Preto, Sapucaia, Teresópolis e Três Rios).

Quanto aos apontamentos do Caderno de Turismo (GOMES, 2010), a principal marca dos municípios da região centra-se nos elementos histórico e cultural, com indicação de marca secundária o caráter ecológico em Duque de Caxias e Nova Iguaçu.

De modo geral, os resultados deste estudo referenciam o ecoturismo e o turismo cultural com forte presença na Baixada Verde, onde o turismo de aventura e o religioso também se destacam (Quadro 27). Há sinais diferenciados na região para o segmento educacional e pedagógico, e de negócios. As estratégias do turismo social e de base comunitária são, igualmente, marcadas.

Na visão dos respondentes, é diversa a possibilidade de agregação de outros segmentos e atividades ao turismo rural, incluindo-se nessa perspectiva a maioria dos segmentos na região.

Quadro 27 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Baixada Verde (continua)

MUNICÍPIO	PRINCIPAIS SEGMENTOS TURÍSTICOS	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE AGREGAÇÃO AO TURISMO RURAL
<b>Belford Roxo</b>	Rural, Ecoturismo, Educacional, Pedagógico	Rural, Ecoturismo, Cultural, Social	Turismo Gastronômico, Turismo Pedagógico e Educacional (viagens de estudo ao meio)
<b>Duque de Caxias</b>	Rural, Ecoturismo, Aventura, Cultural	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Negócios, Religioso, Gastronômico	Turismo de Aventura (disponibilidade de área verde, cachoeiras, trilhas e demais atrativos)
<b>Japeri</b>	Rural, Ecoturismo, Esportes, Aventura	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Eventos, Esportes	Cultural, Gastronômico, de Experiência, Ecoturismo, Esportivo
<b>Nilópolis</b>	Cultural, Religioso, Natureza	Ecoturismo, Cultural, Eventos, Religioso, Gastronômico	(Sem resposta)
<b>Magé</b>	Rural, Ecoturismo, Histórico, Cultural, Religioso	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Esportes, Religioso	Turismo de Experiência, Ecoturismo
<b>Mesquita</b>	Cultural, Religioso, Natureza	Rural, Ecoturismo, Cultural, Esportes, Gastronômico	Turismo de Natureza
<b>Nova Iguaçu</b>	Rural, Ecoturismo, Aventura, Negócios, Gastronômico	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Negócios, Eventos, Esportes, Religioso, Gastronômico, Saúde, Turismo de Base Comunitária	Agricultura familiar, agricultura orgânica, artesanato

Quadro 27 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Baixada Verde (conclusão)

MUNICÍPIO	PRINCIPAIS SEGMENTOS TURÍSTICOS	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE AGREGAÇÃO AO TURISMO RURAL
<b>Queimados</b>	Rural, Eventos, Esportes, Ecoturismo, Aventura, Religioso, Cultural, Gastronômico, Educacional	Rural, Ecoturismo, Cultural, Negócios, Religioso, Social	Lazer, Terceira Idade, Desportivo, Ecológico, Rural, Aventura, Estudantil, Familiar
<b>Seropédica</b>	Rural, Ecoturismo, Histórico, Cultural, Eventos	Rural, Ecoturismo, Cultural, Eventos, Religioso	Eventos, Ecoturismo
<b>São João do Meriti</b>	(Sem resposta)	Ecoturismo, Negócios, Eventos, Religioso, Gastronômico	(Sem resposta)

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2019.

Segundo a percepção dos respondentes deste estudo, a Baixada Verde apresenta atratividade para o turismo rural em alguns dos seus municípios, com destaque para Duque de Caxias, Japeri, Magé, Nova Iguaçu, Queimados e Seropédica (Mapa 16). Nilópolis e São João de Meriti, os municípios de menor área da região, estão fora desse mapa de vocações.

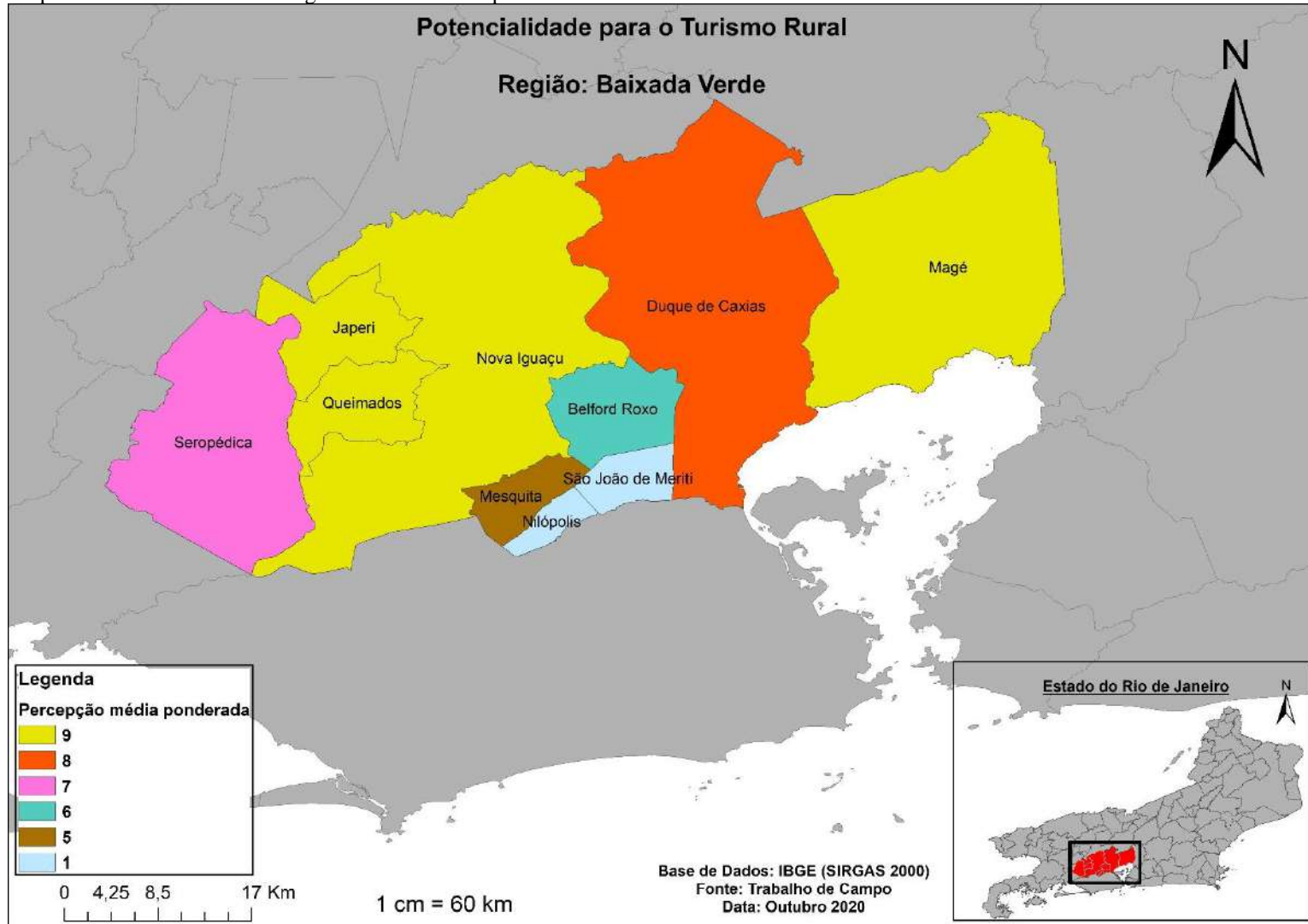
Há algumas divergências em relação aos olhares dos secretários, representantes da IGR e do SEBRAE regional, que podem ser observadas no Quadro 28. Contudo, a média geral ponderada aproxima a análise dos atributos regionais com as demais informações da pesquisa.

Quadro 28 – Potencialidade da Região Baixada Verde para o turismo rural

MUNICÍPIO	PERCEPÇÃO SECRETÁRIOS	PERCEPÇÃO IGRS	PERCEPÇÃO SEBRAE REGIONAL	MÉDIA PONDERADA
<b>Belford Roxo</b>	8	4	5	<b>6</b>
<b>Duque de Caxias</b>	10	6	5	<b>8</b>
<b>Japeri</b>	9	7	9	<b>9</b>
<b>Magé</b>	10	8	7	<b>9</b>
<b>Mesquita</b>	3	6	6	<b>5</b>
<b>Nilópolis</b>	0	5	0	<b>1</b>
<b>Nova Iguaçu</b>	10	8	9	<b>9</b>
<b>Queimados</b>	10	7	8	<b>9</b>
<b>São João de Meriti</b>	0	4	0	<b>1</b>
<b>Seropédica</b>	6	6	9	<b>7</b>

Fonte: A autora, 2020.

Mapa 16 – Potencialidade da Região Baixada Verde para o turismo rural



Fonte: Elaborado pela autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.

Na apresentação das atividades rurais e dos atrativos do turismo rural na região, evidencia-se a agregação de outros elementos que não seriam essencialmente rurais (trilhas, cavalgadas, fazendas históricas não produtivas, reservas ambientais, etc.), mas que, em alguma medida, estão relacionados ao campo ou à natureza (Quadro 29).

Por outro lado, há indicações de atributos rurais de valor na região, como produções rurais, produtos orgânicos certificados, criação de peixes ornamentais, plantios e criações diversas, ainda não apropriados pelo turismo.

Quadro 29 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Baixada Verde (continua)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Belford Roxo</b>	Grupos de agricultores rurais e de artesãos (em busca de maior integração entre esses segmentos e o comércio local)	Vasta Reserva Biológica; Casa da Cultura; IAB - Instituto de Arqueologia Brasileira (antiga Fazenda do Engenho Calundu, assentada sobre aldeia Tupi); Fazenda do Brejo (núcleo inicial da vila Belford Roxo); Fazenda Boa Esperança (já utilizada no cultivo de café, laranja e criação de gado); Bica da Mulata (tempo do Império, com traços renascentistas); Quilombos do Brejo	Grande área verde e fazendas em processo de revitalização (Fazenda Boa Esperança, Fazenda do Brejo)
<b>Duque de Caxias</b>	Grande feira de Agricultura Familiar (2 vezes por semana no centro e quinzenal no principal <i>shopping</i> do município); 19 produtos certificados com Selo Orgânico; distribuição de produtos agrícolas em diversos estabelecimentos, inclusive consulado e escola francesa	Visitação a propriedades rurais, sítios e fazendas históricas; restaurantes com alimentação produzida no local; hospedagem acolhedora; trilhas e cachoeiras; voo livre; 4 Unidades de Conservação e uma Reserva Biológica; 54% de área verde e preservada	Turismo Cultural, Ecológico, Religioso, Gastronômico e de Negócios
<b>Japeri</b>	Criação de peixes ornamentais, gado leiteiro, aves em geral (galinhas, patos, avestruzes, etc.); plantio de mandioca, coco, banana, abacaxi, milho, verduras, flores, etc.; fabricação de queijos, pães, bolos, doces, compotas, tapiocas, todos com os produtos locais; produção de mel, ovos, etc.	Propriedades rurais, sítios de lazer, comidas e produtos típicos da roça; elementos naturais e paisagísticos locais como rios, lagos, plantações, morros, pastos e animais; cinco caminhadas do Anda Japeri por ano; Feira da Agricultura Familiar realizada, semanalmente, pelos agricultores locais	Antiga Estação Ferroviária; Pico da Coragem; Campo de Golfe público; Pedra Lisa; Cachoeira da Saudade e Rio Guandu



Quadro 29 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Baixada Verde (conclusão)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Magé</b>	Agricultura familiar; agricultura orgânica; pesquisa e treinamento agrícola no CEPTA	Centro Municipal de Pesquisa e Treinamento Agrícola; propriedades rurais localizadas, principalmente, no distrito agrícola	Cachoeiras do Monjolo, Véu da Noiva; Poço do Tamanqueiro, Bento e das Mulatas; Igrejas de N. Srª de Guia de Pacobaíba, N. Srª dos Remédios, N. Srª da Piedade, N. Srª de Sant'Anna; Estação Guia de Pacobaíba; Orla da Praia de Mauá; Caminho do Ouro
<b>Mesquita</b>	Agricultura familiar (legumes, hortaliças e frutas), agroindústria familiar (geleias e doces)	Produtos turísticos locais e a proximidade da zona urbana	Rampa de voo livre, Parque Natural Municipal de Nova Iguaçu, Monte Horebe
<b>Nilópolis</b>	Não há	Não há	Beija-Flor, Capela São Matheus, Parque Natural do Gericinó, Batida do Primo
<b>Nova Iguaçu</b>	Esportes de Aventura, <i>Mountain Bike</i> , Cavalgadas	Esportes de Aventura, <i>rappel</i> , trilhas	Parque Natural Municipal, Ruínas da Vila de Iguassú, Igrejas de S. Antônio da Prata e S. Antônio de Jacutinga; beleza cênica das áreas de proteção Ambiental de Jaceruba, Rio D'Ouro, Tinguá e Guandu Açú
<b>Queimados</b>	Agricultura Familiar, Agricultura Solidária, trilhas e caminhadas com fomento da agricultura local	Igrejas antigas (área rural); flora local; plantações diversas; sítios e piscinas; exuberante verde	Morro da Baleia, Igreja N.Srª da Conceição, Ruínas do Leprosário, Horto Municipal
<b>Seropédica</b>	Áreas de preservação ambiental (Floresta Nacional Mário Xavier e APA Guandu); EMBRAPA, PESAGRO e CTUR, com grande plantio e vocação para o Turismo Rural	70% de área rural, assentamentos rurais de agricultura familiar e orgânica a serem explorados (Sol da Manhã, Filhos do Sol, El Dourado e outros); Floresta Nacional Mário Xavier, com grandes espécies de madeira, fauna e flora; Jardim Botânico da UFRRJ, com animais embalsamados; EMBRAPA, com espécies de plantas (aberta apenas para pesquisas); PESAGRO (com atividades de fruticultura e olericultura)	UFRRJ, Igreja Santa Teresinha,
<b>São João do Meriti</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Hospedagem, Gastronomia, Ecoturismo, Turismo de Negócios, Religioso e Cultural

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2019.

São em número mínimo os municípios que agregam o artesanato ao turismo e ao turismo rural (Belford Roxo, Duque de Caxias e Queimados), havendo na região poucos eventos cujo tema é essencialmente rural (Festas da Mandioca, do Aipim e da Banana), sendo os acontecimentos, na maioria, relacionados a temas ambientais, de aventura, ou de entretenimento diverso (Quadro 30).

Os eventos indicados no PDTUR (2001) relacionam-se, de modo geral, à cultura e esportes, com menção às Festas do Aipim e da Banana em Nova Iguaçu.

Quadro 30 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Baixada Verde (continua)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Belford Roxo</b>	Sim	Sim	Sem informações	Festas típicas (“arraiás”); Peça Teatral “Paixão de Cristo”; Desfile cívico da Independência do Brasil
<b>Duque de Caxias</b>	Sim (Feira de Artesanato semanal no Museu Natural, usando material coletado nos parques)	Sim	Feira de Agricultura Familiar; Feira de Artesanato no Museu Duque de Caxias; Caminhada Ecológica; Reflorestamento; Vaquejada; Feira da Economia Solidária; Curso de Regeneração e Culinária na Floresta (ONG Sinal do Vale, um dos 17 refúgios ambientais do mundo)	Feira de Santo Antônio, Romaria da Igreja do Pilar, Homenagem ao Patrono da cidade (Duque de Caxias), Semana na Consciência Negra
<b>Japeri</b>	Não	Não	Projeto Anda Japeri – caminhadas na natureza: “Turismo rural na agricultura familiar”, de iniciativa da sociedade civil em parceria com o poder público (cinco circuitos anuais e encerramento / confraternização em uma das propriedades rurais com venda de produtos da roça, dança e artesanato)	Aniversário da cidade; Corrida de Aniversário, Anda Japeri, campeonatos de voo livre; Feira Literária
<b>Magé</b>	Não	Não	Festa da Mandioca; Exposição de Agronegócio	Festa de Aniversário do município; N. Sr <sup>a</sup> da Piedade; N. Sr <sup>a</sup> de Sant’Anna
<b>Mesquita</b>	Não	Não	Não existem	Dia do Rock, aniversário da cidade

Quadro 30 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Baixada Verde (conclusão)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Nilópolis</b>	Não	Não	Não existem	Aniversário da Cidade, Carnaval
<b>Nova Iguaçu</b>	Não	Não	Feiras e Festas do Aipim e da Banana	Festa de Aniversário da Cidade, Festa de S. Antônio, Arraiá D'Ajuda, Festa do Aipim, Festa da Banana, Caminhadas na Natureza, Dia do Motociclista Iguaçuano, Caminhada da Lua, Pedala Nova Iguaçu, Encontro Estadual de Ciclistas, Música na Natureza
<b>Queimados</b>	Sim	Sim	Circuito de Caminhadas na Natureza Anda Queimados (Anda Brasil)	Festa do Trabalhador, Aniversário da Cidade
<b>Seropédica</b>	Não	Não	Cavalgadas, competições de Motociclistas, Expo Seropédica	Aniversário da Cidade, Festa do trabalhador, Festa da Padroeira
<b>São João do Meriti</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Festa Junina, Emancipação, FLIDAM - Festival Literário da Diáspora Africana, campeonatos esportivos

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2019.

Do mesmo modo, não há roteiros, serviços estruturados e divulgação do turismo rural na região, com alguma iniciativa nesse tema, embora ainda insipiente e pontual, em Duque de Caxias e Queimados (Quadro 31).

Quadro 31 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Baixada Verde (continua)

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Belford Roxo</b>	Não	Não	Sim (poucas agências, com necessidade de melhor estrutura)	Não
<b>Duque de Caxias</b>	Sim	Sim (guias locais)	Sim (carece de melhor estruturação)	Não

Quadro 31 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Baixada Verde (continua)

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Japeri</b>	Não	Não	Não	Pouca (projeto Anda Japeri, com predomínio no meio rural)
<b>Magé</b>	Não	Não	Não	(Sem resposta)
<b>Mesquita</b>	Não	Não	Não	Não
<b>Nilópolis</b>	Não	Não	Não	Não
<b>Nova Iguaçu</b>	Não	Não	Não	Não
<b>Queimados</b>	Sim	Não	Sim	Sim (nas escolas; há uma Escola Rural no campo para despertar o interesse dentro da própria cidade)
<b>Seropédica</b>	Não	Não	Não	Não
<b>São João do Meriti</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)

Fonte: A autora, 2020.

O fluxo atual de visitantes da Baixada Verde é de excursionistas, ou seja, de visitantes que não pernoitam, da terceira idade, ou daqueles movidos em razão de negócios, estudos, em busca de religião, cultura, natureza ou aventura, sendo candidatos ao interesse pelo turismo rural. O público potencial para esse segmento pode ser, ainda, incrementado pelos buscadores de eventos (Quadro 32).

Os respondentes consideram como motivadores do público para o turismo rural elementos intangíveis (demanda por saúde, contato com a natureza e animais, tranquilidade, clima, etc.), além de aspectos como estrutura e acessibilidade. A paisagem é considerada por todos como elemento influenciador das escolhas por destinos rurais.

Quadro 32 – Perfil e motivações do turista da Região Baixada Verde (continua)

MUNICÍPIO	PERFIL DO TURISTA (ATUAL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Belford Roxo</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Empresários de Turismo de Negócios que queiram conhecer e investir no setor; Gastronômico (pela ligação com Turismo Rural e atividades agrícolas)	Paisagem, receptividade e boa estrutura	Sim

Quadro 32 – Perfil e motivações do turista da Região Baixada Verde (continuação)

MUNICÍPIO	PERFIL DO TURISTA (ATUAL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Duque de Caxias</b>	Busca de Turismo de Negócios (2º PIB do estado; maior Refinaria de Petróleo do Brasil - REDUC); Aventura (área verde: 54% da área total); Cultural (Museu de Percurso; 3º maior teatro do estado e maior Biblioteca e Gibiteca municipal)	Sim	Existência de produtos e potencial para quase todos os segmentos; necessidade de investimentos na área rural para atração que aproveite a proximidade da capital (20 km) no curto/médio prazo	Paisagem e acessibilidade	Sim
<b>Japeri</b>	Homens e mulheres esportistas, solteiros e casados	Sim	Terceira idade, crianças e grupos de família	Contato com a natureza e animais, tranquilidade, calma, paz, clima, comidas típicas, convívio com o camponês, suas tradições, histórias e culturas	Sim
<b>Magé</b>	Pessoas interessadas em conhecer a parte histórica e, principalmente, as belezas naturais	Sim	Estudantes, pesquisadores, agricultores coletivos e entidades afins para o cultivo e manejo da produção agrícola rural	O produto oferecido	Sim
<b>Mesquita</b>	Público que não pernoita	Sem informações	Pessoas ligadas à atividade rural com interesse no intercâmbio de saberes entre produtores agrícolas, estudantes e estudiosos da área	Saúde, melhor qualidade de vida, conhecimento da origem dos alimentos e sua forma de produção, consumo consciente, responsabilidade social com o meio ambiente, reconexão com a natureza	Sim
<b>Nilópolis</b>	Turista cultural, religioso e em busca de natureza	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>Nova Iguaçu</b>	Sem informações	Sem informações	Estrangeiros	Meio ambiente, paisagem, tranquilidade, clima	Sim

Quadro 32 – Perfil e motivações do turista da Região Baixada Verde (conclusão)

MUNICÍPIO	PERFIL DO TURISTA (ATUAL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Queimados</b>	Terceira idade com objetivo de integração social, descontração, esporte e lazer	Sim	Turismo Estudantil	Contato com a natureza, flora e lazer	Sim
<b>Seropédica</b>	Perfil acadêmico, estudantes que buscam a UFRRJ; a cidade é caracterizada como cidade dormitório: os turistas estão sempre de passagem e não se sentem atraídos em permanecer pela falta de atividades	(Sem resposta)	Público atraído pelas festas de Aniversário da Cidade, Festa do Trabalhador, Festa da Padroeira, as cavalgadas e motocross	Pessoas que querem sentir e estar em contato com a natureza	Sim
<b>São João do Meriti</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)

Fonte: A autora, 2020.

Não existem políticas públicas municipais voltadas ao desenvolvimento do turismo rural na Baixada Verde. As principais dificuldades no desenvolvimento do turismo rural na região devem-se à própria percepção e preparação dos produtores rurais a respeito da importância do segmento, e à falta de investimentos, planejamento, e infraestrutura adequada, havendo necessidade de maior integração no setor. São considerados parceiros importantes as associações de classes afins, a academia, o Governo Federal e Estadual, incluindo órgãos como PESAGRO, EMATER, associações, cooperativas e a IGR Baixada Verde (Quadro 33).

Quadro 33 – Pannel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Baixada Verde (continua)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Belford Roxo</b>	É necessário mostrar, primeiramente, aos munícipes a importância dos projetos para o desenvolvimento social e cultural do município	Maior interação e integração com o poder público (maior diálogo), além de investimentos	Entidades ligadas ao segmento (instituições de ensino superior, escolas estaduais, municipais, inclusive particulares, associações de artesãos, agricultores, comerciantes, empresários, outros)	Há integração entre secretarias municipais, setores e atividades multidimensionais e articuladas com atividades sociais, econômicas, culturais e ambientais, envolvendo interessados em busca de decisão conjunta e benefícios para todos

Quadro 33 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Baixada Verde (continuação)

<b>MUNICÍPIO</b>	<b>ENTRAVES AO TURISMO RURAL</b>	<b>DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL</b>	<b>PARCERIAS IMPORTANTES</b>	<b>POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS</b>
<b>Duque de Caxias</b>	Falta de investimentos nas propriedades, site, publicidade e eventos	Eventos para o TR, Agroturismo, e Aventura; políticas públicas aplicadas ao turismo	Secretaria de Estado de Turismo e demais órgãos	Não
<b>Japeri</b>	Mudar o pensamento do próprio agricultor, dono da propriedade; melhorar a oferta de hospedagem, infraestrutura rural e urbana de acesso às propriedades, e a infraestrutura tecnológica, pois o turista quer estar no ambiente rural, mas com as comodidades do urbano; falta de investimentos em divulgação e promoção	Reconhecimento, conscientização e valorização do trabalho e identidade do agricultor familiar, por parte do poder público e da população, respeito as suas tradições, culturas, modo de vida e meio ambiente; melhores estradas e equipamentos de trabalho	ONGs, associações de moradores, escolas, igrejas, conselhos, comércio em geral, prefeitura, cooperativas	Não
<b>Magé</b>	Falta de planejamento adequado e incentivo	Falta de políticas públicas para o TR e de parcerias público-privadas	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER)	Não
<b>Mesquita</b>	Necessidade de convencimento dos agricultores de que a atividade turística tem a possibilidade de gerar renda complementar	Não há informações	Secretaria de Cultura, Esporte e Lazer; Fórum Municipal de Desenvolvimento Rural; Secretaria de Trabalho e Agricultura; Secretaria de Saúde; Cooperativa de Agricultores Locais; Secretaria de Meio Ambiente; Conselho de Turismo Baixada Verde	Não
<b>Nilópolis</b>	Cidade muito pequena e sem características rurais	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Não
<b>Nova Iguaçu</b>	Falta de investimentos em infraestrutura, questões ambientais (saneamento básico)	Política que reúna diversos atores; presença concreta do poder público	Governo do Estado (SETUR), Governo Federal (MTUR)	Não (fase de conclusão do Plano Municipal de Turismo)
<b>Queimados</b>	Necessidade de captação de recursos para melhorar a infraestrutura local	Reconhecimento da área rural e da cidade em termos de categorização no Mapa do Turismo Brasileiro	O Estado e o Ministério do Turismo	Sim

Quadro 33 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Baixada Verde (conclusão)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Seropédica</b>	Problemas com transportes, falta de iluminação, infraestrutura básica (devido a longa distância dos assentamentos e falta de transporte adequado e de iluminação, estradas precárias); crise econômica (êxodo rural e enfraquecimento do plantio)	(Sem resposta)	UFRRJ, empresas de comércio de gêneros rurais; EMATER, EMBRAPA, PESAGRO, ACIAPS do Município e empresários locais	Não
<b>São João do Meriti</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)

Fonte: A autora, 2020.

### 3.1.4 Região Caminhos Coloniais

A Região Caminhos Coloniais é formada por cinco municípios: Areal, Comendador Levy Gasparian, São José do Vale do Rio Preto, Sapucaia e Três Rios, como se vê no Mapa 17.

A área territorial, a população e o IDH dos municípios que compõem a região podem ser observados no Quadro 34.

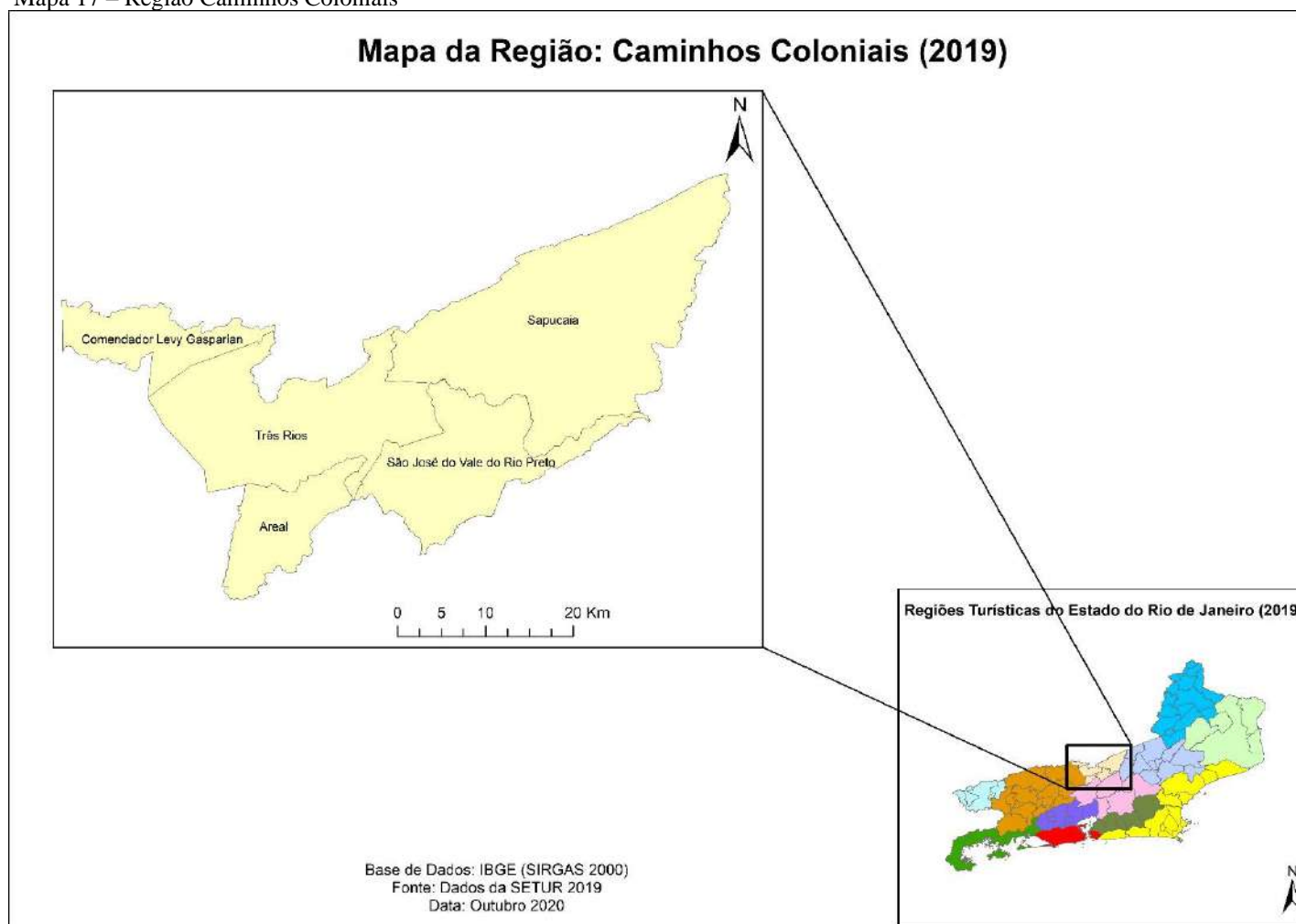
Quadro 34 – Aspectos gerais da Região Caminhos Coloniais

MUNICÍPIO	ÁREA (Km <sup>2</sup> )	POPULAÇÃO (2019)	IDH (2010)
<b>Areal</b>	110.724	12.572	0,684
<b>Comendador Levy Gasparian</b>	108.639	8.561	0,685
<b>São José do Vale do Rio Preto</b>	220.178	21.795	0,660
<b>Sapucaia</b>	540.673	18.228	0,675
<b>Três Rios</b>	322.843	81.804	0,725

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do IBGE, 2020.



Mapa 17 – Região Caminhos Coloniais



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR (2019); desenho cartográfico C. A. Silva.

Todos os municípios da região participaram da pesquisa de campo que fundamenta este trabalho, à exceção de Comendador Levy Gasparian.

Não atenderam, ainda, à atualização do PDTUR os municípios de Areal, Comendador Levy Gasparian e São José do Vale do Rio Preto, para os quais não há informações complementares em alguns quesitos.

Todos os municípios foram incluídos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2019 e estão categorizados, à exceção de São José do Vale do Rio Preto conforme Quadro 35.

Quadro 35 – Caracterização dos municípios da Região Caminhos Coloniais

MUNICÍPIO	CATEGORIA/CLUSTER 2019
Areal	D
Comendador Levy Gasparian	D
São José do Vale do Rio Preto	Não está no Mapa
Sapucaia	D
Três Rios	C

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do MTUR, 2019.

O Portal da SETUR (2020) mostra o rio Paraibuna como um dos principais atrativos dos Caminhos Coloniais, região que se destaca pela história e pela natureza.

O ecoturismo é apontado como opção, assim como a prática de *rappel*, tirolesa, escalada e *rafting*.

Na descida das corredeiras do Rio Paraibuna, o ponto final é o encontro dos rios Paraibuna, Paraíba do Sul e Piabanha, formando o único delta triplo da América Latina.

Além de apresentar as cavalgadas e as trilhas como práticas procuradas, o Portal destaca, também, o turismo rural como opção, com oferta de gastronomia típica local (como a chuchulinha, prato de galinha com chuchu), artesanato, doces e bebidas artesanais a exemplo da cachaça.

Assim como as festas religiosas, a região tem as igrejas como pontos turísticos, sendo as mais conhecidas: a Capela de Santa Rita e a da Nossa Senhora do Carmo, em Areal; Igreja de Nossa Senhora de Mont Serrat, em Comendador Levy Gasparian; Igreja Matriz de São José, em São José do Vale do Rio Preto; Capela Nossa Senhora da Piedade e Igreja de São Sebastião, em Três Rios; e a Igreja de Santo Antônio, padroeiro de Sapucaia.

Outro atrativo da região será a viagem de trem da Estrada Real, percurso turístico-cultural de 14 km (em recuperação), e a estação de trem de Anta, em Sapucaia, que foi transformada em centro de artes.

Há mais dados sobre os atrativos dos municípios no Portal da SETUR (2020), bem como indicações sobre equipamentos e atividades ofertadas pela região, de acordo com atualização do PDTUR e dados de pesquisa de campo.

De acordo com o zoneamento procedido pelas investigações do PDTUR (TURISRIO, 2001), todos os municípios dos Caminhos Coloniais apresentam vocação para o turismo rural, tendo sido os mesmos agrupados com outros municípios (Guapimirim, Magé, Paraíba do Sul, Petrópolis, e Teresópolis) na composição da CTR IV.

A região está fora da área de abrangência do PRODETUR e, portanto, não consta dos estudos do PDITS.

Os municípios da região são assim divididos pelo Caderno do Turismo (GOMES, 2010): Areal, Comendador Levy Gasparian e Três Rios, compondo a área turística Vale do Café, e tendo como marcas principais os elementos histórico e rural, e marca secundária com elementos de ecológico e aventura em Três Rios; São José do Vale do Rio Preto e Sapucaia, na área turística de Serra de Turismo não-consolidado, trazem como marca principal o elemento ecológico.

Conforme responde a pesquisa de campo com os secretários municipais de turismo, associada a informações do levantamento de atualização do PDTUR, os principais segmentos presentes na região são: turismo cultural, turismo histórico, ecoturismo/natureza, turismo de aventura e turismo rural (Quadro 36).

São segmentos considerados agregadores ao turismo rural: turismo de aventura, ecoturismo, cultura e artesanato.

Quadro 36 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Agulhas Negras (continua)

MUNICÍPIO	PRINCIPAIS SEGMENTOS TURÍSTICOS	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE AGREGAÇÃO AO TURISMO RURAL
<b>Areal</b>	Rural, Ecoturismo, Histórico, Cultural, Natureza	(Sem resposta)	Artesanato e cultura
<b>Comendador Levy Gasparian</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>São José do Vale do Rio Preto</b>	Esportes, Ecoturismo	(Sem resposta)	Gastronômico, Ecoturismo

Quadro 36 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Caminhos Coloniais (conclusão)

MUNICÍPIO	PRINCIPAIS SEGMENTOS TURÍSTICOS	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE AGREGAÇÃO AO TURISMO RURAL
<b>Sapucaia</b>	Rural, Histórico, Aventura, Ecoturismo	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Eventos, Esportes, Religioso, Gastronômico	Ecoturismo, Aventura (os atrativos naturais estão localizados nas proximidades rurais, mas ainda precisam de estruturação e sinalização)
<b>Três Rios</b>	Histórico, Cultural, Aventura, Negócios, Eventos	Cultural, Aventura, Negócios, Eventos	Todos os segmentos existentes no município

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR.

A percepção dos secretários municipais de turismo dos Caminhos Coloniais aponta que a potencialidade para desenvolver o turismo rural é destacada na região pelos municípios de Sapucaia, Areal e São José do Vale do Rio Preto (Quadro 37).

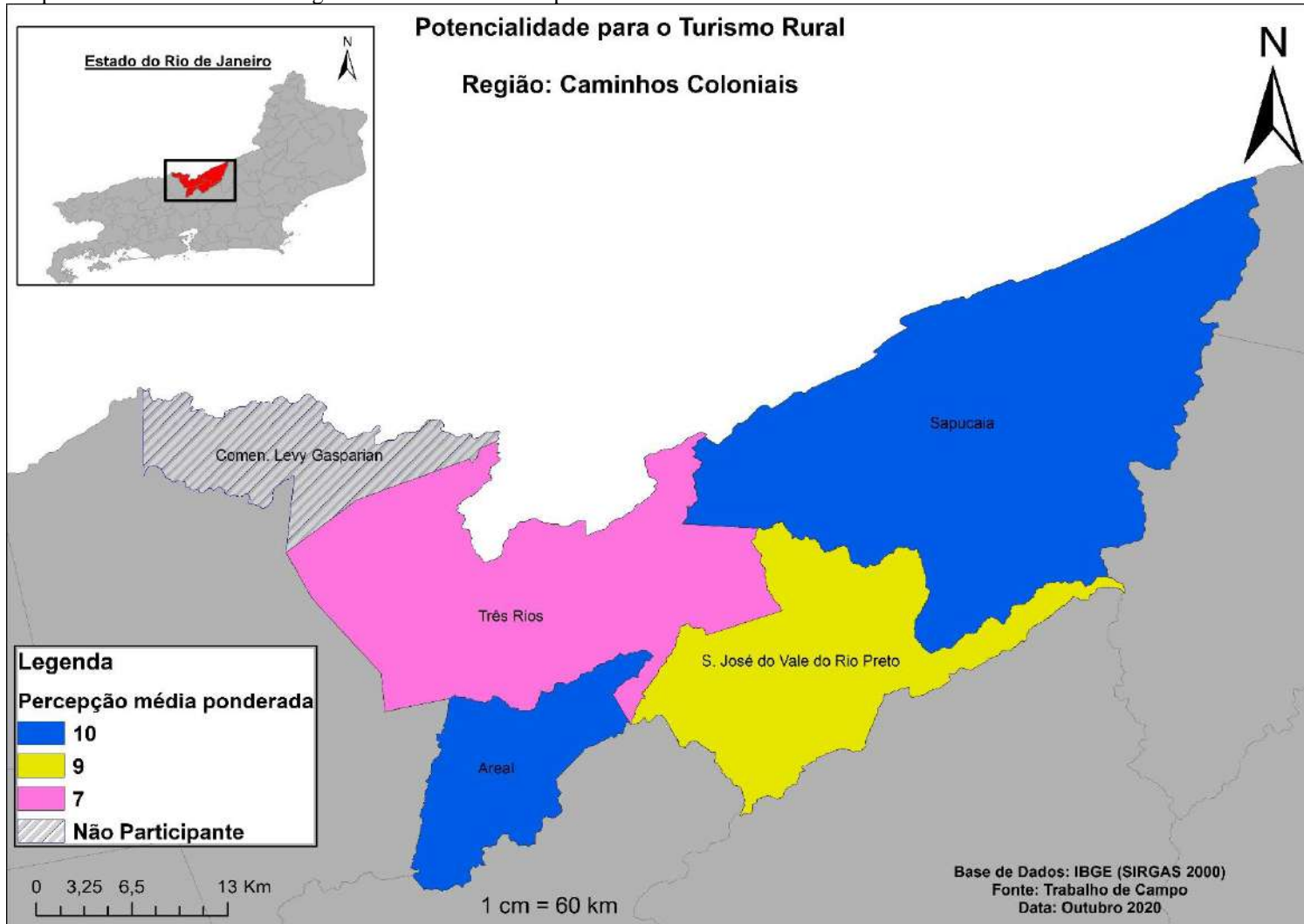
Ainda sob a ponderação desse olhar com a contribuição dos representantes da IGR e do SEBRAE regional, essa perspectiva permanece e pode ser reforçada com as demais questões apresentadas na pesquisa (Mapa 18).

Quadro 37 – Potencialidade da Região Caminhos Coloniais para o turismo rural

MUNICÍPIO	PERCEPÇÃO SECRETÁRIOS	PERCEPÇÃO IGRS	PERCEPÇÃO SEBRAE REGIONAL	MÉDIA PONDERADA
<b>Areal</b>	10	10	8	<b>10</b>
<b>Comendador Levy Gasparian</b>	(Sem resposta)	10	7	<b>x</b>
<b>Sapucaia</b>	10	10	10	<b>10</b>
<b>São José do Vale do Rio Preto</b>	10	10	6	<b>9</b>
<b>Três Rios</b>	6	9	8	<b>7</b>

Fonte: A autora, 2020.

Mapa 18 – Potencialidade da Região Caminhos Coloniais para o turismo rural



Fonte: Elaborado pela autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.

Quanto às atividades rurais, à exceção de Três Rios, todos os municípios relatam a presença das mesmas em seu território, incluindo produção de orgânicos, agricultura familiar, atividades pecuárias, cultivo de flores e transformação de produtos, dentre outras frentes (Quadro 38). Há relato, igualmente, de atrativos de turismo rural, com atividades de visitação e outras experiências.

Quadro 38 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Caminhos Coloniais

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Areal</b>	Produção orgânica, produção leiteira e de corte, pesca, produção de ovos e agricultura convencional	Visitas a propriedades, trilhas e passeios à barragem	(Sem resposta)
<b>Com. Levy Gasparian</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>São José do Vale do Rio Preto</b>	Agronegócio, agricultura familiar, avicultura, cultivo de flores	Fazendas históricas, hotel fazenda, pousadas familiares, plantação das flores, pontos turísticos ecológicos, mananciais preservados	(Sem resposta)
<b>Sapucaia</b>	Festa da Ponkan, Festa do Produtor Rural; maior Centro Hípico do estado; fazendas históricas; exportação de produtos como cachaça, cerveja artesanal, agridoce, doces, produtos orgânicos, primeiro extrato de tomate orgânico do estado; exportação de agridoce para a França	Prédios históricos, cachoeiras, Centro Hípico, grandes trilhas, estações centenárias (uma das quais receberá o trem RIO x MINAS); sede da etapa internacional de <i>rafting</i> no Rio Paraíba do Sul	Casa de Cultura (antiga estação ferroviária), prédios e fazendas históricas, Rio Paraíba do Sul, pedreiras, trilhas, Usina Hidrelétrica de Anta e Ciclovía
<b>Três Rios</b>	Eventos: cavalgada, Festa Julina, Festa do Peão, trilhão (média de 700 participantes), no distrito de Bemposta, área rural	Fazendas e eventos	Encontro dos três rios (Paraíba do Sul, Paraíba e Piabanha), único delta triplo da América Latina e segundo do mundo; Capela N. Sr <sup>a</sup> da Piedade, Fazenda Bemposta, Guarita do Marco Ferroviário, Casa de Pedra, Casa da Cultura, Mirante Natural APA Morro da Torre

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

O artesanato na região é, em certa medida, agregado ao turismo, encontrando conexão com a temática rural nos municípios de Areal e Sapucaia (Quadro 39). Esses municípios também realizam eventos de cunho rural, ao lado de Três Rios, embora esse último não indique o turismo rural como relevante para o município. Quanto aos demais eventos na região, esses

estão mais associados a datas comemorativas e à cultura. A indicação de atualização do PDTUR relativa a eventos de tema rural é apenas de Sapucaia.

Quadro 39 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Caminhos Coloniais

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Areal</b>	Sim	Sim	Feira de produtos rurais	x
<b>Com. Levy Gasparian</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>São José do Vale do Rio Preto</b>	Não	Não	Não	(Sem resposta)
<b>Sapucaia</b>	Sim (Diretoria Municipal de Artesanato localizada na Estação, local de aprendizado e produção de produtos; lojas de artesanato)	Sim	1ª Feira do Produtor Rural; parceria com o SENAR e a EMATER em capacitação e encontros temáticos como o Fazenda Legal, Balde Cheio e concurso leiteiro; cavalgadas tradicionais	Carnaval, Via Sacra pública, Festa do Padroeiro S. Antônio, Festa do Produtor Rural de Quilombo, Festa da Padroeira. Expo Agropecuária, Festival de Teatro, Festival de Dança, Aniversário da Cidade, Réveillon
<b>Três Rios</b>	Sim	Não	Festa de Maio com cavalgada, Festa Julina, Festa do Peão, Trilhão	Natal Iluminado, Réveillon - Festa da Virada, Carnaval, Festa de Maio, Moto Route - Encontro Nacional de Motociclistas

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2019.

A região Caminhos Coloniais apresenta, portanto, relevante potencial para o fomento do turismo rural, em especial nos municípios de Areal, Sapucaia e São José do Vale do Rio Preto.

Embora se observe significativo potencial para o desenvolvimento do turismo rural na região, ainda não se encontram ali roteiros turísticos estruturados nesse segmento (Quadro 40). Alguns serviços são pontualmente indicados em relação a hospedagem e eventos, não havendo divulgação sistemática do turismo rural.

Quadro 40 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Caminhos Coloniais (continua)

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Areal</b>	Não	Não	Não	Não

Quadro 40 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Caminhos Coloniais (conclusão)

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Com. Levy Gasparian</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>São José do Vale do Rio Preto</b>	Não	Não	Sim (hotéis fazenda, em boas condições e amplo potencial de acolhimento)	Não
<b>Sapucaia</b>	Em fase de cadastramento e elaboração (parceria com a CITUR - Comissão de Implementação Turística)	Não	Sim (mas ainda necessitam de maior estruturação)	Portal do Turismo em fase de implantação (com página específica para o Turismo Rural)
<b>Três Rios</b>	Não	Não	Sim (eventos realizados e/ou apoiados pela Prefeitura, através da Secretaria de Cultura e Turismo)	Não

Fonte: A autora, 2020.

De modo geral, não há indicação de que o turista atual da região, cujo perfil não é muito claro, tenha afinidade com o turismo rural. Apenas São José do Vale do Rio Preto registra essa afinidade, apontando como frequentadores do município visitantes com perfil alcêntrico (Quadro 41).

As motivações que gravitam em torno do segmento são bastante variáveis, englobando, principalmente, atributos da natureza, itens culturais e de infraestrutura.

A paisagem é destacada como importante na escolha desses destinos pelos turistas.

Quadro 41 – Perfil e motivações do turista da Região Caminhos Coloniais (continua)

MUNICÍPIO	PERFIL DO TURISTA (ATUAL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Areal</b>	Turista de veraneio	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Gastronomia, qualidade dos serviços, atendimento e atrações de alguma relevância	Sim
<b>Com. Levy Gasparian</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)



Quadro 41 – Perfil e motivações do turista da Região Caminhos Coloniais (conclusão)

MUNICÍPIO	PERFIL DO TURISTA (ATUAL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>São José do Vale do Rio Preto</b>	Participantes de eventos esportivos ( <i>mountain bike, motocross, velcross</i> )	Sim	Público familiar	Paisagem local, tipo de cultivo, estrutura de acolhimento e gastronomia local	Sim
<b>Sapucaia</b>	Em fase de levantamento	(Sem resposta)	Feira do Produtor (em implantação)	Grande biodiversidade, passeio a lavouras, sítios e fazendas, estradas bem cuidadas, contemplação de área verde exuberante e beleza	Sim
<b>Três Rios</b>	Público predominante: homens casados ou solteiros, de 27 a 48 anos	(Sem resposta)	Público da melhor idade	Contato com a natureza, fuga da rotina, paisagem	Sim

Fonte: A autora, 2020.

Os maiores entraves para o fomento do turismo rural na região são direcionados à falta de investimentos do setor público, ausência de adesão de fazendeiros e produtores, falta de recursos, e deficiência em capacitação (Quadro 42). As solicitações advindas dos atores locais dizem respeito a tecnologia, acesso (estradas), crédito para produtores e divulgação.

Nas parcerias mais importantes são consideradas a EMATER, SEBRAE, FIRJAM, Prefeitura local, SENAR, SENAC e Ministérios (Agricultura, Pesca, Turismo).

Todos os municípios declararam não contar com políticas públicas locais para o desenvolvimento do turismo rural.

Quadro 42 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na região Caminhos Coloniais (continua)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO FOMENTO DO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS ATUAIS
<b>Areal</b>	Investimentos do Poder Público	Falta de plataforma digital e de investimentos	EMATER, SEBRAE, FIRJAM e PMA	Não
<b>Com. Levy Gasparian</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)

Quadro 42 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na região Caminhos Coloniais (conclusão)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO FOMENTO DO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS ATUAIS
São José do Vale do Rio Preto	Conseguir adesão dos fazendeiros e produtores locais	Pavimentação das estradas	(Sem resposta)	Não
Sapucaia	Falta de: recursos financeiros, mão de obra qualificada, capacitação dos produtores para comercialização, atrativos e hospedagem	Estrutura, melhoria das estradas, empréstimos de maquinário e carreto	SEBRAE, EMATER, SENAR, SENAC, Ministério da Agricultura, Ministério da Pesca, MTUR	Não (em fase de elaboração)
Três Rios	Recursos financeiros	Apoio, melhorias diversas e divulgação	SEBRAE	Não

Fonte: A autora, 2020.

### 3.1.5 Região Caminhos da Mata

A Região Caminhos da Mata é formada por 5 municípios: Itaboraí, Rio Bonito, Silva Jardim, São Gonçalo e Tanguá, como se vê no Mapa 19.

Todos os municípios da região participaram da pesquisa de campo que fundamenta este trabalho. Apenas São Gonçalo não atendeu à atualização do PDTUR, não havendo informações complementares para esse município em alguns quesitos.

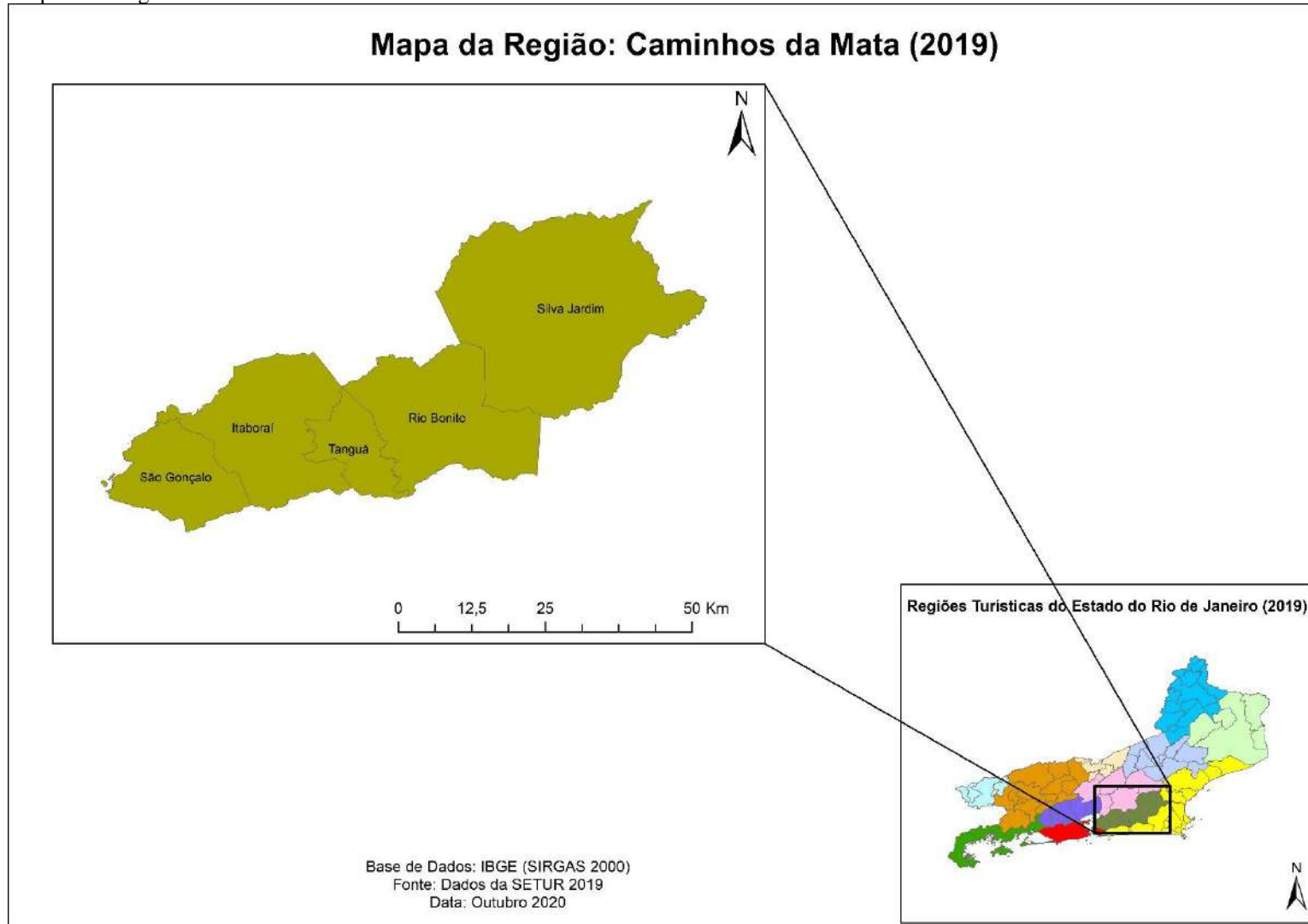
A área territorial, a população e o IDH dos municípios que compõem a região podem ser observados no Quadro 43 a seguir.

Quadro 43 – Aspectos gerais da Região Caminhos da Mata

MUNICÍPIO	ÁREA (Km <sup>2</sup> )	POPULAÇÃO (2019)	IDH (2010)
Itaboraí	429.961	240.592	0,693
Rio Bonito	459.458	60.201	0,71
São Gonçalo	248.160	1.084.839	0,739
Silva Jardim	937.755	21.774	0,654
Tanguá	143.007	34.309	0,654

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do IBGE, 2020.

Mapa 19 – Região Caminhos da Mata



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR (2019); desenho cartográfico C. A. Silva.

Todos os municípios foram incluídos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2019 e estão categorizados conforme Quadro 44.

Quadro 44 – Categorização dos municípios da Região Caminhos da Mata

MUNICÍPIO	CATEGORIA/CLUSTER 2019
<b>Itaboraí</b>	C
<b>Rio Bonito</b>	C
<b>Silva Jardim</b>	C
<b>São Gonçalo</b>	D
<b>Tanguá</b>	D

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do MTUR (2019)

A região Caminhos da Mata, conforme apresenta o Portal SETUR (2020), conta com significativas áreas verdes e reservas naturais, além de opções para trilhas, escalada, cavalgada e balonismo. Na região, há destaques para os atrativos naturais, tais como: a Cachoeira de Tomascar e o Parque da Caixa D'Água, em Rio Bonito, propício a trilhas e caminhadas; a Caverna de Santa Isabel, em São Gonçalo, própria para escaladas; a Lagoa de Juturnaíba, com opções de esportes náuticos e de pesca, e a Reserva Biológica de Poço das Antas, local de conservação da Mata Atlântica e preservação do mico-leão-dourado, em Silva Jardim.

Outros atrativos turísticos da região são: o Parque Paleontológico de São José de Itaboraí, conhecido como “berço dos mamíferos”, onde foi encontrado um dos mais antigos fósseis do continente americano; a Biquinha da Bela Vista, em Rio Bonito, fonte de água natural que abastece os moradores; o Circuito da Laranja, em Tanguá, roteiro de visitas a pontos diversos e também a pomares, com a experiência do “colha e chupe”; a gastronomia com palmito de pupunha, em Silva Jardim.

A região é, ainda, conhecida pelas festas e atrativos religiosos, tais como: a Folia de Reis, em São Gonçalo; a Igreja Matriz de São João Batista e a imagem do Cristo Crucificado em Porto das Caixas, em Itaboraí; a Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição, em Rio Bonito; a Capela Sant'Ana, em São Gonçalo; e a Igreja Nossa Senhora do Amparo, em Tanguá.

O Portal aponta, igualmente, a importância histórica, que tem como atrativo o Palacete Visconde de Itaboraí, em Itaboraí, de 1840, onde se hospedava a Família Imperial, e onde hoje se encontram a Casa de Cultura Heloisa Alberto Torres, o Teatro João Caetano, e a Biblioteca Pública Joaquim Manuel de Macedo.

Outras informações detalhadas sobre os municípios podem ser encontradas no Portal SETUR (2020), assim como há indicação de atrativos advinda da atualização do PDTUR e da pesquisa de campo, como se verá a seguir.

Segundo o prognóstico do PDTUR (TURISRIO, 2001), na região Caminhos da Mata apenas Rio Bonito e Silva Jardim foram elencados como potenciais para o desenvolvimento do turismo rural, tendo sido selecionados para compor a CTR I, ao lado de outros municípios da Costa do Sol (Araruama, Casimiro de Abreu, Iguaba Grande, Maricá, Saquarema e Macaé).

No Caderno do Turismo (GOMES, 2010), Itaboraí e São Gonçalo estão alocados na área turística Baixada Fluminense, tendo os elementos histórico e cultural como principais destaques; Rio Bonito, Silva jardim e Tanguá estão na área turística Serra e Mar, apresentando como marcas principais os elementos Praia e Ecológico. Em Itaboraí, se destaca a marca secundária com o caráter religioso.

Os principais segmentos da região, como apontam os secretários municipais de turismo e os dados de atualização do PDTUR são o turismo rural, o ecoturismo e o turismo religioso, seguidos de turismo cultural e de esportes (Quadro 45). São indicados como segmentos que agregam valor ao turismo rural, além do ecoturismo, turismo religioso, cultural e de esportes, o turismo histórico e de aventura.

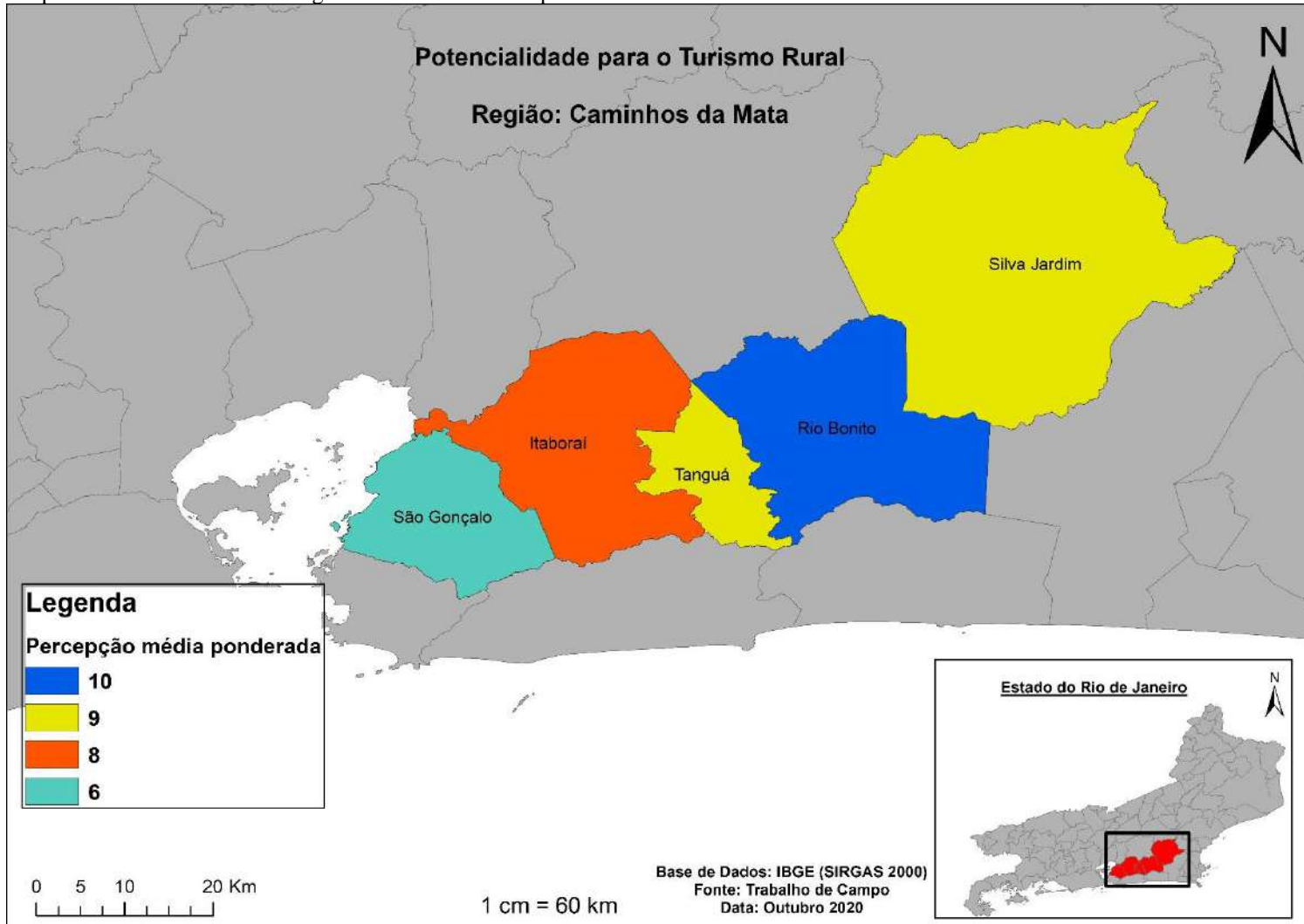
Quadro 45 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Caminhos da Mata

MUNICÍPIO	PRINCIPAIS SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL
<b>Itaboraí</b>	Rural, Negócios, Religioso	Ecoturismo, Cultural, Aventura, Negócios, Eventos, Esportes, Religioso	Cultural e religioso (monumentos históricos de importância cultural nacional)
<b>Rio Bonito</b>	Rural, Religioso, Histórico, Cultural, Ecoturismo, Esportes	Rural, Ecoturismo, Aventura, Eventos, Esportes, Religioso, Saúde	Histórico cultural, Ecoturismo e Religioso
<b>Silva Jardim</b>	Rural, Ecoturismo	Rural, Ecoturismo, Agroturismo	Esporte, Aventura e Ecoturismo
<b>São Gonçalo</b>	Religioso, Ecoturismo, Náutico	(Sem resposta)	Segmentos ligados à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, e produtos locais
<b>Tanguá</b>	Rural	Rural	Aventura

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

Os secretários de turismo da região Caminhos da Mata percebem que há alta potencialidade nos municípios para desenvolverem o turismo rural, à exceção de São Gonçalo, como consta do Mapa 20.

Mapa 20 – Potencialidade da Região Caminhos da Mata para o turismo rural



Fonte: Elaborado pela autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.

Rio Bonito é o município que, na região, apresenta o maior grau em termos de potencial para o segmento, seguido de Tanguá e Silva Jardim. Itaboraí também é apontado como relevante para o turismo rural.

Note-se que a leitura sobre a potencialidade regional é mais positiva sob o olhar da representação da IGR, mas encontra similaridade em relação à percepção do SEBRAE regional (Quadro 46).

Quadro 46 – Potencialidade da Região Caminhos da Mata para o turismo rural

MUNICÍPIO	PERCEPÇÃO SECRETÁRIOS	PERCEPÇÃO IGRS	PERCEPÇÃO SEBRAE REGIONAL	MÉDIA PONDERADA
<b>Itaboraí</b>	8	10	7	<b>8</b>
<b>Rio Bonito</b>	10	10	10	<b>10</b>
<b>São Gonçalo</b>	5	10	4	<b>6</b>
<b>Silva Jardim</b>	8	10	9	<b>9</b>
<b>Tanguá</b>	8	10	8	<b>9</b>

Fonte: A autora, 2020.

No que se refere às atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural apontados na pesquisa e na atualização do PDTUR, tem-se as seguintes informações indicadas: há atividades rurais em todos os municípios da região, notadamente em Tanguá e Rio Bonito; os atrativos de turismo rural se misturam a outros segmentos que se manifestam no espaço rural (rodeios, cavalgadas, trilhas, gastronomia, etc.), reforçados como atrativos turísticos, em meio a outras indicações na atualização do PDTUR (Quadro 47).

Quadro 47 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Caminhos da Mata (continua)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Itaboraí</b>	Sítios de lazer e fazendas	Comidas típicas, animais domésticos, passeios por áreas verdes e cavalgadas (em calendários fixos)	Igrejas, ruínas e prédios históricos tombados (Igreja de S. João Batista, Ruínas Convento S. Boa Ventura, Paróquia N. Sr. <sup>a</sup> da Conceição, Câmara Municipal de Itaboraí), Casa de Cultura, balonismo (Rio Venha Voar), Arte Oleira de Itaboraí, artesanato local
<b>Rio Bonito</b>	Agricultura, agropecuária, artesanato e gastronomia típica (produtos advindos das atividades citadas)	Turismo Rural	Cachoeiras, Mirante da Serra, Parque Natural Verde Vale, Praça Aécio Mansur, igrejas históricas

Quadro 47 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Caminhos da Mata (conclusão)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Silva Jardim</b>	Hotéis-fazenda, fazendas que exercem a atividade e cavalgadas	Eventos (rodeios, Festa do Cavalo – laço), cavalgadas, Hotel Fazenda VCP, fazenda S. Antônio dos Cordeiros (projeto Aprendiz de Fazendeiro), Hotel Fazenda Tapinuã (fabricação de cachaça artesanal)	Cachoeiras, Lagoa de Juturnaíba, rios, Reserva Biológica Poços das Antas
<b>São Gonçalo</b>	Cavalgada, exposição de hortifrutí granjeiros	Cavalgada e trilhas ecológicas	(Sem resposta)
<b>Tanguá</b>	Segundo maior produtor de laranja de mesa do estado (seleta e natal); Circuito da Laranja; aipim e casas de farinha; grande extensão rural; agricultura majoritariamente familiar, com outras plantações em menor escala	Plantações de laranja, Cachoeira de Tomascar, culinária típica rural, engenhos de farinha e Feira de Artesanato	Cachoeira de Tomascar, Igreja de N.Sr <sup>a</sup> do Amparo, Circuito da Laranja

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

O artesanato na região não só é apropriado pelo turismo, como produto agregado, como está associado ao turismo rural (à exceção de Itaboraí). Eventos rurais são programados em Rio Bonito, Silva Jardim e Tanguá, mas nem todos estão incorporados a ponto de serem mencionados na atualização do PDTUR (Quadro 48).

Quadro 48 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Caminhos da Mata (continua)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Itaboraí</b>	Sim	Não	Não	Festa de S. Pedro, Festa de S. João, Aniversário do Milagre do Cristo Crucificado
<b>Rio Bonito</b>	Sim	Sim	Festas de rodeio, Festa Moda de Viola, Encontro de Cavalheiros, festas religiosas	Carnaval, Paixão de Cristo, Arraiá Bonito, Elite <i>Trail</i> , Festival de Inverno com Pedal, Festa da Cidade, Corrida da UFF, Natal Bonito, Festa de N. S <sup>a</sup> da Conceição
<b>Silva Jardim</b>	Sim (pequena feira de artesanato semanal e um fim de semana mensal)	Sim	Rodeios, cavalgadas, Festa do Cavalo (laço comprido) - todas particulares	Réveillon, Carnaval, Festa de Emancipação, Padroeira N. S <sup>a</sup> da Lapa
<b>São Gonçalo</b>	Sim (feiras e exposição de hortaliças)	Sim	Não (eventos inoperantes)	(Sem resposta)



Quadro 48 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Caminhos da Mata (conclusão)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Tanguá</b>	Sim	Sim	Festa da Laranja e Festa do Aipim	Encontro Regional de Folia de Reis, Carnaval, Festa do Aipim, Festa da Laranja, Festa de N. S <sup>a</sup> do Amparo, Festa da Cidade

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

Como se apreende dos resultados apresentados, a região Caminhos da Mata demonstra ter potencial relevante para o turismo rural, destacando-se o caso de Tanguá, não dimensionado nessa perspectiva quando do zoneamento do PDTUR em 2001. De acordo com as informações levantadas, Rio Bonito e Tanguá contam com roteiros comercializados e serviços que atendem ao turismo rural, mas apenas Silva Jardim indica ter divulgação do segmento em redes sociais (Quadro 49).

Quadro 49 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Caminhos da Mata

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Itaboraí</b>	Não	Não	Não	Não
<b>Rio Bonito</b>	Sim	Sim	Sim (cinco hotéis-fazenda, restaurantes de comidas típicas, transporte local)	(Sem resposta)
<b>Silva Jardim</b>	Não	Não	Não	Sim (redes sociais)
<b>São Gonçalo</b>	Não	Não	Não	Não
<b>Tanguá</b>	Sim (Circuito da Laranja)	Sim (Circuito da Laranja comercializado desde 2010)	Sim (restaurantes que atendem ao Circuito da Laranja; necessidade de qualificação para atendimento ao turista)	Não

Fonte: A autora, 2020.

O perfil do turista que frequenta a região varia daquele que tem interesse em religião e negócios (Itaboraí), àquele que busca atributos do campo (natureza, tranquilidade, quebra da rotina). Todos os municípios indicam afinidade desse público com o turismo rural, exceto São Gonçalo. O turista potencial é visto como aquele afeito a aventura, famílias, público da melhor idade. As principais motivações seriam vivências na natureza e atributos do campo, valores históricos e culturais, acolhimento, destacando-se a paisagem como importante influência (Quadro 50).

Quadro 50 – Perfil e motivações do turista da Região Caminhos da Mata

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Itaboraí</b>	Público de Turismo Religioso e de Negócios	Sim	Empreendedores; uma opção seria um parque/centro de exposições, por ser um município central, localizado entre várias regiões	Paisagem, alimentação natural com produtos cultivados na própria terra de forma orgânica, criação de animais (cavalos de raça, entre outros)	Sim
<b>Rio Bonito</b>	Terceira idade, busca da quebra da rotina da cidade grande, descaso e passar o tempo com a família	Sim	Jovens com interesse em esportes radicais, trilhas, <i>bike</i> , <i>mountain bike</i> , <i>motocross</i>	Vivências que proporcionam contato com a natureza e a vida no campo, com belas paisagens verdes	Sim
<b>Silva Jardim</b>	Busca da tranquilidade de uma cidade pacata do interior e contato com a natureza	Sim	Público da terceira idade e esportistas	Busca de algo a mais que diferencie o destino, valor histórico, cultura local, organização e acolhimento	Sim (mas não é o principal)
<b>São Gonçalo</b>	(Sem resposta)	Não	Em fase de planejamento	Paisagem e geografia	Sim
<b>Tanguá</b>	Terceira idade	Sim	Famílias com filhos de 0 a 11 anos e grupos de escolas	Paisagem, tranquilidade do campo, acolhimento, culinária, contato com a natureza; roteiros alternativos, fora dos padrões dos já comercializados	Sim

Fonte: A autora, 2020.

As principais dificuldades para o desenvolvimento do turismo rural na região giram em torno de orçamento, investimentos, parcerias, qualificação profissional, infraestrutura (estradas vicinais, hospedagem, serviços) e políticas públicas (Quadro 51). As principais demandas são dessa mesma ordem, no que se refere a infraestrutura e a capacitação. As parcerias importantes ficam na conta do Governo (nos âmbitos federal, estadual e municipal) e de organizações do sistema “S” (SEBRAE e SENAR). Políticas públicas para desenvolver o turismo rural são indicadas como presentes na região (Tanguá e, curiosamente, em São Gonçalo), e em construção (Itaboraí e Rio Bonito). Em Silva Jardim ainda não há políticas públicas voltadas a desenvolver esse segmento turístico.

Quadro 51 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Caminhos da Mata

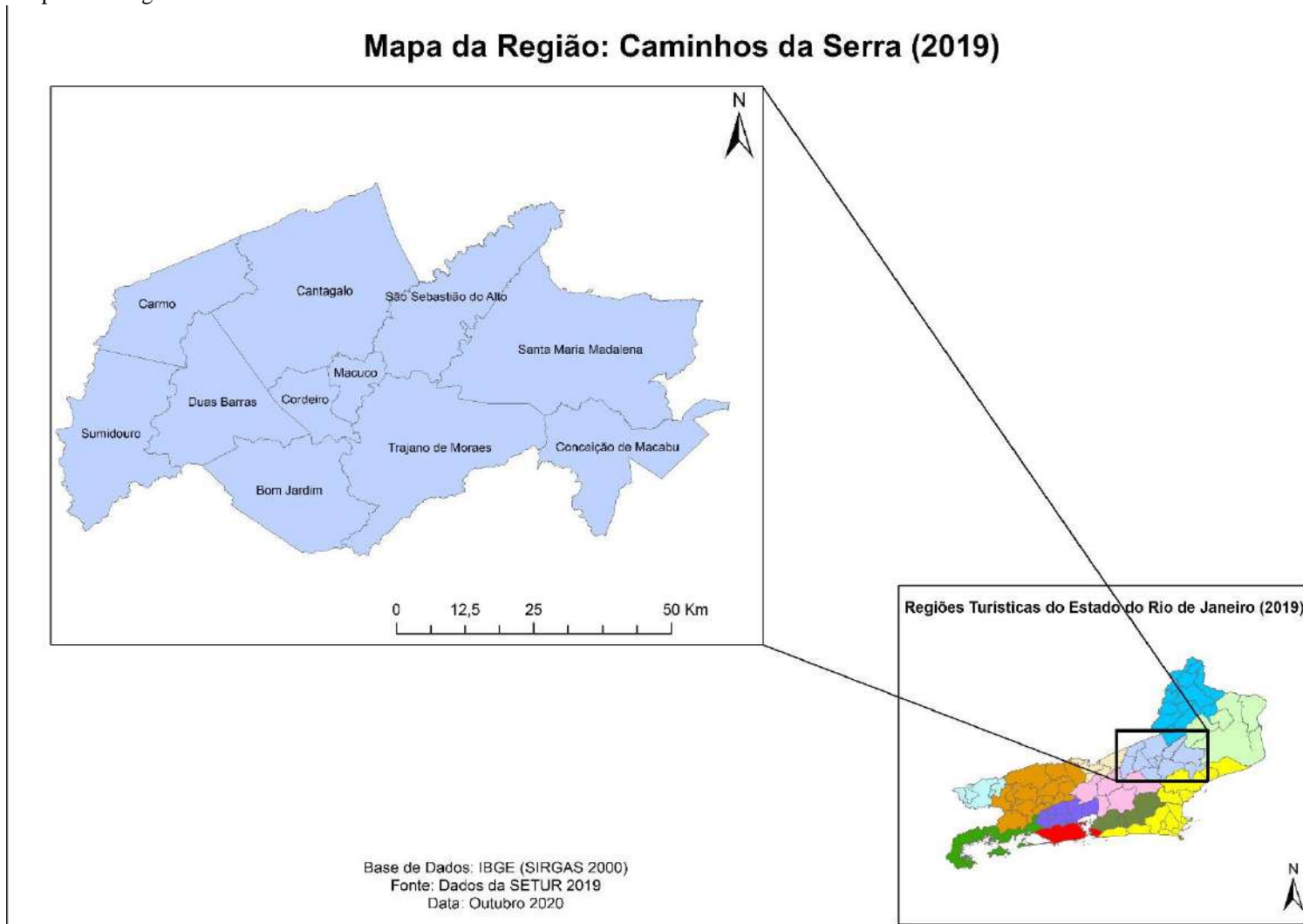
MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Itaboraí</b>	Falta de orçamento	Recursos financeiros, patrocínios, projetos apoiados pelos órgãos públicos	Todas as esferas do Governo, empresas no município que exploram a atividade rural, COMPERJ	Em construção
<b>Rio Bonito</b>	Falta de investimento, apoio de parceiros e de mão de obra qualificada	Investimentos, mão de obra qualificada	Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer, Transporte, Cultura, Promoção Social, Meio Ambiente, Agricultura, SEBRAE	Está em andamento o Fundo Municipal de Turismo
<b>Silva Jardim</b>	Manutenção das estradas vicinais (quase mil km)	Manutenção das estradas vicinais	União entre poder público, iniciativa privada e associações	Não
<b>São Gonçalo</b>	Políticas Públicas de incentivo a ações locais	Reconhecimento e incentivo	Fomento através da SETUR e ações junto à EMATER	Sim (mas de forma incipiente)
<b>Tanguá</b>	Parcerias com empresas e empresários que queiram investir no segmento; falta de hospedagem e de serviços no meio rural e que complementem o segmento (passeios de charrete, a cavalo, outras atividades rurais a serem agregadas ao Circuito da Laranja)	Melhorias das estradas, sinalização turística, financiamento, investimentos, cursos de capacitação	SEBRAE, SENAR, SETUR	Sim (existência da Secretaria e Departamento de Turismo, guia e turismólogas concursadas, capacitação da equipe do Circuito, desenvolvimento e supervisão dos roteiros, Fundo Municipal de Turismo

Fonte: A autora, 2020.

### 3.1.6 Região Caminhos da Serra

A Região Caminhos da Serra é formada por 11 municípios: Bom Jardim, Cantagalo, Carmo, Conceição de Macabu, Cordeiro, Duas Barras, Macuco, Santa Maria Madalena, São Sebastião do Alto, Sumidouro e Trajano de Moraes, como se vê no Mapa 21.

Mapa 21 – Região Caminhos da Serra



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR (2019); desenho cartográfico C. A. Silva.

A área territorial, a população e o IDH dos municípios que compõem a região podem ser observados no Quadro 52.

Todos os municípios da região, à exceção de São Sebastião do Alto, participaram da pesquisa de campo que fundamenta este trabalho. Não atenderam, ainda, à atualização do PDTUR, os municípios de Conceição de Macabu, Macuco, Santa Maria Madalena e São Sebastião do Alto para os quais não serão apresentadas informações complementares em alguns quesitos.

Quadro 52 – Aspectos gerais da Região Caminhos da Serra

MUNICÍPIO	ÁREA (Km <sup>2</sup> )	POPULAÇÃO (2019)	IDH (2010)
<b>Bom Jardim</b>	382.430	27.446	0,660
<b>Cantagalo</b>	747.210	20.172	0,709
<b>Carmo</b>	305.749	18.895	0,696
<b>Conceição de Macabu</b>	338.260	23.228	0,712
<b>Cordeiro</b>	113.048	21.926	0,729
<b>Duas Barras</b>	379.619	11.492	0,659
<b>Macuco</b>	78.364	5.589	0,703
<b>Santa Maria Madalena</b>	810.963	10.404	0,668
<b>São Sebastião do Alto</b>	397.214	9.357	0,646
<b>Sumidouro</b>	413.407	15.623	0,611
<b>Trajano de Morais</b>	591.151	10.626	0,667

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do IBGE, 2020.

Todos os municípios foram incluídos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2019 e estão categorizados conforme Quadro 53.

Quadro 53 – Categorização dos municípios da Região Caminhos da Serra (continua)

MUNICÍPIO	CATEGORIA/CLUSTER 2019
<b>Bom Jardim</b>	D
<b>Cantagalo</b>	C
<b>Carmo</b>	D
<b>Conceição de Macabu</b>	Não está no Mapa
<b>Cordeiro</b>	D
<b>Duas Barras</b>	D

Quadro 53 – Categorização dos municípios da Região Caminhos da Serra (conclusão)

MUNICÍPIO	CATEGORIA/CLUSTER 2019
Macuco	D
Santa Maria Madalena	D
São Sebastião do Alto	Não está no Mapa
Sumidouro	E
Trajano de Moraes	D

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do MTUR, 2019.

Segundo o Portal SETUR (2020), os Caminhos da Serra têm como ponto forte para o turismo os atrativos naturais e as atividades ao ar livre e de aventura: cachoeiras, piscinas naturais, caminhadas, cavalgadas, trilhas, *mountain bike*, *motocross* e parapente.

São apontados como atrativos turísticos: a Pedra do Campanati, em Cordeiro, indicada para a prática de *rappel* e parapente; as fazendas de Bom Sucesso, da Torre e de Santa Clara, em Cordeiro; a Cachoeira Alta, com três lances de queda d'água e o Mirante Vale Encantado, onde está localizada a estátua de Martinho da Vila, compositor e escritor bivarrense, em Duas Barras; o Parque do Desengano e o Morro da Torre, em Santa Maria Madalena; as rampas da Pedra da Simpatia, como a Mão de Luva, em Bom Jardim; rios Quilombo e Paquequer e a Cachoeira da Prata, em Carmo; a Gruta da Pedra Santa, em Macuco; a Cascata de Conde D'Eu, em Sumidouro; a Serra das Almas e a Represa da Barragem, em Trajano de Moraes; a Pedra de Santa Irene e o Horto Florestal, em São Sebastião do Alto; e patrimônios históricos, na Praça José Bonifácio Tassara, em Conceição de Macabu.

Há, também, destaque para atrativos históricos, como fazendas e casarões do século XIX, museus e espaços culturais, tais como: a Casa de Euclides da Cunha e a Praça João XXIII, em Cantagalo, onde estão o busto do escritor Euclides da Cunha, ambos tombados pelo Instituto Estadual do Patrimônio Cultural (INEPAC); o Museu Dercy Gonçalves, em Santa Maria Madalena; e as fazendas históricas do Ciclo do Café, em Macuco.

O turismo religioso é apontado como opção na região, com destaques para: a festa de Folia de Reis e a comemoração de São João, em Macuco; o Museu Sócio-Religioso Dom Clemente José Carlos Isnard, em Conceição de Macabu, com acervos histórico-religiosos; a Paróquia São José, em Bom Jardim; a Igreja do Santíssimo Sacramento, em Cantagalo; a Matriz de Nossa Senhora do Carmo e a Igreja Nosso Senhor dos Passos, em Carmo; a Igreja Matriz de Nossa Senhora da Piedade, em Cordeiro; a Igreja Matriz Nossa Senhora da Conceição, em Duas Barras; a Igreja Matriz, em Santa Maria Madalena; a Igreja de São Sebastião do Alto, em São

Sebastião do Alto; a Igreja de Nossa Senhora da Conceição do Paquequer, em Sumidouro; e a Capela Nosso Senhor dos Passos, em Trajano de Moraes.

Outras informações sobre os municípios estão disponíveis no Portal da SETUR (2020), além de indicações sobre atrativos e atividades ofertadas pela região Caminhos da Serra, conforme informações originárias da pesquisa de campo e dados de atualização do PDTUR, conforme se verá adiante.

O prognóstico do PDTUR (TURISRIO, 2001) considera todos os municípios dos Caminhos da Serra com vocação para o turismo rural, e sugere a organização de todos eles, à exceção de Santa Maria Madalena, na CTR VI, ao lado dos municípios de Cachoeiras de Macacu e Nova Friburgo. Santa Maria Madalena comporia, segundo aquele documento, a CTR V, ao lado de outros municípios (Campos dos Goytacazes, Cardoso Moreira, Carapebus, Macaé, Quissamã, São Francisco do Itabapoana e São Fidélis).

O Caderno de Turismo (GOMES, 2010) mostra os municípios dessa região organizados na área turística Serra de Turismo não-consolidado, tendo como marca principal o elemento ecológico, à exceção de Conceição de Macabu, alocado na área Praia e Rural, com marca principal no elemento praia e marca secundária o caráter ecológico. Cantagalo e Macuco têm o rural como marca secundária; Duas Barras, o elemento histórico cultural; e Sumidouro, a aventura.

Conforme a pesquisa com os secretários municipais de turismo, com dados complementados pelas informações de atualização do PDTUR, os principais segmentos da região destacam-se como: rural, ecoturismo, aventura, cultura e eventos, seguidos do turismo religioso e gastronômico (Quadro 54). É sinalizada a presença do agroturismo nos municípios de Macuco e Santa Maria Madalena. Os segmentos indicados como agregadores de valor ao turismo rural são, além do ecoturismo, cultural e aventura, a pesca e atividades como artesanato e encontro de motociclistas.

Quadro 54 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Caminhos da Serra (continua)

MUNICÍPIO	PRINCIPAIS SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL
<b>Bom Jardim</b>	Rural, Ecoturismo	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Negócios, Eventos, Pesca, Estudos e Intercâmbio, Esportes, Religioso, Gastronômico, Saúde	Ecológico e Cultural

Quadro 54 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Caminhos da Serra (conclusão)

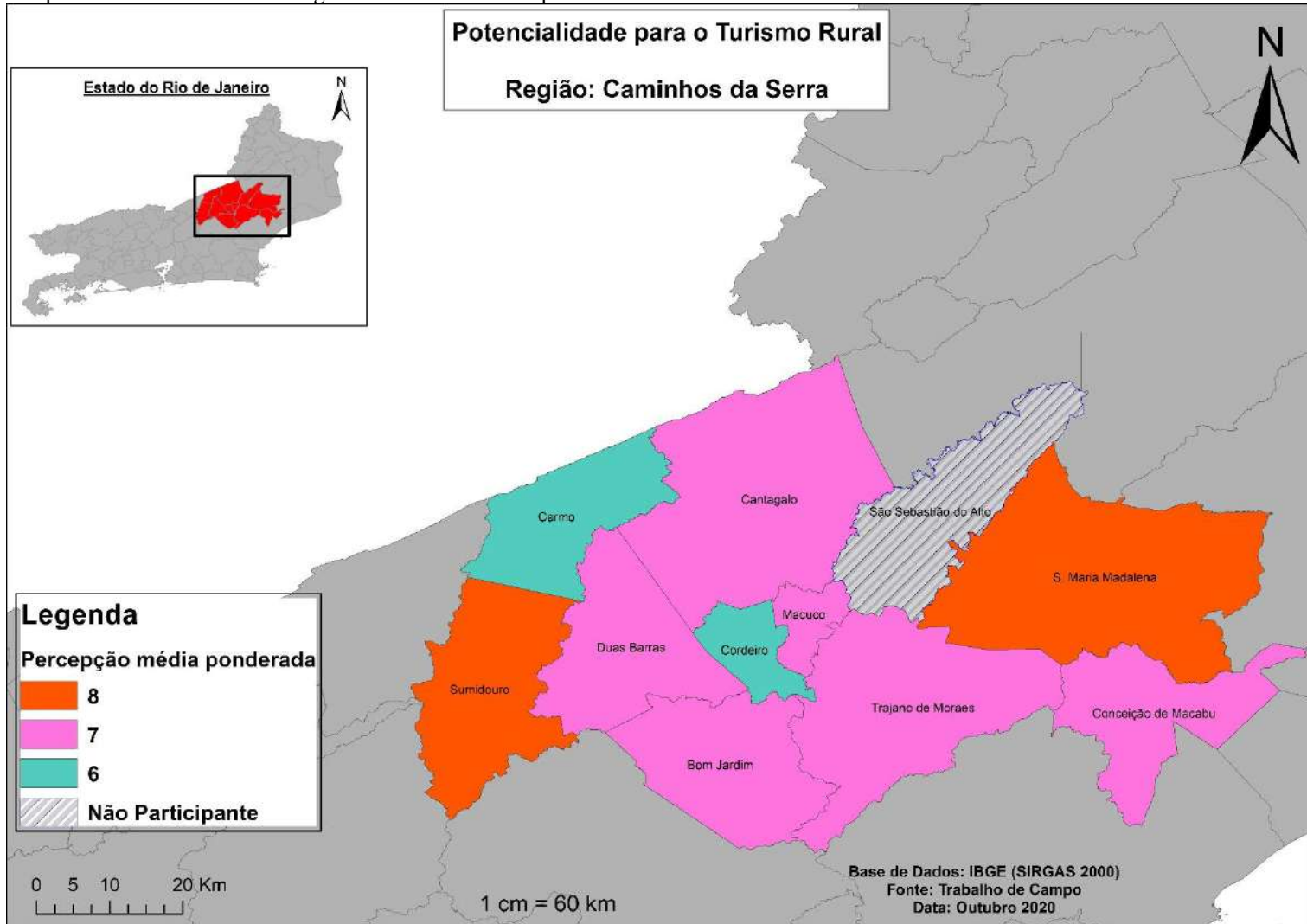
MUNICÍPIO	PRINCIPAIS SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL
<b>Cantagalo</b>	Rural, Religioso, Negócios, Eventos, Aventura	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Negócios, Eventos, Pesca, Estudos e Intercâmbio, Náutico, Esportes, Religioso, Gastronômico, Social	Apoio da iniciativa privada e estímulo da população
<b>Carmo</b>	Rural, Religioso	Rural, Cultural, Eventos, Pesca, Social	Hotel fazenda
<b>Conceição de Macabu</b>	Rural, Aventura, Gastronômico, Histórico	(Sem resposta)	Artesanato, principalmente e a culinária
<b>Cordeiro</b>	Rural, Cultural, Negócios	Rural, Cultural, Eventos	Pesca (reativação e criação de pesque e pague), Aventura e Natureza (criação de circuitos de passeios, trilhas e ciclovia), Negócios e Eventos
<b>Duas Barras</b>	Rural, Cultural, Aventura, Ecoturismo	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Eventos, Gastronômico	Cultura, Aventura, Ecoturismo
<b>Macuco</b>	Cultural, Ecoturismo, Esportes, Agroturismo	(Sem resposta)	Em análise
<b>Santa Maria Madalena</b>	Rural, Cultural, Agroturismo, Ecoturismo, Aventura, Pedagógico, Gastronômico (Cervejeiro)	(Sem resposta)	Artesanato, Cultura, cerveja artesanal e festivais (já agregados)
<b>São Sebastião do Alto</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>Sumidouro</b>	Rural, Eventos, Religioso, Aventura, Histórico, Cultural	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura	Observação de aspectos da flora e fauna silvestre
<b>Trajano de Moraes</b>	Rural, Aventura, Religioso	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Negócios, Eventos, Esportes, Religioso, Social	Encontro de motociclistas

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

Segundo o olhar dos secretários municipais de turismo em seus municípios, a região apresenta boa perspectiva para desenvolver o turismo rural, em especial em Bom Jardim, Duas Barras, Sumidouro, Trajano de Moraes e Santa Maria Madalena (Quadro 55). A visão do representante da IGR é um pouco mais pessimista, e a percepção do representante regional do SEBRAE destaca o potencial de Macuco e Cantagalo, reforçando Santa Maria Madalena como um município onde o segmento é considerado relevante. Disto resulta que Santa Maria Madalena e Sumidouro apresentam-se como os principais destinos para desenvolver o segmento do turismo rural, seguidos de Cantagalo, Duas Barras, Bom Jardim, Macuco, Trajano de Moraes e Conceição de Macabu (Mapa 22).



Mapa 22 – Potencialidade da Região Caminhos da Serra para o turismo rural



Fonte: Elaborado pela autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.

Quadro 55 – Potencialidade da Região Caminhos da Serra para o turismo

MUNICÍPIO	PERCEÇÃO SECRETÁRIOS	PERCEÇÃO IGRS	PERCEÇÃO SEBRAE REGIONAL	MÉDIA PONDERADA
Bom Jardim	8	6	5	7
Cantagalo	6	6	8	7
Carmo	7	6	3	6
Conceição de Macabu	7	6	6	7
Cordeiro	7	6	3	6
Duas Barras	10	6	3	7
Macuco	7	6	8	7
Santa Maria Madalena	8	6	8	8
São Sebastião do Alto	(Sem resposta)	6	3	x
Sumidouro	10	6	5	8
Trajano de Moraes	8	6	5	7

Fonte: A autora, 2020.

Em relação às atividades rurais (Quadro 56), nota-se que as mesmas são elencadas na região, ao lado de outras tantas atividades que se realizam no meio rural (festas, trilhas, atividades de contemplação, culturais e na natureza), reforçando que não há clareza conceitual sobre o tema.

Quadro 56 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Caminhos da Serra (continua)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
Bom Jardim	Cavalgada, parapente, <i>rappel</i> , festas típicas, trilhas ecológicas, encontro com <i>jipeiros</i> , torneio de <i>motocross</i> , trilha de <i>motocross</i>	Visitas a cachoeiras, fazendas antigas, galpão cultural com teatro, alambiques, memorial das famílias colonizadoras, Igreja Matriz, Parque Municipal, Parque Ambiental, Associação de Artesanato, doces em compota, Reservas Florestais Peito de Pombo e Shangrilá, Igreja Histórica de S. José, Museu Histórico, Carnaval, Cineteatro	Pedra de Santa Tereza, Pedra Aguda, Cachoeira de Banquete, Cachoeira da Barra, Museu da Fazenda, Galpão Cultural, Parque Municipal, Igreja Matriz, Igreja de São José, Parque de Diversões Fazenda Tardin, Praça dos Imigrantes
Cantagalo	Pesca esportiva, piscicultura, pecuária leiteira e de corte, fabricação de doces artesanais, artesanato e agricultura familiar	Pesca esportiva, piscicultura, fabricação de doces artesanais, artesanato e agricultura familiar	Cachoeiras, Santuário Diocesano do Santíssimo Sacramento, trilhas, fazendas históricas, eventos folclóricos, festas religiosas, pesca esportiva

Quadro 56 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Caminhos da Serra (conclusão)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Carmo</b>	Pecuária leiteira e de corte, um pouco de olericultura, algumas indústrias (laticínio, linguiças e cachaças)	Fazendas históricas, belezas naturais e agroindústrias	Túneis, cachoeiras, fazendas históricas
<b>Conceição de Macabu</b>	Cavalgadas, trilhas de bicicleta, motos, caminhadas	Cachoeira da Amorosa	(Sem resposta)
<b>Cordeiro</b>	Agricultura e pecuária	Agricultura familiar e na pecuária, criação de bovinos	Feira agropecuária, evento de motociclistas, <i>mountain bike</i>
<b>Duas Barras</b>	Agricultura, agropecuária, produção de doces caseiros e artesanais, de cachaça, cervejaria artesanal, e artesanato com elementos e matéria prima local	Fazendas centenárias e propriedades rurais que desenvolvem atividades rurais	Cachoeiras, fazendas centenárias, centro histórico, mirante Vale Encantado, pista de parapente Pico do Rio Negro
<b>Macuco</b>	Cavalgadas, trilhas, modas de viola, forró, concursos leiteiros, festas juninas, festivais, quermesses, caminhadas ecológicas, outras	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>Santa Maria Madalena</b>	Visitas e contemplação de serras, montanhas e vales; trilhas e cachoeiras; passeios ecológicos; degustação de doces, licores, cachaça, cerveja artesanal e queijos; artesanato mineral, Casa do Professor Pardal, Casa da Cultura, Museu Dercy Gonçalves	Vista panorâmica de serras, montanhas e vales; trilhas e cachoeiras; passeios ecológicos; degustação de doces, licores, cachaça, cerveja artesanal e queijos; visita ao artesanato mineral, Casa do Professor Pardal, Casa da Cultura, Museu Dercy Gonçalves	(Sem resposta)
<b>S. Sebastião do Alto</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>Sumidouro</b>	Cavalgadas e festas temáticas nos distritos rurais	Trilha dos Túneis Três Irmãos, Cascata Conde d'Eu	Cascata Conde d'Eu; portal natural de acesso à Pedra Duas Irmãs; igreja, capela e casarões do sec. XIX; rampa de parapente; túneis, viadutos e trilhas da antiga linha férrea; grutas, cavernas e montanhas
<b>Trajano de Morais</b>	Pecuária de leite (principal atividade econômica), Exposição Agropecuária anual	Grandes fazendas históricas, rios e cachoeiras, represa da Tapera (15 Km), própria para pesca e esportes náuticos	Cachoeiras, fazendas, belezas naturais

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

O artesanato na região é incorporado ao turismo e ao turismo rural na maioria dos municípios da região, assim como há eventos ligados ao tema rural muito presentes nos Caminhos da Serra (Quadro 57).

Desses eventos, reforçam-se os mencionados na atualização do PDTUR nos municípios de Cordeiro e Duas Barras.

Quadro 57 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Caminhos da Serra (continua)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Bom Jardim</b>	Sim	Sim	Cavalgadas, festas típicas, fazendas históricas, alambiques	Folia de Reis, Carnaval, Aniversário do município, Festa de S. José, Festa de Santo Antônio, Festa de S. Cristóvão, Festa de Santana, Festa do Inhame, Desfile de 7 de Setembro, Festa da Padroeira
<b>Cantagalo</b>	Sim	Sim	Caminhos do Imperador	Carnaval, Festa de S. Sebastião do Paraíba, Festa de Santa Rita de Cássia, Aniversário da Cidade, Festa dos Carecas, Gabo <i>Bier Fest</i> , Trilha do Galo, Arraiá da Educação
<b>Carmo</b>	Não	Não	Cachaça, Café e Viola; cavalgadas; festas distritais	(Sem resposta)
<b>Conceição de Macabu</b>	Não	Não	Exposição Agropecuária, Cavalgada do Trabalhador Trilhão da Padroeira, festival gastronômico (com matéria prima produzida pela Agricultura Familiar)	(Sem resposta)
<b>Cordeiro</b>	Sim	Sim	Feira do Produtor Rural (semanal); Exposição Agropecuária, Industrial e Comercial de Cordeiro	Exposição agropecuária (julho), Motofest (agosto)

Quadro 57 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Caminhos da Serra (conclusão)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Duas Barras</b>	Sim	Sim (diretamente ligado aos produtores rurais e matérias primas locais)	Festival do Aipim com Torresmo; Festa do Peão do Boiadeiro; Exposição Agropecuária e Concurso Leiteiro	Encontro de Folias de Reis; Festa do Padroeiro de Boa Vista; Carnaval; Festival do Aipim com Torresmo; Aniversário de Emancipação da cidade; Aniversário do Recanto da Vitória; Festa de Peão de Boiadeiro de Fazenda do Campo; Festa Junina Comunitária; Festa do Padroeiro de Bom Jardim Povoado; Festa da Padroeira; Exposição Agropecuária; Encontro de Motociclistas; Festa da Primavera da APAE; Dia das Crianças; Festa da Padroeira do Quilombo; Festival do Bacalhau; Feira Literária; Encontro Gospel; Dia da Consciência Negra; Aniversário da Sociedade Musical; Festa da Padroeira de Holofote; Cantata de Natal; Réveillon (vários eventos acontecem em Duas Barras e no distrito de Monnerat)
<b>Macuco</b>	Sim	Sim (eventos rurais)	Cavalgadas, trilhas de moto, futebol, bailes, visitas as cachoeiras, passeios ecológicos	(Sem resposta)
<b>Santa Maria Madalena</b>	Sim	Sim (ao artesanato mineral e ao turismo rural, doces em compotas artesanais e artesanato em tecido e outros)	Festival da Galinha	(Sem resposta)
<b>S. Sebastião do Alto</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>Sumidouro</b>	Sim	Não	Festas temáticas dos distritos rurais	(Sem resposta)
<b>Trajano de Morais</b>	Grandes fazendas históricas, rios e cachoeiras, represa da Tapera (15 Km), própria para pesca e esportes náuticos		Festa do Turismo Rural (Barra dos Passos, onde se localizam grandes fazendas)	Festas regionais

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

De tudo, pode-se aferir que a região Caminhos da Serra apresenta-se com potencial relevante para o desenvolvimento do turismo rural, podendo associar a esse, outros segmentos que poderão fortalecer a oferta turística naquele território (ecoturismo, aventura, cultura).

A região indica ter roteiros de turismo rural nos municípios de Bom Jardim, Cantagalo, Macuco, Santa Maria Madalena e Sumidouro, mas nem todos estão sendo comercializados.

Apenas em Santa Maria Madalena parece haver uma conexão entre roteiros, serviços e divulgação do turismo rural, embora se perceba esforços, de modo geral, para que se avance nesse sentido (Quadro 58).

Quadro 58 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Caminhos da Serra

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Bom Jardim</b>	Sim	Não	Sim (hotéis e pousadas)	Sim
<b>Cantagalo</b>	Sim	Sim	Não	Sim, em fase inicial
<b>Carmo</b>	Não	Não	Não	Não (em fase de planejamento)
<b>Conceição de Macabu</b>	Não	Não	Não	(Sem resposta)
<b>Cordeiro</b>	Não	Não	Sim (há necessidade de melhoria de estrutura na Feira do Produtor Rural)	(Sem resposta)
<b>Duas Barras</b>	Não	Não	Não	(Sem resposta)
<b>Macuco</b>	Sim	Não	Sim (associações de produtores rurais, cooperativas, departamentos de cultura e turismo municipal)	Sim (redes sociais)
<b>Santa Maria Madalena</b>	Sim	Sim	Sim (trabalho de guias, mas necessita de adequações)	Sim (mídias digitais)
<b>São Sebastião do Alto</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>Sumidouro</b>	Sim	Não	Sim (fazendas históricas com estrutura para receber turistas)	Sim (redes sociais; iniciativa institucional)
<b>Trajano de Moraes</b>	Não (em fase de elaboração)	Não	Não	Não

Fonte: A autora, 2020.

O perfil do turista atual da região é bastante variável (empresários, público de eventos, terceira idade, amantes da natureza e de aventura), a maioria percebida como formada por possíveis interessados no turismo rural (Quadro 59).

A motivação para o segmento é inferida como busca por belezas naturais, tranquilidade, boa qualidade de serviços, localização, atrativos e divulgação, entre outros elementos.

A paisagem é considerada importante na escolha de destinos de turismo rural.

Quadro 59 – Perfil e motivações do turista da Região Caminhos da Serra (continua)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO DA PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Bom Jardim</b>	Indefinido	Sim	Grupos de terceira idade, de esportes radicais e de ecoturismo	Marketing eficiente, tranquilidade, beleza natural, receptividade simples e aconchegante, descanso	Sim
<b>Cantagalo</b>	Empresarial e de eventos	Sim	Idosos, desportistas radicais e de eventos culturais e religiosos	Fazendas, cachoeiras, grutas e rios	Sim
<b>Carmo</b>	Pessoas que procuram tranquilidade para descansar da correria dos grandes centros	Sim	Trilhas de motociclistas, praticantes de parapente	Belezas naturais, tranquilidade, receptividade, hospedagem e alimentação de qualidade	Sim
<b>Conceição de Macabu</b>	Turista eventual que procura festividades ou local para se refrescar no verão	(Sem resposta)	Terceira idade (há eventos como o encontro de seresteiros que já atraem esse público e criam estrutura e articulação com a iniciativa privada do setor)	Clima, pois é no verão que o município recebe grande percentual de turismo no ano, onde visitantes chegam para se refrescarem na cachoeira da Amorosa e arredores; paisagem	Sim
<b>Cordeiro</b>	Turismo de lazer, negócios e familiar	(Sem resposta)	Turismo de aventura, de negócios e eventos	Infraestrutura, serviços de apoio, atrativos naturais e culturais	Sim
<b>Duas Barras</b>	Turista familiar e terceira idade	Sim	Todos os outros públicos de interesse e que agreguem ao turismo rural	Experiência e vivência do turista no meio rural, sendo de principal importância o ambiente paisagístico e as atividades e atrativos agregados	Sim

Quadro 59 – Perfil e motivações do turista da Região Caminhos da Serra (conclusão)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO DA PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Macuco</b>	Pessoas que buscam descanso e contato com a natureza; fator rural; acolhimento recebido e clima	Sim	Jovens em busca de aventura e contato direto com a natureza (o município está se preparando para receber esse público)	Localização, gastronomia, festas tradicionais, divulgação; paisagem rica em reservas naturais e mata atlântica preservada	Sim
<b>Santa Maria Madalena</b>	Ainda não temos um perfil definido	(Sem resposta)	Todos os tipos de público, excetuando os praticantes de trilhas, porque exige um pouco de esforço físico	Clima, paisagens, ambiente para relaxar, boa gastronomia. Além da troca cultural, pontos turísticos tradicionais e o conforto dos hotéis, o turista pode descansar e relaxar em passeios pelo campo, respirando ar puro e recarregando as energias em sítios, fazendas e chácaras	Sim
<b>S. Sebastião do Alto</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>Sumidouro</b>	Pessoas que buscam tranquilidade, natureza, belas paisagens, a vida simples e humilde do interior e a receptividade singular do povo local	Sim	Público de esportes ao ar livre, tais como caminhadas, <i>trekking</i> e trilhas em vales, montanhas e roteiros históricos	Paisagem, segurança, tradição de costumes, patrimônio histórico-cultural e arquitetônico	Sim
<b>Trajano de Moraes</b>	Público interessado em saber como funcionava uma fazenda na época do Império; jovens que buscam o turismo de aventura; pessoas que procuram o contato com a natureza	(Sem resposta)	Praticantes do turismo religioso (há atrativos desse segmento no municípios que precisam de investimentos para reparos)	Divulgação (não basta criar roteiros); beleza dos locais	Sim

Fonte: A autora, 2020.

Os maiores entraves para que o turismo rural se desenvolva na região são apontados como falta de apoio financeiro e de investimentos, ausência de motivação por parte da



população local e carência de sensibilidade sobre a importância do turismo, falta de envolvimento de proprietários e produtores com a melhoria dos seus empreendimentos com vistas ao turismo e infraestrutura deficiente. As principais demandas são de apoio do setor público, continuidade nas ações de desenvolvimento do turismo, promoção, incentivos, capacitação, parcerias e estratégias de comercialização (Quadro 60).

O reconhecimento das parcerias fica por conta do governo federal, estadual e municipal; SEBRAE; iniciativa privada; associações de turismo e de produtores; empresários locais.

Quanto à existência de políticas públicas para o turismo rural, alguns municípios sinalizam com essa perspectiva, mas, de modo geral, ainda estariam em construção.

Quadro 60 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Caminhos da Serra (continua)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Bom Jardim</b>	Falta de apoio com recursos financeiros nas esferas municipal, estadual e federal	Apoio do poder público, principalmente em estradas e divulgação	Pousadas, hotéis e produtores rurais	Sim (mas são insuficientes)
<b>Cantagalo</b>	Falta de eventos informativos e atividades que estimulem a população	Não foram definidas	Prefeitura, SEBRAE e iniciativa privada, além da própria população	Sim (em fase inicial)
<b>Carmo</b>	Conscientização dos moradores em relação ao turismo	Que haja sequência e continuidade no turismo	SEBRAE e iniciativa privada	Não (em fase de elaboração)
<b>Conceição de Macabu</b>	Articulação entre os setores, principalmente adesão da iniciativa privada	Apoio logístico e financeiro	Iniciativa privada e SETUR	Não (em fase inicial)
<b>Cordeiro</b>	Falta de incentivo/investimento e de estrutura adequada	Promoção e viabilização de incentivos, capacitação profissional, valorização da mão de obra, estrutura adequada, apoio adequado de comercialização	SEBRAE, Governo Federal, programa de crédito mais eficiente (com menos juros), empresas mais conceituadas para investir	Sim
<b>Duas Barras</b>	Conscientização e envolvimento dos proprietários e produtores rurais para investirem em infraestrutura adequada para receber o turista	Não existem, pois ainda não há fluxo neste segmento	SEBRAE, Associação Comercial, Associação de Produtores Rurais, Secretarias Estaduais de Turismo, Cultura e Agricultura	Sim (há incentivo e apoio a todos os segmentos do turismo e atividades correlacionadas, entendendo o turismo rural como grande potencial)

Quadro 60 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Caminhos da Serra (conclusão)

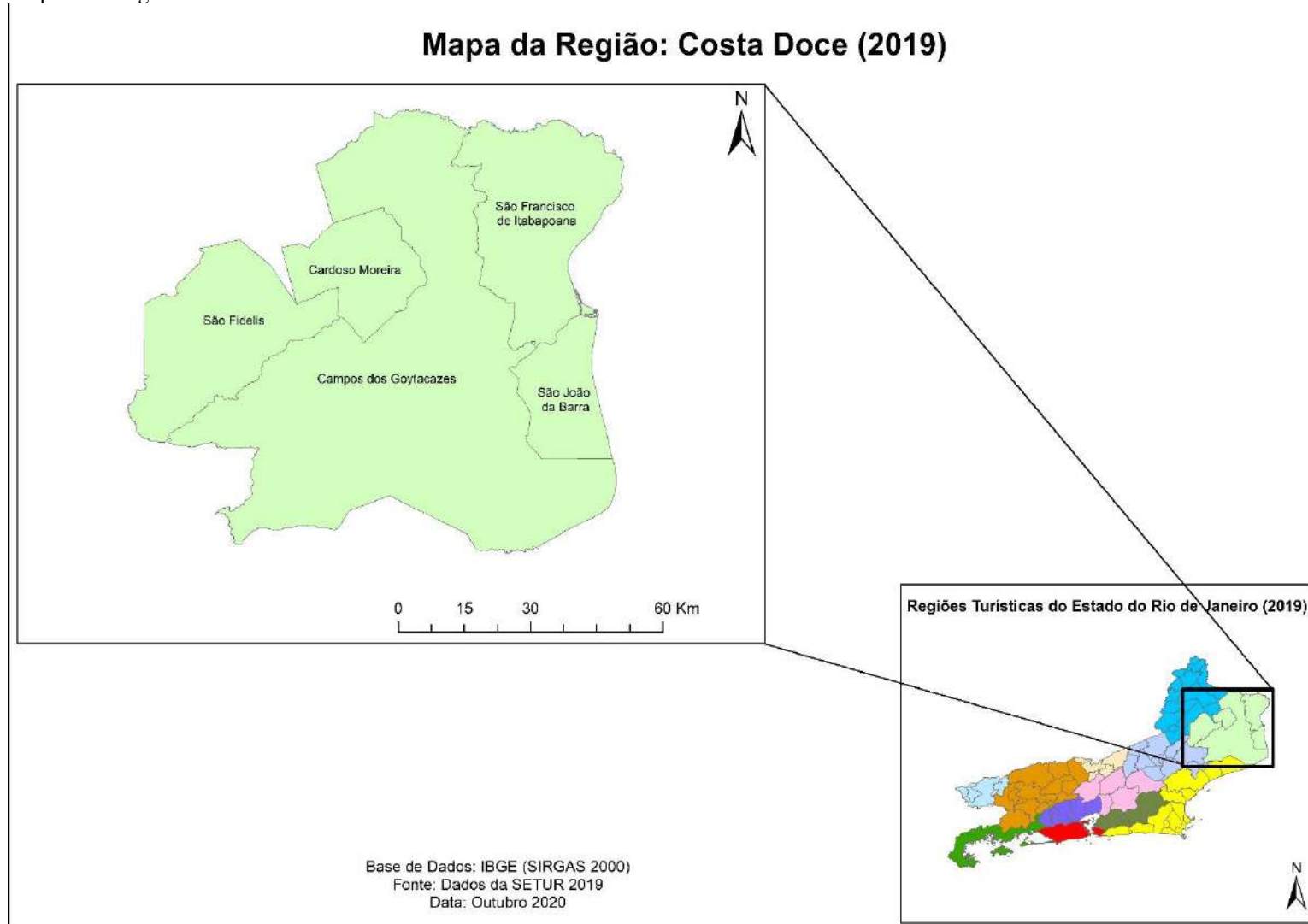
<b>MUNICÍPIO</b>	<b>ENTRAVES AO TURISMO RURAL</b>	<b>DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL</b>	<b>PARCERIAS IMPORTANTES</b>	<b>POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS</b>
<b>Macuco</b>	Maior estrutura física para hospedagem dos turistas	Parcerias com a iniciativa privada e incentivo do Poder Público	SEBRAE, Governo Federal, EMATER, entidades filantrópicas, iniciativa privada	Não (ainda em elaboração)
<b>Santa Maria Madalena</b>	Comercialização	Formas de comercialização, sinalização, manutenção das estradas e acesso aos atrativos	Todas que possam contribuir para o desenvolvimento da atividade	Não
<b>S. Sebastião do Alto</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	
<b>Sumidouro</b>	Necessidade de criação e implementação de projeto realista, que sistematize a atividade turística local; falta de recursos materiais e físicos para atendimento das demandas necessárias	Criação e implementação de projeto e recursos para o atendimento das demandas necessárias para a realização do mesmo	Há necessidade de criação de uma Secretaria Municipal de Turismo; a partir daí, outras secretarias e empresas locais poderiam ser sensibilizadas a darem contribuições	Não
<b>Trajano de Moraes</b>	Melhoria das estruturas de receptivo	Malha de aproximadamente 700 Km de estradas de terra (um dos principais problemas para chegar às localidades rurais)	SEBRAE, Sindicato Rural dos Produtores, EMATER	Sim (dentro das possibilidades, principalmente na recuperação das estradas)

Fonte: A autora, 2020.

### 3.1.7 Região Costa Doce

A Região Costa Doce é formada por cinco municípios: Campos dos Goytacazes, São Francisco do Itabapoana, São João da Barra, São Fidélis e Cardoso Moreira, como se vê no Mapa 23.

Mapa 23 – Região Costa Doce



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR (2019); desenho cartográfico C. A. Silva.

A área territorial, a população e o IDH dos municípios que compõem a região podem ser observados no Quadro 61.

Todos esses municípios participaram da pesquisa de campo que fundamenta este trabalho. Apenas São João da Barra não atendeu à atualização do PDTUR.

Quadro 61 – Aspectos gerais da Região Costa Doce

MUNICÍPIO	ÁREA (Km <sup>2</sup> )	POPULAÇÃO (2019)	IDH (2010)
<b>Campos dos Goytacazes</b>	4.032.487	507.548	0,716
<b>Cardoso Moreira</b>	522.596	12.823	0,648
<b>São Fidélis</b>	1.034.833	38.669	0,691
<b>São Francisco do Itabapoana</b>	1.118.037	42.205	0,639
<b>São João da Barra</b>	452.396	36.102	0,671

Fonte: A autora, a partir de dados do IBGE, 2020.

Todos os municípios da região foram incluídos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2019 e estão categorizados conforme Quadro 62.

Quadro 62 – Categorização dos municípios da Região Costa Doce

MUNICÍPIO	CATEGORIA/CLUSTER 2019
<b>Campos dos Goytacazes</b>	B
<b>Cardoso Moreira</b>	D
<b>São Francisco do Itabapoana</b>	D
<b>São João da Barra</b>	C
<b>São Fidélis</b>	C

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do MTUR, 2019.

Como apresenta o Portal da SETUR (2020), a Costa Doce possui ecossistema diversificado, com diversos atrativos naturais, tais como: o Valão do Fura Olho, fenômeno natural formado por um poço do Rio Trinta Palmas, que ocorre durante o período de cheia, com corredeiras e piscinas naturais, e o rio Muriaé, em Cardoso Moreira; as praias e a Lagoa do Comércio, em São Francisco do Itabapoana; o Parque Estadual do Desengano, em São Fidélis; a Praia do Farol, em Campos dos Goytacazes; as praias, lagoas, o Delta do Paraíba do Sul, e o manguezal, tombado pelo Patrimônio Histórico e Artístico da União, em São João da Barra.

Como atrativos históricos, destacam-se na região patrimônios relevantes, tais como: a Estação Ferroviária, de Cardoso de Moreira; o Solar do Barão de Vila Flor, em São Fidélis; o

Palácio Cultural Carlos Martins, em São João da Barra; e o Solar do Barão da Lagoa Dourada, em Campos dos Goytacazes.

O turismo religioso está representado na Costa Doce: pelas festas tradicionais, como a Festa de Santo Amaro, em Campos dos Goytacazes, e o Circuito Junino, em São João da Barra, que celebra Santo Antônio, São Pedro e São João; pelas capelas, como a de Nossa Senhora de Santana, em São Francisco do Itabapoana; e igrejas, como a Igreja Matriz de São Fidélis, e a Catedral do Santíssimo Salvador, em Campos dos Goytacazes.

A região é também conhecida pela produção de doces, como o churrisco e a goiabada cascão. Destaca-se, ainda, o Polo Gastronômico de Grussaí, em São João da Barra, com quiosques, lojas e *playgrounds*.

Há outras informações sobre os atrativos da região e dos municípios que a formam no Portal da SETUR (2020), bem como outras advindas de pesquisa de campo e de dados apontados na atualização do PDTUR, como dispostas a seguir.

Conforme o PDTUR (TURISRIO, 2001) apresenta em seu prognóstico, todos os municípios da Costa Doce guardam vocação para o turismo rural, tendo sido agrupados na CTR V junto a Carapebus, Macaé e Quissamã. A exceção é o município de São João da Barra, não elencado por aquele prognóstico como de interesse para o segmento.

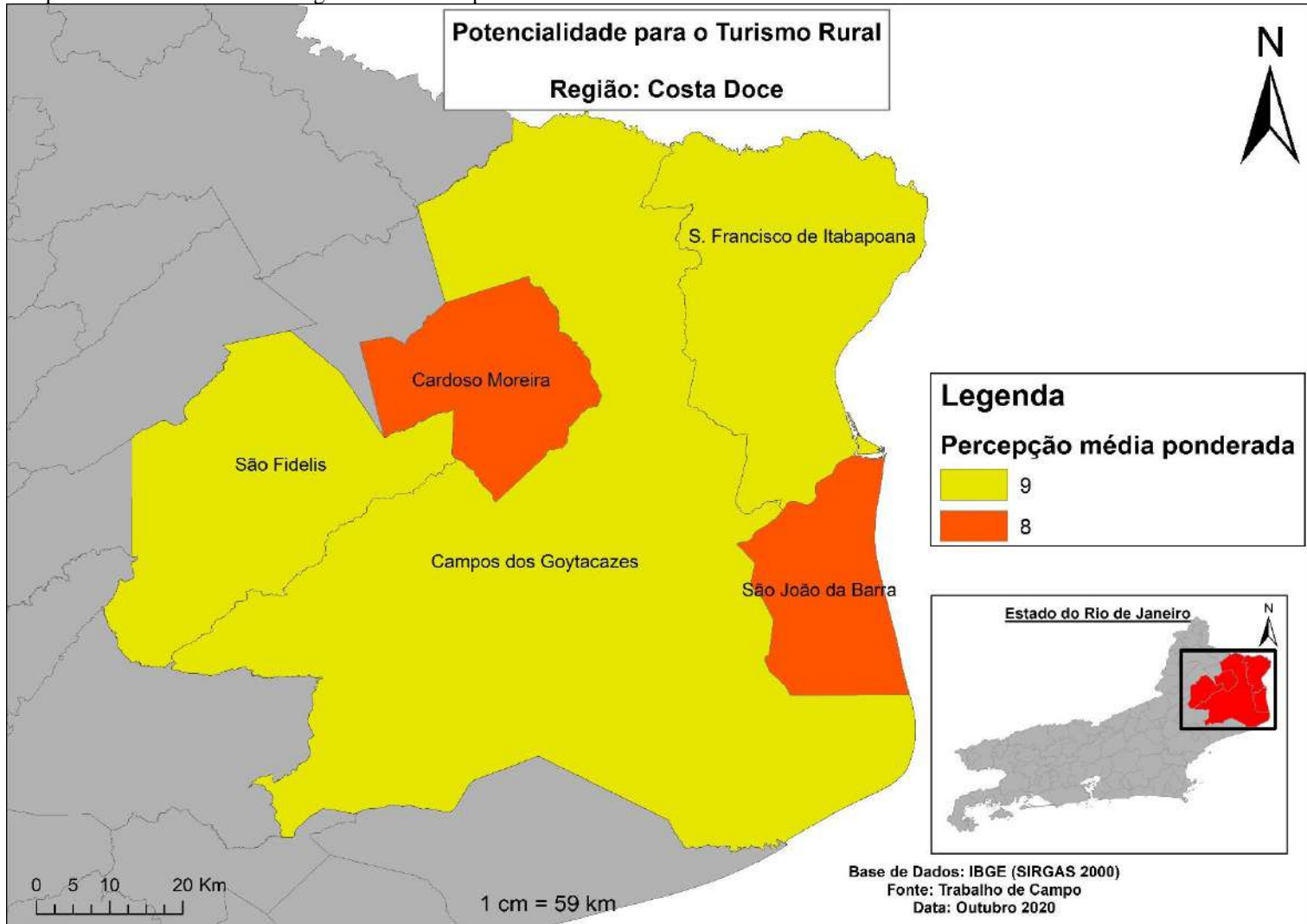
No Caderno do Turismo (GOMES, 2010), os municípios Campos dos Goytacazes, São Francisco do Itabapoana e São João da Barra estão na área turística Praia e Rural e apresentam a praia como marca principal.

Campos dos Goytacazes tem como marca secundária os elementos histórico e rural; São Francisco do Itabapoana, o elemento ecológico; e São João da Barra, os caracteres histórico e rural. Cardoso Moreira e São Fidélis encontram-se na área turística do ecoturismo e apresentam como marca principal o elemento ecológico.

De qualquer modo, a região se destaca, no contexto do estado, como uma das principais para priorizar o fomento do segmento em seu território (Mapa 24).

Os principais segmentos turísticos da região, de acordo com informações dos secretários municipais de turismo e de dados de atualização do PDTUR são: turismo cultural, turismo rural e turismo religioso, seguidos do ecoturismo, turismo de aventura e de esportes (Quadro 63). São considerados agregadores de valor ao turismo rural, o agroturismo, o artesanato, a cultura, entre outros.

Mapa 24 – Potencialidade da Região Costa Doce para o turismo rural



Fonte: Pesquisa de campo da autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.

Quadro 63 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Costa Doce

MUNICÍPIO	PRINCIPAIS SEGMENTOS TURÍSTICOS	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE AGREGAÇÃO AO TURISMO RURAL
<b>Campos dos Goytacazes</b>	Rural, Negócios, Cultural, Religioso, Esportes, Aventura, Ecoturismo, Aventura	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Negócios, Eventos, Sol e Praia, Pesca, Estudos e Intercâmbio, Esportes, Religioso, Gastronômico, Arquitetônico, Étnico	Agroturismo
<b>Cardoso Moreira</b>	Histórico, Cultural	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Eventos, Esportes, Religioso	Agricultura (plantações de uva)
<b>São Francisco do Itabapoana</b>	Rural, Pesca, Histórico, Cultural, Sol e Praia, Aventura, Religioso	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Negócios, Eventos, Sol e Paria, Pesca, Náutico, Esportes, Religioso, Gastronômico, Saúde, Social	Produção de farinha, agricultura de abacaxi (visitação)
<b>São João da Barra</b>	Rural, Religioso, Cultural, Ecoturismo	(Sem resposta)	Agronegócio, artesanato, Turismo Social, Estudos e Intercâmbio, Esportes, Aventura
<b>São Fidélis</b>	Ecoturismo, Aventura, Náutico	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Eventos, Esportes, Religioso, Social	Movimentos culturais locais, integração do Parque Estadual do Desengano, horto municipal (encontros com produtores, exposição de produtos, programação cultural)

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

A Costa Doce apresenta alta potencialidade para desenvolver o turismo rural na percepção dos secretários responsáveis pelas pastas do turismo e do representante da IGR (Quadro 64), estando sob um olhar menos otimista em relação ao SEBRAE regional.

Quadro 64 – Potencialidade da Região Costa Doce para o turismo rural

MUNICIPIO	PERCEPÇÃO SECRETÁRIOS	PERCEPÇÃO IGRS	PERCEPÇÃO SEBRAE REGIONAL	MÉDIA
<b>Campos dos Goytacazes</b>	10	10	6	<b>9</b>
<b>Cardoso Moreira</b>	8	10	6	<b>8</b>
<b>São Fidélis</b>	10	10	6	<b>9</b>
<b>São Francisco de Itabapoana</b>	10	10	6	<b>9</b>
<b>São João da Barra</b>	8	10	6	<b>8</b>

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados do SEBRAE, 2020.

As atividades rurais citadas (produção de abacaxi e agropecuária de modo geral) são consideradas ao lado de outras que agregam valor ao turismo rural, tais como eventos rurais, produção associada, etc. Os atrativos de turismo rural mencionados são, igualmente,

multifacetados, incluindo desde visitas a propriedades rurais, à contemplação de belezas naturais. Os atrativos apontados no PDTUR não privilegiam o turismo rural (Quadro 65).

Quadro 65 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Costa Doce

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Campos dos Goytacazes</b>	Fabricação de queijos, linguiças, cachaças, frutas, trilhas, cavalgadas, pescas, atividades de lazer, desportivas, festas culturais e religiosas, artesanato local	Cultural, esportivo, aventura, agroindústria	Igrejas, solares, casario, Parques Estaduais, lagos e cachoeiras, centros empresariais, centros educacionais
<b>Cardoso Moreira</b>	Festas de laço comprido, concurso leiteiro, venda de animais	Visitas a propriedades rurais, matas, trilhas para ciclismo, agricultura familiar	Valão do Fura Olho, Cachoeiras do Rio Muriaé, Pedra de S.Joaquim, Morro do Sapateiro, Mirante do Cristo, igrejas, praças, pontes, edificações construídas por escravos às margens do Rio Muriaé, Casa da Cultura (antiga sede da Rede Ferroviária Federal)
<b>São Francisco do Itabapoana</b>	Produção de abacaxi	Exposição Agropecuária, fazendas históricas, pescaria, <i>kitesurf</i> , <i>shows</i> na orla	Atrativos naturais (mar, rios, lagoas, manguezais)
<b>São João da Barra</b>	Agropecuária, agricultura, agronegócio	Festivais, exposições, feiras de artesanato e gastronômicas, ciclismo, Jeep Club	(Sem resposta)
<b>São Fidélis</b>	Festas rurais (tradicional festa junina), Boia <i>Cross</i> , Festa dos Purezenses Ausentes	Fazendas, casarões antigos (arquitetura da colonização europeia), igrejas, gastronomia local, belezas naturais	Cachoeiras, trilhas, visitação de museu e igrejas.

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

Quanto ao artesanato, esse é um produto que compõe o turismo da região como um todo, e o turismo rural, em alguns municípios, definindo-se com essa proposta em Cardoso Moreira e em São João da Barra (Quadro 66). Em relação aos eventos com cunho rural, destacam-se todos os municípios da região, à exceção de Cardoso Moreira. Os eventos com a temática rural são reforçados pelas informações do PDTUR nos municípios de Campos dos Goytacazes e São Francisco do Itabapoana.



Quadro 66 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Costa Doce

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Campos dos Goytacazes</b>	Não	Não (mas artesãos residentes no meio rural complementam o orçamento da agricultura e pecuária familiar com o artesanato)	Sim, cavalgada, arraiais, forrogadas, lazer, esportivo, aventura	Festa de Santo Amaro, Exposição Agropecuária, Festa do Santíssimo S. Salvador, Festival de Petisco, Moto Campos, Bienal do Livro
<b>Cardoso Moreira</b>	Sim	Sim	Não	Carnaval, festas religiosas (S. José, S. João Batista, S. Joaquim), Feira do Livro, Festa do Trabalhador, Circuito Caipira, Festa da Emancipação, Réveillon
<b>São Francisco do Itabapoana</b>	Promoção Social	(Sem resposta)	Exposição Agropecuária, Festa do Maracujá	Festa de Verão; Carnaval; Festa de São Francisco de Paula; Festival do Maracujá; Exposição Agropecuária; Deus é Show; Dia do Evangélico; festas juninas
<b>São João da Barra</b>	Sim	Sim	Cavalcadas, festas do laço, cavalgadas, Feira do Produtor, circuito religioso, trilha rural	(Sem resposta)
<b>São Fidélis</b>	Sim	(Sem resposta)	Festa do Brejinho (gastronomia com pratos típicos e aperitivos produzidos de forma artesanal)	Folia de Reis, Festa do Padroeiro, Festival de Poesia Falada (nível nacional), Encontro de Motociclistas

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

Via de regra, não há roteiros de turismo rural na região.

Há roteiros turísticos em São Fidélis, mas, ao que está sinalizado, de ecoturismo e aventura.

A indicação de serviços para atendimento a esse segmento fala de precariedade, assim como não há divulgação do turismo rural (Quadro 67).

Quadro 67 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Costa Doce

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Campos dos Goytacazes</b>	Sim (pouco explorados)	(Sem resposta)	Sim (mas não muito estruturados)	Não
<b>Cardoso Moreira</b>	Não	Não	Não	Não
<b>São Francisco do Itabapoana</b>	Não	Não	Várias pousadas, mas sem CADASTUR	Não
<b>São João da Barra</b>	Não (apenas informais)	Não	Sim (falta melhor articulação)	Sim (vídeos institucionais)
<b>São Fidélis</b>	Sim (trilhas no Parque Estadual do Desengano, com guias locais e mateiros; <i>mountain bike</i> , com campeonatos regionais e nacionais; encontro anual de <i>jeepeiros</i> )	Sim	Sim (necessidade de capacitação para melhor atendimento)	Não

Fonte: Pesquisa de campo da autora, 2020.

O perfil do turista que frequenta a região é bastante variado (familiares de residentes locais, turistas de negócios, e de esportes), a maioria com possível interesse pelo turismo rural (Quadro 68). A motivação indicada para o segmento está estreitamente relacionada à natureza, ruralidade, cultura e eventos, e boa estrutura. A paisagem é considerada como importante fator de decisão na escolha do destino.

Quadro 68 – Perfil e motivações do turista da Região Costa Doce (continua)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Campos dos Goytacazes</b>	Turista de negócios	Não	Turistas esportivos, de aventuras, de lazer	Contato com a fauna e flora, cachoeiras, rios e lagoas, receptividade	Sim
<b>Cardoso Moreira</b>	Pessoas nascidas no município que vão morar fora e voltam para visitar familiares e amigos, e matar a saudade das suas origens rurais	Sim (muita)	Pessoas que ainda não tiveram oportunidade de conhecer os pontos turísticos e que não convivem com o cotidiano da área rural	Bom acesso às propriedades rurais (estradas em ótimo estado e bem sinalizadas)	Sim

Quadro 68 – Perfil e motivações do turista da Região Costa Doce (conclusão)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
São Francisco do Itabapoana	Público não definido, variável	Não	Público de Ecoturismo, esportes náuticos, voos de parapente (precisam de estruturação e divulgação)	Há pouca procura pelo rural; os atrativos são os <i>shows</i> e a orla; o produto rural não é divulgado	Sim
São João da Barra	Familiar (empresários e interessados em esportes)	Sim	Jovens e terceira idade	Atrativos, logística (acessibilidade, hospedagem), segurança	Sim
São Fidélis	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Público interessado em esportes de aventura ( <i>rappel</i> )	Belezas naturais, vista panorâmica, natureza, cultura	Sim

Fonte: Pesquisa de campo da autora, 2020.

Os empecilhos para o fomento do turismo rural na região são relativos a falta de: infraestrutura (acesso, sinalização, saneamento básico, estradas); capacitação; parcerias; ações de planejamento e marketing. As principais demandas são de melhoria de infraestrutura, divulgação, implantação de atividades e realização de eventos, e criação de roteiros turísticos (Quadro 69). As principais parcerias apontadas envolvem o setor público estadual, associações, instituições de iniciativa privada e do sistema “S”. De modo geral, não há políticas públicas na região para o desenvolvimento do turismo rural.

Quadro 69 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Costa Doce (continua)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS ATUAIS
Campos dos Goytacazes	Infraestrutura (sinalização, acesso, saneamento)	Infraestrutura, divulgação	Todos os setores, Prefeitura, Estado, TURISRIO, iniciativa privada e associações	Não (em desenvolvimento)
Cardoso Moreira	Verbas para desenvolver esse projeto	Não há (possivelmente explorar ação da diversão e do lazer rural como trilhas e festas)	Secretarias de Agricultura, Ambiente e Educação	Não
São Francisco do Itabapoana	Financeiras	Qualidade do asfalto, pavimentação, tratamento de esgoto, infraestrutura precária	Parcerias com a iniciativa privada	Não

Quadro 69 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Costa Doce (conclusão)

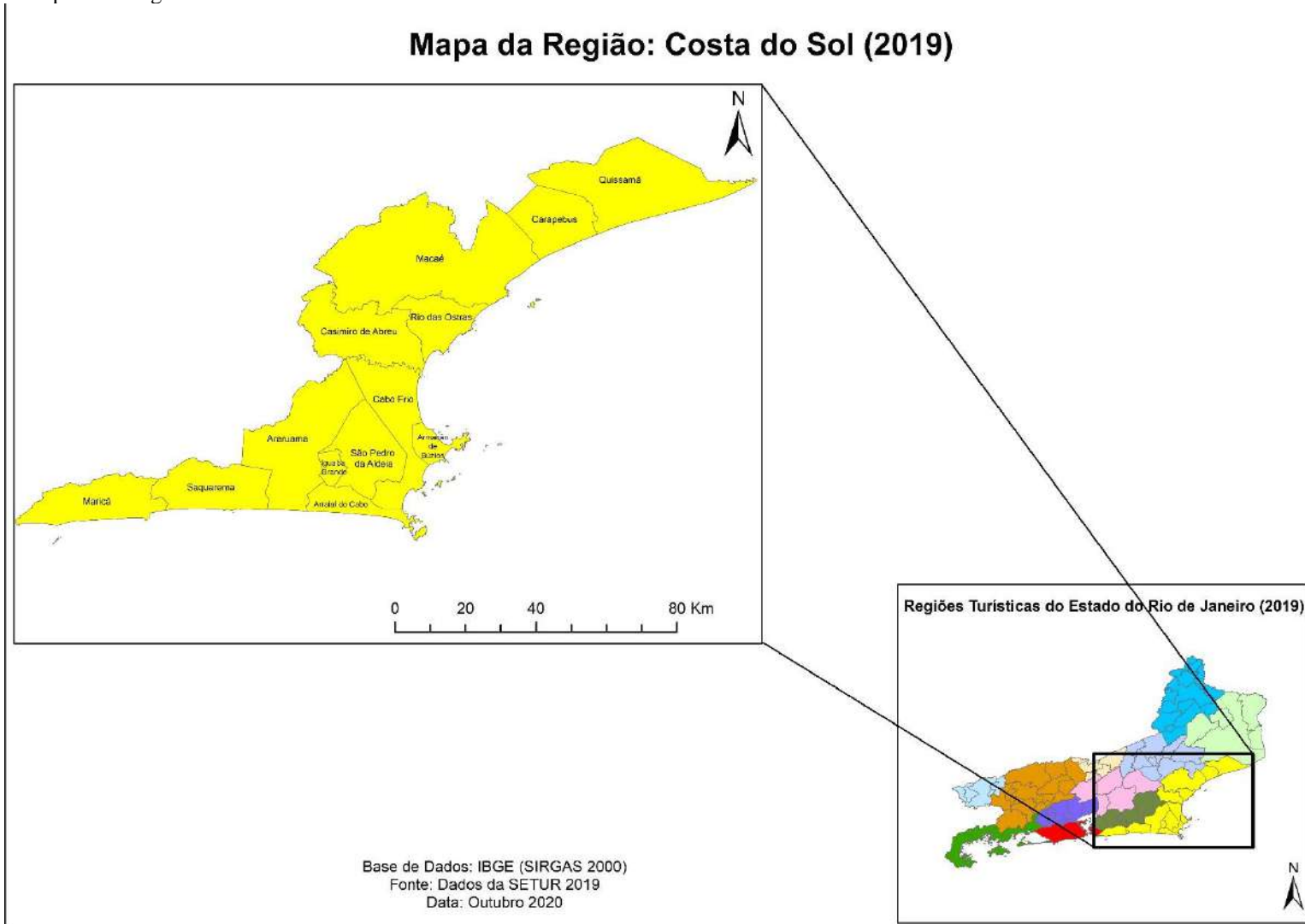
MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS ATUAIS
<b>São João da Barra</b>	Alavancar a atratividade através de capacitação e logística	Formulação de um Calendário Turístico	Poder público, empresas portuárias, indústrias e associações	Sim (de modo informal, existe um planejamento rural em desenvolvimento)
<b>São Fidélis</b>	Ausência de Planejamento Estratégico com foco em gestão e Marketing; roteiro alinhado com COMTUR ativo; parcerias e recursos específicos para logística e infraestrutura; apoio a atividades que agregam valor e serviços no meio rural, contribuindo com a conscientização sobre a preservação ambiental; manutenção das estradas vicinais e projeto de qualificação e/ou capacitação para os atores envolvidos	Transporte com linha especial para atender a essa demanda, principalmente em alta temporada; necessidade de melhorias na infraestrutura da malha rodoviária e estradas vicinais de acesso à zona rural e ao Parque Estadual do Desengano; formalização de parcerias para aproveitamento do horto municipal, propiciando emancipação econômica para muitos produtores culturais e rurais; roteiro turístico bem delineado	Associação Comercial Industrial e Agrícola do Município de São Fidélis, entidades civis organizadas (em especial, associações de moradores das zonas rurais e de produtores), SEBRAE, SENAC, órgãos de governo e da iniciativa privada voltados para o setor turístico	Não

Fonte: Pesquisa de campo da autora, 2020.

### 3.1.8 Região Costa do Sol

A Região Costa do Sol é formada por 13 municípios: Araruama, Armação dos Búzios, Arraial do Cabo, Cabo Frio, Carapebus, Casimiro de Abreu, Iguaba Grande, Macaé, Maricá, Quissamã, Rio das Ostras, São Pedro da Aldeia e Saquarema, como se vê no Mapa 25.

Mapa 25 – Região Costa do Sol



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR (2019); desenho cartográfico C. A. Silva.

A área territorial, a população e o IDH dos municípios que compõem a região podem ser observados no Quadro 70.

Todos esses municípios participaram da pesquisa de campo que fundamenta este trabalho. Os municípios de Carapebus e Maricá ainda não atenderam à atualização do PDTUR, não havendo, para os mesmos, informações complementares.

Quadro 70 – Aspectos gerais da Região Costa do Sol

MUNICÍPIO	ÁREA (Km <sup>2</sup> )	POPULAÇÃO (2019)	IDH (2010)
Araruama	638.150	132.400	0,718
Armação dos Búzios	70.978	33.870	0,728
Arraial do Cabo	152.106	30.349	0,733
Cabo Frio	413.575	226.525	0,735
Carapebus	304.885	16.301	0,713
Casimiro de Abreu	462.918	44.184	0,726
Iguaba Grande	50.977	28.310	0,761
Macaé	1.216.989	256.682	0,764
Maricá	361.572	161.207	0,765
Quissamã	719.643	24.700	0,704
Rio das Ostras	228.044	150.674	0,773
São Pedro da Aldeia	332.488	104.476	0,712
Saquarema	352.130	89.170	0,709

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do IBGE, 2020.

Todos os municípios, à exceção de Araruama, foram incluídos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2019 e estão categorizados conforme Quadro 71.

Quadro 71 – Categorização dos municípios da Região Costa do Sol (continua)

MUNICÍPIO	CATEGORIA/CLUSTER 2019
Araruama	Não está no Mapa
Armação dos Búzios	B
Arraial do Cabo	B
Cabo Frio	A
Carapebus	E
Casimiro de Abreu	C

Quadro 71 – Categorização dos municípios da Região Costa do Sol (conclusão)

MUNICÍPIO	CATEGORIA/CLUSTER 2019
Iguaba Grande	C
Macaé	A
Maricá	C
Quissamã	D
Rio das Ostras	B
São Pedro da Aldeia	C
Squarema	B

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do MTUR, 2019.

A Costa do Sol é apresentada no Portal da SETUR (2020) como das mais diversificadas, propícia ao turismo de sol e mar, aos esportes náuticos e aquáticos, como *surf*, *windsurf* e *kitesurf*, e passeios de escuna e de barcos, com propostas de viagens em família ou para apreciadores de aventura e vida noturna.

Arraial do Cabo é conhecida internacionalmente como capital do mergulho, tendo como opções o Saco do Cherne, o Saco do Anequim, a Enseada do Oratório e a Ilha dos Franceses, entre outros. Em Arraial do Cabo, destaca-se, também, a Gruta Azul, uma caverna banhada pelo mar do lado de fora do paredão rochoso da Ilha do Farol, e em Armação dos Búzios, as Ilhas de Âncora, Gravatá e Branca. Cabo Frio é favorável para esportes a vela, em especial nas praias do Foguete e do Peró.

A região é conhecida pela gastronomia de padrão internacional, e com culinária à base de frutos do mar.

Há dados mais detalhados sobre os atrativos dos municípios da região no Portal da SETUR (2020), como também outras informações relativas à atualização do PDTUR e à pesquisa de campo colocadas à frente.

De acordo com o prognóstico do PDTUR (TURISRIO, 2001), os municípios de Araruama, Casimiro de Abreu, Iguaba Grande, Maricá e Squarema seriam detentores de vocação para o turismo rural, estando organizados para compor a CRT I ao lado de Rio Bonito e Silva Jardim. Carapebus, Macaé e Quissamã, igualmente, foram marcados por seus atributos com potencial para o segmento, compondo a CTR V com Campos dos Goytacazes, Cardoso Moreira, Santa Maria Madalena, São Francisco do Itabapoana e São Fidélis.

Pelo Caderno de Turismo (GOMES, 2010), estão na área turística de Praia, tendo como marca principal a praia, os municípios de Araruama, Armação dos Búzios, Arraial do Cabo, Cabo Frio, Iguaba Grande, Maricá, Rio das Ostras, São Pedro e Squarema. Carapebus, Macaé

e Quissamã estão na área turística Praia e Rural, tendo também a praia como marca principal, enquanto Casimiro de Abreu se destaca na área turística Serra e Mar, tendo como marca principal os elementos praia e ecológico. Como marcas secundárias, o Caderno apresenta os seguintes elementos: ecológico e aventura, em Armação dos Búzios; ecológico, em Arraial do Cabo; histórico e ecológico, em Cabo Frio; aventura, em Casimiro de Abreu; histórico, rural e ecológico, em Quissamã.

O estudo do PDITS (SETUR, 2010) na Costa do Sol abarca os municípios de Armação dos Búzios, Araruama, Arraial do cabo, Iguaba Grande, São Pedro da Aldeia, Casimiro de Abreu e Cabo Frio. Para esses destinos, considera-se naquele documento que o segmento melhor consolidado é Sol e Praia, em especial em Arraial do Cabo, Armação dos Búzios e Cabo Frio. Negócios e eventos é outro segmento importante na região, com boas perspectivas de consolidação em curto prazo. Como segmentos a serem trabalhados em médio prazo, foram identificados o turismo de esportes e o turismo náutico; e em longo prazo, o ecoturismo.

Os principais segmentos turísticos da região, segundo a pesquisa com os secretários municipais de turismo e os dados de atualização do PDTUR, são: ecoturismo, turismo de sol e praia, turismo de eventos, turismo náutico, turismo rural, turismo gastronômico, seguidos de turismo histórico, turismo cultural, turismo de aventura, e turismo de negócios (Quadro 72). Aparecem outros segmentos na região, tais como religioso e étnico.

Como agregadores ao turismo rural, temos: ecoturismo, turismo de pesca, aventura, pedagógico, aviturismo, entre outros.

Quadro 72 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Costa do Sol (continua)

MUNICÍPIO	SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL
<b>Araruama</b>	Histórico (Arqueológico), Ecoturismo, Natureza	Rural, Eventos, Sol e Praia, Náutico, Gastronômico	(Sem resposta)
<b>Armação dos Búzios</b>	Sol e Praia, Eventos	Ecoturismo, Cultural, Aventura, Negócios, Eventos, Sol e Praia, Pesca, Estudos e Intercâmbio, Náutico, Esportes, Religioso, Gastronômico, de Casamento	Aventura, Ecoturismo
<b>Arraial do Cabo</b>	Náutico, Histórico, Cultural, Ecoturismo	Ecoturismo, Aventura, Sol e Praia, Pesca, Náutico	Turismo de Pesca
<b>Cabo Frio</b>	Sol e Praia, Cultural, Ecoturismo, Esportes (Náuticos), Negócios	Ecoturismo, Cultural, Sol e Praia, Pesca, Náutico, Esportes, Gastronômico	Ecoturismo



Quadro 72 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Costa do Sol (conclusão)

MUNICÍPIO	SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL
<b>Carapebus</b>	Rural, Ecoturismo, Agroturismo, Eventos, Cultural, Incentivo, Náutico	(Sem resposta)	Ecoturismo
<b>Casimiro de Abreu</b>	Rural, Ecoturismo, Aventura, Histórico, Eventos, Náutico, Esportes, Gastronômico	Rural, Ecoturismo, Aventura, Eventos, Sol e Praia, Pesca, Náutico, Gastronômico	Ecoturismo, Aventura
<b>Iguaba Grande</b>	Rural, Natureza	Rural, Eventos, Sol e Praia, Náutico, Esportes	Passeio na lagoa
<b>Macaé</b>	Negócios, Sol e Praia, Ecoturismo, Aventura, Eventos	Ecoturismo, Aventura, Negócios, Eventos, Sol e Praia, Gastronômico	Ecoturismo, Aventura
<b>Maricá</b>	Rural, Sol e Praia, Ecoturismo, Negócios, Gastronômico, Religioso	(Sem resposta)	Gastronômico, Religioso, Ecoturismo
<b>Quissamã</b>	Rural, Ecoturismo, Étnico, Histórico, Cultural	Rural, Ecoturismo, Cultural, Esportes, Étnico	Ecoturismo, Pedagógico
<b>Rio das Ostras</b>	Rural, Sol e Praia, Ecoturismo	Rural, Eventos, Sol e Praia, Esportes	Ecoturismo, Pesca Amadora, Aviturismo
<b>São Pedro da Aldeia</b>	Rural, Histórico, Cultural, Gastronômico, Eventos, Esportes, Pesca, Ecoturismo	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Sol e Praia, Pesca, Náutico, Esportes, Religioso, Segunda Residência	Provas Hípicas, artesanato rural
<b>Saquarema</b>	Esportes, Religioso, Sol e Praia, Aventura, Ecoturismo	Ecoturismo, Cultural, Aventura, Sol e Praia, Esportes, Religioso	Aventura, Cultural, Ecoturismo

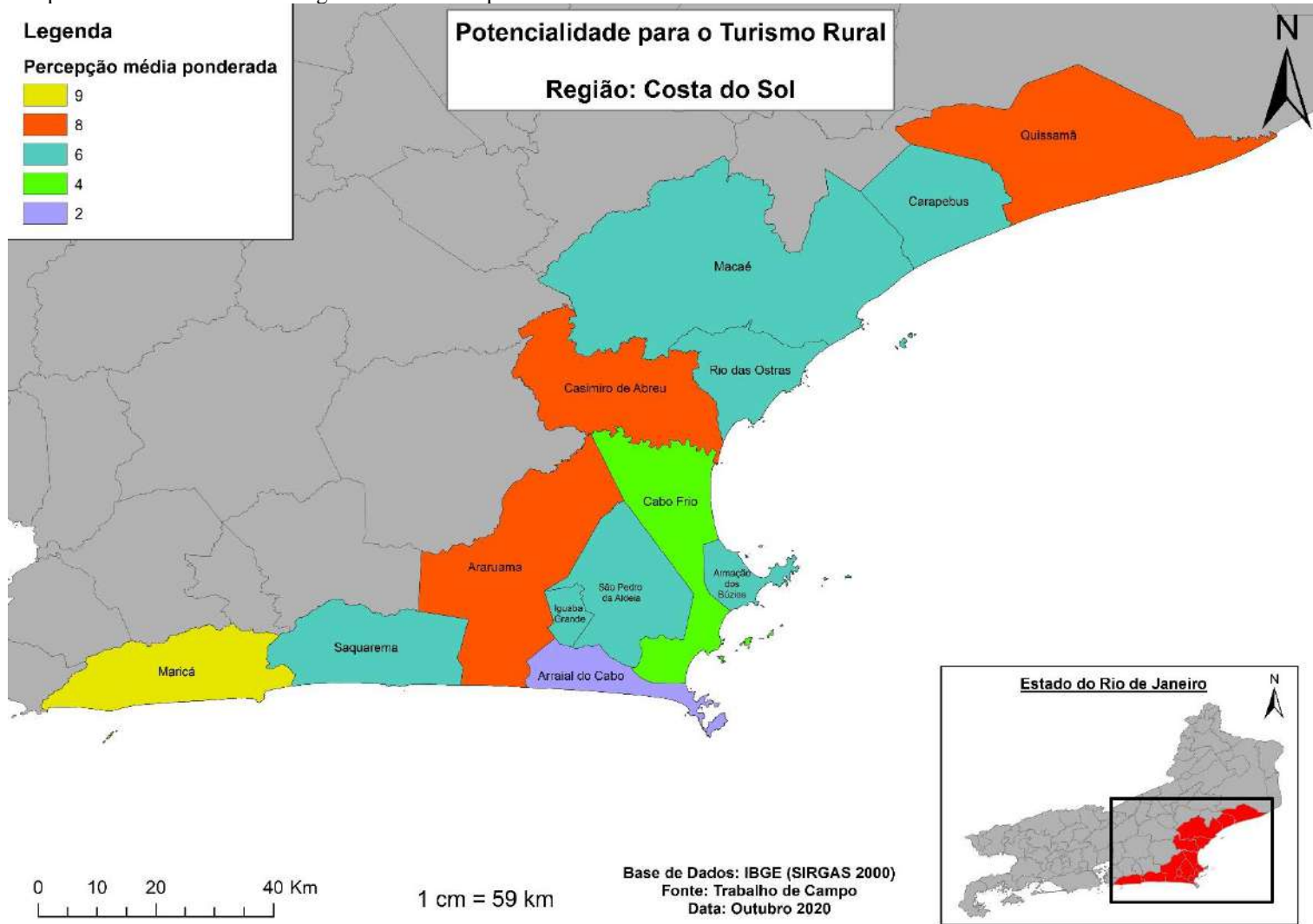
Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

Conforme a percepção dos secretários municipais de turismo, são poucos os municípios da Costa do Sol com potencial para desenvolverem o turismo rural (Quadro 73). Embora se perceba algumas distorções, como no caso de Armação dos Búzios, de modo geral, há um olhar menos otimista em relação à percepção do representante do SEBRAE regional e da IGR.

Uma vez ponderadas, essas perspectivas parecem comunicar resultados que são reforçados pelas demais análises da pesquisa (Mapa 26).

De qualquer modo, guardam reflexões que podem ser retomadas em momentos futuros. Ressaltam-se na região, em relação ao turismo rural, os municípios de Maricá, Quissamã, Araruama e Casimiro de Abreu.

Mapa 26 – Potencialidade da Região Costa do Sol para o turismo rural



Fonte: Elaborado pela autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.

Quadro 73 – Potencialidade da Região Costa do Sol para o turismo rural

MUNICÍPIO	PERCEPÇÃO SECRETÁRIOS	PERCEPÇÃO IGRS	PERCEPÇÃO SEBRAE REGIONAL	MÉDIA PONDERADA
Araruama	10	7	6	8
Armação dos Búzios	8	3	5	6
Arraial do Cabo	1	2	3	2
Cabo Frio	2	4	6	4
Carapebus	6	6	6	6
Casimiro de Abreu	7	8	9	8
Iguaba Grande	8	4	3	6
Macaé	5	9	6	6
Maricá	8	9	10	9
Quissamã	8	10	6	8
Rio das Ostras	6	7	6	6
São Pedro da Aldeia	7	6	5	6
Saquarema	5	7	8	6

Fonte: A autora, 2020.

As atividades rurais se destacam em Araruama, Carapebus, Casimiro de Abreu e Macaé, embora estejam presentes em outros municípios de modo menos evidente (Iguaba Grande, Maricá, Quissamã, Rio das Ostras, Armação dos Búzios), segundo as indicações dos secretários municipais de turismo (Quadro 74).

Quadro 74 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Costa do Sol (continua)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
Araruama	Agricultura, Pesca e Abastecimento	Feiras de Agricultura, Feirão do Peixe, festas rurais	Laguna de Araruama, Parque Estadual da Costa do Sol, Museu Arqueológico, Praça Antônio Raposo, Praça Menino João Hélio, Praia Seca
Armação dos Búzios	Feira Periubana (semanal), envolvendo produtores locais, produção de alimentos orgânicos, culinária e artesanato (com matéria prima local)	Atividades rurais, de aventura, em ambientes naturais, trilhas, cavalgadas, turismo desenvolvido nas comunidades remanescentes dos quilombos	Mirantes; 23 praias; Igreja de Sant'Anna; Capela Desatadora dos Nós; Orla Bardot; Rua das Pedras; Feiras de Artesanato; Galerias de Artes; Atelier de Artes; Porto da Barra; Feira Livre Periubana; Feira Nordestina; Espaço Cultural Zanine; Mangue de Pedra; Serra das Emerências

Quadro 74 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Costa do Sol (continuação)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Arraial do Cabo</b>	Não há atividades rurais no município (inteiramente urbano, não existe área rural)	Não há	Reserva Extrativista Marinha (praias, ilhas e grutas), Parques Estaduais (APAs de Massambaba e do Pontal do Atalaia), mergulho recreativo e outros esportes náuticos
<b>Cabo Frio</b>	Fazenda Campos Novos (em manutenção)	Casario central da fazenda, que faz parte do Caminho de Darwin; igreja que compõe a arquitetura do casario principal	Praias (Forte, Però, Conchas, Brava); monumentos (Forte S. Mateus, Convento N. S <sup>a</sup> dos Anjos; Charitas, Igreja e Largo de S. Benedito Igreja N. S <sup>a</sup> da Assunção, Ponte Feliciano Sodré; Anjo Caído; Fazenda Campos Novos; Fonte do Itajuru); atrativos (Rua dos Biquínis, Museu do <i>Surf</i> ; Casa Ateliê Carlos Scliar)
<b>Carapebus</b>	Pecuária e agricultura	Festividades dos eventos tradicionais, Parque Nacional da Restinga de Jurubatiba, Lagoa de Carapebus e Lagoa da Paulista	(Sem resposta)
<b>Casimiro de Abreu</b>	Produtores rurais (cultivo de legumes, frutas, feijão, produção de bolos, doces, salgados, goma de tapioca e queijos); Feira do Agricultor (semanal); projeto Acolhida na Colônia (hospedam em propriedades rurais, vivenciando e participando das experiências do homem do campo)	Acolhida na Colônia e Agronegócio	Serra (cachoeiras), praia (Barra de São João), beira rio (Barra de São João), museu (Barra de São João), capela (Barra de São João), Casa de Cultura (Casimiro de Abreu).
<b>Iguaba Grande</b>	Pequenos agricultores	Fazendas centenárias, fauna e flora, belezas naturais	Lagoa
<b>Macaé</b>	Agricultura rural familiar, pecuária, produção de laticínios	As propriedades rurais não demonstram interesse em trabalhar com turismo	Praias, cachoeiras, história e cultura
<b>Maricá</b>	Mata Atlântica (propícia ao turismo rural); Espraiado de Portas Abertas (projeto bimestral, na região do Espraiado), com abertura de estabelecimentos (bares, restaurantes, sítios) à visitação turística, pratos típicos, artesanato, atração musical e infraestrutura da Prefeitura; caminhadas (trilhas), Gastronomia e Ecoturismo; eventos Sabores da Roça e Maricá Pé de Serra	Região do Espraiado, com cachoeiras, sítios abertos à visitação, trilhas, Museu da Cidade sustentável; outras regiões com projetos embrionários (Itaipuaçu, SPAR e Silvado)	(Sem resposta)

Quadro 74 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Costa do Sol (conclusão)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Quissamã</b>	Passeio a cavalo, cavalgadas, festas de laço, artesanato, turismo étnico, movimento quilombola, Restinga de Jurubatiba	Fazendas dos séculos XVIII e XIX, produtores de doces, leite, pequenos produtores de Agricultura Familiar, culinária rural, passeios a cavalo, agricultura orgânica, produção de queijo, Horto Municipal, passeio de barco, Museu Casa Quissamã, Fazenda Machadinha, Igreja Sobradinho, Parque Nacional da Restinga de Jurubatiba	Parque Nacional Restinga de Jurubatiba, Quilombo Machadinha, Lagoa Feia, Museu Casa Quissamã
<b>Rio das Ostras</b>	Circuito Eco Rural; cultivo de uva aberto à visitação; Festa do Produtor Rural; sítios com <i>day use</i> (restaurantes com comidas típicas, lazer rural); Agroindústria Familiar (produção de queijo, farinha, e outros)	Sítios com <i>day use</i> (restaurantes com comida da roça, passeio de charrete, pesca amadora, etc.), propriedades da agroindústria familiar	Praias, Praça da Baleia, Parque dos Pássaros, Museu do Sítio Arqueológico, Parque Municipal, Lagoa do Iriry, feirinha da Praça do Artesão
<b>São Pedro da Aldeia</b>	Não há atividades rurais de grande relevo; pequenos produtores e propriedades familiares	Festa do Peão de Boiadeiro	Centro hitórico-cultural; Casa da Flor; Museu da Aviação Naval; Serra de Sapiatiba; Laguna Araruama
<b>Saquarema</b>	Artesanato; gastronomia; pesca artesanal; cavalgadas; rodeios; hotéis fazendas (hospedagem e <i>day use</i> ); atividades de lazer; rampas de voo livre; caminhadas em trilhas; cachoeiras; apicultura; avicultura; pecuária; atividades agrícolas; beneficiamento de produtos <i>in natura</i> (geleias, doces em compotas, queijos, etc.); observação da fauna e flora (APA da Reserva de Massambaba); eventos esportivos (corrida de montanha e <i>canicross</i> ) e <i>moto trail</i>	Cachoeiras, Reserva de Massambaba, rampas de voo livre, trilhas ecológicas	Praias (Itaúna, Barrinha, Vila, Prainha, Jaconé, Vilatur); Lagoas (Saquerema, Jacarepiá, Vermelha); Cachoeiras da Serra do Mato Grosso, Roncador; rampas de voo livre; Igreja Matriz de N.Sª de Nazareth; Gruta de N. Sª de Lourdes; Mirante do Morro da Cruz; Museu Sambaqui da Beirada; APA de Massambaba (Parque Costa do sol)

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

De modo geral, o artesanato é associado ao turismo na região, como se vê no Quadro 75, havendo associação ao turismo rural em poucos casos (Araruama, Rio das Ostras e Quissamã). Interessante observar a atenção de Quissamã, que desponta no sentido de que o artesanato deva ser associado à identidade local.

Quanto aos eventos, este é um segmento bastante significativo na Costa do Sol, com algumas associações ao tema rural, inclusive em municípios que não indicaram ter atividades rurais de grande relevância, como São Pedro da Aldeia.

O PDTUR aponta eventos relacionados ao tema rural nos municípios de Araruama, Quissamã e Casimiro de Abreu.

Quadro 75 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Costa do Sol (continua)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
Araruama	Sim	Sim	Projeto Quarta é Feira na Praça da Agricultura Familiar, Projeto Escola Verde, Expo Araruama, Feirão do Peixe	Aniversário da Cidade; Corpus Christi / Tapete de Sal; Arte e Cultura na Praça; <i>Outlet</i> na Praça; Quarta é Feira na Praça; Expo Araruama
Armação dos Búzios	Sim (espaço privilegiado na Feira Periurbana, com utilização de matéria prima e técnicas locais associadas ao município)	(Sem resposta)	Apenas eventos ligados a áreas rurais, como corridas e outros esportes	Carnaval, <i>Rip Curl Grom Search</i> , Rei de Búzios, Regata Búzios <i>Sailing Week</i> , Campeonato de <i>Windsurf</i> , Aberto de <i>Golf</i> , Circuito Municipal de <i>Surf</i> , Aberto do Búzios <i>Golf</i> , Búzios <i>Sailing</i> Monotipo, <i>Master Tour</i> Etapa <i>Golf</i> , Búzios Internacional <i>Open</i> , Festa de São Pedro, Circuito de Búzios, Festival Gastronômico, Festa de Sant'Anna (Padroeira de Búzios), Festival de Sardinha, Búzios <i>Biker Fest</i> , <i>XC Run</i> Búzios, Regata Veleiros Clássicos, Circuito <i>Run</i> Lagos, Búzios Cine Festival, <i>Réveillon</i>
Arraial do Cabo	Sim (com matéria prima marinha e material reciclável)	Não	Não há	Festival da Lula, Festa da Padroeira
Cabo Frio	Sim (com uso especial de escamas de peixe e lycra da sobra de biquínis)	Não	Festa da Farinha e da Mandioca (a ser reativada)	<i>Réveillon</i> , Águas de Março, Campeonato de Vela <i>Opti Mist</i> , Corrida Noturna, <i>Bike Fest</i> , Encontro de Motos, <i>Roller Fest</i> , Festival de Esquetes, Sabores de Cabo Frio, Festival de Dança, <i>Ciclotour Fest</i> , <i>Aloha Spirit</i> e Campeonatos Estadual e Sulamericano de Canoa Havaina, <i>Bikefestival</i> , Chegada do Papai Noel

Quadro 75 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Costa do Sol (continuação)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Carapebus</b>	Sim (ao turismo e à cultura)	(Sem resposta)	Feiras, Cavalgadas e Exposições	(Sem resposta)
<b>Casimiro de Abreu</b>	Não	Não	Festa da Agricultura Familiar; Festival de Aipim; Pesque e Leve	Festival de Crustáceos e Frutos do Mar; Festival do Aipim; Festa Político-Administrativa; Réveillon
<b>Iguaba Grande</b>	Não (vinculado à Secretaria de Educação, através do Departamento de Cultura)	Não	Não	Réveillon, Carnaval, Festa Junina Iguapira, Festival do Pescado, Festa da Padroeira
<b>Macaé</b>	Sim (mas muito reduzido e pontual)	Não	EXPO Macaé e algumas festas nos distritos na zona rural do município (região serrana)	(Sem resposta)
<b>Maricá</b>	Sim (núcleos de artesanato nas áreas rurais; FEIRARTE; eventos; Espreado de Portas Abertas)	Sim	SIM. Espreado de Portas Abertas, Sabores da Roça	(Sem resposta)
<b>Quissamã</b>	Sim	Sim (busca-se identidade geográfica)	Cavalgada de festa de laço, evento gastronômico com elementos da roça	Projeto verão (do réveillon ao Carnaval), Aniversário da Cidade, passeio ciclístico, Exposição Agropecuária
<b>Rio das Ostras</b>	Sim (feira fixa no meio rural; participação da associação de artesãos nos eventos municipais comercializando artesanato temático rural)	Sim	Festa do Produtor Rural, Caminhadas na Natureza; Circuito Eco Rural e Cavalgada	Carnaval, Ostras <i>Cycle</i> , Rio das Ostras <i>Jazz &amp; Blues</i> Festival, Corpus Christi, Festival de Frutos do mar, Réveillon
<b>São Pedro da Aldeia</b>	Os artesãos expõem e comercializam seus produtos na Casa do Artesão; os turistas são os principais clientes	Não	Festa de Peão Boiadeiro, Cavalgada da Independência	Concurso de Marchinhas, Carnaval, Fest Verão, Aniversário da Cidade, Velas ao Vento, Regata, <i>Beach Run</i> , Corpus Christi (Tapete de Sal)

Quadro 75 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Costa do Sol (conclusão)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
Saquarema	Não	Não	Em área rural, somente eventos associados ao turismo de aventura e ao ecoturismo (rodeios; etapas de competições de voo livre de âmbito municipal, regional e estadual; cavalgada em comemoração à São Jorge; competições de canicross, corridas de bicicleta; corrida de montanha; trilhão de moto	Campeonato Mundial de Surf; Campeonato de Parapente; Master de Vôlei; Saquá Moto Rock; Festivais (Verão; Banana; Dança; Gastronômico; de Teatro; Circo; Camarão; Saquarema Gospel; Arraiá da Vila; Saquarema Bier Fest); comemorações religiosas (Paixão de Cristo; Divino Espírito Santo; Folia de Reis; N.S <sup>a</sup> de Nazareth; S. Pedro; Santo Antônio; Corpus Christi -Tapetes de Sal); eventos culturais (Semana de Dança; Pinte Saquarema; Feira Cultural; Encontro de Corais; Viradão Cultural; Mostra de Carros Antigos); Aniversário da Cidade; Carnaval; Natal Luz; Réveillon

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

Há indicação de alguns roteiros na região, inclusive comercializados (Araruama, Casimiro de Abreu e Rio das Ostras), e outros em fase de estruturação (Quadro 76). De modo geral, os serviços de atendimento a esse segmento turístico ainda não estão consolidados, assim como as ações de divulgação do mesmo).

Quadro 76 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Costa do Sol (continua)

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
Araruama	Sim (Exposição do Cavalo Manga-larga, Feirão do Peixe e a Expo Araruama anual)	Sim	Sim	Sim (redes sociais)
Armação dos Búzios	Sim (Rota Escravista e Rota Étnico Cultural, em fase inicial)	Não	Sim (pouco estruturados)	Não
Arraial do Cabo	Não	Não	Não	Não



Quadro 76 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Costa do Sol (conclusão)

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Cabo Frio</b>	Não (fazenda em manutenção)	Não	Não	Não
<b>Carapebus</b>	Sim	(Sem resposta)	Sim (Secretaria de Turismo)	Não (divulgação nos Municípios vizinhos)
<b>Casimiro de Abreu</b>	Sim	Sim (conforme a demanda)	Não	Não
<b>Iguaba Grande</b>	Não (apenas alguns passeios)	Não	Não	Não
<b>Macaé</b>	Não	Não	Não	(Sem resposta)
<b>Maricá</b>	Sim (Roteiro do Espraiado, em fase de reestruturação; outros roteiros (em fase de formatação))	(Sem resposta)	Não (em fase de estruturação)	Sim (Portal, Aplicativo Oficial, criação de Marca, criação de 4 CITS, Calendário de Eventos)
<b>Quissamã</b>	Sim	Não	Não	Não
<b>Rio das Ostras</b>	Sim	Sim (Agências de Viagens e Guias de Turismo)	Pousada bem estruturada e sítios com <i>day use</i> (restaurantes, piscinas, lazer rural)	Sim (através de instituições públicas e privadas)
<b>São Pedro da Aldeia</b>	Não (em fase de desenvolvimento pela Associação dos Moradores e remanescentes do Quilombo Botafogo-Caveira)	Não	Não	Não
<b>Squarema</b>	Não (apenas roteiros de aventura, observação de aves e ecoturismo, na área rural)	Não (apenas roteiros de aventura, observação de aves e ecoturismo, na área rural)	Duas operadoras de roteiros na área rural (precisam de melhor estruturação); cinco hotéis-fazenda estruturados	Não

Fonte: Pesquisa de campo da autora, 2020.

Conforme sinalizado, o perfil do turista da Costa do Sol é bastante diversificado, contemplando desde estrangeiros, em destinos como Armação dos Búzios e Squarema, quanto famílias e visitantes vindos da capital do estado e adjacências. Usualmente, os respondentes da pesquisa percebem afinidade desse público com o turismo rural, que pode alcançar um fluxo mais regional, jovens, pessoas da melhor idade e estudantes das áreas ambientais (Quadro 77).

A motivação para o turismo rural encontra destaque na natureza, pequenas propriedades rurais, serviços qualificados de hospedagem, vivências, atrativos, clima do campo, com

entendimento de que a paisagem desempenha relevante papel na escolha dos destinos de turismo rural.

Quadro 77 – Perfil e motivações do turista da Região Costa do Sol (continua)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Araruama</b>	Famílias em geral	Sim (maior interesse de adultos e idosos, e do público familiar)	Jovens	Fazenda, lagos e eventos	Sim
<b>Armação dos Búzios</b>	Turistas brasileiros solteiros, famílias, idosos e latino-americanos de diferentes nichos; visitantes vindos de cruzeiros que passam algumas horas no destino	Não	Público regional	Propriedades pequenas, organizadas em cooperativas e que tenham algum apelo patrimonial (sede de fazendas, etc.)	Sim
<b>Arraial do Cabo</b>	Turistas de Sol e Praia e, principalmente, do Ecoturismo	Sim (de Ecoturismo)	Não há, não existe	Atividades que tangem ao turismo rural e qualificação dos serviços	Não
<b>Cabo Frio</b>	Público familiar, com interesse em lazer	Sim (em período de temperaturas mais amenas)	Melhor idade (de modo geral, não especificamente para o turismo rural)	Estrutura de hospedagem, vivências e experiências rurais (que gerem envolvimento)	Sim
<b>Carapebus</b>	Turismo Náutico e Ecoturismo	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>Casimiro de Abreu</b>	Pessoas que buscam elevado valor ecológico e cultural, à procura de paisagens de belezas cênicas, biodiversidade e cultura própria	Não	Estudantes de Biologia, Agrônomos, Ambientalistas, Geógrafos, microempresários	Tranquilidade, contato com a natureza, consciência ecológica	Sim
<b>Iguaba Grande</b>	Sem ligação com o turismo rural	Não há informações	Diversos tipos de público	Belas paisagens	Sim

Quadro 77 – Perfil e motivações do turista da Região Costa do Sol (continuação)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Macaé</b>	Público diverso (não há pesquisas de perfil do turista)	Sim (em parte)	Não há informações	Existência de propriedades rurais com oferta de atividades voltadas para o turista, visitação e experiências em contato com o meio rural, animais, etc.	Sim
<b>Maricá</b>	Público residente na capital (50%), região metropolitana (35%), outras regiões do estado (10%), outros estados e países (5%); no geral, formado por famílias de classes B e C (levantamentos realizados em grandes eventos)	Sim	Fluxo com maior poder econômico	Forma da apresentação do destino rural, atrações propostas e estrutura oferecida, aliados a belezas naturais locais e questões culturais	Sim
<b>Quissamã</b>	Público de turismo pedagógico (muito forte em função do museu), público do Parque, do turismo étnico (grupo quilombola), do patrimônio (fazenda Machadinha)	Sim	Público do turismo Ecológico, do turismo Pedagógico	Paisagem, boa comida, lugares estruturados, limpos, o clima rural e da roça, para que o turista se sinta à vontade	Sim
<b>Rio das Ostras</b>	Famílias em busca de Sol e Praia	Sim	Cicloturistas (para passeios e competições) e esportistas de Esportes Radicais (parapente, <i>rappel</i> , escaladas etc.)	Propriedades com atrativos	Sim
<b>São Pedro da Aldeia</b>	Público de classe média, basicamente interessado na balneabilidade e na prática de esportes náuticos	Não (pouco)	Turistas e moradores de segunda residência	Atividade econômica de agropecuária, casas senhoriais de fazenda adaptadas e transformadas em hotéis fazenda, clima ameno e paisagem de montanhas	Sim

Quadro 77 – Perfil e motivações do turista da Região Costa do Sol (conclusão)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Saquarema</b>	Público urbano, classe média, de todas as faixas etárias, vindo de diversos partes do país e do mundo (por sediar importantes etapas nacionais e internacionais de <i>surf</i> ); turistas mais frequentes turistas oriundos principalmente do Rio de Janeiro, Niterói, São Gonçalo (Alcântara)	Não	Adeptos de alimentação natural e saudável (vegetarianos e veganos)	Maior quantidade de atrativos; paisagem; distância do polo emissor	Sim

Fonte: Pesquisa de campo da autora, 2020.

Os principais entraves para desenvolver o turismo rural na região estão relacionados a: falta de interesse do visitante atual; falta de zona rural relevante e, conseqüentemente de atrativos deste segmento; desinteresse de produtores rurais; necessidade de incentivos financeiros; falta de parcerias; necessidade de capacitação.

As demandas do setor se voltam à criação de políticas públicas para o fomento ao turismo rural, incentivos e investimentos, estruturação da oferta turística, e melhorias infraestruturais (Quadro 78).

São apontadas como relevantes parcerias as mais diversas, desde entidades do setor público, associações, escolas, sindicatos e outras.

Há confirmação de políticas públicas nos municípios de Araruama, Casimiro de Abreu, Maricá, Quissamã e Rio das Ostras.

Quadro 78 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Costa do Sol (continua)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Araruama</b>	Interesse do público	Criação de arte e cobertura jornalística para alavancar o trabalho realizado	Escolas, creches, Centro de Referência de Assistência Social, Secretária de Agricultura, Ambiente, Turismo	Sim

Quadro 78 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Costa do Sol (continuação)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Armação dos Búzios</b>	A cidade não considera que há zona rural em seu território; isto dificulta a participação em programas de desenvolvimento do segmento	Desenvolvimento de políticas públicas específicas para o setor	EMATER, entidades do turismo no município	Não (existe o decreto que criou a Rota Escravista e algumas diretrizes gerais para o turismo no Plano Diretor, mas nada específico)
<b>Arraial do Cabo</b>	Ordenamento da atividade da Pesca Esportiva	Sem informações	Não há atividade, segmentação ou motivação para o contexto do Turismo Rural no município	Sim (este segmento está inserido no contexto de Turismo Náutico)
<b>Cabo Frio</b>	Captação de recursos para reforma e revitalização da Fazenda Campos Novos	Restauração da Fazenda Campos Novos; melhoria de acesso ao local; sinalização do local	Governo Federal	Não (projeto junto ao Governo Federal de revitalização da Fazenda)
<b>Carapebus</b>	Necessidade de mais incentivos externos para potencializar investidores locais	Incentivos técnicos e divulgação	Entidades que possam estimular e incentivar, tecnicamente, proprietários e investidores rurais	Não
<b>Casimiro de Abreu</b>	Dificuldade em firmar parcerias com produtores e empresários do turismo rural, e com entidades governamentais; investimento empresarial	Investimentos nos pontos turísticos do município e manutenção dos aparelhos turísticos	Lions Clube de Casimiro de Abreu, Sindicato Rural e OAB	Sim (realização de feiras semanais, festas com venda de produtos e comidas produzidas pelos agricultores, incentivo à piscicultura, cursos de maquinários)
<b>Iguaba Grande</b>	Dificuldade financeira e falta de incentivo para que as empresas do setor privado explorem o turismo	Informação aos interessados sobre sua participação no projeto turístico do município	Parceria público-privada	Não
<b>Macaé</b>	Não é identificado interesse dos proprietários rurais em desenvolver esse tipo de atividade	Não há atuação neste sentido	EMATER, Secretaria de Agroeconomia, Secretaria de Turismo, associações de moradores e de produtores rurais, entre outros	Não
<b>Maricá</b>	Questões locais de infraestrutura (em fase de identificação)	Estruturação da oferta (em fase de atendimento)	FC&VB (em assessoria ao plano estratégico; nesse segmento específico não há nenhum acompanhamento)	Sim (participação das entidades e do COMTUR; PMDTS Maricá 2030, sendo implementado)

Quadro 78 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Costa do Sol (conclusão)

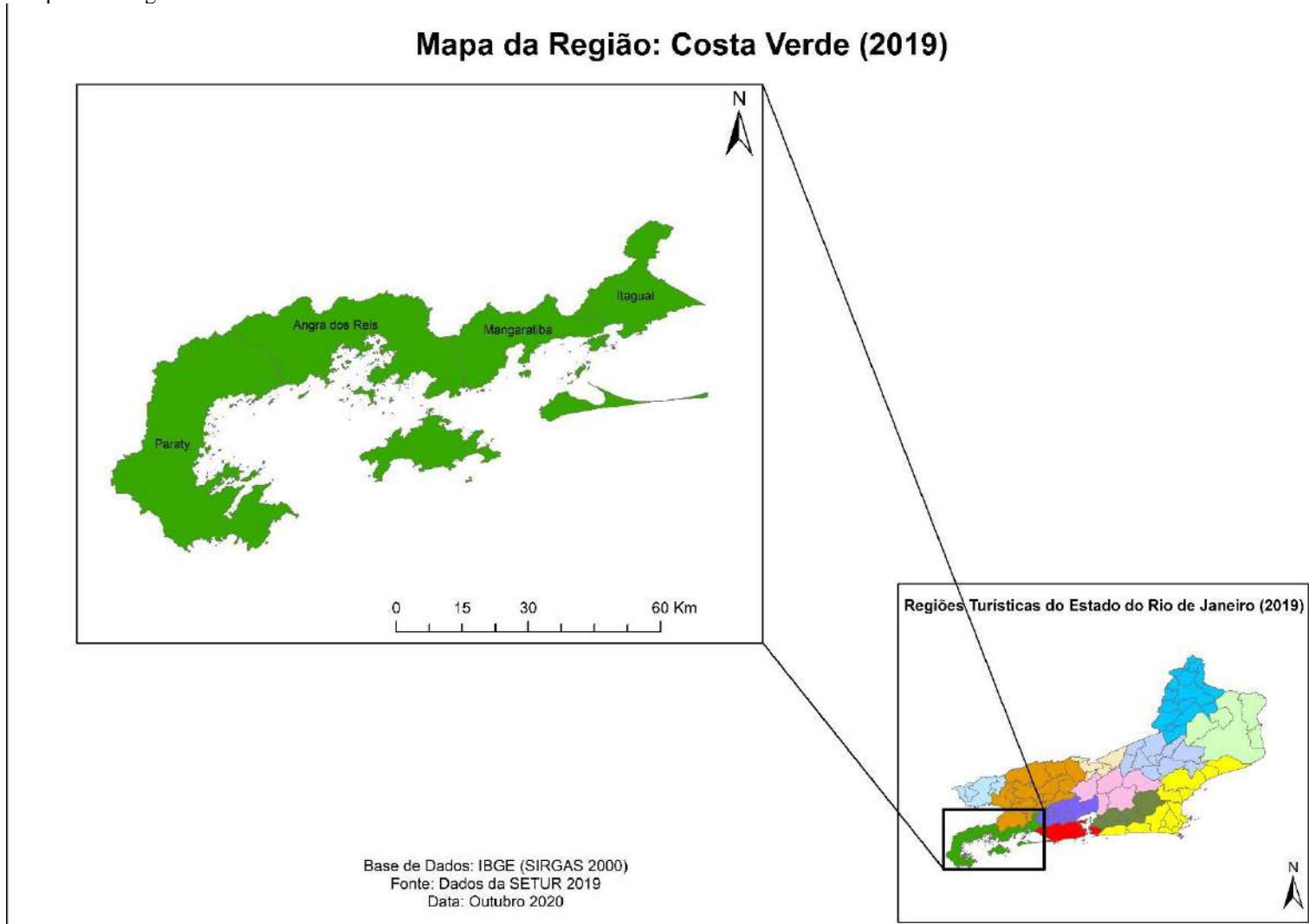
MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Quissamã</b>	A falta de capacitação dos atores locais e desinteresse dos órgãos governamentais em relação a este segmento no Estado	Apoio governamental; mais eventos no Estado para este segmento, que promova os destinos e que capacite os serviços	SETUR, Coordenadoria de Turismo Rural da Secretaria Estadual de Agricultura, que poderiam fornecer subsídios e incentivos para expansão e promoção dos destinos	Sim. Roteiros estão sendo trabalhados, além da ajuda municipal para cultivo e criação de produtos, maquinário e profissionais, compra de produtos para merenda escolar, distribuição de mudas de hortaliças para a comunidade, disponibilização de estrutura e espaço para comercialização dos produtos do meio rural
<b>Rio das Ostras</b>	Interação entre instituições privadas e públicas; falta de linhas de crédito para investimentos dos proprietários	Ações para consolidação do Circuito Eco Rural (solicitadas durante a Conferência Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável)	MTUR, TURISRIO, Prefeitura Municipal, EMATER, ANDA BRASIL, SEBRAE, SENAC, NEA-BC, ABRATURR-RJ, Agências de Turismo, e outras	Sim (validação do Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável)
<b>São Pedro da Aldeia</b>	A atividade agropecuária no município não é expressiva e não há público expressivo interessado nessa prática	Falta de cuidado com as vias de acesso, em geral, não pavimentadas	Secretarias de Agricultura e Serviços Públicos	Não
<b>Saquarema</b>	Falta de interesse do produtor rural e dos moradores da área rural, resistentes quanto a inovações e sem visão estratégica sobre essa nova oportunidade de ganhos	Não há	SEBRAE, EMATER e Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Saquarema	Não

Fonte: Pesquisa de campo da autora, 2020.

### 3.1.9 Região Costa Verde

A Região Costa Verde é formada por 4 municípios: Angra dos Reis, Itaguaí, Mangaratiba e Paraty, como se vê no Mapa 27.

Mapa 27 – Região Costa Verde



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR (2019); desenho cartográfico C. A. Silva.

A área territorial, a população e o IDH dos municípios que compõem a região podem ser observados no Quadro 79.

Todos esses municípios participaram da pesquisa de campo que fundamenta este trabalho e da atualização do PDTUR.

Quadro 79 – Aspectos gerais da Região Costa Verde

<b>MUNICÍPIO</b>	<b>ÁREA (Km<sup>2</sup>)</b>	<b>POPULAÇÃO (2019)</b>	<b>IDH (2010)</b>
<b>Angra dos Reis</b>	813.210	203.785	0,724
<b>Itaguaí</b>	282.606	133.019	0,715
<b>Mangaratiba</b>	367.816	44.468	0,753
<b>Paraty</b>	924.296	43.165	0,693

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do IBGE, 2020.

Todos os municípios foram incluídos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2019 e estão categorizados, conforme Quadro 80 a seguir, nas categorias A e B, refletindo o reconhecimento turístico da região.

Quadro 80 – Categorização dos municípios da Região Costa Verde

<b>MUNICÍPIO</b>	<b>CATEGORIA/CLUSTER 2019</b>
<b>Angra dos Reis</b>	A
<b>Itaguaí</b>	B
<b>Mangaratiba</b>	B
<b>Paraty</b>	A

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do MTUR, 2019.

Como mostra o Portal da SETUR (2020), a Costa Verde tem grande atratividade turística em razão de suas ilhas paradisíacas, praias e enseadas.

Na região, Angra dos Reis e Paraty são detentores do título de Patrimônio Mundial da Organização das Nações Unidas como sítios mistos de excepcional valor universal, unindo cultura e natureza.

Encontra-se ali o segundo maior remanescente florestal do bioma Mata Atlântica, com cerca de 85% da cobertura vegetal nativa conservada.

Além disso, em Paraty existem preservados diversos sítios arqueológicos, um trecho do antigo Caminho do Ouro, e comunidades tradicionais que mantêm sua integração com a paisagem. O centro histórico da cidade, com casarões e igrejas dos séculos XVIII e XIX,



preserva importante conjunto arquitetônico colonial brasileiro, tombado como Monumento Histórico Nacional.

A Ilha Grande, em Angra dos Reis, é internacionalmente conhecida em razão de suas mais de cem praias, diversas cachoeiras, além de abrigar o Parque Estadual da Ilha Grande e a Reserva Biológica Estadual da Praia do Sul.

Há outras informações sobre os atrativos da região e dos municípios que a compõem no Portal da SETUR (2020), assim como anotações de campo e de atualização do PDTUR.

Segundo o prognóstico do PDTUR (TURISRIO, 2001), não se considerava, naquela ocasião, nenhum dos municípios da Costa Verde como vocacionados para o turismo rural.

De acordo com o PDITS (SETUR, 2010), os segmentos melhor consolidados na Costa Verde, cujo principal destino é a Ilha Grande, são ecoturismo, e sol e praia. Em curto prazo, o turismo náutico é um segmento considerado com boas perspectivas na região; em médio prazo, desponta como importante o segmento de negócios e eventos; e em longo prazo, o segmento de turismo cultural. Lembre-se que a Costa Verde conta com dois dos cinco destinos indutores do estado: Angra dos Reis e Paraty. Na ocasião daquele levantamento, fizeram parte da avaliação os municípios de Angra dos Reis, Mangaratiba, Paraty e Rio Claro.

No Caderno do Turismo (GOMES, 2010), Angra dos Reis, Mangaratiba e Paraty estão na área turística de Praia e Ecoturismo, tendo como marca principal a praia. São marcas secundárias de Angra dos Reis, a aventura e o ecológico; de Mangaratiba, o ecológico; e de Paraty, os elementos histórico, aventura e ecológico. Itaguaí está na área turística Baixada Fluminense, tendo como marca principal os caracteres histórico e cultural.

Há uma grande diversidade de segmentos turísticos na região, conforme apontam os secretários municipais de turismo e também as informações de atualização do PDTUR, com destaque para o turismo rural, ecoturismo, aventura, cultural, sol e praia, e náutico (Quadro 81).

Quadro 81 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Costa Verde (continua)

<b>MUNICÍPIO</b>	<b>SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)</b>	<b>SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)</b>	<b>SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL</b>
<b>Angra dos Reis</b>	Náutico, Sol e Praia, Mergulho, Histórico, Ecoturismo	Ecoturismo, Cultural, Aventura, Eventos, Sol e Praia, Pesca, Náutico	Rede hoteleira e polo gastronômico

Quadro 81 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Costa Verde (conclusão)

MUNICÍPIO	SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL
<b>Itaguaí</b>	Ecoturismo, Aventura	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Negócios, Eventos, Esportes, Religioso	Esportes
<b>Mangaratiba</b>	Rural, Sol e Praia, Natureza, Religioso, Cultural, Histórico, Gastronômico, Ecoturismo, Esportes, Aventura, Pesca, Negócios, Ecoturismo, Náutico	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Eventos, Sol e Praia, Pesca, Esportes, Religioso, Gastronômico	<i>Duathlon</i> (Ciclismo e Corrida) e <i>Triathlon</i> (Natação Ciclismo e Corrida), <i>mountain bike</i> , <i>rappel</i> , escalada, corrida de caiaque na cachoeira, atividades para portadores de necessidades especiais e terceira idade
<b>Paraty</b>	Rural, Cultural, Sol e Praia, Ecoturismo, Náutico, Aventura, Pedagógico	Ecoturismo, Cultural, Eventos, Sol e Praia, Gastronômico	Cultural, Ecoturismo, Aventura, Náutico

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

Citam-se, de modo geral, os segmentos aliados à natureza, e também à cultura, como agregadores de valor ao turismo rural, chamando a atenção o entendimento de que atividades para pessoas com deficiência possam ser agregadoras de valor a esse segmento turístico.

Conforme o olhar dos secretários municipais de turismo, a Costa Verde apresenta alta potencialidade para desenvolver o turismo rural (Quadro 82).

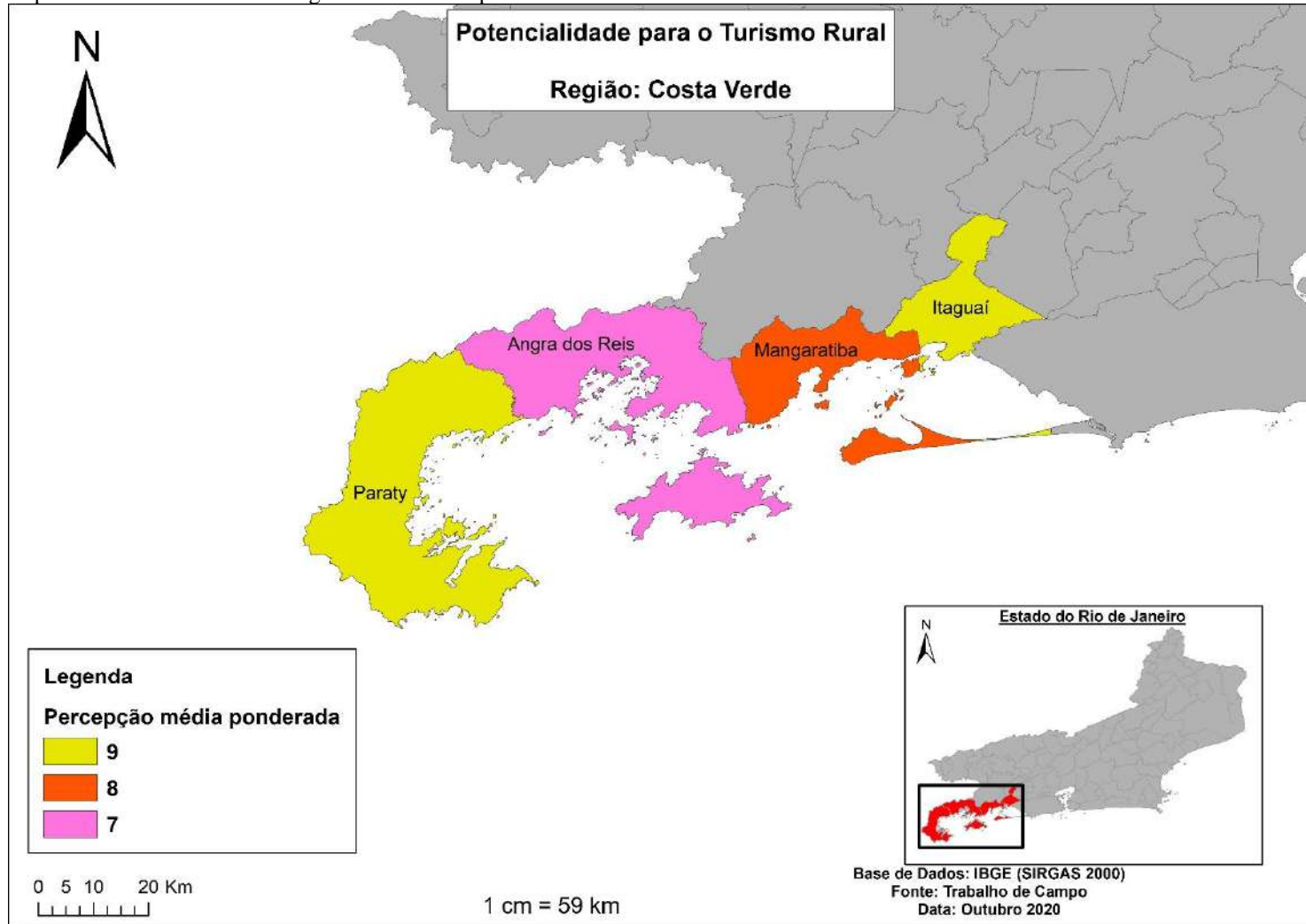
Essa percepção é ponderada pelos representantes da IGR e do SEBRAE regional, resultando, de qualquer modo, em uma avaliação bastante positiva em relação à vocação da região para esse segmento (Mapa 28).

Quadro 82 – Potencialidade da Região Costa Verde para o turismo rural.

MUNICÍPIO	PERCEPÇÃO SECRETÁRIOS	PERCEPÇÃO IGRS	PERCEPÇÃO SEBRAE REGIONAL	MÉDIA
<b>Angra dos Reis</b>	8	5	8	<b>7</b>
<b>Itaguaí</b>	10	5	9	<b>9</b>
<b>Mangaratiba</b>	9	5	7	<b>8</b>
<b>Paraty</b>	10	5	9	<b>9</b>

Fonte: A autora, 2020.

Mapa 28 – Potencialidade da Região Costa Verde para o turismo rural



Fonte: Elaborado pela autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.

Como mostra o Quadro 83, a indicação de atividades rurais vem, o mais das vezes, acompanhada de referências a outros temas, quer sejam a ecologia, os esportes e a aventura. Da mesma maneira, a presença de comunidades indígenas e quilombolas, bem como atrativos de natureza diferenciados são elencados como compondo o painel do turismo rural na região. A natureza, a história e a cultura são também destacadas no PDTUR, onde não constam indicações de atrativos turísticos com referência rural.

Quadro 83 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Costa Verde (continua)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Angra dos Reis</b>	Agricultura familiar, pecuária leiteira de pequeno porte, agricultura orgânica e atividades de comunidades tradicionais	Comunidades indígenas e quilombolas, agricultura orgânica, cachoeiras, trilhas, culinária	Praias e ilhas; monumentos históricos; cachoeiras e trilhas
<b>Itaguaí</b>	Turismo de cavalgada (grupos de cavaleiros e amazonas, crianças e idosos, com motivos religiosos, cívicos, diversão, esporte e associação de duas ou mais atividades)	Voos de parapente (Serra do Matoso, na Raiz da Serra), estrada em pé-de-moleque (marco importante da história do país); Pedra de Santo Antônio (contemplação e ecologia)	Estrada da Calçada; Serra do Matoso (Rampa de Parapente); Chafariz/Bebedouro público; Sítios de Lazer; Igreja de São Francisco Xavier; complexo portuário imperial da Vila de Itagoahy; Casa de Caridade da Vila de São Francisco Xavier; Casa de Cultura; estação ferroviária; Coreto Municipal; Relógio Solar; Teatro Municipal
<b>Mangaratiba</b>	Caminhadas na Serra do Piloto, cachoeiras próximas a assentamento rural, artesanato, gastronomia local (queijos, doces de banana, doces de abóbora, melado, banana passas, linguiças), produtos orgânicos (mandioca, caqui, banana), visitas aos sítios, contato com animais (aves, bovinos, ordenha <i>in loco</i> , equinos - cavalgadas), atração cultural (Folia de Reis); acesso ao Sahy por trilha, cachoeiras, aventura ( <i>rappel</i> , cachoeirismo, escalada), ruínas, Mata Atlântica e orla da praia; tradições culturais / comunidade Santa Justina (dança, cantos), gastronomia local, ruínas, engenhos, sítios arqueológicos, estrada de pedra, engenhos; produtores rurais e sítios particulares que exploram atividades turísticas (bares no entorno das cachoeiras e poços); comunidade quilombola na Ilha de Marambaia, apresentações culturais (danças e cantos), gastronomia tradicional, ruínas, passeio de escuna ou saveiro	Trilhas em sítios arqueológicos, cachoeiras, Mata Atlântica, fazendas históricas, Circuito da Banana, antiga fábrica de produtos artesanais e da terra	Praia, cachoeira, serra, monumentos históricos, igrejas centenárias

Quadro 83 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Costa Verde (conclusão)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Paraty</b>	Áreas para criação de animais (cavalos, galinhas e bois); produtores (sistema de agroflorestas com produções diversificadas); produção de cachaça, juçara, mandioca, mel, leite e derivados, verduras e legumes	Comunidades com agroflorestas, produções agrícolas, de cachaça, cachoeiras e estrutura para observação de fauna e flora	Centro histórico, mar, praias, montanhas, cachoeiras

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

O artesanato é agregado ao turismo na região, e também associado ao turismo rural (Quadro 84). Vê-se a indicação de eventos com a temática rural e outras associadas (gastronomia, étnica, ambiental), à exceção de Angra dos Reis. O PDTUR, em sua atualização, não destaca eventos rurais como significativos na Costa Verde, havendo referência apenas à Festa da Banana em Itaguaí e Mangaratiba.

Quadro 84 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Costa Verde (continua)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Angra dos Reis</b>	Sim	Sim	Não	Réveillon e Procissão Marítima; Carnaval; Festival de Cerveja Artesanal da Ilha Grande; Festa do Divino; Encontro de <i>Jazz</i> na Ilha Grande; <i>Angra Moto Fest</i> ; <i>FITA</i> ; <i>Plen Air</i> ; Festival de <i>Jazz</i>
<b>Itaguaí</b>	Sim	(Sem resposta)	Evento gastronômico com almoço no fogão a lenha no Rancho Cláudio Cordeiro (vista panorâmica, atividades ao ar livre e produtos locais, queijo, mel, leite e caldo de cana)	Coroa Folia, Festa de S. Benedito, Festa do Milho, Festa do Aipim, Festa da Banana, Festa de S. Francisco Xavier (Padroeiro do município); Datas comemorativas (Dia Internacional da Mulher, aniversário da cidade, Independência do Brasil, Dia das Crianças, Dia do Trabalhador); Festa de São Benedito (Coroa Grande), Encontro Municipal de Guias de Turismo (Sítio Jonosake), Dia de N. S <sup>a</sup> Aparecida

Quadro 84 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Costa Verde (conclusão)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Mangaratiba</b>	Sim	Sim	Dia de Reis no Rubião; festividades de Zumbi dos Palmares e nas Comunidades Quilombolas da Ilha da Marambaia e da Fazenda Santa Justina	Festival de Verão; Festas Religiosas (São Sebastião, São Jorge, São Pedro, N. S <sup>a</sup> de Santanna, N. S <sup>a</sup> da Guia, N.S <sup>a</sup> Conceição, N.S <sup>a</sup> das Graças, S. João Marcos), Carnaval, Festa da Banana, Festa do Trabalhador, Arraiá Municipá, Expo Cultural, <i>Bike Fest</i> , Marcha para Jesus, Aniversário da Cidade, Cantata de Natal, <i>Réveillon</i>
<b>Paraty</b>	Sim	Sim	Sim (vivências em agroflorestas e comunidades costeiras, como no IPECA, no Quilombo do Campinho e no Sítio São José)	Festa do Divino; Festival da Cachaça, Cultura e Sabores; Festa Literária Internacional; Paraty em Foco; <i>Bourbon Festival</i>

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

Verifica-se que, de modo geral, a região Costa Verde revela interessante potencial para o fomento do turismo rural, mais ainda se agregado a outros segmentos que envolvem natureza e cultura. Há indicação de roteiros de turismo rural em toda a região, inclusive sendo comercializados. Existem alguns serviços especializados de atendimento ao segmento e divulgação específica (Quadro 85).

Quadro 85 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Costa Verde

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Angra dos Reis</b>	Sim	Sim (Associação de Produtores Rurais do vale Mambucaba)	(Sem resposta)	Sim
<b>Itaguaí</b>	Sim	Sim (em pequena escala)	Sim (agências e guias locais)	Sim
<b>Mangaratiba</b>	Sim	Sim (Fundação Mário Peixoto e Projeto Ecoturismo Histórico e Cultural de Mangaratiba)	Não	Não
<b>Paraty</b>	Sim (visita a agroflorestas e observação de aves)	Sim	Sim (IPECA, Quilombo do Campinho e Sítio São José por agências e guias locais)	Sim (pelos produtores rurais e divulgação institucional)

Fonte: A autora, 2020.

Como indicam os respondentes da pesquisa, o perfil do turista atual da região Costa Verde é diversificado, voltado, de modo geral, para as atividades náuticas, culturais e na natureza, não se sabendo se têm ou não afinidade com o turismo rural. Sobre o público potencial, apresenta-se a perspectiva de que pessoas com perfil alcêntrico possam ser atraídas pelo tema rural, além daquelas cuja motivação mais direta são atividades rurais ou no campo (Quadro 86).

As motivações são indicadas pela natureza e identidade cultural local, com destaque para a influência da natureza na escolha de destinos de turismo rural.

Quadro 86 – Perfil e motivações do turista da Região Costa Verde

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE COM TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Angra dos Reis</b>	Casais de várias faixas etárias e jovens, em sua maioria vindos do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais; buscam principalmente o turismo náutico	Não (mas podem ser atraídos)	(Sem resposta)	Preferência pelo ecoturismo, paisagens naturais e comunidades tradicionais	Sim
<b>Itaguaí</b>	Público variado, pessoas de outros estados e países, a serviço de grandes empresas da região (CSA, CSN)	(Sem resposta)	Público variado	Contato com a natureza, receptividade da população rural, folclore, alimentação saudável	(Sem resposta)
<b>Mangaratiba</b>	Maioria dos turistas (em torno de 70%) em busca de praias e ilhas	(Sem resposta)	Trilheiros, grupo de turismo de aventura (arvorismo, tirolezas, <i>trekking</i> , <i>jeepeiros</i> , cavaleiros, <i>triathlon</i> , <i>mountain bike</i> , <i>jeepeiros</i> ), turismo para portadores de necessidades especiais (PPNE)	Natureza, fauna e flora específicas da região, calma e tranquilidade, ar puro, história do local	Sim
<b>Paraty</b>	Pessoas que buscam por atividades culturais e natureza	Sim	Visitantes que buscam por atividades rurais específicas (como produção de cachaça)	Tranquilidade, natureza, aspectos socioculturais	Sim

Fonte: A autora, 2020.

São apontados como empecilhos para o desenvolvimento do turismo rural na região: falta de investimentos; necessidade de capacitação de agentes de base comunitária; questões ambientais; infraestrutura básica e de apoio.

São demandas do setor: apoio do setor público na esfera federal e estadual; investimentos e capacitação; inclusão do turismo rural em rotas já existentes (Quadro 87).

As parcerias recomendadas são variáveis, incluindo órgãos públicos estaduais e municipais, associações e fundações, escolas, SEBRAE, entre outras.

De modo geral, não é identificada a existência de políticas públicas locais de fomento ao turismo rural, à exceção de Paraty.

Quadro 87 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Costa Verde (continua)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Angra dos Reis</b>	Falta de investimento, divulgação, capacitação de agentes de turismo rural de base comunitária, problemas com titularidade de áreas (atrativos que se encontram dentro de propriedades particulares)	Capacitação, maiores investimentos no setor, inclusão na rota oficial do município	TurisAngra, SEBRAE, Secretaria de Agricultura, EMATER, Associações e Cooperativas rurais	Não (em fase de planejamento)
<b>Itaguaí</b>	Fator financeiro	Maiores investimentos oriundos da esfera estadual e federal	Instituições filantrópicas, agências e profissionais de turismo, sítios de lazer, escolas técnicas e universidades de turismo	Não (em fase de planejamento)
<b>Mangaratiba</b>	Problemas de logística, manejo das trilhas, manutenção e conservação de patrimônios históricos e culturais, divulgação de atrativos, educação patrimonial e ambiental para moradores e visitantes, serviços básicos e turísticos para bem atender	Serviços básicos como transporte, segurança, setores da área da saúde emergenciais, bem como os serviços turísticos a serem desenvolvidos de forma adequada e ordenada.	Fundação Mário Peixoto (pioneira em explorar o turismo rural e arqueológico)	Não



Quadro 87 – Pannel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Costa Verde (conclusão)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Paraty</b>	Investimentos em infraestrutura básica e de apoio	Não identificadas	Prefeitura (Secretaria de Turismo, Educação, Cultura e Agricultura e Pesca), SEBRAE, APACAP, Polo Gastronômico, Fórum de Comunidades Tradicionais, a PIRATII – Associação de Guias e Turismólogos, a JAP – <i>Jipeiros</i> Associados	Sim (Lei 1922/2013 e trabalho desenvolvido pelo COMTUR)

Fonte A autora, 2020.

### 3.1.10 Região Serra Verde Imperial

A Região Serra Verde Imperial é formada por cinco municípios: Cachoeiras de Macacu, Guapimirim, Nova Friburgo, Petrópolis e Teresópolis, como se vê no Mapa 29.

A área territorial, a população e o IDH dos municípios que compõem a região podem ser observados no Quadro 88.

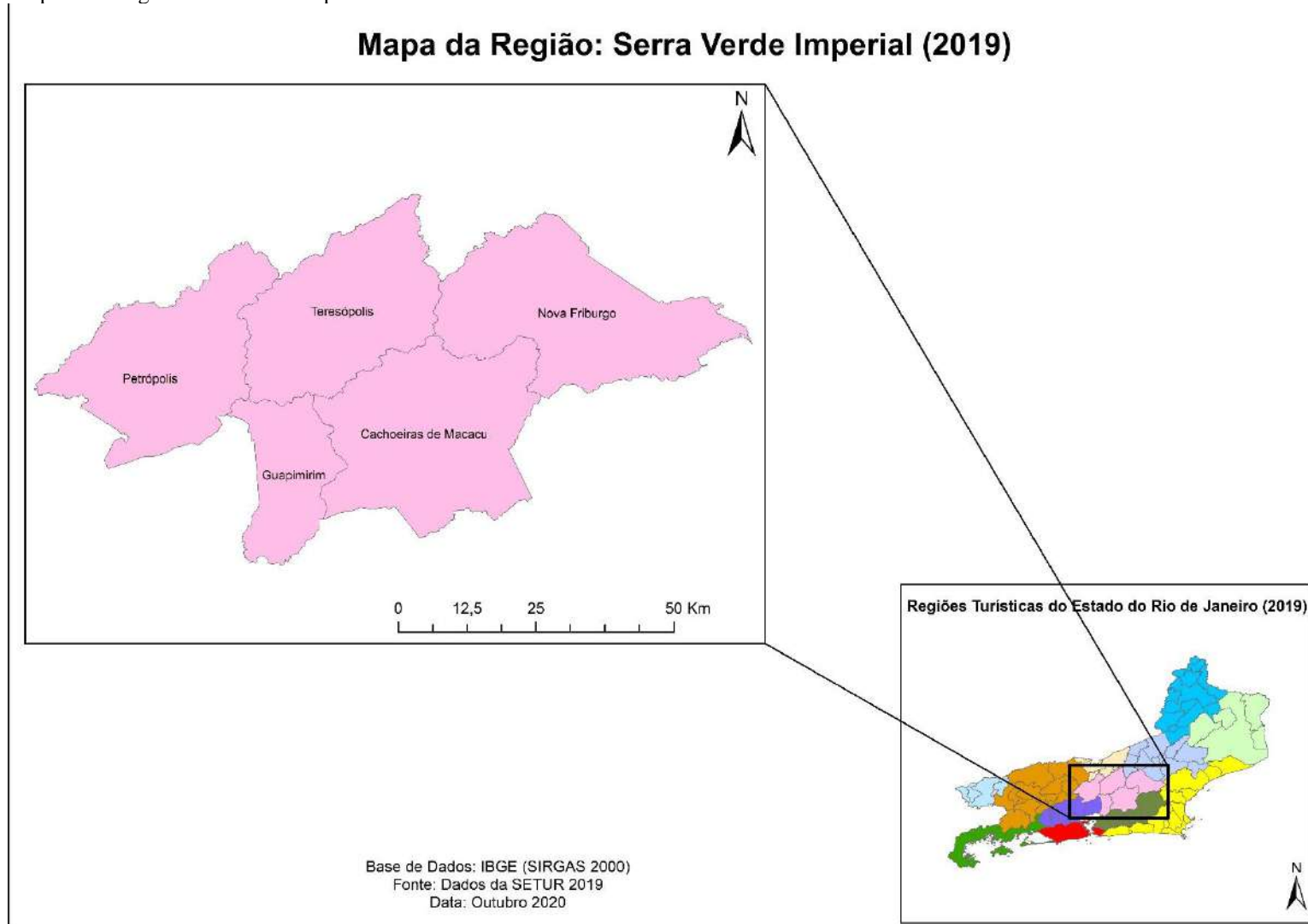
Todos esses municípios participaram da pesquisa de campo que fundamenta este trabalho, bem como atenderam à atualização do PDTUR.

Quadro 88 – Aspectos gerais da Região Serra Verde Imperial

MUNICÍPIO	ÁREA (Km <sup>2</sup> )	POPULAÇÃO (2019)	IDH (2010)
<b>Cachoeira de Macacu</b>	954.749	58.937	0,700
<b>Guapimirim</b>	358.443	60.517	0,698
<b>Nova Friburgo</b>	935.429	190.631	0,745
<b>Petrópolis</b>	791.144	306.191	0,745
<b>Teresópolis</b>	773.338	182.594	0,730

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do IBGE, 2020.

Mapa 29 – Região Serra Verde Imperial



Fonte: A autora, a partir de dados da SETUR (2019); desenho cartográfico C. A. Silva.

Todos os municípios da região foram incluídos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2019 e estão categorizados, conforme exposto no Quadro 89 a seguir.

Quadro 89 – Categorização dos municípios da Região Serra Verde Imperial

MUNICÍPIO	CATEGORIA/CLUSTER 2019
Cachoeiras de Macacu	C
Guapimirim	D
Nova Friburgo	B
Petrópolis	A
Teresópolis	B

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do MTUR, 2019.

Conforme consta do Portal da SETUR (2020), a Serra Verde Imperial tem opções bastante diversificadas para o turismo, tanto naturais, quanto culturais. Os municípios que a compõem unem a beleza de sua vegetação com o charme da gastronomia requintada, atrativos culturais, significativa história e oportunidades de compras. No inverno, as cidades agradam aos visitantes que apreciam temperaturas baixas. Já no verão, os rios, cachoeiras e trilhas são um convite ao ecoturismo.

A região conta com relevante infraestrutura de restaurantes e pousadas, e polos gastronômicos importantes, como Itaipava, no distrito de Petrópolis, e o Vale Gourmet, nos distritos petropolitanos de Itaipava, Nogueira, Corrêas e Araras.

Estão localizados na Serra Verde Imperial polos têxteis turísticos, como: a Feirinha de Teresópolis; a Feira de Itaipava e a Rua Tereza, em Petrópolis; e a região central de Nova Friburgo.

A região é também um polo cervejeiro, existindo roteiros específicos com visitas guiadas a fábricas, degustação e vendas de produtos temáticos.

A Serra Verde Imperial é, igualmente, importante, por abrigar diversos parques, como o Parque Nacional da Serra dos Órgãos, uma das mais expressivas reservas naturais do país e local indicado para a prática de esportes de montanha, como escalada, *trekking*, *rappel* e arvorismo. Outras opções para o ecoturismo e a aventura são o Parque Estadual dos Três Picos, o Parque Natural Municipal Montanhas de Teresópolis, a Reserva Biológica Poço das Antas e o Parque de Furnas do Catete.

A região guarda também importância histórica, uma vez que Petrópolis é cidade imperial, tendo sido residência de verão da corte portuguesa. Além de diversas construções

arquitetônicas da época, ressalta-se a importância do Museu Imperial, em Petrópolis, e de outros monumentos da região, como: o Palácio Teresa Cristina, de 1920, em Teresópolis; o Palácio de Cristal, de 1848, em Petrópolis; o Palácio Rio Negro, de 1889, em Petrópolis; e o imponente prédio do Colégio Anchieta, de 1902, em Nova Friburgo.

Há informações adicionais sobre a região e os municípios que a formam no Portal da SETUR (2020), bem como originários da pesquisa de campo e de dados de atualização do PDTUR, a seguir.

No prognóstico do PDTUR (TURISRIO, 2001), os municípios de Cachoeiras de Macacu e Nova Friburgo estão indicados para compor a CTI VI ao lado de outros (Bom jardim, Cantagalo, Carmo, Conceição de Macabu, Cordeiro, Duas Barras, Macuco, São Sebastião do Alto, Sumidouro e Trajano de Moraes). Guapimirim, Petrópolis e Teresópolis também são considerados vocacionados para o turismo rural e comporiam a CTR IV com outros municípios (Areal, Comendador Levy Gasparian, Magé, Paraíba do Sul, São José do Vale do Rio Preto, Sapucaia e Três Rios).

Conforme apresenta o Caderno de Turismo (GOMES, 2010), Nova Friburgo, Petrópolis e Teresópolis estão na área turística Serra de Turismo Consolidado, tendo como marca principal o elemento ecológico. Nova Friburgo e Teresópolis têm como marca secundária os elementos rural e aventura; Petrópolis, além desses caracteres apresenta também como marca secundária o elemento histórico. Guapimirim, na Baixada Fluminense, tem como marca principal os elementos histórico e cultural.

O PDTIS (SETUR, 2010) foi circunscrito a Cachoeiras de Macacu, Nova Friburgo, Teresópolis e Petrópolis, ressaltando-se a importância de Petrópolis, cujo legado histórico-cultural é ímpar, como destino indutor da região, conforme mostraram os Estudos de Competitividade do MTUR (2009).

Segundo o PDITS (SETUR, 2010), o turismo cultural é, sem dúvida, altamente significativo para a região, sendo destacado como um dos segmentos mais consolidados na Serra Verde Imperial ao lado do ecoturismo, uma vez que a região abriga áreas preservadas de Mata Atlântica, muitos parques naturais (como o Parque Nacional da Serra dos Órgãos) e atrativos naturais (Pico Dedo de Deus, Pedra do Cão Sentado, entre outros). Outro segmento apontado como relevante para ser fomentado em médio prazo na região é o turismo de aventura. Como roteiros, o documento destaca o Circuito Tere-Fri, os Caminhos de Nova Friburgo, o Circuito Lumiar e São Pedro da Serra, e a travessia Petrópolis-Teresópolis.

Como apresentam os secretários municipais de turismo e as informações do PDTUR, a Serra Verde Imperial tem o turismo rural como uma de suas principais referências, ao lado dos

também destacados segmentos histórico, cultural, de aventura e ecoturismo (Quadro 90). Os segmentos religioso e gastronômico também têm força na região.

Quanto aos segmentos agregadores de valor ao turismo rural, são citados diversos, igualmente relacionados à cultura e à natureza, incluindo-se negócios e eventos, e ecoterapia.

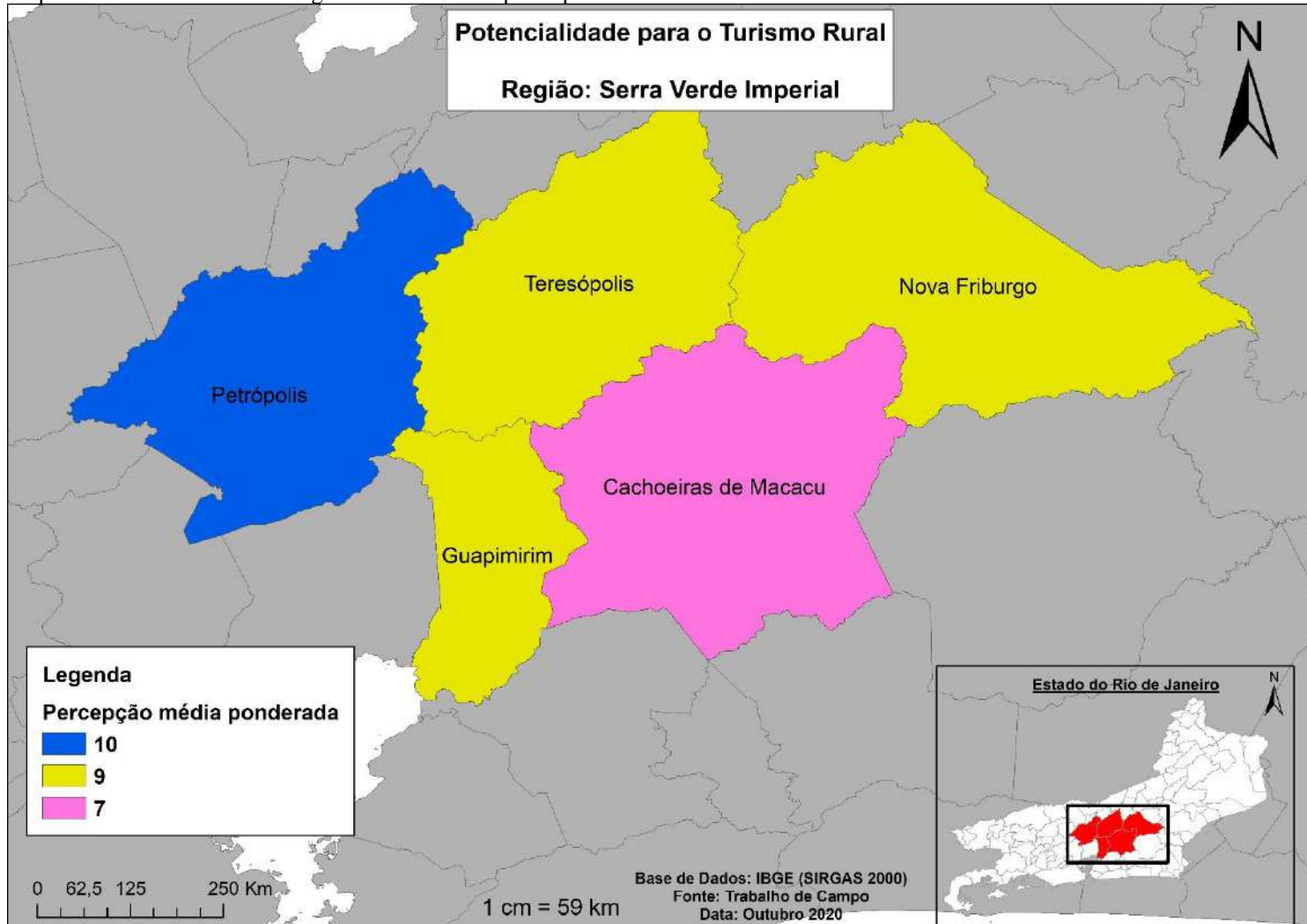
Quadro 90 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Serra Verde Imperial

<b>MUNICÍPIO</b>	<b>SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)</b>	<b>SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)</b>	<b>SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL</b>
<b>Cachoeiras de Macacu</b>	Rural, Ecoturismo, Aventura, Religioso, Histórico, Cultural, Saúde, Esportes, Pedagógico, Aventura	Rural, Ecoturismo, Aventura, Religioso	Ecoterapia, Gastronômico, Histórico
<b>Guapimirim</b>	Rural, Ecoturismo, Aventura, Náutico, Cultural, Ecoturismo, Gastronômico	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Esportes	Histórico, Cultural, Meio Ambiente, Gastronomia
<b>Nova Friburgo</b>	Rural, Ecoturismo, Aventura, Cultural	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Negócios, Eventos, Estudos e Intercâmbio, Esportes, Religioso, Gastronômico, Social	Negócios e Eventos
<b>Petrópolis</b>	Rural, Histórico, Cultural, Ecoturismo, Compras, Gastronômico (incluindo Cervejeiro), Religioso, Esportes, Natureza	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Eventos, Religioso, Gastronômico	Ecoturismo
<b>Teresópolis</b>	Rural, Ecoturismo, Aventura, Gastronômico	Rural, Ecoturismo, Aventura, Eventos, Gastronômico	(Sem resposta)

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

A percepção dos dirigentes municipais de turismo na Serra Verde Imperial é de que a região, de modo geral, é detentora de alta potencialidade para desenvolver o turismo rural, com menos expectativa relacionada a Cachoeiras de Macacu, município também considerado menos vocacionado para o segmento na perspectiva do representante do SEBRAE regional. Quanto ao olhar da representação da IGR, a alta potencialidade para o turismo na região fica por conta dos municípios de Nova Friburgo, Petrópolis e Teresópolis (Quadro 91). A média ponderada dessas percepções, como mostra o Mapa 30, além dos três municípios, inclui Guapimirim como destino de alta relevância para o turismo rural.

Mapa 30 – Potencialidade da Região Serra Verde Imperial para o turismo rural



Fonte: Elaborado pela autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.

Quadro 91 – Potencialidade da Região Serra Verde Imperial para o turismo rural

MUNICÍPIO	PERCEPÇÃO SECRETÁRIOS	PERCEPÇÃO IGRS	PERCEPÇÃO SEBRAE REGIONAL	MÉDIA PONDERADA
Cachoeiras de Macacu	8	6	5	7
Guapimirim	10	7	9	9
Nova Friburgo	9	10	8	9
Petrópolis	10	10	9	10
Teresópolis	10	10	7	9

Fonte: Pesquisa de campo da autora, 2020.

Há indicação de atividades rurais em todos os municípios da região, assim como de atrativos de turismo rural, com agregação de outros temas relacionados à natureza (Quadro 92).

O PDTUR destaca atrativos turísticos de segmentos diversos, em especial ligados à natureza e à cultura, sem grandes referências ao tema rural.

Quadro 92 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Serra Verde Imperial (continua)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS (PDTUR)
Cachoeiras de Macacu	Agricultura, agroindústria, gastronomia, agropecuária, pomares de frutas, criação de equinos, fontes de água mineral	Agricultura, Agroindústria, Agropecuária, Água Mineral, criação de equinos	Parque Estadual dos Três Picos, Parque Temático e Ambiental Terra Santa, Pedra do Colégio, Cachoeira Sete Quedas, Balneário do Guapiaçú, Bairro Boca do Mato, Ruína da Igreja de São José da Boa Morte, Igreja de Santanna
Guapimirim	Pecuária de corte e leiteira, agricultura familiar	Cavalgada, vivência de campo, contato com animais	Mirante da Vista Soberba, Parque Nacional da Serra dos Órgãos sede Guapimirim, Cachoeira da Concórdia, APA Guapimirim, Capela de N.Sª da Conceição da Barreira
Nova Friburgo	Ecoturismo, Turismo de Aventura, <i>Tour</i> da Experiência, produção de flores de corte, hortaliças, morangos, trutas, orgânicos, lúpulo, mel, queijos e derivados de cabra	Plantações de Flores de Corte, de Morangos, de mel, cachoeiras, trilhas, esportes de montanha em geral (escalada, <i>mountain bike</i> )	Praça do Suspiro, Teleférico, Parque Cão Sentado, Nova Friburgo Country Clube, Polos de Moda Íntima, Jardim do Nego, Casa Suíça, Apiário Amigos da Serra, Bairro de São Pedro da Serra, Bairro de Lumiar

Quadro 92 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Serra Verde Imperial (conclusão)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS (PDTUR)
<b>Petrópolis</b>	Visita a plantações de frutas, legumes, verduras e frutas, fábrica de produtos orgânicos, criação de animais, visita a cachoeiras, passeios a cavalo	Produção de hortifrutí, orgânica ou não	Museu Imperial, Museu Casa de Santos Dumont, Palácio de Cristal, Catedral São Pedro de Alcântara, Museu Casa do Colono
<b>Teresópolis</b>	Horticultura, horticultura orgânica, agroindústria, fruticultura, criação de pequenos animais, cultivo protegido, artesanato, etc.	Cachoeiras, cascatas, trilhas, formações rochosas (Mulher de Pedra), Torres de Bonsucesso, Museu do Futuro, Museu José Francisco Lippi, doces e compotas, doces e compotas orgânicos, agricultura orgânica, cachaça, Beer Tour na Cervejaria Petrópolis, Haras com passeios à cavalo e culinária típica, Parque Municipal Montanhas de Teresópolis e Parque Estadual Três Picos, feiras da agricultura familiar, Feira Agroecológica	Parque Nacional Serra dos Órgãos, Cachoeira dos Frades, Parque Municipal Montanha de Teresópolis, Feirinha de Teresópolis, Granja Comary - CBF, Parque Estadual dos Três Picos

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

A região trabalha com o artesanato de modo agregado ao turismo, associando o mesmo ao tema rural, com exceção de Cachoeiras de Macacu.

Há diversos eventos ligados ao turismo rural na região, com pouco destaque dado aos mesmos no PDTUR, onde se privilegia os eventos de cunho cultural (Quadro 93).

Quadro 93 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Serra Verde Imperial (continua)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Cachoeiras de Macacu</b>	Sim (em ações isoladas)	Não	Caminhadas na natureza, Roteiro Histórico	Carnaval, Réveillon, Aniversário do Município
<b>Guapimirim</b>	Sim	Sim	“Festa do Aipim”, Agropecuária (em fase de implantação)	Carnaval, Aniversário da Cidade, Reveillon
<b>Nova Friburgo</b>	Sim	Sim	Festa do Morango com Chocolate, Festa da Flor, Festival de Truta, Festa da Flor de Lúpulo, Festa do Produtor Rural	Carnaval, FEPRO, Aniversário do Município, FEVEST, Festival do Chocolate, Festival da Truta, Natal, Réveillon



Quadro 93 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Serra Verde Imperial (conclusão)

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Petrópolis</b>	Sim	Sim	Exposição Agropecuária, AgroSerra – Da Roça ao Prato, pequenos eventos como exposições e venda de artesanato e produtos rurais	<i>Bauernfest, Bunka-Sai</i> , Serra Serata, Natal Imperial
<b>Teresópolis</b>	Sim	Sim	Festa da Tangerina Pokan, Festa do Produtor Rural, Folia de Reis	ChocoSerra, Abertura Monatanhismo, Festival de Inverno

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

Pode-se dizer que a Serra Verde Imperial é das regiões em que mais se destaca a importância atribuída ao turismo rural no estado do Rio de Janeiro. Há roteiros comercializados, serviços turísticos especializados, e divulgação do segmento (Quadro 94).

Quadro 94 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Serra Verde Imperial

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Cachoeiras de Macacu</b>	Sim (Roteiros de Ecoturismo e Turismo Histórico, ligados ao meio rural através da gastronomia rural, agroindústria e artesanato)	Sim (pouco)	Sim (em fase inicial)	Não
<b>Guapimirim</b>	Sim	Sim (em fase inicial)	Sim (em fase de implantação)	(Sem resposta)
<b>Nova Friburgo</b>	Sim (roteiros de flores de corte, queijos, mel, de morangos; Circuito-Rural de Amparo)	Sim	Sim (poucos)	Sim (folheteria, site e Instagram)
<b>Petrópolis</b>	Sim (cinco roteiros: Bonfim, Brejal, Taquaril, Secretário e Araras-Videiras)	Sim (Brejal - bem desenvolvido; demais - em desenvolvimento)	Sim (através da diretoria de Agricultura da Secretaria de Desenvolvimento Econômico)	Sim (em feiras de turismo)
<b>Teresópolis</b>	Sim	Sim	Sim (receptivos e infraestrutura local, através da comunidade organizada e fazendas com visitação, pousadas, etc.)	(Sem resposta)

Fonte: A autora, 2020.

O perfil do turista atual da região   bastante heterogêneo, e marcado pela busca do contato com a natureza, ecoturismo, aventura, cultura local e experiências no campo. De modo

geral, tem afinidade com o turismo rural (Quadro 95). Ao público potencial somam-se pessoas que buscam por saúde e pesquisas, entre outros interesses.

Como motivação mostram-se relevantes a infraestrutura, tecnologia e serviços ofertados, clima e tranquilidade, cultura, experiências na natureza, destacando-se a paisagem como elemento significativo na escolha de destinos de turismo rural.

Quadro 95 – Perfil e motivações do da Região Serra Verde Imperial (continua)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Cachoeiras de Macacu</b>	Moradores de cidades num raio de 200 Km, que buscam lazer e natureza, estrangeiros para estudo da biodiversidade da Mata Atlântica, Observação de Pássaros, turista religioso e os que procuram as dezenas de Pousadas do município	Não	Público que busca bem estar, ligado a saúde, qualidade de vida, Ecoterapias	Infraestrutura, qualidade dos serviços prestados, tecnologia	Sim
<b>Guapimirim</b>	Classe média; busca de Turismo de Aventura e Rural	Sim	Público de turismo náutico, cultural, observação de pássaros	Contato com a natureza, animais, vivência na plantação, café colonial	Sim
<b>Nova Friburgo</b>	Perfil eclético, demanda regional.	Sim (principalmente da capital)	Público da Região dos Lagos	O relevo, o clima e o cenário diversificado destes destinos	Sim
<b>Petrópolis</b>	Visitante que busca turismo histórico e outros segmentos divulgados, principalmente o Turismo Rural	Sim	Público que busca alimentação orgânica, bem-estar, tranquilidade, qualidade de vida	Localização associada ao campo, aliada a paisagem e infraestrutura para que o turista possa passar o dia tranquilo, com possibilidade de alimentação	Sim

Quadro 95 – Perfil e motivações do da Região Serra Verde Imperial (conclusão)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Teresópolis</b>	Pessoas que buscam tranquilidade, clima, contato com a natureza, e, principalmente ótima gastronomia	Sim	Famílias, terceira idade, turismo de aventura e estudantes (acadêmicos, pesquisadores e crianças para ter contato com a natureza)	Paisagem, relação com a natureza, referência de memórias revivendo experiências passadas, conhecimento, turismo de experiência	Sim

Fonte: A autora, 2020.

Apresentam-se como entraves para o fomento do turismo rural na região, questões relacionadas a: melhoria de infraestrutura; sensibilização sobre a importância do segmento; distâncias a serem percorridas entre atrativos; capacitação (Quadro 96).

São demandas apresentadas por agentes ligados ao setor: ações de mobilização; soluções infraestruturais; integração; divulgação; qualificação profissional.

As parcerias mais necessárias são apontadas como o setor público estadual, *convention bureau*, instituições do sistema “S”, associações diversas.

De modo geral, a região conta com políticas públicas de desenvolvimento do turismo rural.

Quadro 96 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Serra Verde Imperial (continua)

MUNICÍPIO	ENTRAVES DO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS ATUAIS
<b>Cachoeiras de Macacu</b>	Infraestrutura de meios de hospedagens	Mobilização	EMATER, SEBRAE, TURISRIO, INEA	Sim (a Secretaria de Agricultura apoia o empreendedor rural e a sua inserção no turismo)
<b>Guapimirim</b>	Conscientização dos proprietários sobre a importância desse segmento para geração de renda; melhoria da sinalização e de acesso às propriedades	Infraestrutura	Secretaria de Agricultura, Associação Comercial, Secretaria do Ambiente e Secretaria de Cultura	Sim

Quadro 96 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Serra Verde Imperial (conclusão)

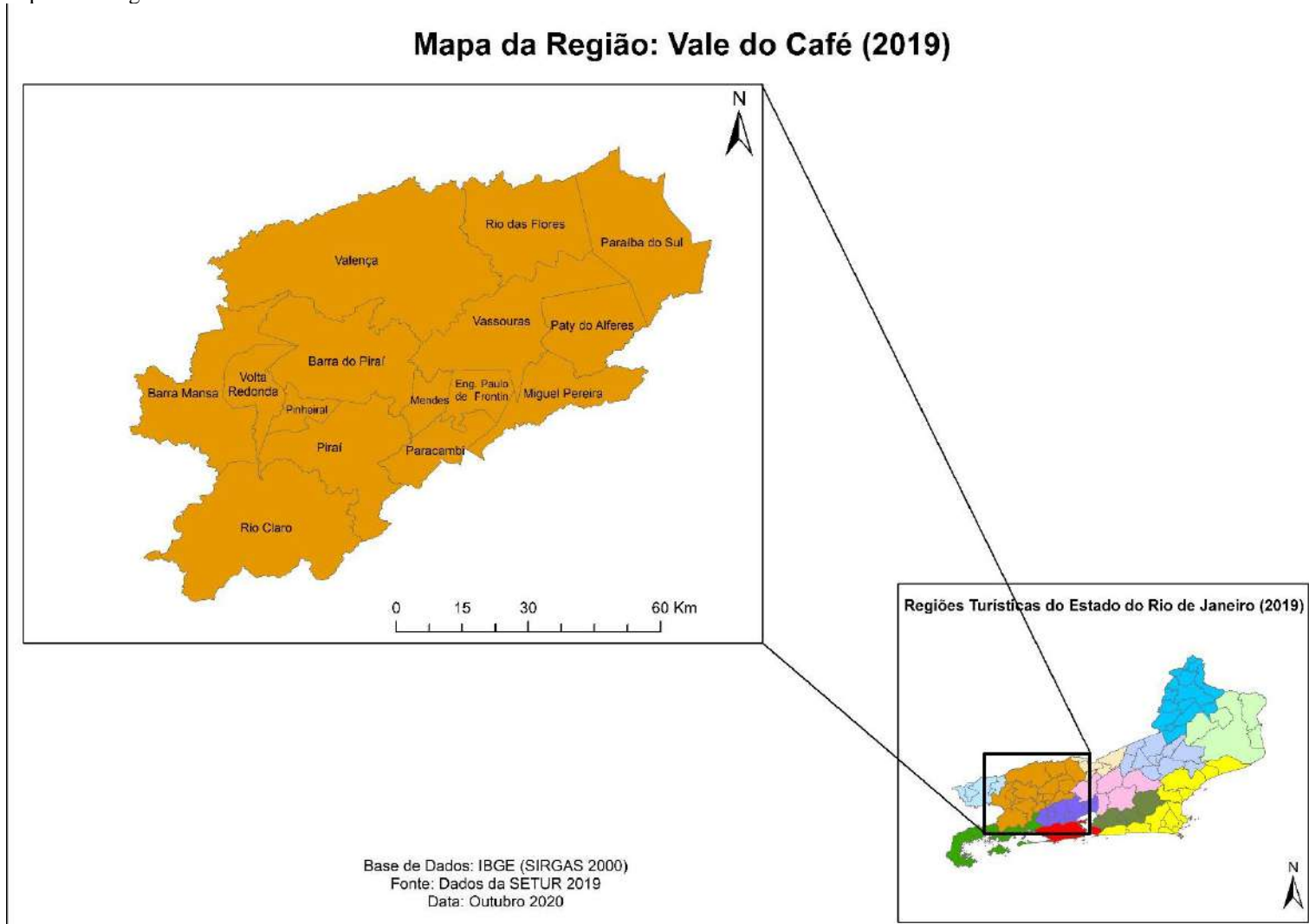
MUNICÍPIO	ENTRAVES DO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS ATUAIS
<b>Nova Friburgo</b>	Infraestrutura adequada (como Centro de Convenções, Parque de Exposições), estradas, sinalização adequadas	Melhoria de infraestrutura (estradas, sinalização), capacitação técnica, redução da burocracia para legalização de empreendimentos	SEBRAE, EMATER, EMBRAPA, Secretaria de Agricultura, Secretaria de Ambiente, <i>Convention Bureau</i> , ACIANF (Associação Comercial de Nova Friburgo), Associações de bairros e distritos (incluindo moradores, comerciantes e produtores)	Sim (ações e articulações em andamento)
<b>Petrópolis</b>	Distância entre atrativos (grandes fazendas distantes umas das outras, que despendem tempo grande de deslocamento entre elas); falta de receptivos locais	Divulgação e organização entre todos os entes interessados	Associações de guias, artesãos, empresas de turismo receptivo, Secretaria de Turismo, de Desenvolvimento Econômico e de Meio Ambiente	Sim (em desenvolvimento)
<b>Teresópolis</b>	Falta de sinalização, necessidade de treinamento de condutores locais e de capacitação dos produtores para o atendimento ao turista	Mais divulgação (em fase final de elaboração do Mapa do Turismo Rural), cursos de aperfeiçoamento, sinalização dos atrativos e das fazendas participantes	EMATER, UERJ (Turismo), SENAR, SEBRAE, SENAC	Não (em fase de estudo para implementação de ações)

Fonte: A autora, 2020.

### 3.1.11 Região Vale do Café

A Região Vale do Café é formada por 13 municípios: Barra do Piráí, Barra Mansa, Engenheiro Paulo de Frontin, Mendes, Miguel Pereira, Paracambi, Paty do Alferes, Paraíba do Sul, Pinheiral, Piráí, Rio Claro, Rio das Flores, Valença, Vassouras e Volta Redonda, como se vê no Mapa 31.

Mapa 31 – Região Vale do Café



Fonte: A autora, a partir de dados da SETUR (2019); desenho cartográfico C. A. Silva.

A área territorial, a população e o IDH dos municípios que compõem a região podem ser observados no Quadro 97. Todos esses municípios participaram da pesquisa de campo que fundamenta este trabalho, como também enviaram informações para atualização do PDTUR.

Quadro 97 – Aspectos gerais da Região Vale do Café

MUNICÍPIO	ÁREA (Km <sup>2</sup> )	POPULAÇÃO (2019)	IDH (2010)
<b>Barra do Piraí</b>	584.610	100.374	0,733
<b>Barra Mansa</b>	547.133	184.412	0,729
<b>Engenheiro Paulo de Frontin</b>	139.381	14.002	0,722
<b>Mendes</b>	95.324	18.614	0,736
<b>Miguel Pereira</b>	287.933	25.538	0,745
<b>Paracambi</b>	190.949	52.257	0,720
<b>Paraíba do Sul</b>	571.118	44.285	0,702
<b>Paty do Alferes</b>	314.341	27.769	0,671
<b>Pinheiral</b>	82.254	25.156	0,715
<b>Piraí</b>	490.255	29.277	0,708
<b>Rio Claro</b>	846.797	18.529	0,683
<b>Rio das Flores</b>	478.783	9.284	0,68
<b>Valença</b>	1.300.767	76.523	0,738
<b>Vassouras</b>	536.073	36.896	0,714
<b>Volta Redonda</b>	182.105	273.012	0,771

Fonte: A autora, a partir de dados do IBGE, 2020.

Todos os municípios da região foram incluídos no Mapa do Turismo Brasileiro de 2019 e estão categorizados conforme exposto no Quadro 98 seguir.

Quadro 98 – Categorização dos municípios da Região Vale do Café (continua)

MUNICÍPIO	CATEGORIA/CLUSTER 2019
<b>Barra do Piraí</b>	B
<b>Barra Mansa</b>	C
<b>Engenheiro Paulo de Frontin</b>	C
<b>Mendes</b>	D
<b>Miguel Pereira</b>	C

Quadro 98 – Categorização dos municípios da Região Vale do Café (conclusão)

<b>MUNICÍPIO</b>	<b>CATEGORIA/CLUSTER 2019</b>
<b>Paracambi</b>	C
<b>Paraíba do Sul</b>	C
<b>Paty do Alferes</b>	D
<b>Pinheiral</b>	D
<b>Piraí</b>	C
<b>Rio Claro</b>	D
<b>Rio das Flores</b>	D
<b>Valença</b>	B
<b>Vassouras</b>	C
<b>Volta Redonda</b>	B

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do MTUR, 2019.

O Portal da SETUR (2020) destaca a história do Vale do Café, associada ao Ciclo do Café nos séculos XVIII e XIX, o que legou à região importante arquitetura rural, casarões, fazendas e senzalas, entre elas: Fazenda do Secretário, em Vassouras; Fazenda Vista Alegre, em Valença; Fazenda do Paraíso, em Rio das Flores.

Conservatória, distrito de Valença, é reconhecida como capital da seresta, por conduzir músicos e turistas pelas ruas ao som de canções e modinhas. Ali encontra-se o Museu da Seresta, com o maior acervo desse estilo musical do país, e o Museu da Música inaugurado em 2000, com peças que contam a história da Música Popular Brasileira.

A culinária típica compõe a gastronomia regional, rica em pães, bolos, doces, biscoitos, frutas, laticínios e derivados, baseada em alimentos produzidos nas próprias fazendas. A região hoje tem plantio de cafés especiais em algumas fazendas.

Há outras informações disponíveis no Portal da SETUR (2020) sobre os atrativos dos municípios, além das que constam como indicações originárias da atualização do PDTUR e da pesquisa de campo vistas a seguir.

Segundo o prognóstico do PDTUR (TURISRIO, 2001), todos os municípios da região, à exceção de Volta Redonda e Barra Mansa, foram considerados, naquela ocasião, como vocacionados para o turismo rural, compondo a CTR II. Apenas o município de Paraíba do Sul foi alocado na CTR IV com outros municípios (Areal, Comendador Levy Gasparian, Guapimirim, Magé, Petrópolis, São José do Vale do Rio Preto, Sapucaia, Teresópolis e Três Rios).

No PDITS (SETUR, 2010), o segmento apontado como mais relevante para a região Vale do Café é o turismo cultural, seguido dos segmentos rural e ecoturismo, com vistas a serem trabalhados em curto prazo. Para aquele estudo, a área de abrangência da região era formada pelos municípios de Vassouras, Valença, Barra do Piraí e Rio das Flores.

No Caderno de Turismo (Gomes, 2010), os municípios Barra do Piraí, Barra Mansa, Engenheiro Paulo de Frontin, Mendes, Paraíba do Sul, Pinheiral, Piraí, Rio das Flores, Rio Claro, Valença, Vassouras e Volta Redonda compõem a área turística Vale do Café e apresentam como marca principal os elementos histórico e rural. Como marcas secundárias, destacam-se: em Paraíba do Sul, estância hidromineral; em Rio Claro e Rio das Flores, o caráter ecológico. Miguel Pereira e Paty do Alferes formam a área turística Serra de Turismo Consolidado, tendo como marca principal o elemento ecológico, e como marca secundária, o caráter rural. O município de Paracambi, conforme o caderno, está na área turística da Baixada Fluminense, e tem como marca principal o elemento histórico/cultural.

Note-se que o turismo rural está informado como um dos principais segmentos da região em 13 dos 15 municípios (todos, excetuam-se Mendes e Volta Redonda), considerando as indicações dos secretários municipais de turismo e do PDTUR.

Diversos segmentos são citados como agregadores ao turismo rural, desde histórico, cultural, aventura, gastronômico, pesca, entre outros temas, como aeromodelismo (Quadro 99).

Quadro 99 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Vale do Café (continua)

MUNICÍPIO	SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL
<b>Barra do Piraí</b>	Rural, Histórico, Ecoturismo	Rural, Ecoturismo, Cultural, Eventos, Gastronômico	Histórico, Cultural, Ecoturismo
<b>Barra Mansa</b>	Rural, Negócios, Religioso, Aventura	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Negócios, Eventos, Religioso, Gastronômico	Aventura, Aeromodelismo
<b>Engenheiro Paulo de Frontin</b>	Rural, Histórico	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Eventos, Religioso	Aventura, Histórico, Esportes (ao ar livre)
<b>Mendes</b>	(Sem resposta)	Cultural, Eventos, Esportes, Religioso, Gastronômico, Social	(Sem resposta)



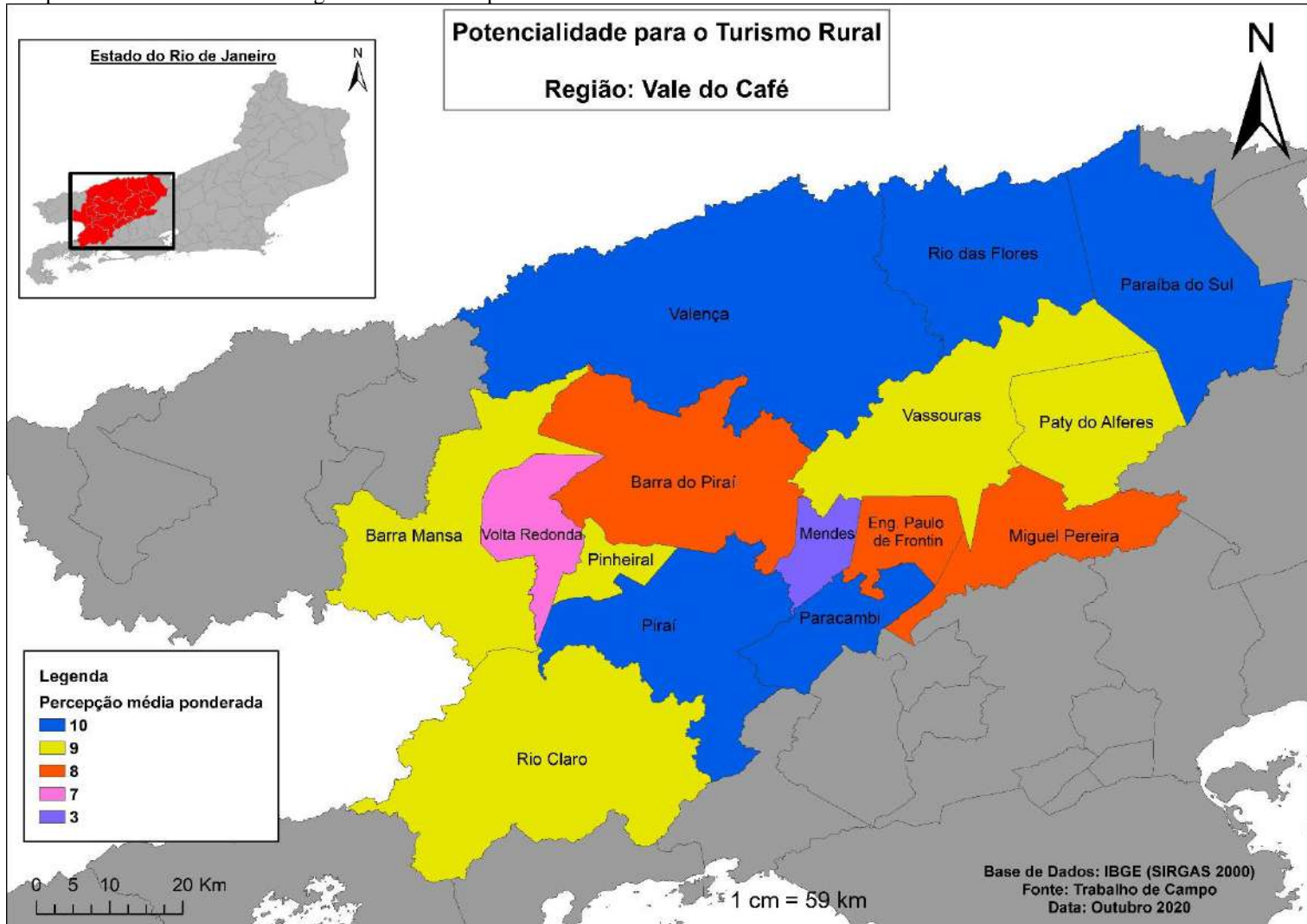
Quadro 99 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR na Região Vale do Café (conclusão)

MUNICÍPIO	SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL
<b>Miguel Pereira</b>	Rural, Aventura, Ecoturismo, Gastronômico, Natureza, Cultural	Ecoturismo, Cultural, Eventos, Esportes, Contemplativo	Gastronomia, Cultural, Aventura
<b>Paracambi</b>	Rural, Ecoturismo, Histórico, Negócios	Rural, Ecoturismo, Cultural, Negócios, Eventos, Estudos e Intercâmbio	Ecoturismo, Aventura
<b>Paraíba do Sul</b>	Cultural, Ecoturismo, Religioso	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Religioso, Gastronômico, Saúde	Esportes
<b>Paty do Alferes</b>	Rural, Cultural, Histórico, Gastronômico, Ecoturismo	Rural, Ecoturismo, Cultural, Religioso	Fazendas, Comércio local, pontos a serem agregados em roteiros, agências e guias
<b>Pinheiral</b>	Rural, Histórico, Cultural, Religioso, Gastronômico	Eventos, Religioso, Gastronômico	Prédios históricos, praças e movimentos culturais como o Jongo e a Capoeira
<b>Piraí</b>	Rural, Eventos, Cultural	Rural, Cultural, Negócios, Gastronômico, Saúde	Esportes, Cultura, Gastronomia
<b>Rio Claro</b>	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Pesca	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Pesca, Esportes	Ecoturismo, Cultural, Aventura, Pesca
<b>Rio das Flores</b>	Histórico, Cultural	Rural, Ecoturismo, Cultural, Aventura, Pesca, Esportes	Religioso, Pedagógico, Esportes
<b>Valença</b>	Rural, Educacional, Saúde, Cultural	Rural, Cultural, Eventos, Religioso	Rural, Urbano, Religioso, Universitário, Histórico, Aventura
<b>Vassouras</b>	Histórico, Cultural, Esportes, Educacional	Rural, Cultural	Histórico, Cultural, Ecoturismo, Cicloturismo, Gastronomia, Artesanato
<b>Volta Redonda</b>	Negócios, Compras, Histórico, Gastronômico, Ecoturismo, Eventos	Cultural, Negócios, Eventos, Estudos e Intercâmbio, Esportes, Gastronômico, Saúde	Todos os segmentos existentes no município

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

A percepção dos dirigentes locais do setor aponta alta potencialidade para o turismo rural no Vale do Café em dez dos quinze municípios da região, encontrando-se boas possibilidades em mais quatro municípios. Na verdade, apenas em Mendes não se verifica possibilidades significativas para o fomento do turismo rural (Mapa 32).

Mapa 32 – Potencialidade da Região Vale do Café para o turismo rural



Fonte: A autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.

Atente-se que, na maior parte das vezes e de modo geral, o olhar dos representantes da IGR e do SEBRAE regional é mais positivo do que a percepção de alguns secretários municipais de turismo (Quadro 100).

Quadro 100 – Potencialidade da Região Vale do Café para o turismo rural

MUNICÍPIO	PERCEPÇÃO SECRETÁRIOS	PERCEPÇÃO IGRS	PERCEPÇÃO SEBRAE REGIONAL	MÉDIA PONDERADA
Barra do Pirai	7	9	10	8
Barra Mansa	9	9	10	9
Eng. Paulo de Frontin	7	9	8	8
Mendes	0	3	7	3
Miguel Pereira	7	9	9	8
Paracambi	10	9	9	10
Paraíba do Sul	10	9	10	10
Paty do Alferes	9	9	10	9
Pinheiral	8	9	10	9
Pirai	10	9	10	10
Rio Claro	8	9	10	9
Rio das Flores	10	9	9	10
Valença	10	9	10	10
Vassouras	9	9	10	9
Volta Redonda	6	5	10	7

Fonte: A autora, 2020.

Na maioria dos municípios, há indicação de atividades rurais as mais diversas, às quais são associadas, ademais, atividades relativas a outros segmentos, notadamente de cunho ecológico e cultural.

Destacam-se no Vale do Café, como atrativos turísticos indicados tanto pelos secretários municipais de turismo, quanto no PDTUR, as fazendas e patrimônios históricos e culturais, produtos derivados de atividades rurais, além de uma ampla variedade de equipamentos de lazer e de atividades na natureza (Quadro 101).

Quadro 101 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Vale do Café (continua)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
Barra do Pirai	(Sem resposta)	Fazendas históricas (com atividades rurais)	Fazendas Históricas, Aldeia das Águas, Estações Ferroviárias, Igrejas de São Benedito e de Santanna

Quadro 101 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Vale do Café (continuação)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Barra Mansa</b>	Pecuária leiteira e de corte (fazendas e sítios), turismo de aventura (Fazenda Santana do Turvo)	Visitação às Fazendas Bocaina, Santo Antônio, Fazenda da Posse, Fazenda Crisciuma, Fazenda Santana do Turvo, Fazenda Sertãozinho, Fazenda Renascer	Fazendas e Monumentos Históricos, Gastronomia, Turismo Rural, Parque Centenário, Igreja Matriz S. Sebastião, Parque Saudade, Palácio Barão de Guapi, Prédio Moinho, Parque da Cidade
<b>Engenheiro Paulo de Frontin</b>	Trilhas, arborismo, tirolesa, passeio a cavalo, ciclismo em trilhas (pelos hotéis fazenda)	Trilhas, arborismo, tirolesa, passeio a cavalo, passeios ciclísticos em trilhas	Igrejas, Estações Ferroviárias, Parque Municipal Lago Azul, Orquidário Municipal, Hotéis e Pousadas
<b>Mendes</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Café, Cachaça e Chorinho; Fazendas Históricas; pequenos pontos turísticos
<b>Miguel Pereira</b>	Caminhadas, esportes, cavalgadas, pesca esportiva, festas populares, café colonial (oferecido nas fazendas)	Lago de Javary, Museu Francisco Alves, ITA - Instituto Terra de Pesquisa Ambiental, Memorial, Fazenda Santa Cecília, Igreja Matriz de Santo Antônio, Feira de Artesanato da Estação de Portela, Feira de Artesanato da Estação de Miguel Pereira, Museu Ferroviário de Miguel Pereira e Trem Turístico (a serem reativados), Viaduto de Paulo de Frontin, Cachoeiras de Vera Cruz, Capela dos Escravos	Lago de Javary, Lagoa das Lontras, Gruta dos escravos, trilhas de <i>bike</i> e caminhada, cachoeiras, eventos (shows, Feira Nacional do Artesanato)
<b>Paracambi</b>	Pecuária, Piscicultura, Agricultura Familiar, Cafeicultura	Propriedades rurais na Serra de Paracambi (Serra das Araras e parte do corredor Tinguá-Bocaina) e em semi-planície circundada por montanhas	Prédios históricos; Cia. Têxtil Brasil Industrial (1ª tecelagem do país); Igreja de N. S <sup>a</sup> Conceição; Estação Ferroviária; Propriedades rurais; Cicloturismo; Ecoturismo; Parque Natural Municipal do Curió (em reabertura); Arboreto da Fábrica (a instalar)
<b>Paraíba do Sul</b>	Passeios ecológicos, visitação a patrimônios históricos, culturais e religiosos	Hotéis-Fazenda, eventos religiosos, feiras culturais e artesanais	Igrejas, Casarões e Palacetes do sec. XVIII, Parque de Águas Minerais Salutaris, Vinícola Inconfidência, Alambiques de Cachaça Artesanal e orgânica, Museu Histórico de Tiradentes, Estação de Trem com Museu Iconográfico
<b>Paty do Alferes</b>	Feira Agroecologia, alambiques, laticínios, trilhas	Feira Agroecologica, alambiques, laticínios, trilhas	Igreja Matriz de N.S <sup>a</sup> da Conceição, Aldeia de Arcozelo, Praça da Estação, Caminho do Imperador, Cachoeira da Maravilha, Museu da Cachaça, Centro Cultural, Casa do Artesão, Fazendas rurais, Alambiques, Fazenda Manga Larga, Pesque Pague, Mini Zoo

Quadro 101 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Vale do Café (continuação)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Pinheiral</b>	Feira de produtores rurais nos bairros, com exposição e venda de artesanato (semanal)	História do município (Ciclo do Café), Fazendas e Prédios históricos, Ruínas (Fazenda dos Pinheiros), Estação Ferroviária, capelinhas (fé católica), gastronomia, Feira de Produtores Rurais, patrimônios culturais imateriais (Jongo, capoeira, Folia de Reis)	Ruínas do Casarão (antiga sede do município), Estação Ferroviária, Biblioteca, Grupo de Jongo, Capoeira, Artesanato
<b>Piraí</b>	Festas com cavalgadas, atividades agrícolas permanentes; propriedades rurais que fazem seus próprios produtos como: leite, mel	Área grande de estradas vicinais e locais que facilitam o Turismo Rural	Eventos e hotéis fazenda
<b>Rio Claro</b>	Atividades diversificadas, atividades pecuárias e agrícolas	Paisagem e beleza dos cenários, possibilidade de integração com outras atividades e segmentos	Pedra do Bispo; Trilha para o Sertão dos Hortelãs e da Prata; Rio Piraí; Áreas de Pesca nos afluentes do Rio Piraí; Cachoeira Três Quedas; RPPN Sítio Fim da Picada; Cachoeira do Sebastião Marinho ; Cachoeira da Lage; Cachoeira de Santana ; Represa de Ribeirão das Lajes; Açude da Fazenda da Grama ; Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos; Casa da Cultura Manoel Gonçalves de Souza Portugal; Igreja Matriz de Nossa Senhora da Piedade; Busto de Fagundes Varela; Monumento a Fênix; Centro Cultural de Lídice; Casarão do Comendador Breves; Igreja de São Joaquim da Grama; Ponte Bela
<b>Rio das Flores</b>	Produção agrícola familiar (pequenas propriedades rurais sem ligação específica com o turismo)	Produção agrícola sem agrotóxicos, doces e compotas	Fazendas Históricas do Vale do Café
<b>Valença</b>	Atividades diversificadas, bacia leiteira, grande atividade agropecuária (plantio de pimentas, milho, etc.)	Fazendas históricas (Ciclo do Café), de rebanho de gado, agronegócio, natureza (cachoeiras, picos, montanhas e florestas), Fazenda União Carvalheira, alambique e produção de cachaça	Arquitetura histórica, atrativos naturais e música (seresta)

Quadro 101 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural na Região Vale do Café (conclusão)

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Vassouras</b>	Ampla zona rural, mas pouquíssimas atividades desse segmento; fazendas históricas do Ciclo do Café (apelo mais histórico-cultural do que agroturístico); fazendas de orgânicos, produção de cachaça, pesque e pague e atividades pedagógicas realizadas por fazendas e hotéis	Hotéis Fazenda (EcoResort, Cavarú, Galo Vermelho, Folhas Verdes), Fazenda Santa Eufrásia (cultivo de café), Fazenda União Carvalheira (Alambique e produção de cachaça), Hotel Fazenda Galo Vermelho (trilhas, colhe e pague e atividades pedagógicas), Feira do Produtor Rural	Fazendas Históricas, Museu Casa da Hera, Memorial do Trem, Centro Histórico, Casa de Cultura
<b>Volta Redonda</b>	Cidade mais industrial e urbana, mas com áreas rurais de produção leiteira e agrícola; produção de orgânicos e de artesanatos	Comercialização e produção de orgânicos (três feiras semanais), Fundação Beatriz Gama (desenvolvimento das famílias do Setor Rural), Fundação Beatriz Gama (uma das maiores propriedades rurais da região, com horta na fazenda e polo de piscicultura), artesanato, festival anual da Economia Solidária, feiras de artesanato mensais	Zoo VR, Estádio Raulino de Oliveira, Praça Brasil, Kartodromo

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

De modo geral, o artesanato é associado ao turismo e ao turismo rural. Há indicação de eventos relacionados ao turismo rural e outros ligados ao tema, sendo alguns, mas não todos, reconhecidos no PDTUR (Quadro 102) .

Quadro 102 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Vale do Café (continua)

MUNICÍPIO	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Barra do Pirai</b>	Não	Não	Exposição Agropecuária (mas sem integração com o Turismo Rural)	Ipiabas <i>Blues e Jazz</i> , Ipiabas <i>Rock In Cover</i> , Festival da Tilápia, Exposição Agropecuária do Sul Fluminense

Quadro 102 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Vale do Café (continuação)

MUNICÍPIO	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Barra Mansa</b>	Sim	Sim	Torneio Leiteiro nos 5 distritos (Antônio Rocha, Floriano, Santa Rita de Cassia, Rialto e Amparo)	Datas comemorativas; Feiras de Artesanato; FLUMISUL (principal Feira de Negócios do Sul fluminense); Folia de Reis; Festas Religiosas; Paixão de Cristo; Arena da Viola; Carnaval; Clube do Rock & Blues; Estação Gastronômica; Afro Saberes e Feira Afro; Aniversário da Cidade; Dia e Semana da Capoeira; Festa da Colônia; Semana da Conscientização Negra; Mostras e Festas Culturais
<b>Engenheiro Paulo de Frontin</b>	Sim	Não	Feira do Produtor Rural	Carnaval; Café, Cachaça e Chorinho; Festa do Trabalhador; Festas Juninas nos Bairros; Festa do Produtor Rural; Festa da Padroeira; Aniversário da Cidade; Natal
<b>Mendes</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Carnaval; Café, Cachaça e Chorinho; Festa de São Cristóvão; Dia do Choro
<b>Miguel Pereira</b>	Sim	Sim	Festas regionais que valorizam tradições e cultura	Miguel Pereira Folia, Carnaval, Festival de Inverno, Festas dos Padroeiros - Santo Antônio (1º Distrito), Nossa Senhora da Glória (2º Distrito), Nossa Senhora de Santana (3º Distrito), Mundial de Vôlei de Praia, Feira Nacional do Artesanato, festejos de Natal e réveillon
<b>Paracambi</b>	Sim	Sim	Passeio ciclístico pela área rural (bimestral), promovido pela Associação de Ciclistas	Carnaval; Encontro Nacional de Motociclistas; Feira Cultural; Marathon Paracambike de Mountain Bike; Festa dos Padroeiros; Aniversário da Cidade
<b>Paraíba do Sul</b>	Sim	Sim	Sebollas é Agro, Sebollas Cultural	Aniversário da Cidade, Exposição Agropecuária, Festa da Matriz de São Pedro e São Paulo, Festa e procissão de Santo Antônio
<b>Paty do Alferes</b>	Sim	Não	Eventos com participação de empreendedores do ramo (produtores de cachaça, laticínios, etc.)	Festa do Tomate, Festa do Doce, Semana Santa, Festa do Cavalo, Expo Orquídeas e Bromélias
<b>Pinheiral</b>	Sim	Sim	Feira de produtores	Carnaval, Dia do Jongô, Aniversário da cidade, Arraiá da Amizade, Festa de Sant'Anna Padroeira do Jongô, Festa da Cultura Negra, Festa da Padroeira

Quadro 102 – Artesanato, eventos turísticos e rurais na Região Vale do Café (conclusão)

MUNICÍPIO	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
<b>Piraí</b>	Sim	Sim	Festas rurais (Cavalgada, Festa do Pangaré, Forró e feiras agropecuárias)	Piraí Festival
<b>Rio Claro</b>	Não	Não	Feira da Roça, Aniversário do município (exposição agropecuária e torneio leiteiro)	Carnaval (Rio Claro, Lídice e Passa Três); Paixão de Cristo; Aniversário de Rio Claro; Festa da Paz em Lídice; Semana Cultural Fagundes Varela; Festa de Nossa Senhora da Piedade; Festa da União em Passa Três
<b>Rio das Flores</b>	Sim	Sim	Tradicional festas das capelas em área rural	Aniversário da cidade, Festa da Cultura Rural, Festa da Padroeira, Festa de Santos Reis, Carnaval
<b>Valença</b>	Sim	Sim	(Sem resposta)	Encontro de Folia de Reis, Festa de Nossa Senhora da Glória
<b>Vassouras</b>	Não	Não	Cavalgadas e exposições equinas	Café, Cachaça e Chorinho; Festival da Cerveja; Festival Vale do Café; Festival da Cachaça; Flor Atlântica
<b>Volta Redonda</b>	Sim	Sim	Evento de Economia Solidária e algumas ações da Prefeitura em auxílio à comercialização de produtos orgânicos	Feira da Primavera, eventos privados sem data certa

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

A estruturação e comercialização de roteiros turísticos praticamente não existe na região, a não ser pela indicação de poucas iniciativas, de modo geral ligadas ao turismo histórico-cultural (em razão das fazendas históricas). Há notas, também, de serviços especializados em hospedagem, alimentação e informações turísticas em alguns municípios, mas a divulgação do turismo rural é, praticamente, inexistente (Quadro 103).

Quadro 103 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Vale do Café (continua)

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Barra do Piraí</b>	Sim (Circuito de Turismo Rural de Ipiabas)	Não	Sim (meios de hospedagem e locais para alimentação)	(Sem resposta)



Quadro 103 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural na Região Vale do Café (conclusão)

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
<b>Barra Mansa</b>	Não (em fase de revisão)	Não	Centro de Informações Turísticas (em organização)	Não
<b>Engenheiro Paulo de Frontin</b>	Sim (oferecidos pelos Hotéis Fazenda)	Sim	Não	Não
<b>Mendes</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>Miguel Pereira</b>	Não	Não	Sim	Sim (Redes Sociais e divulgação boca a boca)
<b>Paracambi</b>	Não (apenas visitação de sítios e fazendas)	Não	Sim	Não
<b>Paraíba do Sul</b>	Não	Não	Sim	(Sem resposta)
<b>Paty do Alferes</b>	Não (em desenvolvimento)	Não	Sim	Não
<b>Pinheiral</b>	Não (em desenvolvimento)	Não	Não	Não
<b>Piraí</b>	Não	Não	Não	Não
<b>Rio Claro</b>	Não	Não	Não	Não
<b>Rio das Flores</b>	Não (apenas roteiros de turismo histórico cultural)	Não	Não	Não (apenas Redes Sociais para divulgar eventos)
<b>Valença</b>	Sim (fazendas históricas)	Sim	Sim (Hotéis fazenda)	(Sem resposta)
<b>Vassouras</b>	Sim (Tour da Experiência Caminhos do Brasil Imperial)	Sim	Não	Não
<b>Volta Redonda</b>	Não	Não	Não	Não

Fonte: A autora, 2020.

Quanto ao perfil do turista atual, a região Vale do Café recebe, principalmente, grupos de familiares e de amigos, pessoas que buscam experiências no campo e o contato com a natureza, e turistas de negócios em Volta Redonda. Observa-se que todos eles possam ter afinidade com o turismo rural. A esse grupo, acrescentam-se pessoas ligadas ao ecoturismo, esportes, escolas e a tantos outros interesses que podem atrair turistas potenciais para experiências em turismo rural (Quadro 104).

As indicações de motivação para o turismo rural destacam atributos da natureza e da cultura local, experiências rurais, eventos em espaço rural, roteiros e serviços bem estruturados, além da paisagem, elemento considerado diferenciador nas escolhas de destinos de turismo rural.

Quadro 104 – Perfil e motivações do turista da Região Vale do Café (continua)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Barra do Piraí</b>	Grupos familiares que buscam, principalmente, o distrito de Ipiabas.	Sim	Público com interesse em questões ambientais, Ecoturismo, associação com agroecologia e produção orgânica	Paisagem, tranquilidade, contato com atividades rurais, troca de experiências com a população local	Sim
<b>Barra Mansa</b>	Público de turismo rural ou negócios; busca pela natureza, aventura; idosos; estudiosos de fauna e flora	Sim	Público LGBT, casamentos (eventos e festas), busca por atividades ao ar livre, no campo; plantio de hortaliças (Stª Rita)	Segurança, convivência com a natureza, pessoas que querem saber como é o dia a dia de uma fazenda	(Sem resposta)
<b>Engenheiro Paulo de Frontin</b>	Famílias de diferentes configurações e faixas etárias, casais, grupos de amigos	Sim	Atletas, esportistas, apreciadores da natureza, escoteiros	Estrutura hoteleira e espaços para a realização das atividades de turismo rural	Sim
<b>Mendes</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>Miguel Pereira</b>	Pessoas que gostam do contato com a natureza	Sim	Pessoas que querem estar dentro do meio rural, que gostam de calma e amam a natureza	Tranquilidade e contato com a natureza, além de socialização e conhecimento de novas culturas	(Sem resposta)
<b>Paracambi</b>	(Sem resposta)	Sim	(Sem resposta)	Paisagem e infraestrutura	Sim
<b>Paraíba do Sul</b>	Pessoas e/ou famílias que procuram a tranquilidade e a desaceleração do dia a dia	Sim	(Sem resposta)	Busca por repouso físico/mental, tranquilidade, acomodações em hotéis-fazendas, contato com a natureza	(Sem resposta)
<b>Paty do Alferes</b>	Perfil familiar	Sim	É preciso apenas aumentar a demanda	Clima, paisagem, experiência da vida no campo	Sim
<b>Pinheiral</b>	(Sem resposta)	Sim	Público do turismo rural (pessoas de cidades da região, da capital e de outros estados)	Promoção de eventos (festas e festivais) em espaços rurais - festas juninas, festivais de queijos e vinhos; visita para crianças conhecerem animais, criações e plantações	Sim

Quadro 104 – Perfil e motivações do turista da Região Vale do Café (conclusão)

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INFLUÊNCIA DA PAISAGEM
<b>Piraí</b>	Pessoas em busca de descanso e tranquilidade	Sim	Que gostam de esportes radicais	Contato com a natureza, agricultura e tradições locais, hospedagem domiciliar em ambiente rural e domiciliar	(Sem resposta)
<b>Rio Claro</b>	Grupos com perfis e origens variadas; turistas/visitantes atraídos pelo patrimônio natural (água e floresta), mas não há pesquisas	Sim	(Sem resposta)	Paisagem, características das atividades rurais e das propriedades/instalações	Sim
<b>Rio das Flores</b>	Público diverso, em busca de destinos mais tranquilos e sem grande concentração de turistas	Sim	Escolas (turismo pedagógico e de experiência), famílias com crianças	Tranquilidade, bucolismo associado à experiência/vivência e hábitos locais, público com crianças e pessoas em busca de descanso	(Sem resposta)
<b>Valença</b>	Melhor idade; aventura; jovens.	Sim	Diversos públicos	História do município, infraestrutura, capacidade de o município mostrar a sua riqueza	(Sem resposta)
<b>Vassouras</b>	Grupos de terceira idade; famílias.	Sim	Escolas, através do turismo pedagógico no meio rural	Fuga da rotina das grandes cidades, busca por contato com a natureza	Sim
<b>Volta Redonda</b>	Turista de negócios, que visita a cidade por motivos profissionais, mas que está à procura de atividades e serviços na cidade	Sim	Pessoas interessas em roteiros e dicas do que fazer e comprar na cidade	Roteiros estruturados, com atrativos divulgados, produtos formatados e disposição dos turistas, para visitação, compra de produtos, sinalização e informações claras na internet	Sim

Fonte: A autora, 2020.

As maiores dificuldades quanto ao fomento do turismo rural ficam por conta da falta de: interesse de proprietários pelo segmento; capacidade técnica de gestão; estruturação e mapeamento de possibilidades; capacitação; infraestrutura de acesso; investimentos. Destacam-se das demandas: apoio na resolução de questões de infraestrutura; capacitação; comunicação; promoção de eventos e ações de comercialização (Quadro 105). As parcerias indicadas como mais importantes são: instituições do setor público estadual; universidades; sindicatos; associações; sistema “S”; e instâncias de governança. De modo geral, não há políticas públicas locais para o fomento do turismo rural no Vale do Café.

Quadro 105 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Vale do Café (continua)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Barra do Pirai</b>	Definição de roteiros atrativos voltados para o segmento (que depende do interesse dos proprietários abrirem suas portei-ras para receber esse tipo de público)	Não há reivindicações específicas, pois o segmento não está estruturado; Ipiabas possui problemas de infraestrutura (trecho de acesso ao distrito), déficit de saneamento, ausência de sinalização turística	Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, Associação Rural Sul Fluminense, SEBRAE	Não
<b>Barra Mansa</b>	Falta de direção dada por técnicos capacitados para dar direcionamentos ao município	Falta de conhecimento e direcionamento para a criação de roteiros; informações do Estado para desenvolver atividades nas propriedades	TURISRIO, Sindicato de Hotéis, SEBRAE	Sim (mas não foram colocadas em prática)
<b>Engenheiro Paulo de Frontin</b>	Estruturação e mapeamento dos espaços; capacitação dos envolvidos na realização da modalidade turística	Capacitação e estruturação	Hotéis	Não
<b>Mendes</b>	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)	(Sem resposta)
<b>Miguel Pereira</b>	Problemas de acessibilidade	Acessibilidade, sinalização específica, promoção de seminários, simpósios e conferências	Agências de Turismo, Secretarias Municipais e iniciativa privada	Não
<b>Paracambi</b>	Investimento financeiro	Melhores condições das estradas	UFRRJ, IFRJ – Campus Paracambi, IFRJ – Campus Eng. Paulo de Frontin, ICM-Bio	Sim (reformulação da Lei Municipal, implantação do COMTUR e do Fundo Municipal de Turismo)

Quadro 105 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Vale do Café (continuação)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS
-----------	---------------------------	-------------------------------	-----------------------	--------------------

				<b>LOCAIS</b>
<b>Paraíba do Sul</b>	Instalação de modalidades de esportes que permitam a prática do turista	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Sim
<b>Paty do Alferes</b>	Desânimo dos responsáveis pelos pontos turísticos, pois a demanda é muito pequena	Elo de comunicação entre o poder público e os responsáveis pelos pontos turísticos	(Sem resposta)	Não (em fase de elaboração)
<b>Pinheiral</b>	Falta de recursos para a promoção de eventos e divulgação	Promoção de eventos, divulgação	Igreja Católica, Associações de Capoeira, Blocos de Carnaval, Associação Jongueira	Não (em fase de planejamento)
<b>Piraí</b>	Integração, verbas, investimentos, vontade política	Estrada Rural em péssimas condições e iluminação pública	Secretarias estaduais de Turismo, Cultura, órgãos da Secretaria de Agricultura e Light	Não
<b>Rio Claro</b>	Falta de entendimento das partes envolvidas (poder público e iniciativa privada e do produtor) sobre o real papel de cada um no processo; execução e acompanhamento de um planejamento para a atividade; investimento da iniciativa privada e dos produtores	Não há diálogo com os produtores, pois o foco ainda não é o turismo rural; mas essas reivindicações passariam por melhorias nas estradas e capacitação	Prefeitura Municipal, Governo Estadual, Sindicato Rural, EMATER, Instituições de Crédito, SENAR	Não
<b>Rio das Flores</b>	Estudo e mapeamento de áreas potenciais, capacitação e conhecimento técnico, adesão e interesse dos produtores rurais, dificuldade (econômica) dos proprietários e produtores rurais em adequar estrutura e produtos a serem ofertados aos visitantes, necessidade de orientação e preparação dos mesmos, dificuldade de acesso (estradas de terra)	No momento não há registro formal	SEBRAE, Secretarias de Estado e Municipal de Agricultura e Associação de Turismo local	Não

Quadro 105 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR na Região Vale do Café (conclusão)

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	POLÍTICAS PÚBLICAS LOCAIS
<b>Valença</b>	Investimentos públicos e privados; grande impacto da crise financeira	Infraestrutura, apoio, logística, cidade limpa, organizada, sinalizada, água de boa qualidade conforto, segurança	Fundação Dom André Arco Verde (mantenedora da faculdade de Medicina Veterinária e seus projetos)	Sim (apenas voltadas para os planos nacional e estadual de turismo)
<b>Vassouras</b>	Qualificar os donos de propriedades rurais para desenvolver atividades turísticas	Não existe qualquer movimento nesse sentido	Secretarias de turismo, agricultura e meio ambiente, EMBRAPA, Rio Rural	Não
<b>Volta Redonda</b>	Falta de empreendedores na área (município industrial e urbano, sem grandes áreas rurais)	Auxílio na comercialização de produtos	EMATER, UFF, CMDRS – Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável	Não (apenas a “Feira de orgânicos” semanal)

Fonte: A autora, 2020.

### 3.1.12 Região Metropolitana

A Região Metropolitana é formada pela capital do estado, Rio de Janeiro, e pela cidade de Niterói, como se vê no Mapa 33.

A área territorial, a população e o IDH dos municípios que compõem a região podem ser observados no Quadro 106.

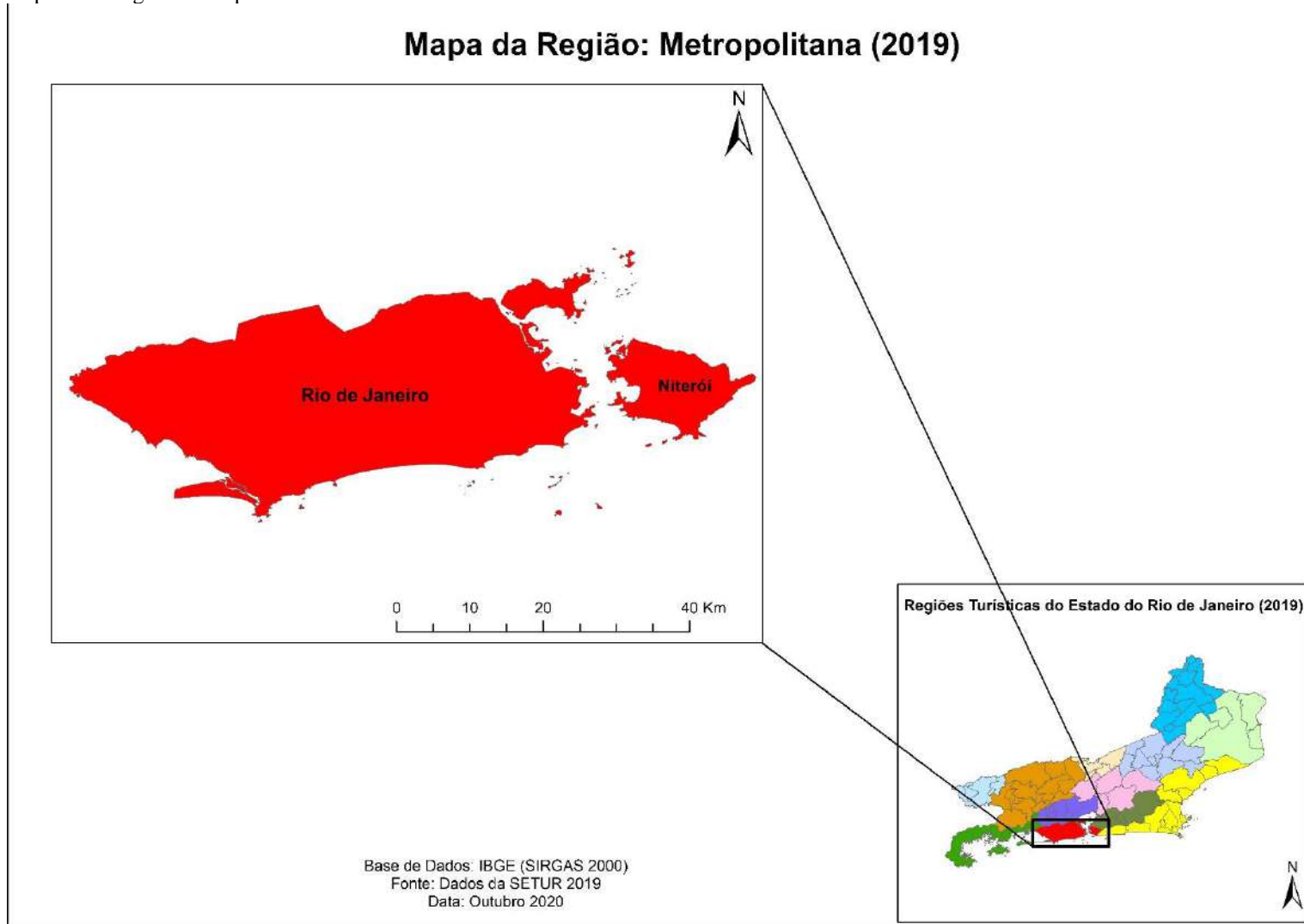
A cidade do Rio de Janeiro não faz parte do universo de pesquisa deste trabalho e, portanto, não haverá informações sobre o turismo rural relacionadas à capital do estado.

Quadro 106 – Aspectos gerais da Região Metropolitana

MUNICÍPIO	ÁREA (Km <sup>2</sup> )	POPULAÇÃO (2019)	IDH (2010)
<b>Niterói</b>	133.757	513.584	0,837
<b>Rio de Janeiro</b>	1.200.329	6.718.903	0,799

Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do IBGE, 2020.

Mapa 33 – Região Metropolitana



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da SETUR (2019); desenho cartográfico C. A. Silva.

Como indica o Portal da SETUR (2020), Niterói é a segunda cidade do mundo com a maior quantidade de obras projetadas pelo arquiteto Oscar Niemeyer.

Os fortes são conhecidos na cidade e visitados com frequência, como a Fortaleza de Santa Cruz da Barra, com acervo de 45 canhões dos séculos XVIII e XIX, e capela datada de 1612.

Outro atrativo é o Parque da Cidade, no alto do morro da Viração, a cerca de 270 metros de altitude, com mirante e vista panorâmica das diversas lagoas e praias oceânicas.

No Mapa do Turismo Brasileiro, a cidade do Rio de Janeiro está categorizada como “A” e Niterói como “B”.

Conforme o PDTUR (TURISRIO, 2001), Niterói não consta como relevante para integrar as áreas vocacionadas para o turismo rural, como foram levantadas naquela ocasião.

Niterói compõe com o Rio de Janeiro uma das áreas de abrangência do PDITS (SETUR, 2010), para a qual aquele estudo aponta como mais bem consolidados os segmentos turísticos sol e praia, e negócios e eventos.

O segmento vocacionado para ser desenvolvido em curto prazo é indicado como o turismo cultural; em médio prazo, o turismo náutico; e em longo prazo, esportes.

Os segmentos turísticos indicados como principais no município são: sol e praia, cultura e esportes, seguidos de ecoturismo, estudos e intercâmbio, gastronômico e saúde, esses, apontados pelo levantamento de atualização do PDTUR (Quadro 107).

Quadro 107 – Principais segmentos turísticos e segmentos agregadores de valor ao TR em Niterói, na Região Metropolitana

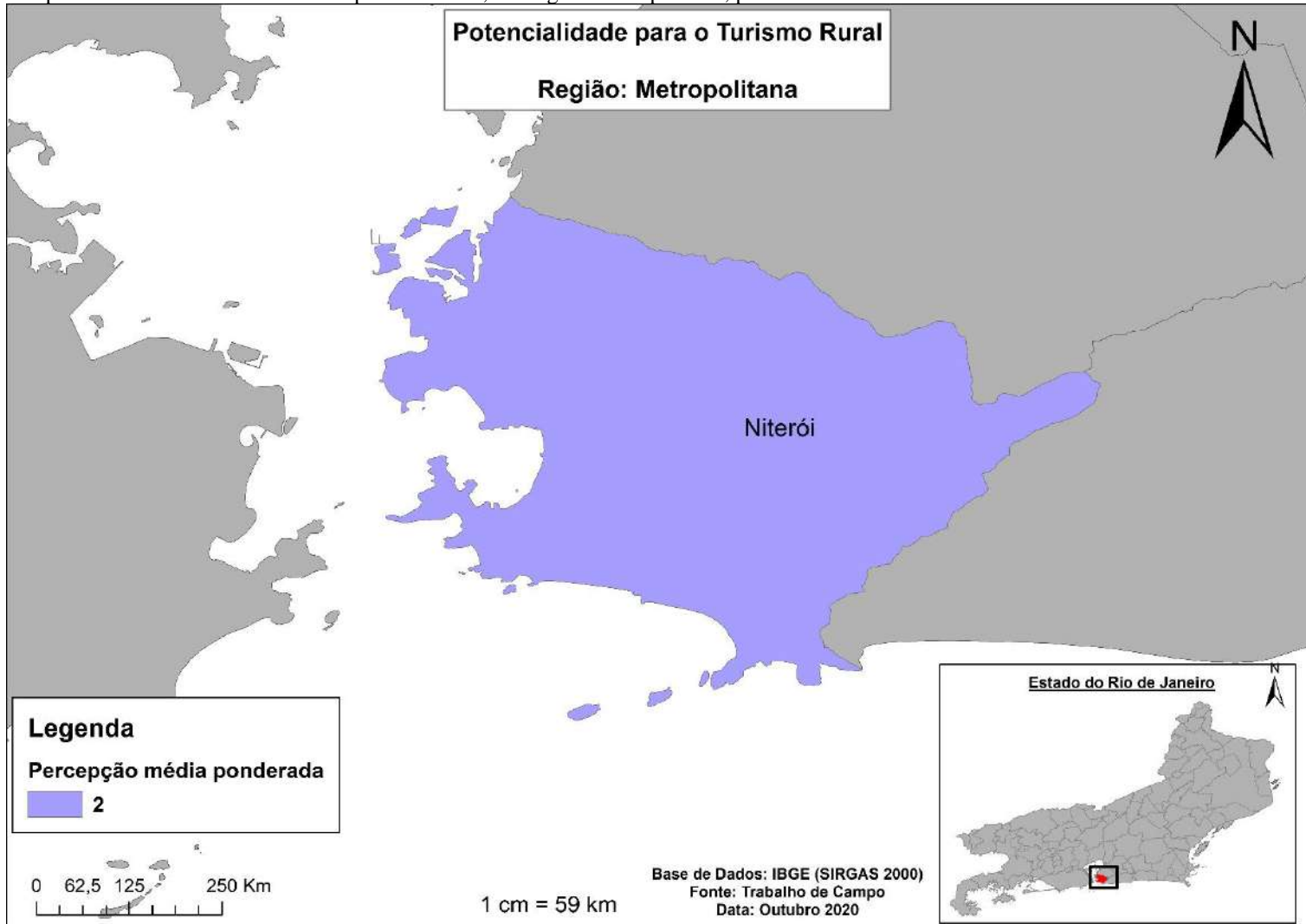
MUNICÍPIO	SEGMENTOS TURÍSTICOS (SECRETÁRIOS)	SEGMENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)	SEGMENTOS DE VALOR PARA O TURISMO RURAL
Niterói	Sol e Praia, Cultura, Esportes	Ecoturismo, Cultural, Sol e Praia, Estudos e Intercâmbio, Esportes, Gastronômico, Saúde	Ecoturismo, Aventura, Cultural

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

De modo geral, a percepção dos respondentes da pesquisa é de que Niterói tem baixa vocação para o turismo rural (Mapa 34).



Mapa 34 – Potencialidade do município de Niterói, na Região Metropolitana, para o turismo rural



Fonte: Elaborado pela autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.

O olhar do representante do SEBRAE regional é de que Niterói tem baixa vocação para esse segmento. As percepções do dirigente da empresa de turismo local, bem como do representante da IGR Metropolitana são de que Niterói não tem, praticamente, nenhuma potencialidade para o turismo rural (Quadro 108).

Quadro 108 – Potencialidade de Niterói, na Região Metropolitana

MUNICÍPIO	PERCEPÇÃO SECRETÁRIOS	PERCEPÇÃO IGRS	PERCEPÇÃO SEBRAE REGIONAL	MÉDIA PONDERADA
Niterói	1	1	6	2

Fonte: A autora, 2020.

Conforme o prognóstico do PDTUR (TURISRIO, 2001), Niterói não apresentava interesse para o turismo rural e no Caderno de Turismo (GOMES, 2010) consta, ao lado da capital Rio de Janeiro, como área turística e marca principal na categoria diversificado, designada para o território com grande apelo e interesse turístico.

Embora o turismo rural não tenha sido apontado como relevante em Niterói, inaugurou-se, em 2020, um complexo nomeado Parque Rural, para o que há possibilidades de atividades relacionadas ao tema (Quadro 109).

Quadro 109 – Atividades rurais, atrativos turísticos e de turismo rural em Niterói, na Região Metropolitana

MUNICÍPIO	ATIVIDADES RURAIS	ATRATIVOS DE TURISMO RURAL	ATRATIVOS TURÍSTICOS INDICADOS NO PDTUR
Niterói	Uma antiga área de 10 mil metros quadrados de uso indefinido foi direcionada para a edificação do Parque Rural, no Engenho do Mato, na Região Oceânica. O bairro surgiu da partilha da Fazenda Engenho do Mato. Sua implementação se iniciará durante o 1º trimestre deste ano, com o prazo de estimado de um ano para a sua construção e tem como objetivo incentivar a vocação rural do bairro, estimulando novos negócios. <sup>54</sup>	O Parque Rural, grande área destinada especificamente para esse segmento	MAC, Caminho Niemeyer, Parque da Cidade, Fortaleza de Santa Cruz, Praia, de Itacoatiara e Parque Estadual da Serra da Tiririca

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

O Quadro 110 mostra que o artesanato está associado ao turismo no município, e é interessante observar a expectativa que parece ser gerada com o projeto do Parque Rural, inclusive para a realização de eventos associados a esse tema.

<sup>54</sup> O Parque Rural de Niterói estava em construção por ocasião da pesquisa, e foi inaugurado em 26/10/2020. Disponível em <https://www.facebook.com/watch/?v=1098067637292032>. Acesso em: 27 out. 2020.

Quadro 110 – Artesanato, eventos turísticos e rurais em Niterói, na Região Metropolitana

MUNICÍPIO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO	ARTESANATO ASSOCIADO AO TURISMO RURAL	EVENTOS DE TURISMO RURAL	EVENTOS TURÍSTICOS (PDTUR)
Niterói	Sim (através da Cada do artesanato, vinculada à Secretaria de Cultura)	(Sem resposta)	Não, mas com a expectativa do Parque Rural, diversos eventos poderão ser associados ao local	(Sem resposta)

Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020.

Evidentemente, se o turismo rural não é trabalhado no município, não existem roteiros, serviços específicos ou divulgação desse segmento turístico (Quadro 111), embora se preveja a promoção do Parque Rural através de redes sociais, folhetos nos Centros de Atendimento ao turista e feiras de turismo.

Quadro 111 – Roteiros, serviços e divulgação do turismo rural em Niterói, na Região Metropolitana

MUNICÍPIO	ROTEIROS DE TURISMO RURAL	ROTEIROS DE TURISMO RURAL COMERCIALIZADOS	SERVIÇOS DE TURISMO RURAL	DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL
Niterói	Não	Não	Não	Não (será desenvolvida quando o produto estiver pronto)

Fonte: Pesquisa de campo da autora, 2020.

O Quadro 112 apresenta o perfil do turista atual de Niterói, mas não houve resposta quanto ao perfil do turista potencial. Pela maior motivação apontada em relação à escolha desse segmento, resta saber qual será o turista esperado no Parque Rural recém inaugurado.

Quadro 112 – Perfil e motivações do turista de Niterói, na Região Metropolitana

MUNICÍPIO	TURISTA ATUAL (PERFIL)	AFINIDADE TURISMO RURAL	TURISTA RURAL POTENCIAL	MOTIVAÇÃO PARA TURISMO RURAL	INLUÊNCIA DA PAISAGEM
Niterói	Turistas corporativos, oriundos de serviços associados às plataformas de petróleo	(Sem resposta)	(Sem resposta)	Economia agrícola, fazendas históricas, plantações	(Sem resposta)

Fonte: Pesquisa de campo da autora, 2020.

Atribui-se que a maior dificuldade para o fomento do turismo rural em Niterói seja a extensão da área considerada urbana do município (Quadro 113), e continuam sobre o Parque Rural as expectativas de que o tema venha a ser interessante para a cidade, abrindo as portas para novas parcerias.

Quadro 113 – Painel de entraves, demandas, parcerias necessárias e políticas públicas para o TR em Niterói, na Região Metropolitana

MUNICÍPIO	ENTRAVES AO FOMENTO DO TURISMO RURAL	DEMANDAS PARA O TURISMO RURAL	PARCERIAS IMPORTANTES	EXISTÊNCIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS
Niterói	No caso de Niterói, a área é muito pequena	Há conhecimento recente sobre projeto de equitação para crianças (muito restrito)	Poderão surgir novos interesses/projetos a partir da inauguração do Parque Rural de Niterói	Não

Fonte: A autora, 2020.

### 3.2 Alguns exemplos e notas adicionais

Adicionalmente, vale ressaltar que há ações e projetos em curso que procuram desenvolver iniciativas de turismo rural no estado como, por exemplo, o projeto mais atual do SEBRAE, com o mote “Vivencie o turismo rural no Rio”<sup>55</sup> para roteiros lançados em 2019 contemplando oito destinos no estado: Angra dos Reis, Ipiabas (Barra do Piraí), Cantagalo, Guapimirim, Santa Maria Madalena, Nova Friburgo, Paraty e Trajano de Moraes<sup>56</sup>.

Na Costa Verde, em Angra dos Reis, o roteiro oferece “uma experiência além das ilhas” no Sertão de Mambucada, que inclui atividades como visita a sítios com vivências orgânicas, moenda de café, degustação, horta orgânica, canteiros circulares e comida da roça, complementadas por trilhas, tirolesa, cavalgada e *rafting*.

Em Paraty, o roteiro prevê passeios de barco, visita a piscinas naturais, reservas indígenas, alambiques, culinária caiçara, entre outras experiências.

Em Ipiabas, distrito de Barra do Piraí, o roteiro oferece visitas a fazendas históricas, gastronomia de fogão a lenha, conhecimento do processo de plantio e colheita de café, degustação de queijos, doces, chocolates, compra de artesanato, trilhas e passeios de *jeep*.

Na região Caminhos da Serra, o SEBRAE incluiu três destinos em seu projeto de apoio ao turismo rural: Cantagalo, Santa Maria Madalena e Trajano de Moraes.

<sup>55</sup> Disponível em <http://turismoruralrj.com.br/> (acesso em 18.09.2020).

<sup>56</sup> Guia disponível em <http://turismoruralrj.com.br/o-guia/> (acesso em 18.09.2020).

Os roteiros apresentam elementos histórico-culturais e paisagísticos, fabricação e degustação de cachaça, gastronomia, lazer, pesca amadora, caminhadas ecológicas, artesanato, visita a fazendas e experiências rurais.

Os municípios de Guapimirim e Nova Friburgo foram incluídos nos roteiros do SEBRAE na região Serra Verde Imperial.

Em Guapimirim, o circuito apresenta visita a currais de pesca, alambiques e cultivos de orgânicos, observação de aves e de botos-cinza, trilhas, cachoeiras, experiências ecológicas e rurais.

Em Nova Friburgo, o roteiro elegeu o distrito de Amparo, propondo visitas a sítios, experiências com plantio e colheita de orgânicos, plantação de lúpulo e cervejaria artesanal, trilhas, degustação de quitutes e artesanato.

Além do projeto do SEBRAE (do qual a SETUR e a TURISRIO constam como parceiras, mas sem efetiva participação na fase de concepção), tem-se notícia de outros estudos e projetos que buscam o desenvolvimento do turismo rural no estado do Rio de Janeiro sendo gestados em universidades, institutos técnicos, outras entidades do sistema “S”, como o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), e em outros órgãos da esfera estadual, como a Secretaria de Estado de Agricultura e suas vinculadas, EMATER e Fundação Instituto de Pesca do Rio de Janeiro (FIPERJ).

Historicamente, a SETUR e a TURISRIO vêm mantendo algumas parcerias com essas instituições públicas estaduais e com o SEBRAE, embora falte muito a avançar no sentido de uma integração mais efetiva desses esforços.

Há iniciativas empreendedoras e modelares, exemplos a serem observados com maior cuidado em etapas posteriores e desdobradas desta tese, como os circuitos rurais de Santa Maria Madalena, Paty do Alferes, Rio Bonito, Tanguá, Altos da SerraMar, Secretário e Sebollas, além de destinos já consagrados na região Vale do Café e na Serra Verde Imperial.

São muitos os exemplos de projetos empreendedores em turismo rural no estado, dos quais destacam-se alguns que, oportunamente, foram observados em visitas de campo procedidas nesta pesquisa, ou captados em entrevistas pontuais, com o propósito de ilustrar reflexões e possibilidades.

É importante considerar que este levantamento se deu antes da COVID-19, cabendo investigar que estratégias foram postas em curso para a sustentabilidade daqueles empreendimentos.

### 3.3 Mais setas no caminho: reflexões e proposições

#### 3.3.1 Ponderações sobre alguns achados

A partir dos resultados obtidos nesta pesquisa, verifica-se a vocação do estado do Rio de Janeiro para o desenvolvimento do turismo rural.

Considerando as percepções dos secretários municipais de turismo, bem como os dados de atualização do PDTUR (SETUR, 2019), 70 dos 89 municípios fluminenses participantes desta investigação apresentam o turismo rural como um dos principais segmentos turísticos naquelas localidades (Mapa 35).

Ficam de fora desse apontamento as seguintes cidades: na região Águas do Noroeste, Aperibé, Santo Antônio de Pádua e São José de Ubá; na região Agulhas Negras, Resende; na região Baixada Verde, Nilópolis e São João de Meriti; na região Caminhos Coloniais, São José do Vale do Rio Preto e Três Rios; na região Caminhos da Mata, São Gonçalo; na região Costa do Sol, Armação dos Búzios, Arraial do Cabo, Cabo Frio, Macaé e Saquarema; na região Costa Verde, Angra dos Reis; na região Metropolitana, Niterói; na região Vale do Café, Mendes e Volta Redonda.

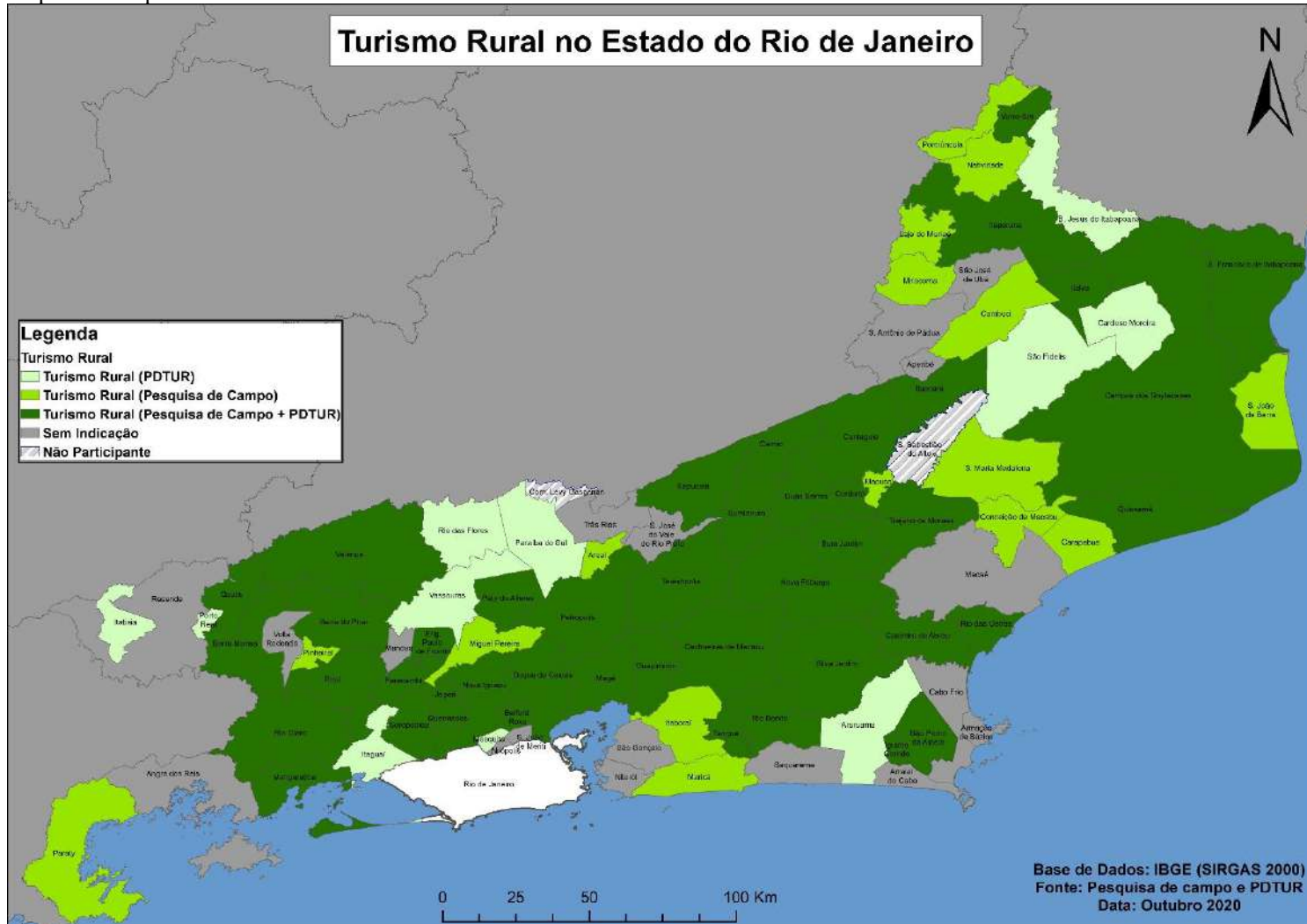
Todos os municípios da Costa Doce e da Serra Verde Imperial indicaram o turismo rural como um dos segmentos mais relevantes daquelas regiões.

Deve-se chamar a atenção para a sinalização da presença do agroturismo nos municípios de Quatis, Silva Jardim, Macuco, Santa Maria Madalena e Carapebus, e que não está representada no mapa de referência.

Observe-se que, o fato de não haver, nesta fotografia que se tira do estado, indicação de desenvolvimento do turismo rural em determinado território, não significa que essa alternativa não possa vir a ser fomentada.

Denota ser o caso, em especial, de Resende e São José do Vale do Rio Preto, com grau 9, na percepção de potencialidade para o turismo rural; e, podem servir à reflexão, em certa medida, as indicações de grau 7 atribuídas a Aperibé, Santo Antônio de Pádua, Volta Redonda e Angra dos Reis, levando-se ainda em conta que esse último município contou, recentemente, com apoio do SEBRAE em projeto para fomento do turismo rural.

Mapa 35 – Mapa do turismo rural no estado do Rio de Janeiro.



Fonte: Pesquisa de campo da autora e dados de atualização do PDTUR, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva

Pode-se perceber que houve expansão da área de zoneamento do turismo rural registrada pelo PDTUR em 2001, em comparação ao mapeamento atual, quando não se reconheciam alguns municípios como zonas de interesse para esse segmento turístico. Exemplos disso são municípios da Baixada Verde, Costa Verde e Agulhas Negras. O aumento de 60 para 70 municípios de interesse para o turismo rural, entretanto, não é uma conta simples de se fazer.

É interessante examinar que vários municípios elencados no zoneamento do PDTUR, em 2001, como vocacionados para o turismo rural, não tiveram o segmento indicado na pesquisa atual como relevante para o território: na região Águas do Noroeste, Aperibé, Santo Antônio de Pádua, São José de Ubá; na região Caminhos Coloniais, São José do Vale do Rio Preto e Três Rios; na região Costa do Sol, Macaé e Saquarema; na região Vale do Café, Mendes. Os municípios que não responderam a essa pesquisa, Comendador Levy Gasparian e São Sebastião do Alto também foram identificados, em 2001, como áreas de interesse para o turismo rural (TURISRIO, 2001).

Há muitas reflexões possíveis de serem feitas em relação ao painel que se apresenta e, talvez, uma das mais relevantes seja sobre não haver entendimento claro sobre o que é, ou o que se quer chamar, turismo rural, na perspectiva de diferentes agentes ligados ao setor. Ao que parece, é possível que, em alguns casos, ao indicar o desenvolvimento do turismo rural no município, haja referência, de fato, ao turismo no espaço rural, onde as marcas de outros segmentos podem ser muito mais fortes (como do ecoturismo, do turismo de natureza e do turismo de aventura).

A falta de clareza quanto a essas questões mais conceituais é reforçada pelas respostas apresentadas acerca das atividades rurais, e de atrativos rurais do município, quando se vê a indicação de atividades que podem ser agregadas ao turismo rural, mas que não seriam especificamente rurais, ou de turismo rural. Isto é endossado em projetos de divulgação de roteiros no espaço rural que incluem atividades de turismo rural (“Vivencie o turismo rural no Rio”, do SEBRAE, e outros). Esse parece ter sido o apontamento de alguns entrevistados sobre a possibilidade de o turismo rural ser melhor apropriado como segmento agregado a outros de maior peso no caso do estado do Rio de Janeiro, compondo roteiros integrados.

Outra questão importante a considerar diz respeito à resistência que algumas lideranças locais possam ainda ter em relação ao turismo rural. Embora observado em poucos casos, esse comportamento pode indicar certo preconceito com o termo rural, advindo de representações equivocadas do campo como lugar de pobreza e de atraso, contraposto à cidade, rica e adiantada. Nas entrelinhas das respostas, pode-se ler, eventualmente, a definição de rural pelo viés da escassez, algo que soa menor, conforme denuncia Carneiro (2008). É evidente que essa



impressão não se estende àqueles municípios notadamente sem aptidão para o turismo rural, como é o caso de Nilópolis, por exemplo. Contudo, ainda que existam arestas a acertar em relação a turismo rural e turismo no espaço rural como categorias próximas, parece não haver dúvida sobre o estado do Rio de Janeiro merecer políticas públicas direcionadas ao desenvolvimento dessas perspectivas, mas verifica-se que faltam muitos elementos necessários para o cumprimento prático e exitoso dessa expectativa.

As reflexões trazidas por diversos autores (SANTOS, 2001; WOODS, 2011; DIRY, 2004; FERRÃO, 2000) ajudam a vencer o emparedamento do rural pelo urbano nesta análise, bem como a clarear o dualismo geográfico observado por Claval (2007) que marca as paisagens e as forças de dominação nas cidades e no campo.

Os sentidos diferentes atribuídos ao que vem a ser ruralidade ficam expostos na pesquisa de campo, quando se apresentam resultados para as atividades rurais que mesclam agricultura e pecuária com cavalgadas, festas típicas e visitas a cachoeiras.

Cristóvão (2002) havia reforçado a ampliação das possibilidades do rural no contexto de uma multifuncionalidade contemporaneamente assumida, que permite incluir atributos de natureza e cultura em larga escala, e que dialoga com diversos segmentos do turismo. Por outro lado, Solla (2018) traz a marca do rural essencial, diga-se assim, onde a vista que alcança as paisagens e o movimento da economia fazem distinguir diferenças entre o campo e a cidade, fundamentadas pelo modo de vida e pelas práticas de trabalho. Lembre-se que, no caso do Brasil, a onda de desmembramentos municipais complicou ainda mais esse quadro, quando foram criadas artificialidades urbanas em espaços rurais (RODRIGUES, 2003).

Em outros casos, a revalorização das estruturas culturais próprias das comunidades rurais de que fala Martins (2000) resgata a dignidade do campo, onde o turismo não pode mais se estabelecer soberanamente, sem que haja um aceno explícito de que ali seja bem-vindo.

O campo não é *playground*, como disse Woods (2011), mas lugar de encontro e de relações (SANTOS, 2006), com poder de criação e de ressignificação. É nesse sentido que transcorrem as reflexões nesta investigação.

No encorajamento para se estabelecerem linhas de força no espaço rural, a proposta de integração de Mantino (2014) é reforçada pelo MTUR no que se refere à lógica da regionalização, notadamente pelo empenho, nem sempre funcional, na ativação de instâncias de governança regionais e municipais.

Outra questão a ser vista é que não só o rural não foi engolido pela urbanização (MORMONT, 2015; CARNEIRO, 2008), sendo revalorizado, como em face das expectativas geradas no contexto do pós-COVID-19 fica, por vezes, supra dimensionado em seus possíveis

encantos e esperança reparadora de tensões e de tristezas, como já havia sinalizado Veiga (2004).

Guardadas as particularidades, mesmo quando tênues, que se reservam aos espaços rural e urbano, interessa buscar o casamento feliz do campo e da cidade proposto por Veiga (2004), ainda que haja conflitos necessários para se chegar ao amadurecimento dessa relação. Este deve ser alimentado, fundamentalmente, pela inclusão da sustentabilidade nos debates, orientando a valorização, inclusive econômica, da natureza, pelo turismo rural.

Essa assunção do rural como espaço híbrido (WOODS, 2009) diz respeito a um plexo de possibilidades que são permanentemente negociadas. E é no esteio desse novo rural (SILVA, 2011; RUA, 2006) que surge o turismo rural, filho dileto da conexão campo-cidade, e que deve ser bem alimentado para atender à sua missão, nem sempre simples, de pluriatividade.

Sim, os territórios podem buscar recursos em suas edificações histórico-culturais e sociais para se manifestarem turisticamente (CRUZ, 2006) e, talvez, esse pressuposto, por si só, auxilie a fazer algumas constatações nesta pesquisa. Mas, com tudo isso, o turismo rural ainda não aconteceu no estado do Rio de Janeiro, a despeito de empreitadas corajosas e de iniciativas valorosas que caminham praticamente sozinhas. Como disse Ayrton Violento, são mesmo as pessoas que podem ou não fazer toda a diferença.

Importa aprender com as lições do MTUR, sob a referência de uma construção documental e prática importante, para sondar os aprendizados trazidos de passos acertados e de alguns desencontros, na aplicação de políticas que buscaram apoiar ou fomentar o turismo rural no Brasil.

Verifica-se que o Rio de Janeiro foi percussor das institucionalidades do turismo no país (LIMA, 2014), acenando com o entendimento de que as políticas públicas têm papel fundamental na orientação das ações de planejamento do setor (BENI, 2008). Do mesmo modo, o estado esteve ativo em todos os programas encetados pelo MTUR, desde o PNMT, PRT, PRODETUR e outros mais, como descrito no capítulo 2. No entanto, observa-se uma série de dificuldades na consolidação dessa intenção. Por que?

Se o turismo pode provocar a (des)organização injusta dos territórios, tem também a força de responder a crises mundiais e, como a fênix, muitas vezes, se ergue das cinzas. É o que ilustram trechos da história de Portugal, Espanha, Grécia e Itália. Há, sim, estratégias para que o turismo possa responder, positivamente, às comunidades que apostam no setor, como mostrou Coriolano (2006). Mas por que caminho?

Afinal, o que animaria os fluxos do turismo rural no estado do Rio de Janeiro? Ao resgatar a veia de comunicação desse fenômeno, como mostrou Wainberg (2003), talvez se

possa descobrir, por detrás da possibilidade desses novos movimentos, a vontade de o turista dar uma olhadela que fuja ao comum e ao superficial, e abra, quem sabe, janelas para um turismo mais humano, como queria Krippendorf (2001).

Importante ressaltar que se deva tomar por base, no caso do Rio de Janeiro, a referência das regiões turísticas, cuja importância da governança tem sido insistentemente apregoada pelos programas nacionais (MTUR, 2010) e mesmo pela SETUR. Ao mesmo tempo, não se pode perder de vista as considerações de Boullón (2006) a respeito da descontinuidade dos territórios turísticos, ou seja, não é possível singularizar uma área formada por diversos territórios. Isto ensinará algumas proposições que seguem neste trabalho ao observar as densidades de atrativos para o turismo rural, além de outros elementos. Trazendo as considerações de Boullón (2006) e de Santos (2006), e tomando, assim, por reflexão, a descontinuidade dos territórios turísticos e a existência dos territórios-rede, é importante acautelar sobre o não engessamento de roteiros turísticos que seriam mais enriquecidos se fossem livres para transbordar os limites geográficos das regiões, sendo construídos de modo integrado e inter-regional.

É nesse sentido que se recorre à formação de *clusters* de turismo rural, como núcleos de articulação e de catalisação de esforços (BENI, 2012; THOMAZI, 2006). Pela força associativa e colaborativa que podem vir a assumir, tais ecossistemas se revestem de atributos facilitadores de contribuições que o turismo pode oferecer para o alcance dos ODS, ainda que sejam aportes singelos, sabendo-se de antemão que alcançá-los, todos, é um desafio universal e hercúleo que demanda o esforço de muitas frentes.

A criação de roteiros integrados nascidos desses arranjos orientados pelo turismo rural pode agregar outros segmentos do turismo (ecoturismo, natureza, aventura, cultura, etc.), resultando em uma diversificação e enriquecimento de experiências no campo que poderia ajudar a minimizar as vulnerabilidades desse sistema que tanto preocupam Beni (2012). Em outros momentos, talvez seja fundamental que o turismo rural passe a participar à guisa de coadjuvante, e é preciso discernir tais oportunidades.

Como Beni e Moesch (2017) reconhecem, a despeito do seu inegável valor, o SISTUR não é mais suficiente para sustentar a compreensão sobre a atuação do turismo e de suas relações em diferentes territórios. Mesmo sendo observado como o fenômeno proposto por Camargo (2001) e outros autores, ou manifestando-se como o rizoma, na metáfora trazida por Barretto (2003), é preponderante analisar o turismo rural no estado do Rio de Janeiro sob a ótica da complexidade indicada por Irving (2018b).

Essa complexidade do turismo desconcerta o mercado no palco do fenômeno, por sua força de vida social (CRUZ, 2006). Nessa arena, não é possível prever todas as manobras, como

ensinou Edensor (2001) e, por isso mesmo, ficam embaraçados os interesses hegemônicos que querem (re)produzir autenticidades nem sempre tão autênticas.

Para essa análise é relevante levar em conta a reflexão de Knafou (2019) quanto à turistificação dos destinos pela apropriação dos turistas. Quando entendemos, então, que o fato de dados lugares não contarem com elementos providenciais de um contexto facilitador para o turismo se instalar, isto não quer dizer que tudo esteja perdido ali. Ou seja, apesar da força contrária do mercado, que tende à generalização, as experiências únicas e singulares podem propiciar a evidenciação de destinos e de segmentos (aparentemente) menos notáveis. Essa é a experiência geográfica de que fala Claval (2010), a experiência geográfica dos lugares e tempos diferentes para cada sujeito. Por fim, fica a expectativa de que o turismo resista e seja colorido com cores de uma nova palheta, longe do espaço simplesmente consumido, denunciado por Lefévre (2006). Então, lembrando Cruz (2006), apoiada em Santos (2006), há que se pensar o turismo como prática social evidente, tendo no espaço seu principal objeto de consumo, sim, mas não só isso: entendendo a crescente artificialidade dos fixos, e a diversidade e a rapidez dos fluxos, tudo modificado agora pelo cenário da COVID-19.

Uma das razões que move esta tese é a perspectiva de que há, no turismo, uma condição intrínseca de contribuir com a distribuição de riqueza de modo mais elástico, dado que todo espaço tem a possibilidade de abrigar esse fenômeno (CRUZ, 1998), e no cenário atual, essa motivação se fortalece. Mas para que novos resultados sejam encontrados, é necessário que haja novos modos de agir, o que leva a pensar o turismo rural sob o prisma de propósitos mais nobres (ou sustentáveis), amparados por estratégias talvez mais coerentes, como é a organização do turismo em base comunitária (CORIOLANO, 2006).

É assim que nasce a proposta dos territórios de desenvolvimento do turismo rural (TDTR), inspirada em Haesbaert (2007), quanto à possibilidade de apropriação do território, como expressão de poder, contrapondo-se ao sentido de dominação. Os processos complexos de reterritorialização seriam, deste modo, um contraponto à desterritorialização, sucitando as novas territorialidades vasculhadas por Rodrigues (2006) sob o toque das demandas turísticas.

Esta proposição leva em conta Santos (1996) quanto a considerar o território a partir de seus usos, ou seja, da associação entre a identidade que é criada pelo sentimento de pertencimento ao mesmo e o exercício da vida ali mesmo, da vida social, cultural, afetiva, material e espiritual, ou seja, da vida como ela é, tensa e intensa. Como ensina Santos (1998), “[...] é o uso do território, e não o território em si mesmo, que faz dele objeto da análise social. [...] O que ele tem de permanente é ser o nosso quadro de vida” (SANTOS, 1998, p. 15). A

importância do território como objeto de análise social está no seu uso, enfatiza Santos (1994), tratando-se mesmo de um híbrido que merece ser, permanentemente, examinado.

É preciso tomar nota, contudo, de algumas lições importantes, ao se pretender escrever uma outra história. Ao examinar a trajetória do turismo no espaço rural fluminense, por exemplo, cabe observar Rodrigues (2006) para refletir sobre os ciclos que se passaram nos últimos quinze anos em algumas regiões do estado, como foi o caso do Vale do Café. Isto diz respeito não só às mudanças que animaram ou desanimaram a manifestação do turismo rural naquela região, mas também às diversas apropriações que se faz do turismo em diferentes territórios.

Tomando-se o exemplo daquela região, em meados dos anos 2000 houve aplicação ali de forte apoio do SEBRAE, e também da TURISRIO, EMATER e de outras instituições, sendo a mesma elevada a exemplo, pelo MTUR, tanto pela representação de Vassouras, quanto pela instância regional de turismo estabelecida àquela época (CONCICLO), nos tempos iniciais de implantação do PRT. Para se ter ideia, o III Encontro Estadual de Turismo Rural do Rio de Janeiro, realizado pela TURISRIO em parceria com o MTUR, MDA, ABRATURR, COGETURA, Secretaria de Estado de Agricultura, EMATER, SEBRAE, e outros parceiros, aconteceu em Mendes, município identificado pelo PDTUR, em 2001, como relevante para o turismo rural, e apontado nesta pesquisa como não vocacionado para o segmento. Por outro lado, o CONCICLO tornou-se inativo e foi substituído por uma nova IGR, o CITVALE. O que terá mudado?

Verifica-se também que não foram desenvolvidos planos para aplicação de ações de fomento ao turismo rural em regiões identificadas como vocacionadas para tanto, quando do zoneamento da TURISRIO em 2001, e que continuam sendo apontadas pelo potencial turístico que apresentam dentro desse segmento (Águas do Noroeste, Costa Doce, Caminhos da Serra).

No mapa atual do turismo rural no estado do Rio de Janeiro sobressai ainda mais a Serra Verde Imperial, local do último e V Encontro Estadual de Turismo Rural do Rio de Janeiro, realizado em Cachoeiras de Macacu, em 2005 (TURISRIO, 2005), com as mesmas instituições de apoio e parceria do evento realizado em Mendes, em 2004. A região já havia sido identificada pelo alto potencial para o turismo rural, percepção que é hoje chancelada por muitas vozes. Ao contrário das demais regiões do Norte e Noroeste fluminense, a trajetória da Serra Verde Imperial parece firmar-se no desenvolvimento do turismo rural. Mas mesmo assim, eram sinalizados, antes da COVID-19, pontos de atenção a serem verificados e que merecem ser retomados à reflexão (como, por exemplo, o sucesso relativo do circuito do Brejal e até mesmo do circuito Tere-Fri). Seja como for, a Serra Verde Imperial é ressaltada como exemplo de

reconhecimento, valorização e destaque do turismo rural no estado, onde o ecoturismo e o turismo cultural, igualmente, têm força diferencial.

Outra ponderação se refere ao fato de que certas políticas públicas federais implicaram na escolha e priorização, pelos estados, de determinadas áreas turísticas, em detrimento de outras, para a aplicação de programas e projetos diversos. A história evidencia, desse modo, que alguns territórios foram recorrentemente negligenciados ao longo do tempo no que se refere ao fomento do turismo. No estado do Rio de Janeiro, os territórios esquecidos a que alude Cruz (2005), e deixados sem uso turístico, mostram-se, notadamente, relevantes para o turismo rural, podendo-se dizer que, mesmo assim, não foram incluídos, até o momento, em nenhum programa efetivo de desenvolvimento turístico.

Deve-se considerar que, tradicionalmente, não houve destinação de recursos para o turismo no estado, a não ser, nos últimos tempos, aqueles oriundos do PRODETUR, cujos projetos foram interrompidos e, mais recentemente, para ações de promoção e marketing, mas que também foram reduzidos em cerca de 90%, em consequência das novas crises decorrentes do Governo do Estado, agravadas pelo cenário da COVID-19. Ou seja, antes de se falar em problemas de gestão, é necessário ter-se o princípio, o propósito, a diretriz, a política, o caminho (devidamente sinalizado). Se não for assim, pode parecer que não ter propósito, ou não ter política pública, seria uma moda de política pública às avessas.

Outro dado importante diz respeito às instâncias de governança das regiões turísticas e à dificuldade em se manterem atuantes. O CONCICLO foi apenas um exemplo, mas viu-se que todas as instâncias regionais criadas até 2018 estavam inativas em janeiro de 2019, tendo sido reavivadas na corrida para a inserção dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro. Mas será esse o papel das IGRs? Não se sustentam por que a região não é uma entidade concreta, como comenta Cruz (2005), ou por que esse arranjo não tem, na prática, autonomia, capacidade de gestão e voz? Qual é o futuro reservado às IGRs, independentemente de estarem atreladas a um modelo de gestão governamental que pode sofrer descontinuidade?

Ao se pensar propostas para desenvolver o turismo rural no estado do Rio de Janeiro, deve-se levar em conta as bases de uma construção coletiva, em que a participação das instâncias de governança e das representações mais relevantes será fundamental. Para a aplicação do turismo rural no estado, cabe lembrar, portanto, que o território se faz conforme os seus usos (SANTOS, 1996), elevando a um plano maior a conexão de quem ali vive com a identidade e sentimento de pertença ao mesmo. É isso que dá sentido ao lugar, como lembra Carlos (2007), que faz com que um lugar não se transforme em um não-lugar, justo por ser conhecido e reconhecido. É por isso que não basta a existência de artefatos do turismo, e para

o turismo, para que esse fenômeno possa se manifestar nos lugares em toda a sua grandeza. É preciso o contexto da história, da cultura, e acima de tudo, do turista (CRUZ, 1998).

Algumas indicações foram dadas para o caminho que se quer percorrer pela via do turismo rural no estado do Rio de Janeiro. Nesse contexto, a paisagem assume grande importância, como visto nesta pesquisa, mas não como fotografia do espaço. A paisagem é parte do que se vive no lugar, e não é só a vista, mas o que os sentimentos e as sensações alcançam (cheiros, cores, sons, ritmos), sabendo, ainda, que tudo muda, dependendo do ponto de onde se está, e de quem olha, de quem sente (SANTOS, 1988). É preciso ultrapassar a forma para chegar à essência, ao significado. Por isso cada lugar é único, e deve-se descobrir isso. Assim como cada momento é único. Eis o valor da vivência, da degustação, do experimentar de cada coisa para o turismo!

Então, quando se pergunta se a paisagem é importante para o turismo rural, não se trata da paisagem rural, porque, como ressalta Bertrand (2004), não é uma questão de amontoar elementos geográficos fora do ser, mas de uma interação do sujeito com tudo o que compõe e constrói a paisagem. Trata-se da paisagem geográfica de Sauer (1998), o que resulta de múltiplos e diferentes olhares e percepções. Do ponto de vista da preservação, ganha importância a valorização da paisagem advinda de sua contemplação, como quer Claval (2007). Mas eis aqui a contemplação-interação, não o *voyeurismo* condenado por Yázigi (2002) e que é incorporado, muitas vezes, aos produtos turísticos como são usualmente comercializados.

Sobre a segmentação, vale confrontar as perspectivas do MTUR adotadas ao longo do tempo, e os encaminhamentos decorrentes dessas diferentes estratégias, com as preocupações de Cruz (2006) quanto às dificuldades de ascensão de alguns destinos a patamares de melhor reconhecimento nos mercados nacional e internacional. Cabe rever, aqui, as ricas considerações dos entrevistados ao longo do capítulo 2, que trazem lições preciosas, importantes setas no caminho.

Quanto às demandas para o turismo rural, cumpre verificar a nota de Talavera (2018) sobre o atendimento ao público consumidor do turismo depender da compreensão dessa lógica de mercado e de seus meandros de competitividade, nutridos nos tempos atuais por novos turismos, ou por novas formas de se fazer turismo. Afinal, tudo serão escolhas do que se quer como novo turismo ou como novas formas de se fazer turismo. Não há dúvidas de que o crescente interesse por temas relacionados à natureza e à cultura, e por que não dizer, ao campo, revalorizam o rural e contribuem com a desmassificação dos mercados proposta por Cavaco (2016), colocando em destaque as premissas da ecologia e da sustentabilidade defendidas por Irving (2018) e outros autores.

No caso desta pesquisa, convém refletir sobre as demandas desejáveis diante dessas prerrogativas, assim como sobre as ofertas possíveis e necessárias para as quais se deveria buscar investimentos (ANSARH, 2005).

Contudo, o que se percebe é que não há pesquisas e, menos ainda, pesquisas que criem séries históricas para análise, no que se refere à segmentação do turismo no estado do Rio de Janeiro. Isto fica mais claro pelos projetos solicitados no âmbito do PRODETUR, quando foram requeridos estudos de demanda turística, contratados com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), e inventários de oferta turística, contratados com a Universidade Federal Fluminense (UFF). Se não são perfeitos, esses estudos foram, ao menos, os mais aprofundados no âmbito dos 23 municípios partícipes do PRODETUR realizados até os dias atuais. Lamenta-se, ademais, que as crises sucessivas por que passou o estado nos últimos tempos tenham levado à não conclusão dos projetos planejados no âmbito do PRODETUR, como, por exemplo, a criação de um sistema que pudesse abrigar aquelas informações. Sem poder contar com uma dinâmica de atualização permanente, a tendência é de que virem, apenas, dados obsoletos, um *flash*.

Tanto na investigação de campo, quanto nas respostas advindas da atualização do PDTUR (SETUR, 2019), de modo geral, os municípios sinalizam, quando muito, com um conhecimento empírico da demanda turística, não sendo a pesquisa uma prática tradicional, igualmente, em âmbito local.

Oliveira (2015) também se debruçou sobre o tema e detalhou a aplicação de métodos para segmentar o turismo, apresentou descritores propostos por pesquisadores e profissionais de marketing compreendendo diferentes bases e variáveis, e enfatizou a importância desse processo na orientação de decisões sobre a gestão de destinos turísticos. De todo, a pesquisa sobre perfis de demanda prossegue sendo atualizada, incluindo-se no rol desses estudos pesquisadores brasileiros, como Barretto e Rejowski, sendo a motivação um dado bastante perscrutado.

Interessante é a observação de Cavaco (2006, p. 303) sobre a apropriação dos lugares pelos turistas alocêntricos, os marginalizados, primeiros “[...] descobridores do lugar, os verdadeiros inventores da função e do valor do lugar para o turismo”, bem como a inserção dos lugares, aos poucos, no mercado do turismo, “[...] ao encontro de clientelas numerosas e de motivações diversificadas”, evoluindo à fase das “clientelas psicocêntricas, presas a lugares que conhecem bem e com que estão familiarizadas, habituadas, enquanto os outros turistas se afastam para outros lugares, considerados e valorizados como não saturados, nem degradados e poluídos, ecológica e socialmente”.



Do ponto de vista da oferta, observa-se a ampliação do turismo temático organizado a partir de determinados objetos para atrair e atender a grupos específicos de turistas, sob a influência de motivações cada vez mais especiais e exclusivas, não só por conta de necessidades de ordem subjetiva dos turistas, mas, por certo, em face do surgimento de novos modelos de consumo da experiência turística, como mostra a OMT (2001). Esse alargamento dos segmentos turísticos atende a um consumo da experiência turística que Ansarah (2005, p. 285) indica ser, nos tempos atuais, extremamente volátil, de tal modo que “[...] o que é válido hoje e consumido amanhã provavelmente não o será em curto espaço de tempo, tornando obsoletos alguns produtos turísticos que não mais respondem às necessidades dos turistas que apreciam satisfazer”.

A avaliação das conexões propostas por Cunha (2001) leva a crer em diversas associações possíveis entre o turismo rural e outros segmentos turísticos que se manifestam em experiências no espaço rural, o que se confirma com a pesquisa de campo deste trabalho. Em face das curtas distâncias entre os municípios do estado do Rio de Janeiro, é absolutamente factível pensar em rotas inter-regionais que conjuguem experiências diversas. É perfeitamente cabível, por exemplo, que um turista vivencie, durante o dia, um roteiro nas fazendas históricas do Vale do Café, e possa esticar a sua estada experimentando caminhar, à noite, pelas ruas de Conservatória, cantando e acompanhando os tradicionais seresteiros do lugar. Entra em discussão, nesse ponto, as perspectivas do turismo rural e do turismo no espaço rural. Afinal, como visto em Barretto e Rejowski (2009), a maioria das experiências turísticas visam o descolamento de categorias que se pretendam engessadas, propondo sempre mais do que for diferente.

Cabe, ainda, pensar, em termos de certas tipologias, que motivações estão a movimentar tais fluxos, buscando compreender os principais e adjacentes motivos da viagem (PIRES, 2002), considerando, como aprofundamento desse reconhecimento, as questões trazidas por Cavaco (2006) quanto aos níveis de interação turista-lugar-comunidades. Vale resgatar, ainda, as propostas de Dencker (2015) quanto às novas tendências do movimento turístico em busca do *cool*, ou de experiências inspiradoras, o que deve ser visto, agora, à luz da retomada pós-CONVID-19, quando as viagens e os deslocamentos são ressignificados.

Do ponto de vista que procura erigir as reflexões deste trabalho, emergem, sobretudo, as considerações de Santos (2001) para que a segmentação do turismo não sirva tão somente como pano de fundo para a competição dos mercados. A abordagem sensível do mestre ilumina o valor da sociedade civil na arena viva do território, onde entrecruzam, vertical e horizontalmente, linhas de força que resultam na vida viva e total de agentes e ações.

Ao propor o mapeamento do turismo rural no estado do Rio de Janeiro, toma-se a reflexão de Tamanini e Ferretti (2006) sobre o esforço de tratar o turismo, como fenômeno social complexo, sob a perspectiva da categoria rural, como espaço de produção sócio cultural, e que hoje deslança para uma estrutura de marketing, como se vê nas iniciativas do MTUR. Entretanto, há que se ter em conta as considerações de Portuguesez (2005) que remetem a aferições, interpretações e construções personalistas de quadros e experiências turísticas, consagrando a cada um o direito de escolher, ou seja, respeitando quereres, fazeres e satisfações, a despeito das embalagens prontas com que insistem em empacotar as ofertas do turismo e dos destinos.

A prescrição é o paraíso, como mostra Pires (2003): na fuga para o campo, a paisagem fica cada vez mais verde e intocada; o tempo perde a pressa e tudo se acalma; pode-se sentir o cheiro da natureza; a vida transcorre, assim, segura e livremente, em meio ao som dos pássaros e do vento; e as outras coisas aguardam suspensas e prontas, a um palmo das possibilidades, até que, por dever ou por capricho, se queira novamente retomá-las.

É sobre os pretextos que circundam essa busca que Talavera (2000) e Verbole (2002) fazem pensar sobre as matizes do campo, em territórios onde o turismo deixa marcas de apropriação desigual. Mais ainda, retomam-se as considerações de Solla (2018) e Tulik (2010) que beiram preannunciar novas oportunidades para territórios antes esquecidos, hoje revalorizados por poderem abrigar almas cansadas e sobreviventes de uma pandemia não esperada. Viu-se, ademais, que os territórios são, a mais da vezes, valorizados ou desvalorizados em decorrência de certas influências, quer sejam socioculturais, socioeconômicas, ou políticas. Mas não só os territórios, mas o que neles se passa, como o fenômeno do turismo e mesmo o turismo rural. Assim, dependendo do olhar, um destino pode fazer brilhar riquezas antes encobertas, ou encobrir verdadeiras preciosidades naturais ou culturais.

As proposições de atividades de turismo rural e/ou no espaço rural (ecoturismo, turismo de aventura, etc.) ganham novo fôlego e surgem revitalizadas no contexto atual, quando se busca mapear as dimensões do segmento no interior do Rio de Janeiro.

Diante das investigações sobre as experiências em diversos países (TULIK, 2003; ACERENZA, 2006b; VERBOLE, 2002; CROSBY; MOREDA, 1996; CUNHA, 2001; CRISTÓVÃO, 2002; CANDIOTTO, 2010; ZARZA, 2001; GRAZIANO DA SILVA, VILARINHO; DALE, 1988), e mesmo tomando-se exemplos brasileiros (CAMPANHOLA; GRAZIANO DA SILVA, 1999; LIMA; MARAFON, 2020), percebe-se que o TAR e o TER não foram termos que ganharam popularidade entre os destinos fluminenses, onde pouco se escuta falar, também, do agroturismo.

É mesmo possível que Rodrigues (2003) tenha certa razão ao atribuir as dificuldades do país em lidar com esses termos, pela reprodução que se tentou fazer aqui de modelos europeus. Mesmo com o esforço do MTUR em tentar pormenorizar as possíveis diferenças conceituais entre esses diversos termos e categorias, permanece o imbróglio.

Neste aspecto, esta investigação leva a crer que não há clareza quanto ao que se chama turismo rural segundo o público pesquisado, referindo-se este mais ao hibridismo de que falam Teixeira e Lages (1997), sem grande preocupação em estabelecer margens definitivas entre segmentos que se realizam em contato com a natureza. Mesmo assim, pouco se percebe a utilização de termos que denotem esse hibridismo (como ecorrural), estando o mesmo presente muito mais nas declarações de alguns agentes do setor e em suas entrelinhas. Portanto, chama-se turismo rural não necessariamente o que os conceitos definem como turismo rural.

Do mesmo modo, embora o termo ecoturismo esteja muito mais clarificado nas falas que respondem à pesquisa, eventualmente vê-se surgir a terminologia turismo de natureza, como uma categoria que margeia o ecoturismo, mas não é assumido, ou considerado, ecoturismo.

Seja como for, e de tudo, é mister que se tome na prática as recomendações de Marafon e Ribeiro (2006), quanto às possibilidades reais de que o turismo rural contribua com a melhoria de vida de famílias camponesas no interior do estado do Rio de Janeiro, como uma estratégia de pluriatividade.

Vale lucubrar sobre alguma espécie de êxodo rural que possa surgir como efeito pós-pandêmico, remetendo aos neo-rurais de Cristóvão et al. (2014) e de Graziano da Silva e Del Grossi (1999), e que podem provocar reflexos nos compromissos com a sustentabilidade discutida por Irving (2018).

Outra consideração a retomar diz respeito à recriação ou reedificação do rural em espaços urbanos, como mostra Rodrigues (2003), observável nesta pesquisa nas devolutivas dadas sobre indicações de atrativos rurais, mas, sobretudo, de eventos rurais realizados nos municípios.

No caso do estado do Rio de Janeiro, ganha valor o olhar de Portuguez (2005) sobre haver ideias de turismo rural correspondentes ao sem número de acepções sobre o que é o espaço rural, devendo o neófito caminhar com cuidado sobre as terras movediças da teorização.

Ao intentar o fomento do turismo rural no estado do Rio de Janeiro, não é menos importante pensar na advertência de Woods (2011) a respeito dos movimentos cíclicos do fenômeno turístico, buscando estratégias de libertação dos destinos das prerrogativas do mercado.

A proposta relativa ao fomento do turismo rural no Rio de Janeiro, a partir do mapeamento das potencialidades do interior do estado, deve levar em conta, ademais, as interferências do turismo, positivas ou não, conforme avaliadas em profundidade por diversos estudiosos do tema (BARRETTO, 2000; BURNS, 2002; CAVACO, 2006; CRUZ, 2006; EDENSOR, 2001; FERRARA, 2002; IRVING, 2018; LOBATO, 2019; TALAVERA, 2018).

### 3.3.2 Proposições a título de considerações provisórias

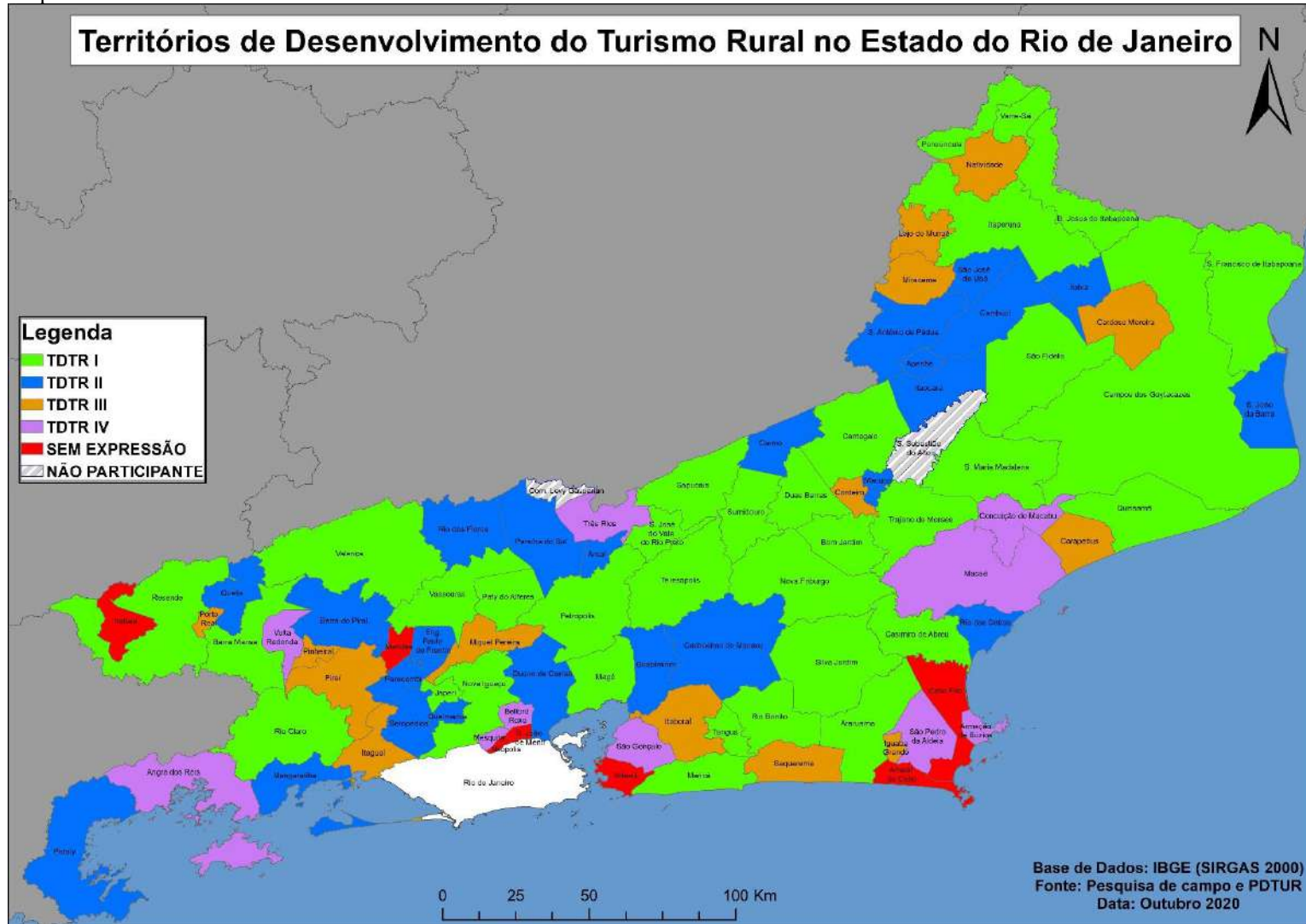
Diante de todos os dados e informações levantados por este trabalho de pesquisa, seguem algumas proposições que, evidentemente, não têm a pretensão de se esgotar aqui.

Tomando por base o Mapa do Turismo Rural Brasileiro, procurou-se refletir sobre o mesmo observando o maior conjunto possível de elementos mapeados neste exame, sob o esforço de tentar detectar, ainda que preliminarmente, ruralidades diferenciadas e também momentos diversos nas relações do território com o turismo rural. Foram observados, deste modo: se houve indicação do turismo rural como um dos principais segmentos turísticos locais; o grau de percepção ponderado sobre a potencialidade do município para desenvolver o segmento; se há atividades rurais no município; se existem atrativos e eventos de turismo rural na localidade; se há roteiros e serviços especializados em turismo rural; se há demanda turística para o segmento (atual ou potencial); se o município foi apontado pelo zoneamento como área de interesse do turismo rural, compondo CTR do PDTUR em 2001.

Do cruzamento dessas informações surge a proposta do Mapa de Territórios de Desenvolvimento do Turismo Rural no estado do Rio de Janeiro (TDTR) (Mapa 36), tão somente como ponto de partida para observar que, no contexto de uma mesma região turística, há territórios com ruralidades e interesses diversos, destacando-se alguns como possíveis indutores, ou estimuladores de outros, na composição de roteiros integrados.

Mais importante é esclarecer que não há nenhuma intenção de se estabelecer qualquer tipo de hierarquia quanto ao desenvolvimento do turismo rural nos municípios organizados conforme os chamados TDTRs, e isto não seria possível, nem útil. O que se quer aqui observar é que há realidades diferentes, que precisam, portanto, ser tratadas de modo diferente.

Mapa 36 – Territórios de Desenvolvimento do Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro



Fonte: A autora, 2020; desenho cartográfico C. A. Silva.

Há que se apreciar, igualmente, que há um cardápio de possibilidades agregadoras ao turismo rural que não devem ser negligenciadas. Em alguns territórios, é bem possível que o turismo rural não seja o protagonista, o que não implica em não ter o seu papel ou relevância na orquestração de experiências que sejam boas para o turista, mas que revertam em benefícios para as comunidades locais. Esse, o maior dos propósitos, deve ser o portal de entrada do turismo no lugar, com a força que o fenômeno pode ter, mas com a direção que a ele se quer dar.

Talvez, uma premissa, seja considerar os territórios onde o turismo rural pulsa de modo evidente, a buscar a fonte de inspiração do turismo rural comunitário, tendo o turismo de base comunitária como estratégia, e a observação de outras experiências como exemplo, como na Costa Rica (guardadas as diferenças necessárias com o Brasil).

Em outras localidades, cabe considerar a agregação do turismo rural ao ecoturismo, ao turismo de aventura, ao turismo cultural, de tal modo que a experiência turística seja enriquecida e se torne positivamente memorável.

Outra questão a ponderar é que se pode traçar roteiros integrando territórios de regiões turísticas diversas, ou rotas turísticas inter-regionais, o que pode possibilitar a apropriação de uma diversidade maior de atrativos. De todo modo, é notória a importância de se quebrar paradigmas muitas vezes fundados em estratégias importadas de modelos prontos, experiências de sucesso alienígenas.

As proposições que aqui se desenham são, portanto, mais algumas setas no caminho, que precisam ser, antes de tudo, validadas com quem constrói o mapa que se pretendeu aqui retratar.

Resta o cuidado para não se preconizar iniciativas que possam parecer velhas roupagens. Ainda, deve-se estar alerta ao desgaste e desconfiança em relação a certos termos tais como desenvolvimento, processo participativo, sustentabilidade, dentre outros, que representam conceitos ambíguos e complexos.

Por exemplo, falar da importância do planejamento no turismo parece fazer chover no molhado, mas este, o planejamento, é uma função primordial de qualquer gestão, e não se pode fugir disso. Sim, quem não sabe para onde vai, pode ser (literalmente) conduzido a qualquer lugar, inclusive àqueles lugares de dominação, lugares-masmorra, impeditivos de experiências, descobertas e mudanças.

Assim, que sejam tomadas essas proposições que seguem como ensaios, ou setas desenhadas com atenção, mas que precisam ter revisto o que indicam e, sobretudo, onde devem ser colocadas. São teoremas que só se poderão comprovar pela prática, mas traçados com

cuidado. Afinal, não se quer mais avançar três passos e voltar dois, e é isso que parecemos estar fazendo em relação ao turismo rural, a maioria de nós, no Brasil, e no estado do Rio de Janeiro.

Em vista dessas reflexões, encaminha-se para os comentários de fechamento, evidentemente, sem que haja a pretensão de esgotar as discussões possíveis a respeito do tema proposto.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chega-se ao término desta apresentação longe de concluir a jornada, mas na certeza de se ter avançado importantes passos.

Por todos os levantamentos e análises realizados, responde-se à questão central que deu origem à pesquisa e cujos resultados foram examinados nesta proposição.

Confirma-se a tese de que o estado do Rio de Janeiro é campo fértil para o turismo rural, com possibilidades de diversas matizes para acolher esse fenômeno em seus territórios.

Mais do que isso, anima perceber, nos últimos meses deste 2020, movimento que volta a reunir lideranças locais em torno do tema que mobilizou essa investigação.

Tal corrente fez nascer, em 14 de outubro de 2020, a Carta de Quissamã (ANEXO), documento que, quiçá, poderá assumir feitos à moda da Carta de Santa Maria (RS), marco nos anos 1988 para o início de uma série de importantes intervenções do setor público voltadas ao turismo rural no país.

Como descreve no preâmbulo, a Carta de Quissamã reflete esse mesmo espírito e é firmada no “1º Encontro para o Fortalecimento do Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro” (Figura 17).

Figura 17 – 1º Encontro para o Fortalecimento do Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro, Quissamã, Costa do Sol, 2020



Fonte: Imagens de acervo cedido pelo município de Quissamã, 2020.

O encontro reuniu 14 municípios fluminenses: Campos dos Goytacazes, Carapebus, Cardoso Moreira, Casimiro de Abreu, Conceição de Macabu, Iguaba Grande, Itaboraí, Macaé, Quissamã, Rio Bonito, Rio das Ostras, São João da Barra, Santa Maria Madalena e Tanguá.



O 2º Encontro irá se realizar em Rio Bonito, em 27 de novembro de 2020, com expectativa de que mais municípios participem.

A Carta de Quissamã é dirigida à SETUR e à TURISRIO, um pleito justo de que esse novo ânimo seja alicerçado pelo patrocínio de políticas públicas e por apoio efetivo ao desenvolvimento do turismo rural no estado.

Em tempos de cenários jamais pensados, como o da COVID-19, que tomou de assalto o mundo, surge também nova esperança que incita esforços de cooperação, em face de dicotomias que há muito merecem ser vencidas.

Nesse novo contexto, onde antes se discutia a problemática do êxodo rural, há que se pensar em um possível êxodo urbano pós-pandemia, provocado por uma supra valorização do espaço rural e que pode promover muitas interferências, positivas e negativas, nos destinos turísticos.

Ainda, na (re)criação do mais novo do novo rural, podem ser revalorizadas histórias e tradições, resgatadas identidades e autoestimas, revisitados outros coloridos para antigas paisagens, tudo para servir de fundamento à perspectiva de uma (re)edificação, ou de uma ressignificação, de um fazer diferente, já que a história e a vida (ao menos como ela era) pareceram ficar suspensas no tempo, ganhando o mundo inteiro a chance de encurtar distâncias e diferenças.

Para crises sem precedentes, há que se avançar em escalas sensíveis de mudança. O que se quer é garantir, o mais possível, o alcance das metas estipuladas na Agenda 2030, em nome de se realizar o sonho de um planeta sustentável com o qual o turismo pode contribuir de forma expressiva.

Para tanto, cabe rever antigos planos e redesenhar outros, colocando-se aqui proposições e sugestões de aplicabilidade que sirvam a um primeiro debate e arranjo. Temos claro que hoje não há políticas públicas no país, no estado e nos municípios, que contemplem a perspectiva do turismo rural como agregador de valor aos territórios. Com tantas possibilidades, talvez seja uma via fácil de avanço começar pela condução do processo de integração e de diálogo através dos órgãos oficiais de turismo do estado, a SETUR e a TURISRIO, como organizadores nucleares desse grande arranjo.

Como fases dessa primeira quadra, propõe-se as ações iniciais que poderão aproveitar os dados e informações desta pesquisa.

A primeira, a etapa de validação, deve se constituir de encontros de apresentação dos principais mapeamentos, reflexões e propostas advindos deste trabalho de pesquisa, para que

se façam eventuais ajustes porventura necessários. Dentre outros, devem ser chamados a esse diálogo os seguintes fóruns e instituições:

- a) SETUR e TURISRIO (capitaneando o processo);
- b) Conselho Estadual de Turismo;
- c) Instâncias de Governança Regionais;
- d) Órgãos Municipais de Turismo;
- e) Conselhos Municipais de Turismo;
- f) CVBs (por sua influência crescente no país e no estado, no contexto das governanças);
- g) SEBRAE e outros órgãos do sistema “S” (SENAR, SENAC);
- h) Secretaria de Estado de Agricultura e instituições vinculadas (EMATER e FIPERJ);
- i) Academia do Turismo<sup>57</sup>;
- j) Escola de Contas do Tribunal de Contas do Estado (ECG-TCE)<sup>58</sup>.

Sugere-se que esses encontros sejam coordenados pela SETUR/TURISRIO e realizados virtualmente, considerando as dificuldades de deslocamento que os municípios do interior sempre enfrentaram. Entende-se como oportuno o momento em que há alternância dos governos municipais, podendo esta proposta ser apresentada àqueles que assumem novos mandatos nos municípios (sejam de continuidade ou não).

Esta etapa consiste na validação dos mapas de: potencialidade/vocação do município para o turismo rural; principais segmentos turísticos presentes no município; mapa do Turismo Rural do Estado do Rio de Janeiro; mapa de Territorialidades de Desenvolvimento do Turismo Rural no estado do Rio de Janeiro.

Propõe-se, também, a validação das demais informações que compõem o inventário que norteou esta pesquisa (atividades rurais, atrativos, eventos, roteiros, serviços especializados em turismo rural, empecilhos e dificuldades para desenvolver o segmento, etc.).

Ao final, sugere-se a apresentação de relatório ao MTUR.

---

<sup>57</sup> Órgão constituído no âmbito da SETUR, o Conselho de Instituições de Ensino e Pesquisa (ACADEMIA SETUR) foi criado pelo Decreto nº 46.858, de 05/12/2019, e é, atualmente, formado por 32 instituições de ensino do turismo, com o objetivo de promover, planejar e apoiar o estudo e a pesquisa do turismo para propor a execução de políticas públicas que estimulem o setor e movimentem a economia fluminense. Disponível em <[http://www.turisrio.rj.gov.br/detalhe\\_noticia.asp?id=1588](http://www.turisrio.rj.gov.br/detalhe_noticia.asp?id=1588)>. Acesso em: 15 mai. 2020.

<sup>58</sup> Há uma parceria entre a SETUR e a ECG-TCE em curso desde 2019, com resultados efetivos na aplicação do “Programa de Capacitação para Excelência em Gestão do Turismo Fluminense”, que conta com a participação de instituições públicas de ensino superior do turismo e apoio do SEBRAE.

Outra proposta seria refletir sobre a reativação do COGETURA, ao invés de recomendar a criação de um grupo de trabalho para o planejamento e a gestão do processo de desenvolvimento do turismo rural no estado. Nesse caso, seria necessária a revisão da composição e objetivos desse espaço de governança.

Mostra-se fundamental a elaboração de um planejamento integrado e participativo para as ações de fomento ao turismo rural no estado, considerando o mapa dos TDTRs devidamente validado pelas lideranças locais e regionais, bem como as reivindicações apresentadas na Carta de Quissamã e nos demais encontros de fortalecimento do turismo rural no estado.

Uma vez validado, o planejamento de desenvolvimento do turismo rural no estado do Rio de Janeiro deverá ser formalmente apresentado como diretriz para a elaboração de políticas públicas para o setor.

Na etapa de planejamento, deverão ser consideradas todas as indicações sobre empecilhos ao fomento do turismo rural nos municípios, bem como as principais solicitações do setor.

Outra iniciativa importante é a realização de oficinas de sensibilização para reflexão sobre as possibilidades do turismo rural ser abraçado como atividade pluriativa no espaço rural, com posterior avaliação dos interesses de agricultores familiares, pequenos produtores rurais e proprietários de empreendimentos agropecuários em agregar o turismo rural às suas atividades agropecuárias.

Faz-se, igualmente, relevante a realização de reuniões com representantes de outros segmentos turísticos (entidades de classe, associações, lideranças locais) para avaliação do interesse e possibilidade de inclusão de outras iniciativas a um projeto integrado ao turismo rural.

Indica-se, ainda, a aplicação de cursos de capacitação para atendimento das demandas diagnosticadas durante as etapas anteriores que compõem essas proposições.

Ademais, sugere-se a escolha de uma região ou território inter-regional para edição de um projeto piloto de desenvolvimento territorial do turismo rural.

Nesta etapa, propõe-se a condução de oficinas participativas e representadas pelas lideranças locais para a criação de roteiros integrados de turismo rural (e no espaço rural) que deverão ser exaustivamente testados e, depois, apresentados à comercialização, sob novas narrativas de mercado, de modo a reverter em benefícios socioeconômicos para as comunidades envolvidas.

Como premissas fundamentais dessas proposições, segue a atenção com:

- a) a importância dos preceitos de reconhecimento da base comunitária no turismo, do associativismo e da colaboração, como estratégias;
- b) o valor da experiência turística, guardados os devidos cuidados em relação aos sinais deixados neste trabalho sobre os impactos e interferências do turismo;
- c) a sensibilização sobre a oportunidade de se participar da construção universal de um planeta melhor, mais digno e justo, a partir da contribuição possível ao turismo com os ODS;
- d) a prudência como premissa, aliada à coragem, frente aos aprendizados trazidos pela COVID-19, dos quais o turismo é aprendiz especial;
- e) a atenção com a profissionalização e a regulamentação do turismo rural, buscando-se todas as vias necessárias para essa realização;
- f) outras possibilidades ainda não pensadas-

Com essas considerações, encerra-se esta tese. A expectativa é de que se tenha confirmado a alta potencialidade do estado do Rio de Janeiro para desenvolver o turismo rural em grande parte do seu território, e que se tenha cumprido com o objetivo inicial proposto, quer seja, o mapeamento de tais vocações. Este, de tão rico pelos retornos recebidos, excedeu as possibilidades de esgotar as reflexões que se apresentaram, e que deverão ser desdobradas em novas investigações. De todas as propostas, fica, portanto, em especial, a de que se possa seguir adiante, sabendo que essa construção só dará certo se for talhada a muitas mãos.

Sobre o processo da investigação, é importante ressaltar o quanto é difícil atuar em pesquisa ao mesmo tempo em que se deve cumprir com outras atividades laborais, o que exige do pesquisador, e daquele que o orienta, cargas redobradas de paciência, atenção e confiança.

Nesse caso, pelo fato de minha atividade profissional estar absolutamente conectada ao tema da pesquisa, abre-se a facilidade de grande acesso aos informantes e aos dados documentais, permitindo que o conteúdo do trabalho seja bastante robustecido. Por outro lado, corre-se o risco de se abrir demais o leque das possibilidades e, ademais, de se inferir opiniões relativizadas e pessoais no momento da interpretação e da análise.

É relevante fazer nota do ineditismo desta tese, não havendo registro de nenhum outro estudo similar antes deste, tanto pela abrangência, quanto pela profundidade desta investigação. É de igual mérito a possibilidade de que haja desdobramentos desta pesquisa em novos estudos e em outros aprofundamentos do tema.

Dos aprendizados desta experiência, sobressai a reflexão sobre a importância de se compreender que as oportunidades de acesso, de modo geral, são diferentes até mesmo no estado do Rio de Janeiro, tido como dos mais desenvolvidos no país, seja em relação à tecnologia, ao conhecimento teórico, ou à informação, de modo geral. Nesse aspecto, é preciso compreender que nem sempre as questões de uma pesquisa que, pretensiosamente, se julga importante para os respondentes, serão atendidas no melhor tempo para o pesquisador, e nem mesmo da melhor forma, segundo o juízo do mesmo. Ao final, tudo serão dados importantes que poderão enriquecer a investigação, até mesmo quando há falta de respostas.

Outra reflexão importante é que não se pode ter a presunção de chegar ao fim, porque o fim de uma pesquisa é a conclusão, apenas, de uma etapa. De tudo, são quadros de uma fotografia atual, mas que muda o tempo todo, mesmo quando não percebemos, ou ainda que os sentidos físicos não possam alcançar.

O maior aprendizado veio com a pandemia, jamais imaginada ao início dessa investigação, o que não só impediu o avanço da pesquisa presencial, menos prejudicado pelo fato de se conhecer de perto a realidade investigada. Entrementes, isto exigiu, sobretudo, um esforço adicional na interpretação dos dados levantados, obrigando a pensar a partir de uma outra dimensão, que inclui a retomada do turismo em um momento de revalorização da natureza e do campo.

Sorte saber que a pesquisa continua, e que é essa a boa sina de todo pesquisador.

## REFERÊNCIAS

- ACERENZA, Miguel Ángel. **Conceptualización, origen y evolución del turismo**. México: Trillas, 2006.
- ALENTEJANO, Paulo Roberto R. **O que há de novo no rural brasileiro?** Terra Livre, São Paulo, n. 15, p. 87-112, 2000.
- AMBRÓZIO, Júlio. **Viagem, turismo e vilegiatura**. GEOUSP: Espaço e Tempo, São Paulo, n. 18, p. 105-113, 2005.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Turismo e Segmentação de mercado: novos segmentos. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (Ed.); PANOSSO NETTO, Alexandre; CARVALHO, Mariana Aldrigui; PIRES, Paulo dos Santos (Co-ed.). **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis; PANOSSO NETTO. A segmentação dos mercados como objeto de estudo do turismo. SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 7, 2010, São Paulo. **Anais ...** São Paulo: UAM, 2010.
- ARAÚJO, Silvana Miceli de. Artificio e autenticidade: o turismo como experiência antropológica. In: BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETTO, Margarita (Org.). **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Coleção Turismo. Campinas, São Paulo: Papirus, 2001.
- ARAÚJO, Cintia Möller; TASCHNER, Gisela. Turismo e políticas públicas no Brasil. In: BENI, Mario Carlos. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão**. Barueri, SP: Manole, 2012.
- AUGÉ, Marc. **Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. PEREIRA, Tradução de Maria Lúcia. Coleção Travessia do Século. Campinas, SP: Papirus, 1994.
- BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETTO, Margarita (Org.). **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Coleção Turismo. Campinas, São Paulo: Papirus, 2001.
- BARBOSA, Luiz Gustavo M.; ZAMOT, Fuad Sacramento. Políticas públicas para o desenvolvimento do turismo: o caso do município de Rio das Ostras. ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 28, Curitiba, 2004. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004.
- BARBOSA, Ycarim Melgaço. **O despertar do turismo: uma visão crítica dos não-lugares**. São Paulo: Aleph, 2001.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Coleção Turismo. Campinas, São Paulo: Papirus, 1995.

BARRETTO, Margarita. O imprescindível aporte das Ciências Sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. **Horizontes Antropológicos**, Caxias do Sul, ano 9, n. 20, p. 15-29, 2003.

BARRETTO, Margarita; REJOWSKI, Mirian. Considerações epistemológicas sobre segmentação: das tipologias turísticas à segmentação de mercado. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Ed.). **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2009

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**. Coleção Turismo. Campinas, SP: Papirus, 2000.

BARTHOLO, Roberto; SAN SOLO, Davis Gruber; BURSZTYN, Ivan (Org.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

BENEVIDES, Ireleno Porto. Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local. In: RODRIGUES, Adyr Balasteri (Org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: HUCITEC, 1999.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Ed. SENAC SP, 2001.

BENI, Mário Carlos. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão**. Barueri, SP: Manole, 2012.

BENI, Mario Carlos; MOESCH, Marutscka. A teoria da complexidade e o ecossistema do turismo. **Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica**, v. 19, n. 3, set./dez. 2017. Disponível em: < [www.univali.br/periodicos](http://www.univali.br/periodicos)>. Acesso em: 15 abr. 2019.

BERTRAND, Georges. Paisagem e geografia física global: esboço metodológico. **RA'E GA**, Curitiba, n. 8, p. 141-152, 2004.

BOULLÓN, Roberto C. **Planificación del espacio turístico**. México: Trillas, 2006a.

BOULLÓN, Roberto C. Espacio turístico y desarrollo sustentable. **Aportes y Transferencias**, v. 10, n. 2, p. 17-24, 2006b.

BRITTO, Monique Cristine de; FERREIRA, Cássia de Castro Martins. Paisagem e as diferentes abordagens geográficas. **Revista de Geografia**, Juiz de Fora, v. 1, n. 2, p. 1-10, 2011.

BURNS, Peter M. **Turismo e antropologia: uma introdução**. Coleção Tours. São Paulo: Chronos, 2002.

CAMARGO, Haroldo L. Fundamentos multidisciplinares do turismo: História. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2001. (Volume I).

CAMPANHOLA, Clayton; GRAZIANO DA SILVA, José. Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: uma nova oportunidade para o pequeno agricultor. In: OLIVEIRA, Cássio

Garkains de Souza (Ed.). **Anais do Congresso Brasileiro de Turismo Rural**: Turismo no espaço rural brasileiro. Piracicaba: FEALQ, 1999.

CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessôa. Elementos para o debate acerca do conceito de turismo rural. **Turismo em análise**, São Paulo, v. 21, n. 1, abr. 2010.

CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessôa. Implicações do turismo no espaço rural e em estabelecimentos da agricultura familiar. **PASOS – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 9, n. 4, p. 559-571, 2011.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: FFLCH, 2007.

CARNEIRO, Maria José. “Rural” como categoria de pensamento. **RURIS**, UNICAMP, Centro de Estudos Rurais, v. 2, n. 1, 2008.

CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. **Olhares geográficos**: modos de ver e viver o espaço. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CAVACO, Carminda. Práticas e lugares de turismo. In: FONSECA, Maria Lucinda (Coord.). **Desenvolvimento e território**: espaços rurais pós-agrícolas e novos lugares de turismo e lazer. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, 2006.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.

CLAVAL, Paul. **A geografia cultural**. PIMENTA, Luíz Fugazzola; PIMENTA, Margareth de Castro Afeche. Florianópolis: UFSC, 2007.

CLAVAL, Paul. A paisagem dos geógrafos. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (Org.). **Paisagens, texto e identidades**. Tradução de Márcia Trigueiro. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2004.

CLAVAL, Paul. **Terra dos homens**: a Geografia. Editora Contexto, 2014.

CORIOLOANO, Luzia Neide. Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios. In: GERAIGES, Amalia Inés Geraiges de Lemos; ARROYO, Mónica; SILVEIRA, María Laura. **América Latina**: cidade, campo e turismo. San Pablo: CLACSO, 2006.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Região e organização espacial**. São Paulo: Ática, 2000.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Denis Cosgrove**: a paisagem e as imagens. Espaço e Cultura, n. 29, p. 7-21. Rio de Janeiro: EdUERJ, jan./jun. 2011.

CRISTÓVÃO, Artur. Mundo rural: entre as representações (dos urbanos) e os benefícios (para os rurais). In: RIEDL, Mário; ALMEIDA, Joaquim Anécio; VIANA, Andyara Lima Barbosa (Org.). **Turismo rural**: tendências e sustentabilidade. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.

CRISTÓVÃO, Artur *et al.* (Org.). **Turismo rural em tempos de novas ruralidades**. Porto Alegre: URRGS, 2014.



CROSBY, Arturo; MOREDA, Adela. **Elementos basicos para un turismo sostenible em las areas naturales**. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turístico (CEFAT), 1996.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **O turismo no espaço, o espaço do turismo**: reflexões acerca da participação do turismo na produção do espaço urbano brasileiro. Curitiba: UFPR, 1988.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. “Patrimonialização do patrimônio”: ensaio sobre a relação entre turismo, “patrimônio cultural” e produção do espaço. **GEOUSP** – Espaço e Tempo, São Paulo, n. 31, p. 95-104, 2012.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço. In: GERAIGES, Amalia Inés Geraiges de Lemos; ARROYO, Mónica; SILVEIRA, María Laura. **América Latina**: cidade, campo e turismo. San Pablo: CLACSO, 2006.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Políticas públicas de turismo no Brasil: território usado, território negligenciado. **Geosul**, Florianópolis, v. 20, n. 40, p. 27-43, jul./dez. 2005.

CUNHA, Lucínio. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Editorial Verbo, 2001.

DELEUZE, Gilles; GUATARI, Félix. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Tradução de Aurélio Guerra Neto, Celia Costa Pinto e Ana Lúcia de Oliveira. São Paulo: Editora 34, 1995. (Coleção Trans).

DELGADO, Nelson Giordano; LEITE, Sergio Pereira. O PRONAT e o PTC: possibilidades, limites e desafios das políticas territoriais para o desenvolvimento rural. In: GRISA Catia; SCHNEIDER, Sergio (Org.). **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. Pesquisa de mercado em turismo: identificação de novos segmentos. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Ed.). **Produtos turísticos e novos segmentos de mercado**: planejamento, criação e comercialização. Barueri, SP: Manole, 2015.

DIRY, Jean Paul. **Les espaces ruraux**. Coll. Campus Géographie. Paris: SEDES, 1999.

DOLNICAR, Sara; LE, Huong. Segmenting tourists based on satisfaction and satisfaction patterns. University of Wollongong. In: YUKSEL, A. (Ed.), **Tourist satisfaction and complaining behaviour**: Measurement & Management Issues in the Tourism and Hospitality Industry. New York: Nova Science Publishing, 2008.

EDENSOR, Tim. **Performing tourism, staging tourism**: (Re)producing tourist space and practice in Tourist Studies. London: SAGE Publications, 2001.

ELESBÃO, Ivo. O espaço rural brasileiro em transformação. **Finisterra** – Revista Geográfica Portuguesa de Geografia, ano XLII, 84, p. 47-65. Lisboa: CEG, Universidade de Lisboa, 2007.

ELESBÃO, Ivo. O turismo no contexto das transformações do espaço rural brasileiro. In: Cristóvão et al. **Turismo rural em tempos de novas ruralidades**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2014.

EMBRATUR. **Diretrizes do Programa Nacional de Municipalização do Turismo**. Brasília: EMBRATUR, 1999.

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

ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Constituição do estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Gráfica Auriverde, 1989.

FACCIOLI, Marina. Patrimoni culturali e planificazione del turismo in Italia. **Geo UERJ**, ano 14, n. 23, v. 2, p. 362-374. Rio de Janeiro: GeoUERJ, 2012.

FERRÃO, João. Relações entre o mundo rural e mundo urbano: evolução histórica, situação actual e pista para o futuro. **Sociologia, problemas e práticas**, n. 33, p. 45-54. Lisboa: Ed. Mundos Sociais, 2000.

FAVARETO, Arilson. Uma década de experimentações e o futuro das políticas de desenvolvimento territorial rural no Brasil. In: GRISA Catia; SCHNEIDER, Sergio (Org.). **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015.

FERRARA, Lucrécia d'Alessio. O turismo dos deslocamentos virtuais. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandri, CRUZ, Rita de Cássia Ariza da (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. Geografia: Teoria e Realidade. São Paulo: Hucitec, 2002.

FRATUCCI, Aguinaldo César. Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico. **GEOgraphia**, Niterói, ano II, n. 4, p. 121-133, 2000.

FRATUCCI, Aguinaldo César. Turismo e Território: relações e complexidades. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 14, n. 1, p. 87-96, nov. 2014.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). Nosso Futuro Comum. In: BRUNDTLAND, Gro Harlem (Org.). **Relatório da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

GOMES, Paulo Cesar da Costa. O conceito de região e sua discussão. In: CASTRO, Iná Elias de Castro; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (Org.). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

GOMES, João Carlos (Org.). **Caderno de turismo do estado do Rio de Janeiro: passaporte para o desenvolvimento do estado**. Rio de Janeiro: FECOMÉRCIO, 2010.

GRAZIANO DA SILVA, José; DEL GROSSI, Mauro Eduardo. **O novo rural brasileiro: uma atualização para 1992-98**. III Encontro de Jovens Agricultores Cooperativista a Caminho da Sustentabilidade – III EJACC. Campinas: UNICAMP, 1999.

GRAZIANO DA SILVA, José. O novo rural brasileiro. **Nova Economia**, Belo Horizonte, v. 7, n. 1, mai. 1997.

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

HAESBAERT, Rogerio. Concepções de território para entender a desterritorialização. In: SANTOS, Milton et al. **Territórios, territórios**: ensaios sobre ordenamento territorial. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

HALL, Colin Michael. **Framing tourism geography**: notes from the underground. *Annals of Tourism Research*. Journal ATR, n. 1992. Great Britain: Elsevier, 2013.

HALL, Colin Michael; PAGE, Stephen J. **The geography of tourism and recreation**: environment, place and space. New York: Routledge, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo agropecuário**: resultados definitivos – 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2019

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERAÇÃO PARA A AGRICULTURA (IICA). Brasil. **Estudo preliminar da cadeia produtiva**: turismo rural Brasil. Andreia Roque. Brasília, 2013.

IRVING, Marta de Azevedo. (Eco)turismo em áreas protegidas? Paradoxos, idiosincrasias e potencialidades no caso brasileiro. In: IRVING, Marta de Azevedo; AZEVEDO, Julia; LIMA, Marcelo Augusto Gurgel (Org.). **Turismo**: ressignificando sustentabilidade. Rio de Janeiro: Folio Digital - Letra e Imagem, 2018a.

IRVING, Marta de Azevedo; LIMA, Marcelo Augusto Gurgel. Políticas públicas de turismo no Brasil: o “estado da arte” para se pensar sustentabilidade. In: IRVING, Marta de Azevedo; AZEVEDO, Julia; LIMA, Marcelo Augusto Gurgel (Org.). **Turismo**: ressignificando sustentabilidade. Rio de Janeiro: Folio Digital - Letra e Imagem, 2018b.

IRVING, Marta de Azevedo. Turismo, ética e educação ambiental: novos paradigmas em planejamento. In: IRVING, Maria de Azevedo; AZEVEDO, Julia. **Turismo**: o desafio da sustentabilidade. São Paulo: Futura, 2002.

JAPIASSÚ, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário Básico de Filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

KASTENHOLZ, Elisabeth. Experiência global em turismo rural e desenvolvimento sustentável das comunidades locais. CONGRESSO DE ESTUDOS RURAIS, 4, Aveiro, Portugal, 2010. **Anais...** Aveiro: Universidade de Aveiro, 2010.

KNAFOU, M. Rémy et al. Une approche géographique du tourisme. **Espace Géographique**, Lyon, v. 26, n. 3, p. 193-204, 1997.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip *et al.* **Marketing turístico**. Madrid: Pearson Educación, 2011.

KOTLER, Philip Kotler; GERTNER, David. **O estratégico marketing de lugares**. São Paulo: HSM Management, 2004.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2001.

LABATE, Beatriz Caiuby. A experiência do “viajante-turista” na contemporaneidade. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza (Org.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2000. (Coleção Turismo).

LEFÉBVRE, H. **A produção do espaço**. Tradução de Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins. 4. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

LEIPER, Neil. **The framework of tourism**. Lecturer, Travel & Tourism. Australia: Sydney Technical College, 1979.

LIMA, Valéria Maria de Souza. Geografia e turismo: introdução a um diálogo sempre necessário. In: RIBEIRO, Miguel Angelo; FERNANDES, Ulisses da Silva. **Geografia e turismo**: reflexões interdisciplinares. Curitiba: Appris, 2019.

LIMA, Valéria Maria de Souza. **Gestão pública do turismo no estado do Rio de Janeiro**: dilemas e perspectivas. Revista Eletrônica Sistemas & Gestão, v. 9, nº 3, p. 356-368. Niterói, RJ: UFF, 2014. Disponível em <https://www.revistasg.uff.br/sg/article/view/V9N3A11>. Acesso em: 15 fev. 2018.

LIMA, Valéria Maria de Souza; MARAFON, Gláucio José. Turismo rural: o exemplo do Brasil. In: MARAFON, Gláucio José; FACCIOLI, Marina; SÁNCHEZ, Meylin Alvarado (Org.). **Patrimônio, território e turismo no Brasil, Costa Rica e Itália**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2020.

LIMONAD, Ester. Reflexões sobre o espaço, o urbano e a urbanização. **GEOgraphia**, ano 1, n. 1. Niterói, RJ: EdUFF, 1999.

LOBATO, Alessandra da Silva. **Turismo, patrimônio cultural e produção do espaço**: uma análise do centro histórico da cidade de Bragança-PA. Rio de Janeiro: GeoUERJ, 2015.

LOCATEL, Celso Donizete. Da dicotomia rural-urbano à urbanização do território no Brasil. **Mercator**, Fortaleza, v. 12, número especial, p. 85-102, set. 2013.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do turismo**: conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.

MACEDO, Karla Maria Rios de; GOMES, Eduardo Rodrigues. Turismo de base comunitária: um olhar sobre a participação social. Encontro Nacional de Turismo de Base Local. ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO DE BASE LOCAL, 13, Juiz de Fora, 2014. **Anais...** Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2014.

MALDONADO, Carlos. O Turismo Rural Comunitário na América Latina. BARTHOLO, Roberto; SANSOLO, Davis Gruber; BURSZTYN, Ivan (Org.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

MANTINO, Francesco. **Rethinking rural development approaches and their relations with agricultural and agri-food local systems**. Rome, Italy: National Institute of Agricultural Economics, INEA, 2014.

MARAFON, Gláucio José *et al.* **Geografia do estado do Rio de Janeiro: da compreensão do passado aos desafios do presente**. Rio de Janeiro: Gramma, 2011.

MARAFON, Gláucio José. Relações campo-cidade: uma leitura a partir do território fluminense. In: MARAFON, Gláucio José; RIBEIRO, Miguel Ângelo. **Revisitando o Território Fluminense IV**. Rio de Janeiro: Gramma, 2012.

MARAFON, Gláucio José; RIBEIRO, Miguel Ângelo. Agricultura familiar, pluriatividade e turismo rural: reflexões a partir do território fluminense. **Revista Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, n. 18-19, p. 111-130, jan./dez. 2006.

MARAFON, Gláucio José; RIBEIRO, Miguel Ângelo (Orgs.). **Revisitando o Território Fluminense III**. Rio de Janeiro: Gramma, 2010.

MARAFON, Gláucio José; LIMA, Valéria Maria de Souza. Turismo rural: resgatando conceitos e atualizando reflexões. In: MARAFON, Gláucio José; ÁRIAS, Liliam Quirós; SÁNCHEZ, Meyllin Alvarado. **Estudos territoriais no Brasil e na Costa Rica (online)**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2018, pp. 91-111. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/j3jbg/pdf/marafon-9788575114995.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2018.

MARTINS, José de Souza. O futuro da sociologia rural e sua contribuição para a qualidade de vida rural. **Estudos Avançados**, v. 15, n. 20. São Paulo: USP, 2000.

MAZANEC, Josef Alfred; ZINS, Andreas H.; DOLNICAR, Sara. Análise do comportamento do turista com tipologias de estilo de vida e de férias. In: THEOBALD, William F. (Org.). **Turismo global**. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **5º Relatório de atividades**. Brasília: Ministério do Turismo, ago. 2004b.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Avaliação do Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010e. Disponível em [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Livro\\_Regionalizaxo.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Livro_Regionalizaxo.pdf)>. Acesso em: 15 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Dinâmica e diversidade do turismo de base comunitária: Desafio para a formulação de política pública**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010d. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/publicacoes/item/45-dinamica-e-diversidade-do-turismo-de-base-comunitaria.html>. Acesso em: 15 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural**. Brasília: Ministério do Turismo, 2004. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Diretrizes\\_Desenvolvimento\\_Turismo\\_Rural.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Diretrizes_Desenvolvimento_Turismo_Rural.pdf). Acesso em: 15 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR) **Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010c. Disponível em [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Diretrizes\\_Desenvolvimento\\_Turismo\\_Rural.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Diretrizes_Desenvolvimento_Turismo_Rural.pdf). Acesso em: 15 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Estudos de Competitividade do Turismo Brasileiro**. Brasília: ministério do Turismo, 2009. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/publicacoes/item/42-estudos-de-competitividade-do-turismo-brasileiro-centro-de-gestao-e-estudos-estrategicos.html>. Acesso em: 16 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Marcos\\_Conceituais.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf). Acesso em: 15 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR); MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO (MDA). **Caminhos do Brasil Rural: agricultura familiar, turismo e produtos associados**. Brasília: MTUR / MDA, 2008. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Segmentaxo\\_Caminhos\\_do\\_Brasil\\_Rural\\_2008.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_Caminhos_do_Brasil_Rural_2008.pdf). Acesso em: 20 jul. 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **O Brasil que você procura**. Brasília: Ministério do Turismo. Brasília: Ministério do Turismo, 2013b. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/CARTILHA\\_TURISMO\\_RURAL\\_PORT\\_ENG.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/CARTILHA_TURISMO_RURAL_PORT_ENG.pdf). Acesso em: 20 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas – 2003-2007**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Plano Nacional de Turismo 2018-2022**. Brasília: Ministério do Turismo, 2018. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/images/pdf/PNT\\_2018-2022.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/pdf/PNT_2018-2022.pdf). Acesso em: 14 mar 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Programa de Regionalização do Turismo: diretrizes**. Brasília: Ministério do Turismo, 2013. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/images/programas\\_acoes\\_home/PROGRAMA\\_DE\\_REGIONALIZACAO\\_DO\\_TURISMO\\_-\\_DIRETRIZES.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/programas_acoes_home/PROGRAMA_DE_REGIONALIZACAO_DO_TURISMO_-_DIRETRIZES.pdf). Acesso em: 16 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Projeto Talentos do Brasil Rural: turismo e agricultura familiar a caminho dos mesmos destinos**. Brasília: Ministério do Turismo, 2013c. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/programas\\_acoes/Arquivos/talentos\\_brasil\\_rural\\_resumo\\_executivo.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/programas_acoes/Arquivos/talentos_brasil_rural_resumo_executivo.pdf). Acesso em: 20 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Segmentação do turismo e o mercado**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/>

turismo/o\_ministerio/publicacoes/downloads\_publicacoes/Segmentaxo\_do\_Mercado\_Versxo\_Final\_IMPRESSxO\_.pdf. Acesso em: 15 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Turismo rural**: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2010b. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_Rural\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf). Acesso em: 15 set. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Turismo rural**: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2010f. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_Rural\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf). Acesso em: 16 set. 2018.

MOESCH, Marutschka. O lugar da experiência e da razão na origem do conhecimento do turismo. **CENÁRIO**, v.1, n. 1, p. 8-28. Brasília: UnB, dez. 2013.

MORAES, Edilaine Albertino; IRVING, Marta de Azevedo. Turismo de base comunitária: entre utopias e caminhos possíveis no contexto brasileiro. In: IRVING, Marta de Azevedo; Azevedo, Julia; Lima, Marcelo Augusto Gurgel (Org.). **Turismo**: ressignificando sustentabilidade. Rio de Janeiro: Folio Digital - Letra e Imagem, 2018.

MOREIRA, Roberto José. Cultura, política e o rural na contemporaneidade. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 11, n. 1. Rio de Janeiro: UFRRJ, 2003.

MOREIRA, Roberto José. Pensando o rural da modernidade e dos nossos tempos. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 1, p. 248-271, 2012.

MORMONT, Marc. As ruralidades nas políticas globais. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, v. 34, p. 49-59, ago. 2015.

MOURA, Antônio Márcio Ferreira de. Turismo, meio ambiente e espaço rural. In: FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (Org.). **Turismo e Patrimônio Cultural**. São Paulo: Contexto, 2003. (Coleção Turismo Contexto).

OLIVEIRA, Rui José de. Marketing dos destinos: a segmentação da demanda turística. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Ed.). **Produtos turísticos e novos segmentos de mercado**: planejamento, criação e comercialização. Barueri, SP: Manole, 2015.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT); UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME (UNDP). **Tourism and the Sustainable Development Goals**: Journey to 2030, Highlights. Spain: UNWTO, 2017.

OMT/UNWTO, Organização Mundial do Turismo; United Nations Development Programme (UNDP). **Turismo en Iberoamérica**: creando oportunidades para todos. Spain: UNWTO, 2020.

OXINALDE, Miguel del Reguero. **10 Estrategias que fomentan la sostenibilidad del ecoturismo**. España: Centro Nacional de Educación Ambiental, 2004.

PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Segmentação em turismo: panorama atual. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (EdS.). **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2009.

PEREIRO, Xerardo; FERNANDES, Filipa. **Antropologia e turismo: Teorias, métodos e práxis**. Tenerife (Espanha): PASOS/RTPC, 2018.

PIRES, Mário Jorge. O turismo rural e a preservação de valores socioculturais. OLIVEIRA, Cássio Garkains de Souza (Ed.). CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 2, Piracicaba, 2001. **Anais...** Piracicaba: FEALQ, 2001.

PIRES, Paulo dos Santos. A paisagem rural como recurso turístico. In: Adyr Balasteri (Org.). **Turismo rural: práticas e perspectivas**. Coleção Turismo Contexto. São Paulo: Contexto, 2003.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. Turismo rural. In: TRIGO, Luiz Gonzaga (Ed.). **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RASQUILHA, Luís; DASHÖVER, Verlag. **Tendências e gestão da inovação: tendências e coolhunting**. Lisboa: Verlag Dashöfer, 2011.

REIS, Patrícia Cerqueira. **A marca da cidades: reflexões e proposições para construção e gestão de marcas de cidades: o caso do Rio de Janeiro**. Curitiba: Appris, 2018.

REJOWSKI, Mirian. Agência de viagem. In: ANSARAH, Maria Gomes dos Reis. **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001. (Volume II).

RIBEIRO, Miguel Angelo; FERNANDES, Ulisses da Sila (Orgs.). **Geografia e turismo: reflexões interdisciplinares**. Curitiba: Appris, 2019.

RIBEIRO, Miguel Ângelo. Turismo no Estado do Rio de Janeiro: ensaio de uma tipologia. **Geographia**, Niterói, ano 5, n. 10, p. 79-91, 2003.

RODRIGUES, Arlete Moysés. A produção e o consumo para o turismo e a problemática ambiental. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandri, CRUZ, Rita de Cássia Ariza da (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. Geografia: Teoria e Realidade. São Paulo: Hucitec, 2002.

RODRIGUES, Arlete Moysés. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza (Org.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Coleção Turismo. Campinas, SP: Papyrus, 2000.

RODRIGUES, Arlete Moysés. Turismo e territorialidades plurais: lógicas excludentes ou solidariedade organizacional. In: LEMOS, Amalia Inés Geraiges de; ARROYO, Mónica;



SILVEIRA, María Laura. **América Latina: cidade, campo e turismo**. San Pablo: CLACSO – Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2006.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Geografia e turismo: notas introdutórias**. Revista do Departamento de Geografia, v. 6. São Paulo: EdUSP, 1992.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. Turismo rural no Brasil: ensaio de uma tipologia. In: RODRIGUES, Adyr Balasteri (Org.). **Turismo rural: práticas e perspectivas**. Coleção Turismo Contexto. São Paulo: Contexto, 2003.

ROQUE, Andreia. **Estudo preliminar da cadeia produtiva: turismo rural**. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), 2013.

RUA, João. Urbanidades no rural: o devir de novas territorialidades. **Campo-Território: Revista de Geografia Agrária**, Uberlândia, v. 1, 2006.

RUSCHMANN, Doris. **Turismo no Brasil: análise e tendências**. São Paulo: Manole, 2002.

SÁNCHEZ, Meylin Alvarado; ÁLVAREZ, Pablo Miranda. Planes de sostenibilidad turística para el turismo rural comunitário de Costa Rica: metodología para su elaboración. In: MARAFON, Gláucio José; FACCIOLI, Marina; SÁNCHEZ, Meylin Alvarado (Org.). **Patrimônio, território e turismo no Brasil, Costa Rica e Itália**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2020.

SANSOLO, Davis Gruber Sansolo; CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Caderno Virtual de Turismo, v. 3, n. 4. **Plano Nacional do Turismo: uma análise crítica**. Rio de Janeiro: IVT/COPPE UFRJ, 2003.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: Técnica e tempo. Razão e emoção**. São Paulo: EdUSP, 2006.

SANTOS, Milton. **A revolução tecnológica e o território: realidades e perspectivas**. Terra Livre – AGB, n. 9. São Paulo: AGB, 1991.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado: fundamentos teórico e metodológico da geografia**. São Paulo: Hucitec, 1988.

SANTOS, Milton. O retorno do território. In: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia A.; SILVEIRA, Maria Laura (Org.). **Território, globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec, 1998.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova: da crítica da geografia a uma geografia crítica**. São Paulo: EdUSP, 2004.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SANTOS, Norberto Pinto. Turismo, Gestão e Território. **Caderno Virtual de Turismo – Edição Especial: Hospitalidade e políticas públicas de turismo**, Rio de Janeiro, v. 14, supl. 1, p. 66-86., nov. 2014.

SARTI, Antonio Carlos; QUEIROZ, Odaléia Telles Marcondes Machado. Espaço, paisagem, lugar, território e região: a organização do espaço turístico. In BENI, Mario Carlos (Org.). **Turismo, planejamento estratégico e capacidade de gestão: desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri, SP: Manole, 2012

SAUER, Carl. O. A morfologia da paisagem. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny (Org.) **Paisagem, tempo e cultura**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

SCHNEIDER, S. **A pluriatividade na agricultura familiar**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2003.

SCHNEIDER, Sergio. A pluriatividade no meio rural brasileiro: características e perspectivas para investigação. In: GRAMMONT, Hubert Carton de; MARTINEZ VALLE, Luciano (Org.). La pluriactividad em el campo latino-americano. **Serie FORO**, Quito/Equador, v. 1, p. 132-161, 2009.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Retrato do turismo rural no Brasil com foco nos pequenos negócios**. Brasília: SEBRAE, 2013.

SECCHI, Leonardo. Modelos organizacionais e reformas da administração pública. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 2. Rio de Janeiro: FGV / EBAPE, 2009.

SECRETARIA DE ESTADO DE PLANEJAMENTO E GESTÃO DO RIO DE JANEIRO (SEPLAG). **Plano Plurianual, PPA/RJ 2012-2015**. Lei 6.126/2011. Rio de Janeiro: SEPLAG, 2011.

SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (SETUR). **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável no Estado do Rio de Janeiro (PDITS)**. Polo Litoral e Polo Serra. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (SETUR). **Portal Turismo Rio de Janeiro**. Disponível em: [www.turismorj.com](http://www.turismorj.com). Acesso em: 4 out. 2020.

SILVA, José Borzacchiello. Discutindo o rural e o urbano. **Revista ANPEGE**, v. 7, n. 8, p. 3-11, 2011. Disponível em: <https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/anpege/article/view/6522>. Acesso em: 15 jul. 2018.

SILVEIRA, Marcos Aurélio Tarlombani. **Percepção geográfica, turismo e valorização do espaço**. Simpósio Nacional sobre Geografia, Percepção e Cognição do Meio Ambiente. Universidade Estadual de Londrina, Departamento de Geociências, Laboratório de Pesquisas Urbanas e Regionais: Londrina, 2005.

SILVEIRA, Marcos Aurélio Tarlombani. Política de turismo: oportunidades ao desenvolvimento local. In: RODRIGUES, Adyr Balasteri (Org.). **Turismo rural: práticas e perspectivas**. Coleção Turismo Contexto. São Paulo: Contexto, 2003.

SILVEIRA, María Laura. O Brasil: território e sociedade no início do século 21 – a história de um livro. **ACTA Geográfica - Revista do Curso de Geografia**, Boa Vista, p. 151-163, 2011. Disponível em: <http://revista.ufr.br/index.php/actageo/article/view/556/586>. Acesso em: 15 fev. 2018.

SILVEIRA, María Laura. **O Brasil: território e sociedade no início do Século 21**. A história de um livro. Ed. Esp. Cidades na Amazônia Brasileira. Boa Vista: UFRR, 2011.

SOLLA, Xosé M. Santos. Turismo rural: tendências e perspectivas. In: IRVING, Marta de Azevedo; Azevedo, Julia; Lima, Marcelo Augusto Gurgel (Org.). **Turismo: ressignificando sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Folio Digital - Letra e Imagem, 2018.

TALAVERA, Agustín Santana. Imaginando a imagem no turismo: uma viagem de ida e volta. **Revista Lusófona de Estudos Culturais (RLEC)**, Universidade do Minho/Portugal, v. 5, n. 2, p. 153-167, jan. 2018.

TALAVERA, Agustín Santana. O rural como produto turístico: algo de novo brilha sob o sol. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza D.P. In: (Orgs.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papyrus, 2000. (Coleção Turismo).

TAMANINI, Elizabete; FERRETI, Orlando. Introdução. In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira *et al.* **Turismo no espaço rural: enfoques e perspectivas** (Org.). São Paulo: Roca, 2006.

TEIXEIRA, Márcio Antonio; LAGES, Vinicius, Nobre. Transformações no espaço rural e a geografia rural: ideias para discussão. **Revista Geografia**, São Paulo, v. 14, p. 9-33, 1997.

THOMAZI, Silvia. **Cluster de turismo: introdução do estudo de arranjo produtivo local**. Série Turismo. São Paulo: Aleph, 2006.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo e qualidade: tendências contemporâneas**. Campinas, São Paulo: Papyrus, 1993. (Coleção Turismo).

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: DIFEL, 1983.

TULIK, Olga. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. In: RODRIGUES, Adyr Balasteri (Org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: HUCITEC, 1999.

TULIK, Olga. Turismo e desenvolvimento no espaço rural: abordagens conceituais e tipologias. In: SANTOS, Eurico de Oliveira; SOUZA Marcelino de. **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri, SP: Manole, 2010.

TULIK, Olga. **Turismo rural**. Coleção ABC do Turismo. São Paulo: Aleph, 2003.

TURISRIO. Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro. **Plano Diretor de Turismo do Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: TURISRIO, 2001.

TURISRIO. Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro. **Estatuto Social**. Rio de Janeiro: TURISRIO, 2005.

TURISRIO. Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro. **Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS): Polo Serra e Polo Litoral**. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

TURISRIO. Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro. **Turismo no estado do Rio de Janeiro: diagnóstico institucional**. Rio de Janeiro: TURISRIO, 2013.

VEIGA, José Eli da. **Relação rural/urbano no desenvolvimento regional**. Anais do II Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional. Santa Cruz do Sul: UDUNISC, 2004.

VEIGA, José Eli da *et al.* **O Brasil rural precisa de uma estratégia de desenvolvimento**. Brasília: Convênio FIPE – IICA (MDA/CNDRS/NEAD), 2001.

VERBOLE, Alenka. A busca pelo imaginário rural. In: RIEDL, Mário; ALMEIDA, Joaquim Anécio; VIANA, Andyara Lima Barbosa (Org.). **Turismo rural: tendências e sustentabilidade**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.

WAINBERG, Jacque A. O movimento turístico: olhadelas e suspiros em busca da singularidade alheia. In: GASTAL, Susana; CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (Org.). **Turismo na pós-modernidade: (des)inquietações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

WOODS, Michael. **Rural**. Progress in Human Geography, n. 33. USA - Canadá: Routledge, 2011.

WOODS, Michael. **Rural geography: blurring boundaries and making connections**. Progress in Human Geography, 33, p. 849–858, 2009. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/249872490\\_Rural\\_geography\\_Blurring\\_boundaries\\_and\\_making\\_connections](https://www.researchgate.net/publication/249872490_Rural_geography_Blurring_boundaries_and_making_connections). Acesso em: 19 set 2018.

WYSS, Federico. Turismo Rural en las Américas y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio. In: OMT (Organización Mundial del Turismo). **Análisis del turismo rural en las Américas**. Madrid, España: OMT, 2003.

YÁZIGI, Eduardo. **Turismo: uma esperança condicional**. São Paulo: Global, 1999.

YÁZIGI, Eduardo. Vandalismo, paisagem e turismo no Brasil. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandri, CRUZ, Rita de Cássia Ariza da (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. Geografia: Teoria e Realidade. São Paulo: Hucitec, 2002.

ZARZA, Eugenio García. Turismo rural en Castilla y Leon, problematica y perspectivas. In: OLIVEIRA, Cássio Garkalns de Souza *et al.* **Anais do Congresso Brasileiro de Turismo Rural: Turismo no espaço rural brasileiro**. Piracicaba: FEALQ, 2001.

**APÊNDICE A** – Roteiro de entrevista – Philipe Campello

- 1) Você considera que o ERJ tem vocação para o turismo rural? Em que nível?
- 2) O fato de o ERJ ter outros segmentos muito consolidados (Sol e Praia, Ecoturismo, Eventos, etc.) não atrapalha um pouco a percepção de alguma potencialidade que o estado possivelmente venha a ter para o turismo rural?
- 3) O ERJ tem iniciativas para trabalhar o turismo rural há muitos anos. Essas propostas avançaram?
- 4) De que modo a SETUR e a TurisRio têm atuado em relação ao segmento? Há políticas públicas no sentido de desenvolver o turismo rural no estado?
- 5) E em relação ao MTUR e municípios? Como tem sido a atuação do setor público nesse sentido?
- 6) Quais são os maiores gargalos para o fomento do turismo rural no ERJ?
- 7) Na sua opinião, como o trade percebe o turismo rural no ERJ?
- 8) Tem-se falado muito em um retorno do turismo pós COVID-19 privilegiando curtas distâncias e o contato com a natureza. Essa declaração diz respeito mais ao turismo praticado ao ar livre, em contato com a natureza, ou se estenderia também a experiências rurais?
- 9) Você acha que o turismo rural poderia, de algum modo, participar melhor dessa oferta? O ERJ estaria preparado nesse sentido?
- 10) É factível desenvolver o turismo rural no ERJ? Se sim, quais seriam os melhores caminhos para se fazer isso?
- 11) Você gostaria de acrescentar mais alguma coisa?

**APÊNDICE B – Roteiro de entrevista – Ayrton Violento**

- 1) Você considera que o estado do Rio de Janeiro tem vocação para o turismo rural?  
Em que nível?
- 2) Você acha que essa potencialidade é conhecida e reconhecida/valorizada? Se não é, por que?
- 3) O ERJ tem iniciativas para trabalhar o turismo rural há muitos anos. Essas propostas avançaram? Se não avançaram, por que?
- 4) Você conhece experiências exitosas em turismo rural no Brasil? Se sim, quais foram os principais elementos para que tivessem sucesso nos seus empreendimentos?
- 5) A atenção do Governo Federal com o turismo rural vista quando da criação do MTUR mudou? Se mudou, quais são os principais aspectos dessa mudança?  
Existem políticas públicas federais para desenvolver o turismo rural no país?
- 6) Existem políticas públicas para desenvolver o turismo rural no estado do Rio de Janeiro? Como tem sido a atuação do governo do estado nesse sentido?
- 7) Os municípios do estado do Rio de Janeiro têm políticas públicas para desenvolver o turismo rural?
- 8) Como tem sido a atuação de outras instituições (SEBRAE, etc.) em relação ao desenvolvimento do turismo rural no estado do Rio de Janeiro?
- 9) Tem-se falado muito em um retorno do turismo pós COVID-19 privilegiando curtas distâncias e o contato com a natureza. Essa declaração diz respeito mais ao turismo praticado ao ar livre, em contato com a natureza, ou se estenderia também a experiências rurais?
- 10) Você acha que o turismo rural poderia, de algum modo, participar melhor dessa oferta? O estado do Rio de Janeiro estaria preparado nesse sentido?
- 11) Quais são os maiores gargalos para o fomento do turismo rural no ERJ? Como vencê-los?
- 12) É factível desenvolver o turismo rural no estado do Rio de Janeiro? Se sim, quais seriam os melhores caminhos para se fazer isso?
- 13) Você pode falar um pouco do papel da ABRATTUR e de como está a atuação da associação atualmente?
- 14) Existem outras associações e movimentos atuantes no Brasil voltados ao desenvolvimento do turismo rural? E no estado do Rio de Janeiro?

- 15) Quais são as interfaces da Anda Brasil com o turismo rural?
- 16) Você gostaria de acrescentar mais alguma coisa?

**APÊNDICE C – Roteiro de entrevista – Leandro Carnielli**

- 1) Como o Agroturismo e o Turismo Rural se complementam? Na prática, quais são as diferenças entre esses segmentos, ou não há diferença?
- 2) No projeto Venda Nova, há outros segmentos que são agregados e que ajudam a fortalecer o Agroturismo e o Turismo Rural?
- 3) Na sua opinião e de modo geral, quais seriam as maiores dificuldades para o desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil? Quais foram as principais iniciativas para vencer essas dificuldades?
- 4) Qual é o papel do Poder Público no desenvolvimento do Turismo Rural?
- 5) Em que sentido, como você informa, os órgãos públicos podem atrapalhar, ao invés de ajudar? Houve algum avanço nas políticas públicas da década de 90 para cá que possam ter colaborado com o Turismo Rural?
- 6) Em que medida o MTUR valoriza este segmento e tem propostas para o fortalecimento do mesmo?
- 7) Você informa que os principais parceiros do projeto Venda Nova têm sido Sebrae, Governo do Estado, as Prefeituras, as Faculdades, os Meios de Comunicação e, os principais, as propriedades que tiveram a coragem de enfrentar o desafio. De modo geral, que parceiros não poderiam faltar em uma iniciativa de desenvolvimento do Turismo Rural em uma localidade?
- 8) A AGROTUR está ativa? Como funciona? Quem participa? O que mantém a chama da AGROTUR acesa?
- 9) A AGROTURES e a ABRATURR estão ativas?
- 10) Você diz que em 1997 já havia um bom fluxo de turistas na região. Como é esse fluxo hj? Qual é o perfil da demanda? Vocês monitoram isso?
- 11) No seu artigo, você diz que alguns desses municípios ainda hoje encontram dificuldade de assimilar o segmento e sua execução. Que razões você atribuiria para que isto ocorresse?
- 12) Pelo seu conhecimento, você acredita que o estado do Rio de Janeiro tenha potencialidades interessantes para o desenvolvimento deste segmento? Se sim, por que ainda não terá avançado como outros destinos?
- 13) Como você vê as perspectivas deste segmento depois dessa crise do Corona vírus?
- 14) Que ações vocês estão adotando em Venda Nova em relação a isso?



**APÊNDICE D** – Questionário – Secretários municipais de turismo

- 1) Quais são os principais segmentos turísticos que você identifica no seu município?
- 2) De 1 a 10, com que grau você classificaria a potencialidade que o seu município tem para desenvolver o Turismo Rural?
- 3) Quais são as atividades rurais desenvolvidas no seu município? Você acha que essas atividades ajudam a fortalecer o Turismo Rural, ou são independentes?
- 4) Quais seriam os principais atrativos deste segmento no seu município?
- 5) Existem roteiros de Turismo Rural no seu município? Se sim, estes já são comercializados?
- 6) De algum modo o artesanato é associado ao turismo, no seu município? E ao Turismo Rural?
- 7) Existem eventos associados ao Turismo Rural no seu município? Quais?
- 8) Existem serviços específicos para atender a este segmento no seu município? Se sim, você considera que estes estejam bem estruturados?
- 9) Na sua opinião, quais são os principais fatores que influenciam a escolha dos destinos turísticos rurais? Você acha que a paisagem tem influência sobre essa escolha?
- 10) De modo geral, qual é o perfil do turista que visita o seu município? Você identifica afinidade desse público com o Turismo Rural?
- 11) Que outros públicos poderiam ser potencialmente atraídos pelo Turismo Rural no seu município? Existe algum trabalho de divulgação nesse sentido?
- 12) No seu município, que outros segmentos poderiam ser agregados ao Turismo Rural para fortalecer esse segmento?
- 13) E quais seriam as maiores dificuldades para desenvolver este segmento?
- 14) Quais são as principais reivindicações ou solicitações feitas pelos principais atores que atuam neste segmento no seu município?
- 15) Existem políticas públicas de turismo no seu município voltadas ao desenvolvimento deste segmento?
- 16) Na sua opinião, que entidades e instituições poderiam contribuir para o desenvolvimento do Turismo Rural no seu município?
- 17) No seu município há conselho municipal de turismo atuante? Até que ponto você considera essa iniciativa importante?

- 18) O seu município participa de alguma instância de governança regional ou estadual (conselho, fórum, etc.)? Até que ponto você considera essa iniciativa importante?
- 19) Você conhece algum modelo ou experiência em Turismo Rural que considera exemplar ou interessante?
- 20) Como você percebe as perspectivas para o Turismo Rural no Brasil? E no estado do Rio de Janeiro?
- 21) De modo geral, que ações prioritárias você indicaria para o desenvolvimento do Turismo Rural no estado do Rio de Janeiro?
- 22) Em termos de ações públicas especificamente, o que mais poderia contribuir para o desenvolvimento desse segmento em âmbito nacional, estadual e municipal?

## APÊNDICE E – Formulário de atualização do Plano Diretor Estadual de Turismo do Estado do Rio de Janeiro

O Plano Diretor de Turismo do Estado é o principal instrumento de planejamento e gestão das políticas públicas de desenvolvimento do setor e está sendo atualizado pela SETUR/TurisRio, em parceria com a UERJ.

A participação dos municípios em todas as fases deste processo é fundamental, não só prestando e validando as informações necessárias a este trabalho, como também colaborando na construção de um programa de propostas e ações.

Contamos com o seu indispensável apoio!

Em caso de dúvidas, ficamos à disposição. Contato:

Valéria Lima (21) 3803-9360 / (21) 99393-6382 / [vmuslima@gmail.com](mailto:vmuslima@gmail.com)

\*Obrigatório

### IDENTIFICAÇÃO

Município: \*

Nome do Órgão Municipal de Turismo (Secretaria, Subsecretaria, Empresa, Diretoria, Departamento, etc.): \*

Endereço: \*

E-mail: \*

Site: \*

Região Turística que Integra: \*

Águas do Noroeste

Agulhas Negras

Baixada Verde

Caminhos Coloniais

Caminhos da Mata

Caminhos da Serra

Costa Doce

Costa do Sol

Costa Verde

Metropolitana

Serra Verde Imperial

Vale do Café

Principais Segmentos Turísticos: \*

Turismo Rural

Ecoturismo

Turismo Cultural

Turismo de Aventura

Turismo de Negócios

Turismo de Eventos

Turismo de Sol e Praia

Turismo de Pesca

Turismo de Estudos e Intercâmbio

Turismo Náutico

Turismo de Esportes

Turismo Religioso

Turismo Gastronômico

Turismo de Saúde

Turismo Social

Outro:

## GESTÃO DO TURISMO

Do total de funcionários, quantos são concursados? \*

Quantos turismólogos atuam no Órgão Oficial de Turismo? \*

Do total de turismólogos, quantos são concursados? \*

Valor da dotação Orçamentária/Recursos para a atividade turística nos seguintes anos:

2017: \*

2018:

2019: \*

Instância de Governança Municipal: \*

Sim

Não

De qual natureza jurídica?

Conselho

Fórum

Comitê

Associação

Consórcio

Outro:

Qual é a composição da Instância? Marcar todas as opções que se aplicam.

Entidades Públicas

Entidades Privadas

Entidades do Terceiro Setor

Outro:

Informar Nome da Instância e Contato do Responsável:

Instância de Governança Regional: \*

Sim

Não

Informar Nome da Instância Regional:

Fundo Municipal de Turismo: \*

Sim

Não

Caso afirmativo, informar:

Está em fase de criação

Foi criado mas não está ativo

Está ativo

Administrado por:

Instância de Governança Municipal

Poder Público

Iniciativa Privada

Valor da dotação do Fundo Municipal:

Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo: \*

Sim

Não

Caso afirmativo, informar:

Está em elaboração

Está Elaborado, porém não foi aplicado

Está elaborado e em implementação

Plano Regional de Desenvolvimento do Turismo: \*

Sim

Não

Caso afirmativo, informar:

Está em elaboração

Está Elaborado, porém não foi aplicado

Está elaborado e em implementação

Inventário Turístico \*

Sim

Não

Caso afirmativo, informar:

Está sendo realizado

O município já foi inventariado

Ano de inventariação:

Qual foi a metodologia utilizada?

O inventário foi aplicado por:

Consultoria contratada

Instituição de Ensino Superior

Órgão Municipal de Turismo

Outro:

Incentivos municipais para o setor turístico: \*

Sim

Não

Caso afirmativo, informar quais:

Central de Atendimento ao Turista/Posto de Informação Turística \*

Sim

Não

Oferece atendimento em outros idiomas?

Sim

Não

Caso afirmativo, informar:

Inglês

Espanhol

Francês

Alemão

Outro:

Mapa turístico ilustrativo com informações dos principais hotéis, atrativos, acessos, etc? \*

Não

Sim, o mapa é gratuito

Sim, o mapa é vendido

Existem iniciativas de capacitação profissional para o turismo no município? \*

Sim

Não

Caso afirmativo, informar quais são as instituições envolvidas:

Quais são as principais áreas onde há necessidades de capacitação profissional para o turismo no município? \*

Guiamento

Organização de Eventos

Gestão de Meios de Hospedagem

Taxistas

Gestão de Bares e Restaurantes

Camareira

Garçom

Maitre

Cozinheiro

Barman

Informática

Idiomas

Marketing

Atendimento ao público

Artesanato

Empreendedorismo

Higiene e Manipulação de Alimentos

Outro:

## COMERCIALIZAÇÃO/DIVULGAÇÃO DO TURISMO

Roteiro(s)/Rota(s) Turística(s): \*

Sim

Não

Caso afirmativo, informar nome(s) e breve descritivo:

Material Promocional: \*

Mapa

Folder

Flyer

CD/DVD

Pen-drive / Pen-card

Outro:

Participação em feiras e eventos: \*

Sim

Não

Caso afirmativo, informar o âmbito (regional, estadual, nacional e internacional) e os principais eventos:

O município possui banco de imagens de atrativos turísticos em alta definição? \*

Sim

Não

Possui portal on-line específico para o turismo? \*

Sim

Não

Caso afirmativo, informar o endereço do portal:

Principais Canais de Divulgação do Turismo do Município: \*

Participação em Feiras e Eventos

Portal on-line

Redes Sociais



Rodadas de Negócios

Folheteria

Vídeo promocional

TV

Rádio

Outdoor

Busdoor

Outro:

## DEMANDA TURÍSTICA

Qual é o perfil do visitante do município? \*

Possui pesquisa atual sobre o fluxo turístico municipal? \*

Sim

Não

Caso afirmativo, em que ano foi realizada a pesquisa?

Informar o total de visitantes:

## Informações sobre a pesquisa de demanda turística:

Visitantes estrangeiros:

Principais países emissores:

Visitantes Nacionais:

Principais estados emissores:

Visitantes regionais:

Principais municípios emissores:

Realiza pesquisas de satisfação do turista com o destino? \*

Sim

Não

Caso afirmativo, informar ano e pontos fracos/fortes elencados pelos turistas:

## VIAS DE ACESSO AO MUNICÍPIO

Possui sinalização de acesso? \*

Sim

Não

Possui sinalização turística? \*

Sim

Não

## OFERTA TURÍSTICA

Quais são os principais atrativos turísticos do município? \*

Quais são os principais eventos do município e respectivas datas de realização? \*

Informar abaixo o quantitativo e total de Unidades Habitacionais (UH's) dos seguintes meios de hospedagem:

Caso não saiba informar, escreva " NS " na resposta.

Caso o município não possua o item, escreva " NP " na resposta.

Na última opção " Outros ", se não houver o que preencher, escreva " NA " na resposta.

Hotéis: \*

Pousadas: \*

Hostels: \*

Apart-hotéis/Flats \*

Resorts: \*

Campings: \*

Motéis: \*

Outros: \*

Informar abaixo o quantitativo dos seguintes equipamentos de alimentação:

Caso não saiba informar, escreva " NS " na resposta.

Caso o município não possua o item, escreva " NP " na resposta.

Na última opção " Outros ", se não houver o que preencher, escreva " NA " na resposta.

Restaurantes: \*

Bares: \*

Lanchonetes/Casas de Sucos/Sorveterias/Confeitarias: \*

Quiosques e Barracas: \*

Outros: \*

Informar abaixo o quantitativo dos seguintes equipamentos/serviços de agenciamento:

Caso não saiba informar, escreva " NS " na resposta.

Caso o município não possua o item, escreva " NP " na resposta.

Na última opção " Outros ", se não houver o que preencher, escreva " NA " na resposta.

Agências de Viagem e Turismo: \*

Guias de Turismo: \*

Outros: \*

Informar abaixo o quantitativo dos seguintes equipamentos/serviços de transporte:

Caso não saiba informar, escreva " NS " na resposta.

Caso o município não possua o item, escreva " NP " na resposta.

Na última opção " Outros ", se não houver o que preencher, escreva " NA " na resposta.

Transportadoras Turísticas: \*

Locadoras: \*

Táxis: \*

Há serviços alternativos de transporte via aplicativo (Ex: Uber, Cabify, 99 Táxis, etc.) \*

Sim

Não

Outros: \*

#### Informar abaixo o quantitativo dos seguintes equipamentos/serviços de lazer e entretenimento:

Caso não saiba informar, escreva " NS " na resposta.

Caso o município não possua o item, escreva " NP " na resposta.

Na última opção " Outros ", se não houver o que preencher, escreva " NA " na resposta.

Parques de Diversão/Parques Temáticos: \*

Parques Urbanos, Jardins e Praças: \*

Clubes: \*

Estádios, Ginásios e Quadras: \*

Mirantes: \*

Casas Noturnas: \*

Cinemas: \*

Parques agropecuários: \*

Outros: \*

#### Informar abaixo o quantitativo dos seguintes equipamentos/serviços de cultura e arte:

Caso não saiba informar, escreva " NS " na resposta.

Caso o município não possua o item, escreva " NP " na resposta.

Na última opção " Outros ", se não houver o que preencher, escreva " NA " na resposta.

Museus: \*

Centros Culturais: \*

Centros de Artesanato: \*

Outros: \*

#### Informar abaixo o quantitativo dos seguintes equipamentos/serviços eventos:

Caso não saiba informar, escreva " NS " na resposta.

Caso o município não possua o item, escreva " NP " na resposta.

Na última opção " Outros ", se não houver o que preencher, escreva " NA " na resposta.

Centros de Convenções: \*

Centros Empresariais: \*

Hotéis com estrutura para eventos de pequeno porte (até 200 pessoas): \*

Hotéis com estrutura para eventos de médio porte (de 200 a 500 pessoas): \*

Hotéis com estrutura para eventos de grande porte (mais de 500 pessoas): \*

Placas de sinalização turística: \*

Sinalização para acesso por veículo aos principais atrativos

Sinalização para acesso a pé aos principais atrativos

Sinalização nos atrativos

Não possui

Outro:

Possui sinalização bilíngue? Se sim, em quais idiomas: \*

A sinalização implantada encontra-se nos padrões recomendados pelo Ministério do Turismo? \*

Sim

Não

## CENÁRIO PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO MUNICIPAL

Citar os principais entraves e gargalos para o desenvolvimento do turismo do município: \*

Citar os principais entraves e gargalos para a participação do Órgão Municipal de Turismo em instâncias de governança (municipal / regional): \*

Citar os principais entraves e gargalos para o desenvolvimento/implantação do Plano Municipal de Turismo: \*

Citar os principais entraves e gargalos relacionados à Oferta Turística do município: \*

Relacionar as principais ações necessárias para o desenvolvimento/melhoria da atividade turística municipal: \*

Existem projetos turísticos formatados? Se sim, quais? \*

Existem projetos turísticos sendo implementados? Quais? Com quais recursos? \*

Existem outras parcerias de apoio institucional para a implementação desses projetos? Com quais instituições? \*

Existem recursos disponíveis para a implementação desses projetos? \*

O município é cadastrado no SICONV (Sistema de Convênios)? Já pleiteou recursos ao Ministério do Turismo? \*

Existem investimentos para o desenvolvimento do turismo? Informar os investimentos diretos e/ou indiretos na atividade turística e as respectivas fontes: \*

Quais são os impactos positivos do turismo na economia local? Há indicadores utilizados para mensurar o desempenho do setor? Quais? \*

Quais são os principais impactos negativos da atividade turística no município? \*

O município adota algum tipo de política de sustentabilidade na atividade turística ou em outras que cooperam com a prática? Se sim, quais? \*

O município adota iniciativas de acessibilidade relacionadas ao turismo? Quais? \*

Acrescente outras informações consideradas relevantes para o desenvolvimento turístico do município: \*

#### RESPONSÁVEL PELA INFORMAÇÃO

Nome: \*

Cargo: \*

Telefone: \*

E-mail: \*

**ANEXO – Carta de Quissamã****CARTA DE QUISSAMÃ**

Documento gerado a partir de Encontro realizado em Machadinho na cidade de Quissamã, estado do Rio de Janeiro, no dia 14 de outubro de 2020, com a presença dos representantes dos municípios de Campos, Carapebus, Cardoso Moreira, Casimiro de Abreu, Conceição de Macabu, Iguaba Grande, Itaboraí, Macaé, Quissamã, Rio Bonito, Rio das Ostras, São João da Barra, Santa Maria Madalena e Tanguá.

A atividade turística mundial sofreu uma grande parada em sua movimentação devido a pandemia do novo coronavírus, levando o fechamento de destinos turísticos, atrativos, serviços. Pessoas deixaram de viajar a lazer interrompendo sonhos e desejos, deixando de lado a motivação para conhecer um novo lugar, um novo paladar, uma cultura diferente... Porém aos poucos, timidamente, as viagens a lazer estão voltando, os destinos de turismo estão abrindo as portas para o visitante. Todos os serviços, quase todos atrativos turísticos e estruturas turísticas começam a funcionar novamente.

Mas, com isso tudo, com toda essa paralisação, o turista mudou, ficou mais exigente e mais alerta aos cuidados com a higienização dos lugares que visita, dos meios de hospedagem que quer se instalar, dos restaurantes, dos bares e dos atrativos. O turista, agora, busca mais do que nunca, no seu momento de lazer estar em lugares ligados a uma vida mais saudável e ao ar livre. Características que se encaixam perfeitamente no segmento de Turismo Rural! Um tipo de turismo que possui baixo fluxo turístico, não massifica, permite ao turista uma experiência de vida diferente, mais saudável junto ao campo e de paisagens exuberantes. Contempla uma gastronomia com produtos frescos das fazendas e uma cultura simples e atraente, além de oferecer renda para a comunidade receptora.

O momento é muito propício ao Turismo Rural. Chegou a hora de fortalecer o segmento no Estado do Rio de Janeiro.

Para que isso aconteça, nós, representantes de alguns Municípios do estado do Rio de Janeiro que possuem potencialidades para o fomento do Turismo Rural, solicitamos ao Governo do Estado do Rio de Janeiro que atenda as nossas reivindicações relacionadas ao setor e que destacamos abaixo:

1. Uma atenção maior ao segmento no Estado através da Secretaria Estadual de Turismo e da TurisRio, fornecendo subsídios para a qualificação da mão de obra dos atores locais, oferecendo consultoria de técnicos e profissionais que colaborem na busca de soluções para melhorar a receptividade de visitantes e promoção dos destinos e seus atrativos;

2. Tornar este encontro periódico, itinerante pelos destinos de Turismo Rural do estado, com o propósito de sempre debater problemas, soluções e o fortalecimento do segmento no interior do Estado. Que este encontro, seja acompanhado e representado pelos órgãos oficiais de turismo do estado.
3. A criação de um evento anual de Turismo Rural na cidade do Rio de Janeiro, que faça parte do Calendário de Eventos do Estado, para que os destinos possam expor seus serviços, suas atrações, suas culturas e gastronomias para o morador do Rio de Janeiro, principal núcleo emissor de turistas para o interior;
4. Que a Secretaria Estadual de Turismo do Estado do Rio de Janeiro e a TurisRio possam levar o Turismo Rural do interior do Rio a todos os encontros e eventos de Turismo que venham a participar, a nível nacional e internacional.

Sem mais, na certeza de uma resposta positiva a estas nossas considerações sobre o Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro, aguardamos breve retorno.

### **1º Encontro para o Fortalecimento do Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro**

Quissamã, 14 de outubro de 2020

Arnaldo Gonçalves de Queiros Mattoso  
Secretário de Desenvolvimento Trabalho e Turismo

Raslan Farah Gomes  
Secretário Turismo de Conceição de Macabú

Jance Régis de Paula  
Secretário de Turismo de Carapebus

Aline César Jesus  
Turismóloga - Representante da Secretaria de Turismo Macaé

Carla Valle  
Secretaria de Turismo de Iguaba Grande

Igor de Carvalho Pessanha  
Secretário de Turismo de Rio das Ostras

Anna Mostowik  
Representante de Turismo do Município de Madalena

Tainá Braga de Salles  
Representante de Turismo do Município de Tanguá

Marcela Nogueira Toledo  
Representante do Município de São João da Barra

Hans Muylart  
Secretário de Turismo de Campos de Goitacazes

Fernanda Valéria de Souza Leite  
Representante da Secretaria de Turismo de Rio Bonito

Luciana Dames de Oliveira Freitas  
Secretária de Turismo de Casimiro de Abreu

Rita de Cassia Andrade  
Representante Município de Cardoso Moreira

Marco Navega  
Presidente do Condetur

Marcelo Braga Pessanha  
Diretor do Parque Nacional da Restinga de Jurubatiba