

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DA REGIÃO DOS VINHEDOS  
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GERENCIAMENTO  
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO**

**DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL DO TURISMO RURAL**

**Ivane Maria Remus Fávero**

**Bento Gonçalves**

**2000**

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DA REGIÃO DOS VINHEDOS  
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GERENCIAMENTO  
DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO**

**DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL DO TURISMO RURAL  
ANÁLISE DO CASO “CAMINHOS DE PEDRA”**

**Monografia de conclusão do curso  
de Especialização em  
Gerenciamento do  
Desenvolvimento Turístico.  
Orientador: Evaldo Kuiava**

**Ivane Maria Remus Fávero**

**Bento Gonçalves**

**2000**

Dedico esta monografia a todas mulheres  
agricultoras.

Para que encontrem no Turismo Rural uma  
forma mais digna de trabalho.

## AGRADECIMENTOS

Algumas palavras proferidas marcam por toda uma vida, positiva ou negativamente.

Agradeço às palavras de incentivo de minha professora e amiga Norma Moesh.

Agradeço às palavras esclarecedoras de Tarcísio Michellon e Julio Pozenato.

Agradeço às palavras orientadoras de meu professor Evaldo Kuiava.

Agradeço às palavras de amor de meu marido Aurélio.

E por fim, agradeço à minha filha Lúcia, que ainda não profere palavras, pela companhia constante neste período de estudos.

## **RESUMO**

Identificam-se os conceitos das tipologias de turismo exploradas no meio rural, esclarecendo as diferenças entre turismo rural, turismo ecológico e agroturismo. Apresentam-se o histórico, as características, os benefícios, os malefícios e as etapas de planejamento do Turismo Rural, responsáveis pela aplicação de um modelo sustentável, que amenize ou redima os impactos negativos da exploração desta nova atividade. Analisa-se o “case” Caminhos de Pedra, situado no distrito de São Pedro, município de Bento Gonçalves, Rio Grande do Sul, referência nacional do bom emprego da atividade turística no meio rural. Formula-se diretrizes básicas, que servirão de referência, para o desenvolvimento do Turismo Rural.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>07</b>
<b>1. TURISMO .....</b>	<b>09</b>
<b>1.1 – Conceito de Turismo .....</b>	<b>09</b>
<b>2. TURISMO RURAL .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 – Histórico .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2 – Conceito .....</b>	<b>13</b>
<b>2.3 – Características do Turismo Rural .....</b>	<b>15</b>
<b>2.4 – Impactos Positivos .....</b>	<b>18</b>
<b>2.5 – Impactos Negativos .....</b>	<b>21</b>
<b>2.6 – Planejamento .....</b>	<b>24</b>
<b>2.6.1 – Benefícios ou malefícios do Turismo Rural .....</b>	<b>24</b>
<b>2.6.2 – Etapas do processo de planejamento do Turismo Rural .....</b>	<b>25</b>
<b>2.6.3 – Delimitação dos Pontos Fortes e dos Pontos Fracos .....</b>	<b>29</b>
<b>2.6.4 – Conscientização da comunidade envolvida .....</b>	<b>30</b>
<b>2.6.5 – Capacitação dos Futuros Empreendedores .....</b>	<b>31</b>
<b>2.6.6 – A intervenção do poder público e das instituições ligadas ao turismo.....</b>	<b>32</b>
<b>2.6.7 – Casos onde o planejamento da atividade turística fez a diferença.....</b>	<b>32</b>
<b>2.6.8 – Estratégias de Planejamento.....</b>	<b>38</b>
<b>3. ANÁLISE DO ‘CASE’ CAMINHOS DE PEDRA.....</b>	<b>43</b>
<b>3.1 – O Município de Bento Gonçalves.....</b>	<b>43</b>
<b>3.2 – O Distrito de São Pedro.....</b>	<b>44</b>
<b>3.3 – O Projeto Caminhos de Pedra.....</b>	<b>46</b>
<b>3.3.1 – Histórico.....</b>	<b>46</b>
<b>3.3.2 – Concepção e planejamento.....</b>	<b>47</b>
<b>3.3.3 – Objetivo.....</b>	<b>48</b>
<b>3.3.4 – Desenvolvimento do projeto.....</b>	<b>50</b>
<b>3.3.5 – Resultados – A realidade atual.....</b>	<b>51</b>
<b>3.3.5.1 – Metodologia da pesquisa.....</b>	<b>51</b>
<b>3.3.5.2 – Funcionamento do Roteiro Caminhos de Pedra.....</b>	<b>52</b>
<b>3.3.5.3 – Associação Caminhos de Pedra.....</b>	<b>56</b>
<b>3.3.5.4 – Impactos positivos proporcionados pela atividade turística.....</b>	<b>58</b>
<b>3.3.5.5 – Projetos futuros.....</b>	<b>60</b>
<b>3.3.5.6 - Perfil do Turista.....</b>	<b>61</b>
<b>3.3.5.7 – Opinião dos agentes e guias de turismo.....</b>	<b>67</b>
<b>3.3.5.8 - A intervenção do poder público.....</b>	<b>70</b>
<b>3.3.5.9 – Projetos futuros.....</b>	<b>70</b>

<b>3.3.5.9.1 – Projeto Rota Uva e Vinho Turismo no Meio Rural.....</b>	<b>72</b>
<b>4. DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL.....</b>	<b>80</b>
<b>CONCLUSÃO .....</b>	
<b>ANEXOS .....</b>	
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	

## INTRODUÇÃO

O Turismo Rural tem sido apontado como a alternativa existente mais viável, para se solucionar os problemas existentes no meio rural, como o êxodo, a escassez de recursos, a sazonalidade das colheitas, a descaracterização histórico e cultural e outros. Porém as experiências tem mostrado que, quando empregado sem planejamento, sem o envolvimento da comunidade, o Turismo Rural pode acarretar ainda maiores prejuízos, alguns irreversíveis, a estas localidades, descaracterizando sua cultura; poluindo e degradando o meio-ambiente; tornando as propriedades alvo da especulação imobiliária e da ganância de alguns empresários. Além disso, muito tem se falado e escrito sobre meios de hospedagem no meio rural, mas poucos estudos existem sobre os roteiros de turismo rural que não possuem meios de hospedagem, ou nos quais estes não são o principal atrativo, mas sim a cultura e forma de viver de um povo, o que será apresentado neste trabalho.

Adotando uma metodologia<sup>1</sup> qualitativa<sup>2</sup> e um método indutivo<sup>3</sup>, para melhor compreensão do fenômeno, este estudo trabalha com a multidisciplinaridade da investigação em turismo, empregando, segundo a OMT (Organização Mundial de Turismo), referenciais teóricos de diversas disciplinas, como psicologia, antropologia, sociologia, economia, administração, geografia, direito, educação, estatística, novas tecnologias e ecologia. Com uma abordagem sistêmica<sup>4</sup>, holística, analisando todas as variáveis, que numa atividade tão complexa como o turismo, se relacionam e interagem com outras, como população residente na localidade, diretamente envolvida e população indiretamente envolvida com a atividade turística; além de

---

<sup>1</sup> Segundo a OMT(Organização Mundial do Turismo), a metodologia turística consiste num conjunto de métodos empíricos experimentais, seus procedimentos, técnicas e táticas para ter um conhecimento científico, técnico ou prático dos fatos turísticos, apud Ada de Freitas M. DENCKER, *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*, p. 24, 2000.

<sup>2</sup> Segundo Ada de Freitas Maneti DENCKER, *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*, “As características principais dos estudos qualitativos são a visão holística, a abordagem indutiva e a investigação naturalística.”

<sup>3</sup> Ainda segundo a mesma autora “inicia-se pela observação dos fenômenos até chegar a princípios gerais para depois testá-los”. p.25.

<sup>4</sup> Mario Carlos BENI, *Análise Estrutural do Turismo*, p. 19, 1998.

analisar a realidade em que se encontrava a população antes da implantação da atividade turística, e a realidade atual da comunidade, este estudo apresentará a dinâmica do Turismo Rural, analisando o “case” Caminhos de Pedra desde o processo de implantação, desenvolvimento e a realidade atual do referido projeto.

Por fim, apresentará as diretrizes básicas para o desenvolvimento sustentável do Turismo Rural, com o objetivo de orientar às comunidades envolvidas, além de apresentar os benefícios e malefícios que esta atividade pode trazer, sem tomá-la como a panacéia, a solução, para todos os problemas.

## 1 - TURISMO

### 1.1 – Conceito de Turismo

Antes de dar início ao estudo da problemática do turismo rural, é importante que se conceitue o que é Turismo, este fenômeno tão complexo, que merece inúmeras definições, dentro de cada visão: econômica, técnica e holística.

Nas *definições econômicas*, conforme Mário Beni<sup>5</sup>, só se reconhecem as implicações econômicas ou empresariais do Turismo. Neste sentido Herman Von Schullard define o turismo como “A soma das operações, principalmente de natureza econômica, que estão relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região.”<sup>6</sup>

Desde a década de 1930 muitas *definições técnicas*, de Turista e conseqüentemente de Turismo, foram apontadas por organizações governamentais e privadas do Turismo.<sup>7</sup> A Organização Mundial de Turismo adota a seguinte definição: “O turismo compreende as atividades das pessoas que viajam e permanecem fora de seu entorno habitual, por um período não maior que um ano consecutivo, por prazer, negócios e outros propósitos não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar que se visita.”<sup>8</sup>

Segundo Mário Beni<sup>9</sup>, as *definições holísticas* procuram abranger a essência total do assunto. Certamente, uma das primeiras definições do Turismo foi elaborada por Lord Curzon

---

<sup>5</sup> *Análise Estrutural do Turismo*, p.36.

<sup>6</sup> Apud BENI, *Análise Estrutural do Turismo*, p.36.

<sup>7</sup> Mário BENI, *Análise Estrutural do Turismo*, p.37.

<sup>8</sup> Francisco MADRID. *Conta Satélite de Turismo*. Centro de Eventos Plaza São Rafael, Porto Alegre, 29 de junho de 2000.

<sup>9</sup> *Análise Estrutural do Turismo*, p. 36.

(1859-1925), Governador-geral da Índia, que brilhantemente destaca: “O Turismo é uma *Universidade* em que o aluno nunca se gradua, é um *Templo* onde o suplicante cultua mas nunca vislumbra a imagem de sua veneração, é uma *Viagem* com destino sempre à frente mas jamais atingido. Haverá sempre discípulos, sempre contempladores, sempre errantes aventureiros.”<sup>10</sup>

Em 1942, W. Hunziker e K. Krapf definiram turismo como: “A soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência de não-residentes, na medida em que não leva à residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória”<sup>11</sup>. Uma definição mais ampla foi feita por Jafar Jafari, que incorpora teorias de áreas afins ao estudo do Turismo: “É o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, econômico e sócio-cultural da área receptora”<sup>12</sup>.

Tendo sido comumente definido como “indústria sem chaminé” ou “indústria de serviços”, após a análise destes conceitos, percebe-se que turismo é muito mais, é um fenômeno humano e, portanto, complexo, “é um fenômeno com base cultural, com herança de hospitalidade, meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais”<sup>13</sup>. Segundo Jacques Wainberg turismo “É mais que uma indústria (é na verdade, uma coleção de indústrias). É um setor que impacta um largo número de indivíduos. Não só o governo ou negociantes são os atores decisivos do fenômeno - mas gente; gente de carne e osso.”<sup>14</sup>.

No turismo busca-se o diferente, com a segurança de poder voltar a sua vida comum, no final da viagem, há, segundo Urry, “uma ruptura limitada com rotinas e práticas bem estabelecidas da vida de todos os dias, permitindo que nossos sentidos se abram para um conjunto de estímulos que contrastam com o cotidiano e o mundano.”<sup>15</sup>

O turismo move massas humanas, de maior ou menor poder aquisitivo, todos buscam na essência nômade do homem, satisfazer uma necessidade de deslocamento, de aventuras, de mudanças. Conhecer/visitar novas paisagens, sair da rotina, descansar, são apenas algumas das motivações que levam o homem a tornar-se um turista. Há ainda o desejo de conhecer uma cultura diferente, uma época e costumes de um passado que lhe pertence ou não, novas

<sup>10</sup> CURZON apud SARTOR, *Turismo Rural*, p. 36.

<sup>11</sup> Apud M. BENI, *Análise Estrutural do Turismo*, p. 38.

<sup>12</sup> Jafar Jafari, apud M. BENI, *Análise Estrutural do Turismo*, p. 38.

<sup>13</sup> Marutschka MOESCH, O fazer-saber turístico: possibilidades e limites de superação. In *Turismo: 9 propostas para um saber-fazer*, p.16.

<sup>14</sup> *Turismo Comunicação e Massa*, p. 1.

<sup>15</sup> John URRY, *O Olhar do turista*, p.7.

experiências, um desejo de sentir-se diferente e melhor do que é em sua ordinária vida. Neste contexto se encaixa a oferta do turismo rural, que será analisado a seguir.

## 2 - TURISMO RURAL

### 2.1 - Histórico

O início do Turismo Rural deu-se espontaneamente, pela necessidade de acolher os caçadores e pescadores que, nos Estados Unidos e Nova Zelândia, adentravam o interior do País durante a temporada desses esportes. Inicialmente os moradores destas localidades recebiam gratuitamente estes visitantes, mas com o passar do tempo perceberam que podiam aproveitar este fluxo, oferecendo hospedagem, transporte, alimentação, recreação e outros, cobrando uma taxa por estes serviços.

Na Europa e na América do Norte, tal atividade é explorada desde os anos 50, onde é habitual receber turistas no campo, e hoje é largamente difundida, tendo seu crescimento coordenado “através de amplas políticas e incentivos de desenvolvimento, estimulando também a elaboração de estudos e investigações regulares”.<sup>16</sup>

Ao contrário, no Brasil o turismo rural é uma atividade recente, tendo seu início se verificado no município de Lajes, em Santa Catarina, como uma alternativa ao aproveitamento da estrutura existente nas fazendas e estâncias de criação de gado de corte e leiteiro, predominantes na região. A partir de 1983 o Turismo Rural passou a ser uma atração nas “Fazendas-Pousadas” de Lavras do Sul, Região da Campanha do Rio Grande do Sul<sup>17</sup>, que abriram suas “portei­ras a uma clientela, que de maneira espontânea, já buscava em propriedades

---

<sup>16</sup> Lourdes Fellini SARTOR, *Turismo Rural*, p.13.

<sup>17</sup> EMBRATUR, Manual Operacional: *Turismo Rural*, p. 7.

rurais momentos de lazer e entretenimento junto à natureza e aos valores culturais da gente do campo”.<sup>18</sup>

Atualmente, segundo a ABTR (Associação Brasileira de Turismo Rural), existem aproximadamente mil propriedades rurais que exploram algum tipo de atividade turística no Brasil, porém estes dados são questionáveis, pois extraoficialmente estimasse que já existam mais de três mil propriedades, explorando o Turismo Rural.

Devido ao crescimento da atividade verificado nos últimos anos, e ao enorme potencial existente no Brasil, surgiram nos últimos anos algumas iniciativas para se buscar um desenvolvimento harmônico do Turismo Rural. No mês de março, deste ano (2000), realizou-se no Congresso Nacional, uma audiência pública para se definir a criação de uma agência, composta por representantes de Organizações Não Governamentais (ONG'S), do Instituto Brasileiro do Turismo (EMBRATUR), e do Ministério de Esportes e Turismo, a agência recebeu a denominação de Rural Tur e deverá direcionar a atividade<sup>19</sup>.

Assim, com estudos e análise das experiências, vai-se formando uma consciência de que o Turismo Rural pode ser uma fonte adicional de geração de emprego e renda para as comunidades do campo, solucionando graves problemas que assolam o Brasil, como o desemprego, o empobrecimento de sua população e o abandono das áreas rurais.

## 2.2 - Conceito

Devido a carência de estudos disponíveis, motivado pela falta de reconhecimento da atividade turística, e a confusão terminológica existente, aliado a complexidade e a multidisciplinaridade do turismo, é importante que se conceitue *Turismo Rural*, *Turismo no meio rural*, e *Agroturismo*.

A EMBRATUR define o *Turismo Rural* como “atividade multidisciplinar que se realiza no meio ambiente, fora de áreas intensamente urbanizadas. Caracteriza-se por empresas turísticas de pequeno porte, que tem no uso da terra a atividade econômica predominante, voltada para práticas agrícolas e pecuárias”<sup>20</sup>. Conceituado ainda, como “exercício de atividades

---

<sup>18</sup> SETUR: Secretaria de Estado do Turismo. *O Turismo Rural no Rio Grande do Sul*, [s.d.].

<sup>19</sup> Luís Fernando KLAVA. Por Conta Própria. *Gazeta Mercantil*, São Paulo, 22 de março de 2000, p.8.

<sup>20</sup> EMBRATUR, *Manual Operacional do Turismo Rural*, p.7.

turísticas desenvolvidas em áreas rurais”<sup>21</sup>, ou ainda como “deslocamento de pessoas a espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite para fruição dos cenários e instalações rurícolas”<sup>22</sup> o turismo rural “implica a produção de bens e serviços turísticos destinados a satisfazer a uma clientela turística, que é atraída pelo consumo destes bens no ambiente rural”<sup>23</sup>, enfim, se trata de uma oferta de atividades recreativas, alojamentos e serviços afins, situados no meio rural, dirigida aos habitantes dos centros urbanos que buscam, nos momentos de lazer, um contato com a natureza e com os moradores da localidade.

Segundo Tulik, *Turismo no meio rural* seria um conceito mais abrangente: “tudo o que ocorre no meio rural, com relação ao aproveitamento do turismo”<sup>24</sup>, englobando, conforme Silva, Vilarinho e Dale “atividades não agrícolas localizadas do ponto de vista estritamente geográfico em zonas rurais, mas externas às propriedades agropecuárias da região onde se instalam, que nada tem a ver com suas rotinas cotidianas, constituindo-se num mundo à parte e às vezes, um verdadeiro enclave.”<sup>25</sup>. Aproveitando-se do crescimento do Turismo Rural, existem hoje muitos investidores construindo obras, como hotéis-fazenda, alheias ao ambiente aonde estão inseridos “É importante salientar que deveriam ser classificados como propriedades rurais temáticas, os empreendimentos que não possuem tradição e/ou cultura rural, pois estas exercem suas atividades de maneira cênica.”<sup>26</sup>

O Turismo Rural difere, ainda, do *Agroturismo* pois neste, segundo Beni, “é a produção agropastoril em escala econômica que representa a maior fonte de rendimento da propriedade e, o turismo, receita complementar” e, além disso, “as próprias atividades agropastoris constituem, em si mesmas, o principal diferencial turístico.”<sup>27</sup>, há uma participação direta do turista, nas atividades agropastoris.

Neste estudo optou-se pelo conceito de “Turismo Rural”, por englobar todas as atividades turísticas possíveis de serem exploradas no meio rural. Conforme a EMBRATUR “um conceito múltiplo, um turismo diferente, turismo interior, turismo doméstico, turismo integrado, turismo endógeno, alternativo, agroturismo, turismo verde. O Turismo Rural inclui todas essas

---

<sup>21</sup> EMBRATUR, *Manual Operacional do Turismo Rural*, p.13.

<sup>22</sup> Mário C. BENI, *Turismo Rural*, p1.

<sup>23</sup> Ibidem, p.13.

<sup>24</sup> TULIK apud SILVA, VILARINHO e DALE, *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Anais do Congresso de Turismo Rural de Santa Maria, 1998, p.14.

<sup>25</sup> SILVA, VILARINHO E DALE in *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Anaisdo Congresso de Turismo Rural deSanta Maria, 1998, p.15.

<sup>26</sup> Helerson de Almeida BALDERRAMAS. Aspectos determinantes da oferta turística para o desenvolvimento rural. *Turismo - Visão e Ação* - v.1 - n.2 , out.1998-mar.1999: p.71-77.

<sup>27</sup> Mário C. BENI, *Agroturismo*, Material apresentado no curso de especialização em Gerenciamento do Desenvolvimento Turístico, UCS/CARVI, 1999, p.2.

variedades.”<sup>28</sup>, onde tudo torna-se objeto de interesse do turista, as tradições e os costumes, o patrimônio arquitetônico, as paisagens, personagens históricas, o folclore, a música e a culinária típica de cada região.

### 2.3 – Características do Turismo Rural

O Brasil é um dos países com maior potencial turístico do mundo, devido a existência de diversificados atrativos naturais e culturas diferenciadas, porém tamanho potencial é pouco explorado, ou se restringe ao turismo litorâneo.

Devido às características existentes, o principal segmento turístico, em potencial, é o turismo rural, que é visto como uma fonte de recursos para as propriedades agrícolas, “através da adaptação de estruturas fundiárias para recepção de turistas, de forma a oferecer condições para que os mesmos desfrutem dos recursos naturais e históricos inerentes à propriedade, que não são possíveis encontrar no meio urbano. Desta forma, visualiza-se uma nova opção para o incremento na renda, com alto percentual de valor agregado, devido principalmente a possibilidade de produzir e comercializar os produtos, sem intermediações, na própria fazenda. Desta forma, pode-se dizer que este sintoma de pluriatividade, revitaliza os negócios das propriedades agrícolas e fornece ao turista, que advém do meio urbano, principalmente, o contato com o meio rural. Sendo assim gera-se a integração entre as experiências da cidade com as do campo.”<sup>29</sup>

O Turismo Rural tem características peculiares que o distingue de outras tipologias de turismo, como:

- *Contato com a natureza*, através da promoção de atividades realizadas ao ar livre;
- *Contato direto com os proprietários*: geralmente são eles próprios que atendem os visitantes;
- *Meios de hospedagem de pequeno porte*: geralmente administrado pelos próprios proprietários, só assim permite que se preserve as características locais;
- *Riqueza de patrimônio cultural*: na área rural é que se preservou o maior acervo arquitetônico e histórico, e onde os usos e costumes perduram por mais tempo;

---

<sup>28</sup> EMBRATUR, *Manual Operacional do Turismo Rural*, 1994, p.7.

<sup>29</sup> Andréia M<sup>a</sup> ROQUE & Antônio M. VIVAN, *O turismo no espaço rural: uma estratégia para a nova gestão rural brasileira*,. Pesquisa na Internet, 8 de abril de 2000, 23 horas.

- *Aproveitamento da aptidão de cada propriedade e de seus proprietários*: criando roteiros de turismo, com ofertas diversificadas, diferenciadas entre si.

Além disso, “a visão empresarial deve ser diferente da concepção tradicional do empresário rural: são necessárias alterações nos princípios metodológicos administrativos, visto que o setor de serviços tem características diferenciadas do setor de produção. Isto exige treinamento constante do empresário além de um nível de aptidão à esta atividade.”<sup>30</sup>

O poder público também exerce importante papel no desenvolvimento do Turismo Rural. A ele compete propor a política de implantação de um programa de Turismo Rural, ouvidos os proprietários rurais e ‘trade’ turístico, assim o Turismo Rural deve ser implementado numa ação conjunta com Poder Público (Municipal, Estadual e Federal) e iniciativa privada

O turista que viaja em busca de atrativos inseridos no meio rural também tem características definidas: ele busca o diferente, o peculiar; o autêntico e tradicional, busca mais que serviços, quer experiências (e de preferências boas)<sup>31</sup>, quer o contato com a natureza, a participação nas atividades agro-industriais, o aprendizado da cultura, mesmo que superficialmente, da população visitada.

Considerando-se a cultura como uma das mais importantes motivações das viagens turísticas<sup>32</sup>, percebe-se porque o meio rural exerce tamanho fascínio na população urbana, porém o “turista cultural” deveria, segundo Susana Gastal<sup>33</sup>, possuir formidável lista de atributos e capacidades, incluindo curiosidades, deveria assumir riscos, ser capaz de julgamentos estéticos; possuir conhecimento geográfico e ser capaz de ter atitude semiótica de decodificação. Só assim, o turista que visita o meio rural aproveitaria toda a oferta e realizaria a *experiência* desejada. “O fato é que viajar exige um bocado de leitura. Não é coisa para analfabeto. Não dá para aproveitar um lugar sem conhecer história, geografia, filosofia, antropologia, arte, literatura... A experiência, por si só, não ensina nada. Ela precisa ser inserida num contexto intelectual.”<sup>34</sup>

Em geral, como comprovado nos países da Europa, as áreas que têm se mostrado mais promissoras ao turismo são aquelas menos apropriadas para as atividades agropecuárias, e que

<sup>30</sup> Andréia M<sup>a</sup> ROQUE & Antônio M. VIVAN, *O turismo no espaço rural: uma estratégia para a nova gestão rural brasileira*,. Pesquisa na Internet, 8 de abril de 2000, 23 horas.

<sup>31</sup> Luís Gustavo PATRUCCO, texto apresentado a 1a. turma do Curso de Especialização em Gerenciamento do Desenvolvimento Turístico, Universidade de Caxias do Sul, Campus Universitário da Região dos Vinhedos UCS/CARVI, 1999.

<sup>32</sup> Doris v. de M. RUSCHMANN, *Turismo e planejamento sustentável, a proteção do meio ambiente*, p.50.

<sup>33</sup> Susana Gastal, Material do Curso de pós-graduação. Especialização em Gerenciamento do Desenvolvimento Turístico, Bento Gonçalves: Universidade de Caxias do Sul, Campus Universitário da Região dos Vinhedos UCS/CARVI, 1998.

<sup>34</sup> Diogo MAINARDI, Revista Veja, 3 de novembro de 1999, p.163.

por isso geralmente apresentam qualidade paisagística e cênica.<sup>35</sup> Segundo Balderramas, que desenvolveu o conceito de Zona Geográfica, potencialmente turística, de Jean Marie Miossec (1975), a propriedade turística rural, é composta por três imagens: “Imagem geográfica que contempla aspectos da paisagem natural físico-geográfica, meio ambiente onde se insere a propriedade rural; Imagem Cultural que implica no entorno cultural, histórico, econômico, social, político e suas manifestações; Nova Imagem atividade turística em si, seus componentes técnicos, de serviços e de qualificação profissional.”<sup>36</sup>

Devido ao avanço da tecnologia e ao barateamento da mesma, muito se alterou na estrutura de vida do habitante do meio rural. Hoje ele já dispõe de facilidades tecnológicas típicas dos grandes centros e a atividade rural se mescla com atividades tipicamente urbanas. O isolamento dos moradores destas comunidades não existe mais. Hoje eles dispõe de telefone, fax, vias de acesso em boas condições, entre outras facilidades. A televisão, o jornal, o rádio, tudo traz a notícia de última hora. A forma como o habitante urbano enxergava o “colono” décadas passadas, dirigindo-lhe comentários pejorativos e desprezo, já é raridade. Hoje o agricultor já é pessoa valorizada pela sociedade e muitas vezes até invejada, sabe-se que é ele quem produz o alimento, além disso, sabe-se que a qualidade de vida deste habitante do meio rural é muitas vezes melhor que a de quem vive nos centros urbanos.

O turismo rural viabiliza uma gama muito diversificada de ofertas e possibilidades de exploração de atividades, como: processamento caseiro de alimentos; restaurante de comidas típicas; lanchonete; pousada; pesque e pague; pescaria esportiva; colha e pague; visita e passeios pela propriedade; acompanhamento das atividades executadas na propriedade (ordenha, tosquia, plantio, colheita, aviário, apiário, pastoreio, elaboração de alimentos e bebidas, e outros); aulas de culinária; curso de degustação de vinhos; cursos de artesanato; observação da flora e da fauna; atividades de lazer (caminhadas, passeios de bicicleta e a cavalo, banhos em lagos, rios e cachoeiras e praias, passeios de barco, esportes náuticos, passeios de trator, charrete, carreta, trenzinho, escaladas e outros); camping; atividades pedagógicas; fazendas- escola; destilaria; zoológico; museu; ferraria; contemplação e estudos sobre a arquitetura típica; capelas; além da promoção coletiva de festas populares e religiosas, rodeios e feiras agropecuárias.<sup>37</sup> Cabe

---

<sup>35</sup> SLEE et al., 1995. apud Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA, *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999. P.9-42.

<sup>36</sup> Helerson de Almeida BALDERRAMAS. Aspectos determinantes da oferta turística para o desenvolvimento rural. *Turismo - Visão e Ação* - v.1 - n.2 , out.1998-mar.1999: p.71-77.

<sup>37</sup> Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA, *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p.9-42.

salientar que “o que distingue efetivamente a oferta turística no turismo rural é a preocupação de permitir ao visitante um contato personalizado, uma inserção no meio rural físico e humano, bem como, na medida do possível, uma participação nas atividades, costumes e modo de vida dos habitantes”.<sup>38</sup>

O desenvolvimento da atividade turística sempre traz impactos a comunidade envolvida, “uma vez que traz uma série de modificações ou seqüência de eventos, sejam elas econômicas, sociais ou ambientais”<sup>39</sup>. Tais impactos podem ser positivos ou negativos, como apresentaremos a seguir.

## 2.4 – Impactos Positivos do Turismo Rural

“Cada lugar deseja ter uma razão para orgulho local e, portanto, cuida de tudo que seja distintivo quanto a geografia, história ou tradição”<sup>40</sup>. Assim, o turismo rural serviria para despertar este sentido de preservação, em localidades nas quais a população encontra-se desvalorizada, desmotivada e empobrecida.

Além disso, oferecendo uma renda alternativa, com conseqüente aumento na qualidade de vida de sua população, o turismo rural contribui para fixar o homem do campo ao seu espaço produtivo, solucionando o grave problema de migração para os centros urbanos, onde geralmente, estes migrantes engrossam favelas e se empregam em atividades desqualificadas e com baixa remuneração.

“O homem abandonado no campo é um homem urbano em potencial. É um marginalizado nas grandes aglomerações. Como fixar esse homem à sua comunidade de origem tem sido uma indagação perene.”<sup>41</sup>, certamente, o turismo é a resposta mais promissora, pois possibilita a diversificação da atividade agropecuária, em alguns casos, a baixos custos e com retornos a curto ou médio prazo.

No tocante à diminuição do êxodo rural, há que se citar o fato de o turismo ter o potencial de diminuir o abandono do campo pelos jovens, que sem opções migravam para as cidades, atrás

---

<sup>38</sup> Almeida & Blós, 1997 apud Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA, *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*, Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p.9-42.

<sup>39</sup> SEBRAE/RS, *Conhecendo o Turismo Rural*, 1999.

<sup>40</sup> RUSSEL apud SARTOR, *Turismo Rural*, 1981, p. 12.

<sup>41</sup> LERNER apud SARTOR, *Turismo Rural*, 1981, p. 12.

de empregos e profissionalização, por considerarem a agricultura limitada e sacrificante. Hoje o turismo tem condições de oferecer uma melhor qualidade de vida para estes jovens, onde eles podem empregar seus conhecimentos adquiridos nos estudos, ter uma atividade com muitas características urbanas, “ou que independem da dicotomia rural vs. urbano,”<sup>42</sup> e exercitarem sua visão de novos empreendedores.

Para o homem do campo o contato com pessoas de culturas diferentes amplia seu conhecimento e o “feed-back” destes visitantes faz com que valorize mais seu patrimônio, o meio onde vive e a si mesmo.

A população urbana, por sua vez, também se beneficia com o turismo rural, pois encontra numa opção de turismo não massificado, uma oportunidade de entrar em contato com a natureza, com um modo de vida diferente, presenciando atividades relacionadas a agropecuária, vivenciando uma nova experiência ou recordando práticas já vivenciadas. Urry se refere ao turismo, as férias e as viagens afirmando que “tais práticas envolvem o conceito de “afastamento” de uma ruptura limitada com rotinas e práticas bem estabelecidas da vida de todos os dias, permitindo que nossos sentidos se abram para um conjunto de estímulos que contrastam com o cotidiano e o mundano”<sup>43</sup>.

Uma das vantagens do turismo rural é que a variação do fluxo de visitantes não é tão acentuada, como ocorre nos balneários. O turista pode visitar estas propriedades no inverno ou no verão e desfrutar de diferentes experiências<sup>44</sup>, igualmente prazerosas. Uma nova opção de lazer para trabalhadores que saem de férias, fora dos meses convencionais.

Toda a comunidade rural se beneficia com as melhorias na infra-estrutura e nos serviços públicos que são trazidos pela implementação das atividades turísticas e acaba compartilhando dos benefícios indiretos gerados, tais como: saneamento básico, hospitais, segurança, transporte – aumento no número de indústrias e de estabelecimentos comerciais com demanda por produtos para consumo imediato, presentes, comidas típicas, “souvenirs”, desenvolvimento da indústria do lazer; melhoria indireta do setor agrícola por meio da potencialização da demanda de produtos de qualidade típicos de cada região – mel, queijos, embutidos -; aumento de construções, recuperação do patrimônio histórico e cultural; recuperação de áreas degradadas e de florestas nativas.

---

<sup>42</sup> Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA, *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*, Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999. P.9-42.

<sup>43</sup> John URRY, *O olhar do turista*, 1990, p.17.

<sup>44</sup> No inverno os meios de hospedagem podem oferecer momentos aconchegantes em torno a uma lareira ou um fogão a lenha; no verão caminhadas e banhos em rios, lagos e cascatas, são experiências inesquecíveis para o turista.

O turismo rural deveria ter como meta a procura pela preservação e conservação do ambiente rural, desenvolvendo as bases locais e valorizando a cultura e o regionalismo, permitindo a integração do visitante com a história local, seja através da arquitetura, dos objetos, de fotografias, entre outros, assim:

“constitui-se numa forma de valorização do território, pois ao mesmo tempo em que depende da gestão do espaço local e rural para o seu sucesso, contribui para a proteção do meio ambiente e para a conservação do patrimônio natural, histórico e cultural do meio rural. Constitui-se, portanto, em um instrumento de estímulo à gestão e ao uso sustentável do espaço local, que devem beneficiar prioritariamente a população local direta e indiretamente envolvida com as atividades turísticas. É óbvio, portanto, que se por outro lado não houver regulações e instrumentos adequados para a gestão do espaço rural, o turismo poderá causar impactos negativos seja no meio ambiente, seja na economia e na sociedade local.”<sup>45</sup>

O turismo deve ser objeto de uma gestão e de um controle máximo para limitar e se possível erradicar seus efeitos negativos. Segundo Paulo Ricardo da Rocha Araújo<sup>46</sup>, a criação de uma atividade turística, socialmente responsável, requer também o compromisso de todas as partes interessadas com a mediação do apoio que estabelece os poderes jurídicos nacionais e internacionais. “O turismo no meio rural pode se constituir em um dos vetores do desenvolvimento local, desde que as decisões sejam tomadas no âmbito local, que haja controle dos processos de desenvolvimento por atores sociais locais, e que as comunidades locais se apropriem dos benefícios gerados.”<sup>47</sup>

Sinteticamente, destacam-se os seguintes benefícios que o Turismo rural pode trazer às comunidades que corretamente exploram esta atividade:

- *Revigoração de áreas adormecidas*: com a possibilidade de desenvolver uma nova atividade;
- *Fixação do homem na zona rural*: diminuindo o êxodo rural, evitando a venda da propriedade;
- *Valorização e resgate da cultura local*: que se tornam os principais atrativos turísticos;

---

<sup>45</sup> BENI, VERBOLE, ALMEIDA & BLÓS, in *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p.9-42.

<sup>46</sup> Paulo Ricardo da Rocha ARAÚJO, Material do Curso de Especialização em Gerenciamento do Desenvolvimento Turístico, Universidade de Caxias do Sul, Campus Universitário da Região dos Vinhedos - UCS/CARVI, Bento Gonçalves, 1999.

<sup>47</sup> ALMEIDA & BLÓS, *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p.9-42.

- *Preservação do patrimônio arquitetônico*: igualmente, um aspecto fundamental do produto turístico;
- *Preservação do meio ambiente*: com a exploração adequada do meio rural e a diminuição do uso de agrotóxicos;
- *Recomposição das áreas degradadas*: o turismo não combina com degradação ambiental;
- *Melhoria nas condições de vida para a população local*: devido ao aumento da renda e a implementação na infra-estrutura;
- *Melhoria da formação educacional do homem do campo*: necessária para o sucesso do Turismo Rural;
- *Gerador de empregos*: novas oportunidades são oferecidas, às mais diferentes faixas etárias;
- *Aumento da renda*: e conseqüente diminuição geral da pobreza;
- *Melhoria da situação da mulher*: que acaba por se sentir valorizada, em sua nova atividade;
- *Valorização dos produtos típicos*: que tem sua qualidade ampliada, para ser ofertado aos turistas e a toda a comunidade;
- *Estreita as relações entre o campo e a cidade*: com a troca de informações entre seus moradores;
- *Melhoria da infra-estrutura local*: estimulada pelo turismo, sendo que toda a comunidade acaba se beneficiando (saneamento básico, rede elétrica, telefônica, serviços públicos e do comércio, e outros);
- *Aumento das receitas dos municípios*: com a circulação de recursos e divisas deixadas pelo turista, há um aumento do recolhimento de impostos.

## **2.5 – Impactos negativos do Turismo Rural**

*Se o turismo rural não tiver sua implantação ordenada, planejada, estudada, suas conseqüências poderão ser extremamente maléficas para a região e a população envolvidas, não atendendo aos princípios básicos da sustentabilidade do produto turístico.*

Os recursos naturais são um dos principais atrativos do turismo rural, podendo “ser melhor avaliado pela sua importância no inventário e na classificação da oferta que, por sua vez,

constituem a base de qualquer projeto dirigido para o planejamento turístico. Na maioria das vezes, entretanto, esta etapa é eliminada, seja pela ocupação espontânea, alheia aos critérios e necessidades do planejamento, seja pela pressa dos agentes e promotores turísticos em auferir lucros imediatos.”<sup>48</sup> Nesta questão reside uma grande preocupação, pois a intervenção incorreta no meio ambiente acabaria destruindo “a razão maior dos deslocamentos turísticos com objetivos de recreação e de lazer.”<sup>49</sup>

É necessário que se apresente as implicações que a adoção da atividade turística podem acarretar, as mudanças que irremediavelmente ocorrerão na vida da família que decidir explorar o turismo, como o fato de a população rural ter o domingo como dia para descanso. No sul do País, em especial, é dia de participar do culto religioso na igreja da comunidade, dia dos homens se encontrarem no salão comunitário para a conversa e a prática de jogos<sup>50</sup> com seus conterrâneos, as mulheres se reúnem para comentarem o ocorrido durante a semana, os jovens participam de torneios de futebol e reuniões dançantes, o almoço reúne a família que, muitas vezes, recebe a visita dos filhos que residem nas zonas urbanas. Porém tais práticas tendem a ser impossibilitadas, pois justamente nos finais de semana o fluxo de turistas aumenta, exigindo que os *nativos* estejam disponíveis para atender este visitante que ansia por bajulação.

Além disso, o habitante do campo não tem o hábito de desfrutar de férias. Atualmente algumas famílias aproveitam para visitar o litoral, em períodos curtos, uma semana, em média. Porém, com a exploração da atividade turística, passará a receber a visita de turistas em férias e surgirá o desejo de estar do outro lado. Principalmente em épocas especiais, como Natal, Páscoa, Final de Ano, Dia dos pais, Dia das mães e Finados, onde, mesmo não viajando, desfruta de descanso e tem a tradição de comemorar juntamente com a família. É necessário que tais aspectos sejam analisados previamente e que a comunidade discuta a importância de receber os turistas que chegam nestas épocas. Um esquema de rodízio entre as propriedades envolvidas no turismo pode ser implantado durante estas datas, para que o nativo possa aproveitar algumas destas comemorações, sem com isso deixar de atender o turista que chega, muitas vezes, sem reserva prévia.

Uma das principais preocupações, no que se refere aos planejadores e estudiosos do turismo, é quanto ao perigo de descaracterização cultural e social nos espaços destinados a atividade turística. Segundo MacCannel, citado por John Urry “o turista implicará uma invasão óbvia na vida das pessoas, o que, em geral, seria inaceitável. Assim, as pessoas observadas e os promotores do turismo passam gradualmente a construir bastidores, de maneira forçada e

---

<sup>48</sup> Olga TULIK, *Recursos naturais e turismo - Tendências contemporâneas*, [s.d], p. 27.

<sup>49</sup> Id. *Ibid.*, p.27.

artificial. Os espaços turísticos organizam-se em torno de uma autenticidade forçada.”<sup>51</sup>. De que forma se conseguiria reverter esta tendência natural, é uma questão que ainda não encontrou resposta, pois é assim que o nativo se protege desta intromissão. A influência originada pelas grandes correntes de turistas, que compartilham distintos sistemas de valores, estão longe das limitações de seu próprio entorno e podem prejudicar gravemente a população local.<sup>52</sup>

As políticas governamentais também necessitam de estudos e planejamento pois com a forte promoção do turismo rural, a nível nacional, sem critérios, pode-se incitar a que muitos agricultores diminuam consideravelmente, ou abandonem, as atividades agropecuárias, diminuindo a produção nacional destes produtos, causando escassez dos mesmos e conseqüente elevação de seus preços.

Assim sendo, os malefícios que o Turismo Rural, quando mal ordenado e planejado, podem trazer às comunidades envolvidas, sinteticamente, seriam:

- *Degradação do meio ambiente*: causada pelo lixo, barulho, depredação de patrimônios naturais;
- *Descaracterização da cultura local*: motivada pelo contato com turistas de diferentes origens;
- *Abandono da atividade anterior*: passando a desenvolver somente a atividade turística;
- *Extinção do poder de atração turística do local*: quando ocorre degradação cultural e do meio ambiente, extingue-se o principal motivo de atração turística;
- *Especulação imobiliária*: com a valorização dos terrenos localizados nas regiões, fazendo com que os agricultores vendam suas propriedades para outras pessoas, que constroem estabelecimentos comerciais ou casas de “veraneio”;
- *Aumento do custo de vida*: devido a elevação dos preços dos produtos ofertados;
- *Estímulo ao uso de drogas*: apesar de o meio rural ainda estar relativamente protegido destes males, o turismo pode estimular o consumo de drogas, a prostituição, abuso da infância e a delinqüência;
- *Perda da autenticidade*: com a freqüência dos atendimentos de pessoas, em número muito grande, as atitudes da equipe receptora começam a ser robotizadas;
- *Imitação de outras regiões*: sem levar em consideração as características locais;

---

<sup>50</sup> Na região de imigração italiana, costuma-se jogar a “bocha”, e baralho de cartas (bisca, quadrilho e canastra).

<sup>51</sup> John URRY, *O olhar do turista*, 1990, p.25.

<sup>52</sup> Paulo Ricardo da Rocha ARAUJO, Material do Curso de Pós-Graduação Especialização em Gerenciamento do Desenvolvimento Turístico, Bento Gonçalves: Universidade de Caxias do Sul, Campus Universitário da Região dos vinhedos - UCS/CARVI, 1999.

- *Conflitos entre os turistas e a comunidade vizinha*: devido a falta de conscientização de ambas as partes.

Porém, como já citado, os resultados da exploração da atividade turística dependem da forma como a mesma é planejada. Por isso, a importância de estudos que direcionem o caminho a seguir buscando-se reduzir ao máximo os prejuízos causados pela exploração da atividade turística no meio rural.

## **2.6 – Planejamento**

### **2.6.1 – Benefícios ou malefícios do Turismo Rural:**

**Uma relação direta com o planejamento desta atividade.**

Há exemplos positivos e negativos, de sucesso ou não, do desenvolvimento da atividade turística em diversos países. Em todos os casos, observa-se a relação dos resultados obtidos com o processo de planejamento da referida atividade, evidenciando a sua importância seguida de um estudo prévio e do envolvimento da comunidade, em todas as etapas de desenvolvimento do Turismo Rural.

Antes de se planejar um empreendimento turístico no meio rural, deve-se levar em conta que tanto a nível de Brasil, quanto de outros países, a diversidade de opções, da paisagem, da cultura de cada região determinará o caminho a ser seguido, por isso torna-se imprescindível o estudo das potencialidades do meio no qual a propriedade está inserida, não sendo suficiente a análise de outros projetos de turismo rural.

## 2.6.2 – Etapas do processo de planejamento do Turismo Rural

O planejamento de um empreendimento de turismo rural deve respeitar certos passos. O primeiro, segundo Campanhola & da Silva, seria um zoneamento econômico e ecológico<sup>53</sup> do espaço rural, “seguido de uma descrição dos principais produtos turísticos e análise de sua demanda atual e potencial, do ordenamento territorial das atividades produtivas, e do cadastramento de agricultores que seriam beneficiados devido ao seu potencial de explorar o agroturismo”<sup>54</sup>. Após esta análise será possível avaliar a viabilidade de se implantar um empreendimento turístico no local, com posterior delimitação de um plano de desenvolvimento integrado às demais atividades da localidade, contando com a participação da comunidade em todas as etapas de implantação e evolução do projeto turístico. Há ainda, que se identificar a vocação da região e da propriedade a ser explorada. Porém, antes mesmo de se avaliar a estrutura física do espaço rural a ser explorado, é necessário que o futuro empreendedor saiba, com certeza, se gosta, ou não, de receber pessoas. “Se ele tiver muito ciúme de sua propriedade, as chances do negócio não dar certo são grandes. A família também tem que estar de acordo com a idéia.”<sup>55</sup>

Conforme Maria Angela Marques, o ato de planejar deve estar diretamente ligado às políticas de desenvolvimento do setor de turismo. Há vários benefícios específicos e importantes na elaboração do planejamento e, no caso do turismo, essas vantagens incluem:

- Definição de objetivos para o desenvolvimento do turismo e como alcançá-los.
- Formas de desenvolver os recursos naturais e culturais e mantê-los indefinidamente conservados para o futuro e no presente.
- Integração do turismo nas políticas de desenvolvimento globais e nos padrões do país ou região e estabelecimento de relações entre turismo e outros setores econômicos.

---

<sup>53</sup> “Refere-se à descrição e à caracterização dos recursos climáticos e ambientais (solo, água, vegetação) e à especialização dessas informações com os objetivos de facilitar o planejamento da ocupação organizada de um local e de se priorizar as atividades econômicas que prezem pelo maior retorno social e pela conservação do meio ambiente. O zoneamento agroecológico é, portanto, um instrumento de planejamento do espaço ou local.” (nota do autor)

<sup>54</sup> Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA, *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*, Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p.9-42.

<sup>55</sup> Magda Ramos VENTURA, Por Conta Própria, *Gazeta Mercantil*, Porto Alegre, 22 de março de 2000, p.9.

- Fornecimento de uma base racional para tomada de decisões para os setores público e privado em relação ao desenvolvimento turístico.
- Esforços para o desenvolvimento coordenado de todos os muitos elementos do setor de turismo.
- Otimização e equilíbrio dos benefícios econômicos, ambientais e sociais do turismo, com distribuição equitativa desses benefícios para a sociedade, minimizando possíveis problemas no setor.
- Provisão de uma estrutura física que oriente o desenvolvimento da atividade turística.
- Estabelecimento de diretrizes e padrões para planos detalhados de áreas de desenvolvimento de turismo.
- Implementação efetiva da política de desenvolvimento do turismo e do plano de administração contínua do setor de turismo.
- Esforços de setores público e privado para investimento no desenvolvimento do turismo.
- Oferta de um monitoramento contínuo do desenvolvimento do turismo.

A EMBRATUR destaca as seguintes etapas e procedimentos operacionais para a elaboração de um projeto de implantação do Turismo Rural, “cujo grau de detalhamento e precisão dependerá dos dados e informações disponíveis e do nível de proposições a que se pretende chegar.”

#### 1 – Diagnóstico do Município

Este trabalho será possível pela análise de um conjunto de informações agrupadas nos seguintes itens:

##### 1.1 – Características do Município

- Dados Históricos
- Informações Geográficas e Estatísticas

##### 1.2 – Aspectos Sócio-Econômicos

- Principais Atividades Econômicas
- Mão-de-Obra do Setor Turístico
- Formação Profissional

##### 1.3 – Demanda Turística

- Número de Visitantes, Segundo o Transporte Utilizado
- Número de visitantes, Segundo a Motivação de Viagem
- Fator Decisório da Viagem

- Permanência Média

- Gasto Médio por Turista/Dia

#### 1.4 – Meios de Hospedagem

- Equipamentos Hoteleiros Classificados

- Meios de Hospedagem Não Classificados

- Campings

- Albergues da Juventude

#### 1.5 – Transportes

- Transporte Rodoviário

- Transporte Aéreo

- Transporte Marítimo/Fluvial

- Transporte Ferroviário

#### 1.6 – Atrativos Turísticos

- Atrativos Naturais

- Atrativos Culturais

- Manifestações Tradicionais e Populares

- Centros Científicos e Técnicos

- Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas

- Eventos Programados

- Entretenimentos

- Excursões/Passeios

#### 1.7 – Alimentação

- Gastronomia Típica

- Restaurantes

#### 1.8 – Serviços Turísticos

- Agências de Viagem

- Transportadoras Turísticas

- Informações Turísticas

- Câmbio/Bancos

#### 1.9 – Comércio Turístico

- Artesanato

- Lojas de Artesanato e “souvenirs”

- Feiras e Mercados

- Shoppings

- Ruas de Comércio

#### 1.10 – Outros Serviços

- Serviços de Segurança
- Locadoras de Veículos
- Serviços de Saúde
- Comunicação em Correios, Telégrafos, Telefonia

### 2 – Identificação das Áreas

Identificando as áreas rurais viáveis, onde o turismo pode ser integrado como atividade principal ou complementar.

### 3 – Cadastramento das Propriedades Rurais Interessadas no Projeto

### 4 – Atividades Recreativo-Desportivas e de Animação Sócio-Cultural no Espaço Rural

#### 4.1 – Atividades Recreativo-Desportivas

- Passeios a pé
- Passeios a cavalo – Turismo Equestre
- Cicloturismo
- Passeios Rurais
- Esportes Náuticos
- Outras Atividades Desportivas

#### 4.2 – Atividades de Animação Sócio-Cultural

- Promoção de Atividades socioculturais
- Visita a Artesãos/Cursos de Artesanato
- Visitas a Rotas sobre o Patrimônio Artístico e Arquitetônico Rural
- Visitas a Realizações Técnicas Contemporâneas
- Promoção da Gastronomia/Cursos de Culinária Rural

### 2.6.3 – Delimitação dos Pontos Fortes e dos Pontos Fracos

Assim, percebesse que “...diversas são as estratégias para melhorar as condições do setor rural e, desta forma, é preciso que primeiramente os produtores tenham uma visão mais totalitária do ambiente (visão sistêmica) e, através disso, vislumbrem novas oportunidades. Torna-se necessário então, realizar o planejamento de forma criteriosa e cuidadosa, observando-se os pontos fortes e fracos da organização, aproveitando as oportunidades e precavendo-se as ameaças.”<sup>56</sup>

Ao se iniciar o planejamento de um atrativo turístico em ambiente rural deve-se levar em conta, segundo Andréia Maria Roque e Antônio Marcos Vivan, os Pontos Fortes e os Pontos Fracos, “no sentido de buscar alternativas que garantam maiores rendimentos e bem-estar aos produtores”<sup>57</sup>. Dentre os Pontos Fortes destacam as características ambientais do espaço rural brasileiro; a manutenção do homem no campo; a capacidade de complementar e se integrar as atividades tradicionais da propriedade rural; o respeito aos preceitos ambientais; a conservação das características naturais e históricas das propriedades; o culto à tradição regional; a possibilidade de optar pela tipologia que mais se adapte às características da propriedade e as possibilidades do proprietário (agroturismo, ecoturismo, hotéis fazenda); o aproveitamento de estruturas ociosas; agregação de valor aos produtos gerados na propriedade, eliminando níveis de intermediação e a inter-relação social entre o setor rural e urbano. Dos Pontos Fracos destacam a falta de informações adequadas para a implantação de projetos de turismo rural; o fato de que sendo mal elaborado pode descaracterizar o espaço e a cultura rural; a necessidade de treinamento constante do empresário, além de um nível de aptidão à esta atividade que difere da concepção tradicional do empresário rural; políticas públicas pouco desenvolvidas para apoiar esta atividades; linhas de créditos inexistentes ou inadequadas; legislações utilizadas para gerir o turismo no espaço rural inadequadas com a realidade rural; falta de diretrizes básicas e normatizações para o gerenciamento do turismo rural; falta de articulação entre as comunidade locais e os empreendimentos turísticos; mão-de-obra despreparada e o fato de a atividade ainda não ser bem aceita pelos extensionistas que atuam diretamente com o produtor rural. Ainda, segundo<sup>58</sup> Roque & Vivan, são pontos fracos: a falta ou precariedade de infra-estrutura de toda a

---

<sup>56</sup> Andréia M<sup>a</sup> ROQUE & Antônio M. VIVAN, *O turismo no espaço rural: uma estratégia para a nova gestão rural brasileira*. Pesquisado na Internet, 8 de abril de 2000, 23 horas.

<sup>57</sup> Idem.

<sup>58</sup> Andréia M<sup>a</sup> ROQUE & Antônio M. VIVAN, *O turismo no espaço rural: uma estratégia para a nova gestão rural brasileira*. Pesquisado na Internet, 8 de abril de 2000, 23 horas.

ordem, tais como: alojamentos/pousadas, vias de acesso; rede de água e esgoto, rede de comunicação, rede elétrica (pela legislação vigente, uma propriedade rural que não seja agrícola não pode ter rede de energia elétrica) coleta de lixo, corpo de bombeiros, policiamento, hospitais/prontos-socorros, comércio – farmácias, restaurantes, supermercados, lojas de conveniência (para que essas dificuldades sejam amenizadas há a necessidade de investimentos, principalmente pelo setor público); a carência de pessoal treinado, nos mais diferentes níveis de atividades; a falta de quadro institucional para o desenvolvimento e promoção do turismo (políticas, planejamento, regulações e estruturas organizacionais) e, por último, a falta de preparo, e muitas vezes de interesse, das agências e operadoras de turismo em promover e vender produtos de turismo voltados ao meio rural, uma vez que os mesmos geralmente são oferecidos em pequena escala.

#### **2.6.4 – Conscientização da comunidade envolvida**

O planejamento da atividade turística deve ser feito com base nos dados concretos sobre o capital e a estrutura existente, considerando que serão necessárias adequações e mudanças nas rotinas da população envolvida, transformando as propriedades em empresas turísticas. Conforme abordado anteriormente, sua rotina diária será transformada, como no caso das atividades desenvolvidas pela comunidade nos finais-de-semana e feriados, que poderão vir a ser abandonadas para o atendimento dos turistas nas propriedades. Os moradores devem estar cientes destas mudanças, para que assim possam avaliar a relevância de se adotar esta nova atividade e, se for o caso, minimizar os impactos negativos. No problema acima citado uma solução seria os membros das famílias se revezarem no atendimento ou então, o lazer da comunidade ser transformado em atrativo e o turista convidado a participar destas atividades, enfim, é importante que tais aspectos sejam discutidos para que se possam buscar soluções.

Num segundo processo a comunidade deve ser conscientizada sobre a importância da qualidade constante, dos produtos e serviços prestados, para o sucesso e sustentabilidade do produto turístico no qual está inserida. Neste caso, o próprio turista será o agente divulgador do atrativo turístico, por isso, sua impressão, na primeira visita, deve ser analisada. Será ele quem auxiliará na consolidação do empreendimento turístico e por isso cada visitante deve ser tratado como único, com educação e respeito, para que este sinta-se motivado a opinar positivamente do

local visitado à outras pessoas. Porém, é importante que este processos estejam presentes em todas as fases de desenvolvimento e implantação do atrativo turístico. O acompanhamento constante de técnicos, contribuí para manter a comunidade envolvida no processo.

### **2.6.5 – Capacitação dos futuros empreendedores**

O Turismo Rural não se restringe a atividades desqualificadas, rústicas e simples do campo. Muitos técnicos apregoam que o turismo é uma atividade fácil, de alta lucratividade, sem a necessidade de grandes conhecimentos por parte dos fazendeiros e agricultores que incorporam esta nova atividade. Porém, a observação da realidade desmente tais afirmativas, é uma atividade empresarial na qual é preciso investir e fazer um trabalho de vendas grande. Além disso é preciso ter um mínimo de instrução para administrar este novo negócio, que é bem mais complexo que a agropecuária e só se obtém retorno dos investimentos num tempo médio de dois a cinco anos, segundo o sócio da Qualitec, consultoria especializada em projetos turísticos<sup>59</sup>

Conforme Almeida & Blós, “O turismo não é um setor fácil de ser desenvolvido. Consiste de atividades de serviços, e como tal exige profissionalização e qualidade dos produtos oferecidos. A sua implantação requer clima de paz e segurança, uma análise detalhada do mercado e a educação da população. Exige um planejamento cuidadoso para evitar despesas inúteis, desequilíbrios locais e conseqüências sociais, culturais e ambientais negativas.”<sup>60</sup>

Toda a comunidade envolvida deve receber treinamento nos mais diversos níveis de atividades. “Turistas de diferentes origens têm diferentes exigências e expectativas em relação às atividades a serem praticadas e aos serviços oferecidos no meio rural; o pessoal de recepção e de acompanhamento deve estar capacitado para atender as diferenças culturais e comportamentais dos turistas das diferentes regiões brasileiras.”<sup>61</sup>

Além do treinamento, existem implicações legais para o desenvolvimento da atividade turística. O agricultor, o fazendeiro deve ter consciência de alguns aspectos, como os direitos

---

<sup>59</sup> Por Conta Própria, Gazeta Mercantil, Porto Alegre, 22 de março de 2000, p. 9.

<sup>60</sup> Almeida & Blós, 1997. Apud, Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA. *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999. p. 9-42.

trabalhistas, caso necessite contratar funcionários, ou aproveite a mão-de-obra existente, para a execução de tarefas legadas à esta nova atividade, pois neste caso tanto o piso salarial é modificado, quanto o contrato de trabalho. Há ainda, a necessidade de informar este novo empresário da legislação sanitária em vigor no Município e outras implicações legais que a adoção desta nova atividade acarretarão, como o tocante a energia elétrica (pela legislação vigente, uma propriedade rural que não seja agrícola não pode ter rede de energia elétrica).

Existem empecilhos para que um pequeno agricultor consiga se encaixar num projeto de turismo rural, como a falta de recursos financeiros para fazer as adequações necessárias na propriedade, assumindo os riscos de investir nessa nova atividade; a falta de preparo para lidar com o público; o desconhecimento das normas que regem o mercado de turismo, como a necessidade de “marketing” e contato com agências e operadoras e a dificuldade de receber recursos provenientes de planos do governo, por não possuírem as garantias necessárias. Porém, há que se levar em conta que muitas vezes um agricultor possui uma propriedade com forte potencial turístico, mas não deseja desenvolver esta nova atividade, por opção, ou por temerem novos investimentos, devido ao desconhecimento da causa. Somente no primeiro caso, deverá haver uma intervenção de profissionais do setor visando esclarecer o desenvolvimento desta nova atividade.

## **2.6.6 – A intervenção do poder público e das instituições ligadas ao turismo**

O poder público tem importante papel a desempenhar no desenvolvimento do Turismo Rural. Inicialmente deve levar em conta que nem todos os municípios brasileiros devem priorizar o desenvolvimento da atividade turística, indistintamente, em sua área rural. Deve haver uma análise para avaliar qual atividade teria melhor resultados, visando diversificar as atividades agropecuárias desenvolvidas no meio rural. “A política turística dos poderes públicos é determinada pela dupla exigência de assegurar a satisfação do turista e gerar o desenvolvimento harmonioso no contexto da economia nacional.”<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA. *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p. 9-42.

<sup>62</sup> A. SESSA apud A. PELEGRINI, *Ecologia, Cultura e Turismo*, 1997, p. 7.

O poder público não pode ficar indiferente aos benefícios que o desenvolvimento do Turismo Rural pode trazer, entre eles Casteli destaca:

- sua incidência no aumento do volume de negócios;
- seu incremento no gasto em transportes, diversões, espetáculos, etc.;
- sua participação na geração de empregos de forma direta e indireta;
- seus efeitos culturais, de integração entre regiões e países.

Segundo Campanhola e da Silva, “ O turismo no meio rural passou a considerar o potencial da comunidade local e as diversidades geográficas, cultural e ambiental das áreas rurais, devendo então se basear na interação e integração entre os seus diferentes atores – Estado, instituições privadas e comunidade local.”<sup>63</sup>

“Corresponde ao setor público a realização das atividades de promoção, expansão e captação de correntes turísticas; de adequação e regulamentação normativa do funcionamento das empresas; de estímulo e facilidade ao desenvolvimento da oferta turística mediante determinadas planificações, bem como mediante a criação de canais creditícios apropriados, e o estabelecimento de estímulos fiscais. Também corresponde ao setor público ditar normas correspondentes para regular e estabelecer corretamente a exploração dos valores e atrativos existentes. Atenção especial merece, neste sentido, o tratamento adequado da ordenação urbanística, a defesa da paisagem e a criação de infra-estruturas, tanto de acesso e comunicação como de serviços urbanos”<sup>64</sup>.

O turismo rural mal planejado e mal implementado pode trazer um número maior de malefícios que benefícios em decorrência dos impactos ambientais e sociais negativos que podem ser gerados. “O setor público deve então se precaver, por meio de suas políticas, para que ele não seja o responsável por problemas que poderão surgir no médio e longo prazos.”<sup>65</sup>

Com o objetivo de buscar subsídios à elaboração de Plano de Fomento ao Turismo Rural, a EMBRATUR promoveu em 1998, uma Oficina de Planejamento, com a participação de 43 participantes das seguintes instituições: EMBRATUR, SDR/MA, Representantes de produtores e empresários rurais, SEBRAE, SENAR, IICA, EMATER, UnB, EMBRAPA, UNICAMP,

<sup>63</sup> Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA. *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p. 9-42.

<sup>64</sup> SETUR/RS. Turismo, estratégia gaúcha, p. 18, apud CASTELI, *Turismo: atividade marcante do século XX*, p.47.

<sup>65</sup> Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA. *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p. 9-42.

ABRATUR, SETUR/RS, SETUR/DF, PUC/RS, Banco do Nordeste/PNUD, EPACRI/SC, CEPAGRO/SC, Faculdade de Turismo da Bahia, TURMINAS/MG e consultores.

A metodologia da Oficina consistia em se realizar uma análise da situação, com o levantamento dos problemas e objetivos; a elaboração de uma Matriz de Planejamento, com objetivos, resultados e atividades; uma Matriz de Potencial de Cooperação e a descrição dos Próximos Passos. Dentre os problemas foram destacados a falta de regulamentação das atividades do segmento; informação/comunicação insuficientes; infra-estrutura precária; incentivos ao turismo rural insuficientes; comunidades locais pouco envolvidas e pessoal pouco capacitado.

Buscando-se um “turismo rural ordenado e fortalecido” como objetivo central do plano, estabeleceram-se atividades necessárias para a implementação e viabilização do turismo no meio rural, procurando sanar os problemas existentes. Dentre as atividades propostas destaca-se a criação de legislação adequada; elaboração e implantação de uma rede de informação organizada e sistematizada no setor; tomada de ações institucionais públicas e privadas articuladas; disponibilização de incentivos ao turismo rural com acesso ao crédito facilitado e juros compatíveis com a atividade; capacitação integrada e contínua; envolvimento das comunidades locais no processo de desenvolvimento local sustentável; promoção e comercialização dos produtos eficientes e implementação de mecanismos facilitadores para a adequação da infraestrutura necessária ao desenvolvimento das atividades do setor. Atividades estas complexas e que exigem grande esforço “para que políticas possam ser estabelecidas para o setor com a finalidade de solucionar os problemas apontado”<sup>66</sup>

Identificam-se então etapas do processo de planejamento do turismo rural, que são imprescindíveis para o sucesso e sustentabilidade do projeto. Destacam-se a necessidade de caracterizar fisicamente o espaço rural, “com o objetivo de se identificar as potencialidades para o agroturismo, tendo por base a pesquisa dos principais produtos turísticos demandados pelo fluxo de pessoas no meio rural”<sup>67</sup>; realizar o zoneamento econômico e ecológico do espaço rural e “cadastrar os produtores que seriam envolvidos em uma produção dirigida e adequada, com organização do mercado”, identificando os fenômenos naturais e culturais que poderão ser explorados.

---

<sup>66</sup> Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA. *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, p.9-42.

<sup>67</sup> Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA. *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p. 9-42.

Essas ações de planejamento permitem definir e caracterizar os produtos turísticos e as ações de “marketing” decorrentes, com a “definição dos preços desses produtos, a sua promoção e os locais de sua comercialização”<sup>68</sup>. Outra etapa que merece especial atenção é o planejamento da ocupação territorial:

“no sentido de se direcionar as atividades a áreas que representem menores riscos de degradação ambiental e maior retorno social às comunidades locais. Neste caso, deve haver compatibilidade entre a quantidade e a qualificação da mão-de-obra exigida nas atividades turísticas e aquela já disponível ou que estará disponível tendo em vista as ações de capacitação planejadas.”<sup>69</sup>

Ao poder público municipal cabe a função de promotor e mediador de todo este processo, envolvendo toda a comunidade direta ou indiretamente envolvida no processo de desenvolvimento e exploração do turismo rural. Cabe ainda à municipalidade a função de conscientizar toda a comunidade envolvida no processo, das implicações da adoção desta atividade, de suas potencialidades e limitações, e das transformações que ocorrerão na vida deste agricultores ao optarem pelo desenvolvimento do turismo rural em suas propriedades.

O município poderá ainda buscar parcerias com outras instituições, como as do sistema “S”, visando capacitar estes novos empreendedores e repassar-lhes o diagnóstico do estudo de mercado, com uma rede de informações atualizada e interligada. Outras ações, segundo Campanhola & da Silva<sup>70</sup>, seriam o estímulo à instalação de agências de operadoras de turismo no município; a necessidade de readequação da assistência técnica pública aos agricultores, oferecendo novo treinamento direcionado a atividade turística, não somente dirigido a produção agropecuária e uma especial consideração às questões do meio ambiente.

### **2.6.7 – Casos onde o planejamento da atividade turística fez a diferença**

---

<sup>68</sup> Id. Ibid.

<sup>69</sup> Id. Ibid.

Um exemplo de turismo rural, com participação da comunidade em todas as etapas da implantação do projeto, foi citado por Campanhola & da Silva, que descrevem o caso do município de Venda Nova do Imigrante, estado do Espírito Santo, onde no final da década de 80 já existiam algumas pousadas e hotéis instalados no meio rural. As propriedades voltadas a produção do café, começaram a receber visitas espontâneas de turistas. Aos poucos estes agricultores perceberam que podiam ampliar o seu negócio e começaram a se organizar para isso, numa ação comunitária, pois entenderam que isoladamente não teriam força e poder para reivindicar junto ao setor público a melhoria de infra-estrutura e outras necessidades. Com a organização começou a haver maior interação com a hotelaria local, que passou a programar as visitas às propriedades agrícolas para os seus hóspedes. “Atualmente, 51 propriedades compõem o roteiro turístico disponível, com 12 restaurantes regionais. Há a oferta de visitas praticamente o ano todo, em função dos diferentes cultivos praticados, tais como: tomate, goiaba, repolho, couve-flor, cenoura, tangerina, café morango, abacate, além da produção de aguardente..”<sup>71</sup> Além de acompanhar as atividades agrícolas da propriedade, os turistas são convidados a participarem de algumas festas populares, como a Festa do Tomate, Feira Agropecuária, Encontro de “Cowboys”, Amostra Leiteira, Festa da Polenta, e outras. Podem ainda visitar cachoeiras, mirantes, rampas para decolagem de asa delta, serra e outras paisagens, e nas propriedades agrícolas produtivas degustar e adquirir produtos agro-industriais. “Houve a diversificação não só da produção agrícola, mas também a implementação de outras atividades para a oferta de produtos alimentares que contribuíram para um aumento da renda dos produtores agrícolas, além de gerar empregos para a mão-de-obra local. A organização dos produtores possibilitou a divulgação conjunto do agroturismo por meio de material de divulgação impresso e a adequação de algumas de suas necessidades, como por exemplo, a aprovação de lei municipal que transferiu da esfera federal à municipal a responsabilidade pelo serviço de inspeção de sanidade animal, viabilizando assim, a comercialização de produtos de origem animal nas propriedade e no próprio município.”<sup>72</sup>

---

<sup>70</sup> Id. Ibid.

<sup>71</sup> Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA. *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p. 9-42.

<sup>72</sup> Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA. *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p. 9-42.

Várias ações são necessárias para se alcançar sucesso num empreendimento de turismo rural. Lages em Santa Catarina, com o apoio da Serratur S/A, órgão oficial de turismo no Município, desenvolveu algumas ações, como a contratação de profissionais de turismo para o desenvolvimento de programas integrados de desenvolvimento; a realização e participação no Programa Nacional de Municipalização do Turismo; e a contratação e treinamento de pessoal. Como resultado, o número de turistas aumentou em 450% no período de 1993/96, os empregos oferecidos foram elevados em 420%, e o número de pernoites aumentou em 430%, este último resultando em uma receita de cerca de R\$ 2 milhões, em 1996. Ainda, o número de fazendas instaladas aumentou em 70% e o número de leitos em 120%.<sup>73</sup>

Outros empreendimentos não têm resultados tão positivos<sup>74</sup>, como no caso do município de Nova Friburgo, distritos de Lumiar e São Pedro da Serra, Rio de Janeiro, onde até 1983 existiam somente duas pensões. Passados 14 anos, o número de pousadas passou para aproximadamente 35, sendo que a maioria destas, 27, pertence a pessoas de origem urbana. O número de estabelecimentos comerciais, restaurantes, bares, também cresceu consideravelmente, sendo que já existe um pequeno “shopping center”. Além do turismo de fluxo, promovido por pessoas que visitam o local nos finais de semana e feriados, já existe o turismo fixo, onde moradores urbanos da redondeza construíram suas casas ou alugam residências por longo períodos, promovendo a exploração imobiliária. Vários agricultores venderam suas propriedades na década de 80, aproveitando a valorização de suas terras, e foram trabalhar na cidade de Friburgo, na indústria ou no setor de serviços. Essas propriedades foram loteadas para o estabelecimento de casas, chácaras de recreio e pousadas. No entanto, alguns agricultores acabaram retornando, mas como empregados ou caseiros de suas antigas propriedades. O turismo se desenvolveu rapidamente mudando os contornos sócio-econômicos da região, sem nenhum planejamento, causando uma série de danos ao meio ambiente, como o esgoto despejado diretamente nos rios, o que contribuiu para uma diminuição do fluxo turístico. Com o objetivo de amenizar o problema, comerciantes locais, mas não originários da região, criaram a Sociedade Comercial de Lumiar e São Pedro da Serra, visando ampliar e organizar o turismo através da divulgação do lugar e da conscientização da população local sobre a importância da preservação do meio ambiente, atuando diretamente com órgãos municipais (Secretarias de Turismo e de Meio Ambiente).

---

<sup>73</sup> Id. Ibid..

<sup>74</sup> TEIXEIRA, 1998 apud Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA, *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p. 9-42.

Ainda segundo a autora citada, há, entretanto, alguns resultados positivos. Abriram-se novas possibilidades de trabalho para a mão-de-obra familiar, especialmente aquelas ligadas à construção civil e ao comércio, complementando o orçamento familiar dos pequenos produtores agropecuários da região. Por sua vez, para aqueles que têm alguma capacidade de investir, casa de aluguel, pousadas e restaurantes passaram a ter importante papel na sua estratégia de reprodução. A maior parte dos agricultores tornaram-se pluriativos, aumentando a renda familiar mensal. Hoje as atividades extra-agrícolas respondem por mais da metade (56%) da composição da média da renda familiar mensal.

### **2.6.8 – Estratégias de planejamento**

Visando reduzir ou redimir os impactos negativos do Turismo Rural, certas estratégias de planejamento poderão ser adotadas. A partir da década de 80, uma das maiores preocupações dos estudiosos do fenômeno turístico é o impacto que a atividade pode causar no meio ambiente “a questão ambiental vem crescendo e assumindo caráter ideológico, influenciando a política, a cultura e a ciência e contribuindo para a formação de novos paradigmas.”<sup>75</sup> Ainda, segundo a mesma autora “Na atividade turística, essa evolução dos paradigmas aponta para uma substituição do turismo de massa para um tipo mais brando, para a busca de um desenvolvimento auto-sustentável.”<sup>76</sup> Assim sendo, os recursos turísticos rurais devem ser preparados para o turismo, de forma planejada, adotando medidas de gestão e de planejamentos, que valorizem os recursos e contemplem a finalidade de promover o desenvolvimento da atividade. Também devem satisfazer a especificidade de seu cliente com originalidade na oferta apresentada, consolidando a atividade, do ponto de vista empreendedor.

Com planejamento o turismo se apresentaria como uma ferramenta de preservação do meio ambiente pois, conforme a Agenda XXI, elaborada durante a ECO 92, realizada no Rio de Janeiro, não pode haver conservação se não houver desenvolvimento. Somente com uma relação harmônica entre o homem e a natureza teremos um “Turismo Sustentável”.

Os efeitos culturais e sociais do turismo em um país ou localidade de destino é outro tema de constante interesse para os sociólogos e planejadores. Como administrar os efeitos que o

---

<sup>75</sup> Ada de Freitas MANETI, *Método e Técnicas de Pesquisa em Turismo*, p.34.

<sup>76</sup> *Ibidem*.p.35.

contato com outras culturas e a mudança de costumes e tradições que o turismo impõe, sem com isso descaracterizar a localidade envolvida na atividade turística é motivo de estudos realizados em todo o mundo.

Segundo Paulo Ricardo da Rocha Araújo, certas proposições podem dirimir os impactos negativos do turismo:

- A população receptora, deve estar envolvida no processo de desenvolvimento turístico, mediante consultas realizadas na fase de planificação;
- Os turistas devem ser ensinados, educados, para que respeitem as culturas tradicionais locais;
- Devem haver leis mais restritas contra as drogas, a prostituição e o abuso da infância;
- Efetuar a distribuição de benefícios nas zonas rurais, decorrentes do desenvolvimento geral do homem através do turismo.

Mas os efeitos do turismo se estendem muito mais longe. São muitas as possibilidades de desenvolvimento que ele viabiliza. Um dos pontos muito importantes a considerar na perspectiva do desenvolvimento local refere-se ao aproveitamento das especificidades de cada localidade ou território e ao pleno aproveitamento das suas potencialidades e oportunidades. A idéia não é maximizar o número de turistas, mas ampliar as ocasiões de gastos dos turistas.

O turismo tem que beneficiar a comunidade. Há que se criar uma estrutura de gasto, para permitir ao turista adquirir bens e serviços ligados ao meio que está visitando: artesanato, culinária típica, alojamento, produtos agro-industriais e outros.

Segundo Rushman Doris:

“Uma das principais dificuldades para a implantação de um projeto global de desenvolvimento turístico em localidades receptoras é a total ausência do encadeamento e da gestão local da atividade que permita a ação de agentes do turismo, públicos ou privados, que faça prevalecer a noção de empresa, extensiva à toda localidade. Isto é: a localidade passava a ser o produto turístico posto no mercado, sem considerar seus recursos e equipamentos de forma isolada. O grande desafio do planejamento e organização do turismo é encontrar o equilíbrio entre a carga turística imposta a determinados meios e a sua capacidade de suportá-la.”<sup>77</sup>.

Como exposto no Capítulo 3.5 (Malefícios do Turismo Rural), existe a preocupação e a possibilidade de que um turismo massivo *invada* os atrativos turísticos no meio rural, motivado, inclusive, pela queda de atração dos balneários. Estas evidências reforçam o entendimento de

---

<sup>77</sup> Dóris RUSCHMANN, *Turismo e planejamento sustentável, a proteção do meio ambiente*. 1997, p. 17.

que o turismo rural deve ter o fluxo de entrada de turistas controlado. Encontrar formas viáveis para se chegar a um fluxo compatível com a capacidade de carga do local é um desafio. Sendo o atrativo vinculado à hospedagem do visitante na propriedade, o controle é facilitado, mas em casos em que o local está aberto à visitação, tal controle se torna dificultado, mas extremamente necessário. Pode-se limitar a entrada de excursões divulgando em agências e operadoras e em centros de informa es turísticas a necessidade de reservas com antecedência, mas o turista particular<sup>78</sup> ou o ônibus, que chega sem prévia consulta   agências, desconhecendo as normas de visita o, sentem-se extremamente ressentidos se não forem atendidos.   nestes casos que deve-se estabelecer uma forma de controle, criando-se pórticos, no caso de atrativos que abrangem uma região, onde só se possa entrar com guias locais, estabelecendo um número máximo de veículos por hora.

Estes “pórticos” podem ser de grande valia, e a espera pode ser agradável ao turista se, por exemplo, forem oferecidas explica es do que este turista vai ver e instru es da forma como deve se portar. Isto pode ser feito de uma forma dinâmica, com utiliza o de equipamento de vídeo e som e “folders”. Os atendentes podem estar tipicamente vestidos e servir degusta o de alimentos e bebidas produzidos no local. Para se suprir tais gastos, pode-se cobrar uma taxa de ingresso. Nos casos em que o atrativo se resume a uma única propriedade, inserida no meio rural, uma soluço seria limitar a visita o a determinados locais, ou organizar a visita o em grupos, conforme a capacidade de carga do lugar. Outra proposta seria gravar as atra es do roteiro em CD ou K7, que seria vendido ou locado, aos turistas particulares que passam pelas agências de turismo receptivo ou pelos “pórticos”, instalados na entrada destes roteiros, possibilitando que estes turistas visitem os estabelecimentos obtendo explica es sobre o mesmo, nestas grava es.

Outro problema acarretado pelos problemas do turismo massivo, como o verificado no litoral,   a contrata o de pessoal de fora do local, “com poucos empregos oferecidos   mão-de-obra local, muitas vezes por seu despreparo para lidar com as novas atividades inerentes ao turismo”<sup>79</sup>. Isto ocasiona prejuízos   toda comunidade, primeiro aos residentes que não se beneficiam com o turismo e não se tornam agentes colaboradores deste processo, pelo contrário, mostram-se ariscos com os visitantes, e segundo pelos novos trabalhadores, vindos de outras regiões, que geralmente se empregam nas épocas de alta temporada, sendo demitidos posteriormente, quando o fluxo diminui, tendo sua vida totalmente desestruturada. Os

---

<sup>78</sup> Entende-se por turista particular, o que viaja com condu o própria ou ônibus de linha, não pertencendo a um grupo coordenado por guia, podendo ou não ter consultado agências ou operadoras de turismo.

empreendedores do turismo rural devem ter sempre em mente a necessidade de utilizar a mão-de-obra local, valorizando sua cultura, sua tipicidade, sua identificação com o local, fatores que compensam a necessidade de um treinamento especializado para as novas atividades.

Outro aspecto a ser considerado é que o turismo rural constitui-se em uma das alternativas para o aumento da renda dos pequenos produtores rurais, mas não deve ser a única, pois dependendo das limitações e oportunidades da localidade, outras podem ser mais promissoras “A diversidade das situações agrárias, das rendas, dos povoamentos e do meio físico levam a modelos diferentes de desenvolvimento do turismo no meio rural. Ou seja, há relação direta entre o turismo no meio rural e as características sociais, econômicas e ecológicas de cada local. Portanto, o turismo no meio rural, em sua essência, coaduna-se perfeitamente com os princípios do desenvolvimento local, constituindo-se em alternativa complementar à agricultura na geração de renda e emprego para a população rural.”<sup>80</sup>

Para que um empreendimento de turismo rural tenha sucesso é necessário o entendimento de que um único atrativo, isolado numa região, não será suficiente para atrair um razoável número de turistas. É necessário que a comunidade se organize para que um número maior de moradores ofereça uma gama maior de atrações, e possa comportar uma quantidade mais considerável de turistas. Além disso, se organizando em associações ou cooperativas, os agricultores tem melhores condições de negociar com instituições públicas ou privadas as necessidades da comunidade.. O grande desafio do turismo não é só atrair o visitante, o difícil é fazer com que ele permaneça bastante tempo e volte.

É ainda necessário haver um trabalho com as agências e operadoras de turismo receptivo, para que estas, conhecendo melhor a realidade local, possam explorar com maior sensibilidade a atividade turística do local, estabelecendo ações de “marketing” eficientes, visando a promoção e a comercialização dos produtos turísticos do meio rural que valorizem o homem rural, as atividades e a natureza.

No turismo não temos nosso olhar atraído ao acaso, “existem de fato muitos profissionais qualificados que ajudam a construir e desenvolver nosso olhar enquanto turistas.”<sup>81</sup>, os *manipuladores*. Um desafio que se apresenta é como oferecer um mesmo produto à turistas com *olhares* diferentes, pois “não existe um único olhar do turista enquanto tal. Ele varia de acordo com a sociedade, o grupo social e o período histórico”<sup>82</sup>.

---

<sup>79</sup> Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA, *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*, Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p. 9-42.

<sup>80</sup> Id. Ibid.

<sup>81</sup> John URRY, *O olhar do turista*, p. 16.

<sup>82</sup> Id. Ibid., p.16.

Enfim, resta considerar que a “coincidência de recursos naturais numa mesma área oferece possibilidades que, acrescidas de características culturais e sociais, concorrem para definir as regiões turísticas.”<sup>83</sup> Levando-se em conta que a análise de tendências pode indicar os novos caminhos para a compreensão do futuro desenvolvimento turístico, sendo imprescindível para fundamentar o planejamento.

---

<sup>83</sup> Olga TULIK, *Recursos naturais e turismo / tendências contemporâneas*, [s.d.], p. 36.

### **3. ANÁLISE DO CASO “CAMINHOS DE PEDRA”**

#### **DISTRITO DE SÃO PEDRO BENTO GONÇALVES - RS**

##### **3.1 - O Município de Bento Gonçalves**

Até o ano de 1870, parte do local que posteriormente seria denominada Dona Isabel, hoje Bento Gonçalves, chamava-se de Cruzinha. Em 24 de maio de 1870 foi criada a Colônia Dona Isabel, pelo Presidente da Província, Dr. João Sertório, tendo início, então, a divisão das terras em lotes. Entretanto, somente em 1875 chegaram as primeiras famílias de imigrantes, italianos em sua maioria, que formaram uma das três primeiras colônias italianas do Rio Grande do Sul.

Em 1881 se deu início a construção das primeiras estradas de rodagem, ligando São João de Montenegro às Colônias Dona Isabel (atual Bento Gonçalves), Conde D’Eu (Garibaldi) e Alfredo Chaves (Veranópolis), seguindo em direção ao Norte do Estado e Santa Catarina. Por este caminho era escoada a produção agro-industrial da região, especialmente ao Porto de Montenegro, de onde, por barcos, era transportada para Porto Alegre.

Em 11 de outubro de 1890, impulsionado pelo rápido crescimento sócio-econômico, a Colônia Dona Isabel foi desmembrada de Montenegro, criando-se, pelo Ato número 474, do General Cândido Costa, governador do Rio Grande do Sul, o município de Bento Gonçalves, que recebeu esta denominação em homenagem ao Chefe da Revolução Farroupilha.

Localizado na Encosta Superior do Nordeste do Rio Grande do Sul, Bento Gonçalves conta hoje com uma população de 89.254 habitantes, distribuídos em 370,68 km<sup>2</sup> de área.

Atualmente desponta na sua economia a produção moveleira, e vitivinícola, respectivamente com 139 e 39 indústrias, de um total de 772 que existem no Município, que

conta, ainda, com 2.541 estabelecimentos comerciais; 2.931 prestadores de serviços, 3.277 autônomos e 622 profissionais liberais.

No ano de 1999, Bento Gonçalves recebeu 600.000 turistas, atraídos por uma cultura, paisagem e clima singulares, além da diversidade de produtos turísticos, destacando-se o Turismo Rural e o Turismo de Eventos.

Dentre os atrativos de Turismo Rural, destacam-se o Vale dos Vinhedos, roteiro de visitação   cantinas familiares, onde   possível conhecer todo o processo que envolve o vinho e as marcas culturais deixadas pela imigra o italiana, e o roteiro Caminhos de Pedra, que no ano de 1999, atraiu um número, aproximado, de 20.000 visitantes, e será objeto deste estudo.

### **3.2 - O Distrito de São Pedro**

Localizado na Linha Palmeiro, o Distrito de São Pedro possui uma área total de 26,09 km<sup>2</sup> e distancia 13 Km da sede de Bento Gonçalves.

Colonizado por imigrantes italianos, em sua maioria oriundos da Província de Belluno, possui características particulares, mas que lembram fortemente a região norte da Itália.

Desde sua forma o até a década de 1970, vivenciou um período de evolu o e prosperidade, devido a estrada que por ali passava, ligando Bento Gonçalves, Farroupilha, Caxias do Sul e Porto Alegre ao Alto Uruguai e ao oeste do Estado de Santa Catarina.

Por ali passava um grande fluxo de viajantes que se utilizavam da infra-estrutura local, abastecendo seus veículos, fazendo refei es e até mesmo se hospedando no Hotel Cavalet, que se tornou ponto de parada de ônibus de longo percurso.

Ao longo desta estrada foram se instalando casas de comércio, o Moinho Bertarello, a Ferraria de Adolfo Ferri e outros estabelecimentos , que além de atender a popula o local, se beneficiavam do fluxo destes que, podemos dizer, foram os primeiros turistas deste Distrito.

No entanto, em 1970 a pavimenta o que a popula o de São Pedro tanto almejava, por interferência política, foi desviada para Caxias do Sul, a RS 470. Os transeuntes passaram a preferir esta estrada, por razões óbvias, e a localidade assistiu seu próprio declínio.

A popula o, empobrecida, não tinha condi es de construir novas casas (as tão desejadas residências de alvenaria). Assim, tristes e envergonhados, continuaram residindo em suas velhas casas de pedra e madeira, de até três andares, e, por este infortúnio do destino, temos

hoje uma das regiões mais favorecidas pela concentração de arquitetura característica da imigração italiana.

Além disso o isolamento desta comunidade propiciou a conservação de um linguajar típico dos imigrantes italianos, o “tálian”, e preservou seus costumes e tradições, que hoje tanto encantam os turistas.

### **3.3 - O Projeto Caminhos de Pedra**

#### **3.3.1 - Histórico**

Assim se passaram vinte anos desde o desvio da estrada que passava pela Linha Palmeiro, atual distrito de São Pedro e, no início da década de 1990, o Eng. Tarcísio Michellon, empresário da rede hoteleira de Bento Gonçalves, percebeu que somente um bom hotel não bastava para atrair turistas. Porém, conhecedor do poder do turismo, desejava aliar novos investimentos na atividade turística a um projeto de revigoração do interior do Município e preservação da cultura da imigração italiana, com os valores culturais legados pelos imigrantes italianos, que tanto estimava, “Como o amor ao trabalho, o espírito solidário e participativo, a alegria de viver, a culinária típica e a habilidade artesanal, com o conhecimento das respectivas técnicas.”<sup>84</sup> Esses valores, segundo Júlio Posenato, “constituíram a base para o progresso da região e devem permanecer para que esse progresso tenha sustentação.”

Após algumas experiências em outras localidades do interior do Município, iniciadas em 1982, solidificou-se a vocação da região para o Turismo Rural, onde se concentravam o patrimônio legado pelos primeiros imigrantes do Município, ao contrário de sua sede que, com o rápido e descontrolado crescimento das indústrias, destacando-se as do ramo moveleiro, atraiu um grande número de pessoas de outras regiões, em busca de trabalho. Assim, desordenadamente, a sede do Município se expandiu e foi perdendo sua base cultural e seu patrimônio arquitetônico.

---

<sup>84</sup> Júlio POSENATO, *Projeto de turismo cultural Colônia de São Pedro*, 1994, p.7.

A busca por atrativos fundamentados na cultura da imigração italiana, fez com que o Engenheiro Tarcísio Michellon chegasse até o Arquiteto Júlio Posenato, por indicação do Frei Rovílio Costa e assim, em uma convenção de arquitetos realizada no hotel que estava sob sua administração, conheceu este escritor e profundo conhecedor da cultura da imigração italiana, e juntos imaginaram este Projeto.

### 3.3.2 – Conceção e planejamento

Após pesquisa realizada por Júlio Posenato em todo o Município, incluindo os estão distritos de Monte Belo e Santa Tereza, hoje emancipados, a escolha recaiu no distrito de São Pedro, pois, segundo o autor , “ possui um acervo de alta qualidade, numeroso variado e integro, de prédios representativos das diversas funções da imigração italiana (residencial, religiosa, industrial, comercial) materiais (pedra, tijolos, madeira) e períodos (primitivo, apogeu, tardio, influência do chalé), concentrado em pequena área; acesso fácil e próximo à cidade; abundância de água, propiciando numerosos estabelecimentos com força motriz através de rodas hidráulicas; paisagem rica em araucárias e beleza natural.”<sup>85</sup>

Inicialmente denominado de Colônia São Pedro, o projeto apresenta forte apelo cultural, resgatando os costumes deste povo, preservando o patrimônio arquitetônico e ressignificando o mesmo. O projeto consistia de uma concepção inovadora: “não apenas prédios mumificados, mas em sua feição autêntica, funcionando como no período em que foram construídos, com as mesmas atividades, processando os mesmos produtos. Um genuíno museu vivo.”<sup>86</sup>

Uma iniciativa de filosofia humanística, geradora de uma ação cultural, que influenciou todo o Município e região que passaram a perceber o valor de sua cultura, pois “sempre presente no turismo rural autêntico a “cultura”, juntamente com a paisagem, se tornam as principais atrações para o turista.”<sup>87</sup>

---

<sup>85</sup> Júlio POSENATO, *Projeto de turismo cultural Colônia de São Pedro*, 1994, p.7.

<sup>86</sup> Id. Ibid.

<sup>87</sup> BOSI 1992, apud GASTAL, 1998: 100, explica que a palavra *cultura* tem sua raiz latina em *colo* , o ato de lavrar a terra. Da mesma raiz, teríamos *cultura* enquanto o futuro deste trabalho sobre o solo, e *culto* enquanto o trabalho sobre o solo: o enterrar os mortos e reverenciá-los, para que eles continuassem juntos e atuantes na comunidade. Segundo Susana Gastal, a cultura nos torna humanos, nos socializa. Cultura é a vida pensada. A cultura supõe: um

O Projeto prevê ainda, métodos diferenciados de preservação do patrimônio arquitetônico. Ao contrário de sugerir o tombamento de prédios, como geralmente ocorre no Brasil, “contra a vontade de seus proprietários, que consideram a preservação não uma honra, mas um fardo e uma restrição ao seu direito de propriedade”<sup>88</sup>, viabiliza para que a defesa do patrimônio arquitetônico seja feita voluntariamente pelos proprietários.

Tal processo foi viabilizado estimulando, inicialmente, a conservação do acervo por interesses financeiros, pois poderiam gerar receita através do turismo e possibilitaria, segundo Júlio Posenato, que num trabalho sustentado ao longo do tempo, através da formação da juventude, se desenvolvesse nas pessoas “a convicção do valor da Herança Cultural como documento e testemunha da própria Caminhada Histórica, base da segurança do presente e na evolução rumo ao futuro.”<sup>89</sup> Visando atingir estas metas o projeto “propõe inicialmente a implantação de uma estrutura voltada para o *turismo*, como forma de propiciar suporte viável para que o objetivo básico seja alcançado.”

### 3.3.3 – Objetivo

Nas palavras do idealizador do Projeto, Júlio Posenato, “o objetivo principal do projeto ‘Colônia São Pedro’<sup>90</sup> consiste na educação da Comunidade do Distrito de São Pedro, município de Bento Gonçalves, RS, para o resgate e a valorização da História e do Patrimônio Cultural peculiar herdado das raízes e sua gestão...”<sup>91</sup>

É objetivo do Projeto, segundo o mesmo autor, estimular a comunidade à recuperação de seus valores culturais; cadastrar, valorizar e conservar o patrimônio cultural do Distrito de São Pedro; elaborar um Plano Diretor de Desenvolvimento Sócio-Econômico Integrado; registrar a memória da comunidade; propiciar treinamento às crianças, adolescentes e adultos, com o intuito de desenvolver uma consciência crítica, oportunizando o crescimento social e formando

---

nível de saber acumulado por um grupo; que este saber gere produtos e que os produtos gerados tenham valor simbólico. (Para um melhor entendimento do assunto ler: Susana GASTAL, *Turismo & cultura: por uma relação sem diletantismos*, In: *Turismo: 9 propostas para um saber-fazer*, 1998.).

<sup>88</sup> Júlio POSENATO, *Projeto de turismo cultural Colônia de São Pedro*, 1994, p. 98.

<sup>89</sup> Id. Ibid.

<sup>90</sup> Esta foi a primeira denominação do então Projeto Caminhos de Pedra.

<sup>91</sup> Júlio POSENATO, *Projeto de turismo cultural Colônia de São Pedro*, 1994: p.98.

embriões de grupos organizados; salvaguardar técnicas artesanais em desaparecimento; criar um Museu Vivo, onde as antigas edificações e seus equipamentos sejam mostrados desenvolvendo as atividades para as quais foram construídos, manejados por pessoas que detêm as técnicas e habilidades vigentes na época que tais atividades foram implantadas; recuperar a paisagem; resgatar os aspectos artísticos e sabedoria popular; proporcionar à comunidade fontes de renda que permitam um padrão de vida digno; favorecer o reagrupamento de famílias dispersas; revitalizar os aspectos de convivência social; organizar, junto à uma Fundação Cultural, que seria criada, biblioteca, discoteca e videoteca de apoio; apresentar ao País uma forma nova e eficaz de atuar na proteção ao acervo cultural; provar que a defesa do Patrimônio Cultural pode, através do turismo, representar uma atividade econômica vantajosa aos proprietários dos prédios protegidos.

Talvez por isso o sucesso do projeto que não colocou em primeiro lugar o objetivo de atrair turistas e conseqüentemente divisas, isto se processou de forma natural, pois levou em conta que “todos os locais tem um passado, recordado ou não, e todas as pessoas tem uma cultura, portanto todos os locais podem competir na produção de produtos culturais para o mercado turístico.<sup>92</sup>” Além disso, estes serviços e bens culturais têm uma larga variedade de consumidores, além dos turistas, e servem para vários fins, além dos turísticos.

### **3.3.4 - Desenvolvimento do projeto**

O início dos trabalhos coincidiu com a falência da principal Vinícola do Município (Cooperativa Aurora) e assim os moradores de São Pedro, em sua maioria agricultores baseados na monocultura da uva, encontravam-se sem perspectivas de receber o valor correspondente às três últimas safras deste produto. Desta forma, encontravam-se empobrecidos, mas ainda assim, com receios quanto a implantação da atividade turística em suas propriedades. Foi decisiva a contribuição financeira dada pelo Hotel Dall’Onder, para as restaurações e estruturações iniciais

---

<sup>92</sup> Susana GASTAL, Material do curso de Especialização em Gerenciamento do Desenvolvimento Turístico, Bento Gonçalves: Universidade de Caxias do Sul – Campus Universitário da Região dos Vinhedos - UCS/CARVI, 1998.

e contribuiu também, neste momento, a opinião das mulheres, que viram nesta atividade uma alternativa para o tão sofrido e desvalorizado trabalho de agricultoras.

Após a elaboração do projeto de viabilidade econômica, foram estabelecidas as prioridades, em conjunto à comunidade “..foram convidados artesãos da comunidade com mais de setenta anos, já aposentados e desmotivados, que no passado desenvolviam aquelas atividades: o moleiro Bertarello, o ferreiro Ferri, o marceneiro Cavalet, etc. Farão funcionar o moinho, ferraria, marcenaria, destilaria, etc., ao mesmo tempo formando aprendizes, tal qual sucedia no passado.” Os primeiros estabelecimentos a funcionar foram a Cantina Strapazon, o Restaurante Bertarello, a Ferraria dos Ferri e o Moinho Bertarello.

Porém, nesta etapa era importante conscientizar toda a comunidade envolvida, das implicações desta nova atividade. Devido ao forte apelo cultural do Projeto, foram contratados inicialmente, dois assessores culturais, o Professor Geraldo Farina e a Professora Ana Maria Guerra, que ficou responsável pelos projetos, pela arrecadação de recursos financeiros, pela assessoria aos estabelecimentos, enfim, pela parte burocrática, ambos foram custeados pela Prefeitura Municipal e pelo Hotel Dall’Onder. Diariamente em contato com a comunidade puderam conhecer sua realidade e assessorar a todos os envolvidos, direta ou indiretamente, neste processo. A Banda foi resgatada, com apoio do Governo Estadual para a aquisição dos instrumentos musicais; foi criado um grupo de flauta doce; um grupo de dança; de teatro e um coral. O Hotel Dall’Onder disponibilizou, ainda, seu quadro de funcionários (cozinheiros, administradores, construtores) que prestaram assessoria nestas áreas.

Além deste acompanhamento foram promovidos outros cursos, como os ministrado pelo SEBRAE, Saneamento Básico, Higiene dos Alimentos, Gestão Empresarial, Capacitação de Empreendedores, Planilha de custos e Atendimento na Atividade Turística, entre outros. Devido ao sucesso alcançado no Projeto *Educação Ambiental no Projeto Cultural – Caminhos de Pedra da Colônia São Pedro*, que tinha como objetivo “formar uma consciência sobre o meio ambiente e seus problemas, para que possam construir um desenvolvimento econômico sustentável em harmonia com a natureza e conseqüentemente, elevar sua qualidade de vida”<sup>93</sup> o SEBRAE utilizou-o como “case” e lançou o vídeo Turismo com Qualidade. Além disso foi promovido uma viagem à Itália onde alguns moradores da localidade puderam conhecer outras propostas em turismo e buscar aprimoramento e novas técnicas na produção agro-industrial.

Os primeiros turistas foram encaminhados ao local pelo próprio Hotel Dall’Onder, juntamente com a agência Mundo do Vinho, que os transportavam em furgões do próprio Hotel,

---

<sup>93</sup> Relatório das Atividades do projeto: Educação Ambiental no Projeto cultural – Caminhos de Pedra da Colônia São Pedro, maio-dezembro de 1998.

acompanhados pelos professores Geraldo e Ana Maria, com explicações completas sobre o projeto e seu forte apelo cultural. Os turistas conheciam a história destes descendentes de imigrantes italianos, e se encantavam assistindo a demonstração das atividades desenvolvidas nestas propriedades, desde a chegada dos primeiros imigrantes. Assim, estes se tornavam agentes divulgadores do local, promovendo-o e, conseqüentemente, atraindo um número cada vez maior de turistas.

### **3.3.5 - Resultados - A realidade atual**

#### **3.3.5.1 – Metodologia da pesquisa**

Buscando-se identificar as conseqüências da exploração do Turismo Rural na localidade de São Pedro, foi realizada uma pesquisa *qualitativa*, a qual foi dividida em dois estágios: num primeiro momento *exploratória*, com pesquisa bibliográfica, para elaboração conceitual e definição de marcos teóricos, e em seguida com *estudo de caso*, buscando-se conhecer em profundidade os processo e relações sociais. Num segundo estágio foi realizado pesquisa explicativa, experimental, verificando as alterações causadas por uma determinada variável, e *ex-post-facto*<sup>94</sup>, estabelecendo comparações entre duas ou mais variáveis.

Com aplicação de métodos de observação, entrevistas e questionários dirigidos aos moradores de São Pedro, realizou-se o levantamento da *realidade atual* da referida localidade. Além disso, foram aplicados questionários a um determinado número de turistas, guias e agentes de turismo, verificando sua opinião sobre o roteiro. Aplicou-se ainda, um questionário dirigido ao Poder Público, representado pelo Secretário de Turismo de Bento Gonçalves, buscando identificar a sua intervenção/atuação nos Caminhos de Pedra.

A análise dos documentos coletados possibilitou a identificação de algumas situações, que analisaremos num todo, comparando a realidade da comunidade e da localidade antes e

---

<sup>94</sup> Mais detalhes sobre a metodologia da pesquisa no turismo, ver Ada de Freitas M. DENCKER, *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*, 2000.

depois da implantação da atividade turística, além de estabelecer relações comparativas entre os integrantes que se envolveram diretamente e indiretamente no Projeto Caminhos de Pedra e a sua repercussão nos mais diversos níveis.

Os casos pesquisados trazem dados que podem servir como modelo, como um marco teórico conceitual, especificamente nos aspectos determinantes do planejamento, da vocação e do patrimônio turístico.

### **3.3.5.2 – Funcionamento do Roteiro Caminhos de Pedra**

Atualmente, fazem parte do Roteiro Turístico Caminhos de Pedra vinte e três pontos<sup>95</sup>, incluindo atrativos naturais, como a reserva de araucárias; a árvore “Maria Mola” ou umbu e as medas, além do conjunto arquitetônico e histórico, destes a Destilaria, a Casa Comiotto, a Casa Merlo, a Casa Zandoná, a Casa Estivalet, Casa Cantelli, Casa Merlin, Casarão Barp, Conjunto Residencial Barp, Casa Somenzi e a Casa Residencial Strapazzon recebem visitaçaõ externa, ou seja, são representações arquitetônicas de uma época e de uma cultura, que podem ser admiradas pelos turistas que passam pela rodovia, ou pelo seu entorno. Outros locais como a Capela de Santo Antoninho e a Capela de São Pedro e o Capitel em honra à Nossa Senhora do Carmo, representam a cultura e a arquitetura religiosa, não estando estruturados para o atendimento aos turistas. As residências que abrem suas portas para o turista e permitem que ele presencie e vivencie um pouco de sua cultura, são a Casa de Pedra da Família Bertarello, com seu Restaurante; o Moinho Bertarello; a Ferraria dos Ferri; a Casa Vanni, que abriga a Casa da Farinha e a Casa do Fio e da Linha e a Cantina Colonial Strapazzon. O Hotel Cavalet, que também consta no mapa em anexo, está sendo restaurado e, em breve, deverá fazer parte do roteiro de visitaçaõ, oferecendo um banco de dados a respeito do Projeto Caminhos de Pedra e comercializando produtos derivados do leite de ovelha, entre outros.

Foi estabelecido pela comunidade envolvida, a partir de 1999, que os grupos que desejassem conhecer os Caminhos de Pedra, deveriam agendar com antecedência sua visitaçaõ. Esta capacidade de carga foi apontada em 1997, mas só a necessidade, fez com que os moradores de São Pedro, passassem a colocá-la em prática. Assim, hoje se estabeleceu um limite de dez

grupos/dia, visando dar um melhor atendimento a estes turistas e também não sobrecarregar os proprietários e as propriedades envolvidas. Além disso, estabeleceu-se que o Roteiro não atenderia visitantes nas segundas-feiras, um conceito de *museu-vivo*, adotado por todos os museus do mundo. Destes grupos que visitam o roteiro 50%, aproximadamente, contratam um guia local, através das agências de receptivo, a outra metade faz a visita com um guia da própria agência ou operadora, de fora da cidade, que comercializou o pacote. Já foi constatado pelos moradores de São Pedro que o trabalho é melhor desenvolvido quando o grupo é acompanhado por um guia local, que conhecedor de todo o processo de implantação do Projeto, tem condições de passar informações mais aprofundadas sobre todo o Roteiro. O que ocorre, geralmente, com grupos sem guia local é que estes visitam somente a Ferraria dos Ferri, a Casa Vanni e a Cantina Strapazzon, sem receber orientações<sup>96</sup> sobre como se portar, sem receber explicações sobre a história do local e sobre os outros estabelecimentos que fazem parte do Roteiro.

“O desenvolvimento de uma atração turística construída resulta do modo como reagem aqueles que estão sujeitos ao olhar do turista, não só para se protegerem de invasões em sua vida nos bastidores, como para tirarem vantagem das oportunidades que isso apresenta para um investimento lucrativo.”<sup>97</sup>

O Roteiro Caminhos de Pedra recebe turistas das mais diversas regiões do Brasil e do mundo. Em sua maioria, segundo as entrevistas aplicadas, aproximadamente 80%, viajam em grupos<sup>98</sup> e 20% são turistas particulares<sup>99</sup>. Segundo pesquisa realizada pela Secretaria Municipal de Turismo, visando identificar o perfil do turista que visita o Município, 17,42% dos turistas apontaram os Caminhos de Pedra como o aspecto mais apreciado de Bento Gonçalves.

Os turistas ‘particulares’ se dirigem até os Caminhos de Pedra, geralmente munidos do mapa que receberam no setor de informações da Secretaria Municipal de Turismo ou nos hotéis em que estão hospedados. A qualidade da visita destes, depende das informações complementares que receberam nestes locais, ou de outras pessoas que já tenham feito o passeio, e do nível cultural dos mesmos. Como citado anteriormente, todo o turista deveria ter um bom nível de instrução e buscar o maior número de informações sobre o local antes de visitá-lo, só assim poderia compreendê-lo e dar-lhe o valor devido.

---

<sup>95</sup> Ver mapa com explicações em anexo.

<sup>96</sup> Todo o turista deveria ser orientado sobre a forma como os turistas devem se portar no local, respeitando os limites da visita (alguns entram nas áreas residenciais sem permissão); não despejando lixo nos locais visitados; valorizando através das explicações a história e a cultura da localidade.

<sup>97</sup> John URRY, *O Olhar do Turista*, p.25.

<sup>98</sup> Viajam com ônibus. O Roteiro faz parte de um pacote comercializado por agências e operadoras de turismo.

<sup>99</sup> Viajam de automóvel, com a família ou amigos.

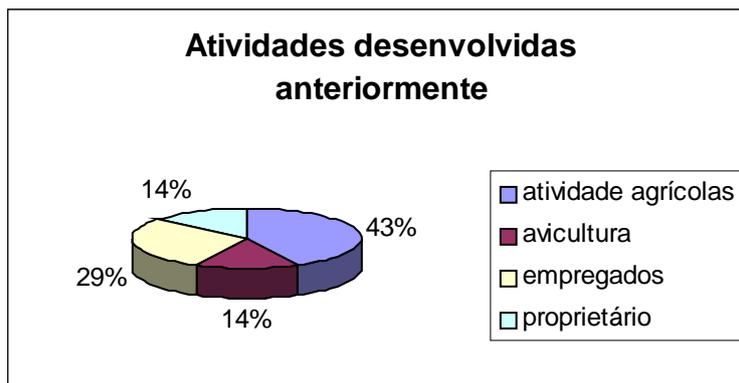
A aplicação de questionários aos moradores de São Pedro, responsáveis pelo atendimento aos turistas, possibilitou identificarmos as seguintes situações:

- a) A decisão de explorar a atividade turística se deu pela oportunidade de mostrar a cultura e os valores locais, pelo rendimento extra que poderia proporcionar e pelo desejo de ter um “negócio próprio”. Certamente, contribuiu nesta decisão o fato de o Hotel Dall’Onder ter contribuído com recursos próprios, para que fossem restaurados e reestruturados os prédios a serem visitados.
- b) Todos receberam treinamento de técnicos do SEBRAE, através dos cursos ministrados na localidade, e da consultoria prestada individualmente por estes técnicos. Além disso, o próprio Hotel Dall’Onder, com apoio da Prefeitura, possibilitou que dois professores, residentes na região permanecessem por alguns anos dando consultoria na área cultural, conforme especificado anteriormente. A EMATER também prestou assessoria a alguns empreendedores.
- c) A maior parte dos empreendedores recebeu incentivo do Hotel Dall’Onder. Como apontado nos questionários esse incentivo se deu de diversas formas: financeiro, moral, estrutural e cultural.
- d) Quanto ao fato de ter havido um planejamento, um estudo, que antecederesse a implantação da atividade turística, ficou evidenciado que sim, porém a maior parte dos entrevistados apontou que isto foi feito pelos idealizadores do Projeto e pelo Hotel Dall’Onder, ou seja, a comunidade, inicialmente, não participou do processo de planejamento do Roteiro Turístico. As atividades desenvolvidas pelos proprietários, anteriormente a implantação do turismo eram:

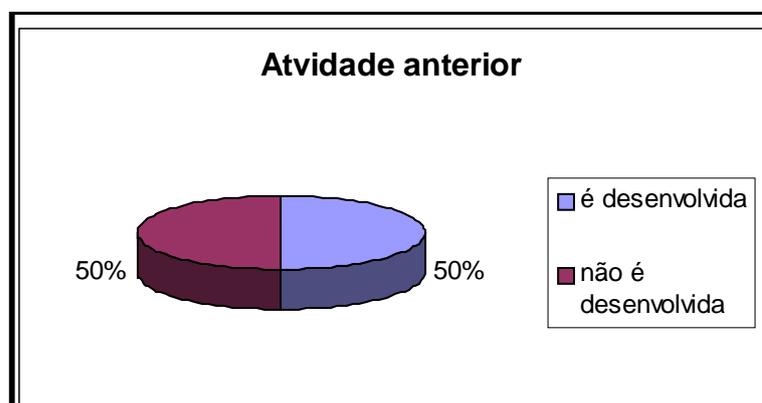
- atividades agrícolas (cultivo de parreiras e arvores frutíferas);
- avicultura;
- empregados em empresas estabelecidas na sede do Município (fogos, restaurante, metalúrgica);<sup>100</sup>
- proprietário de moinho.

---

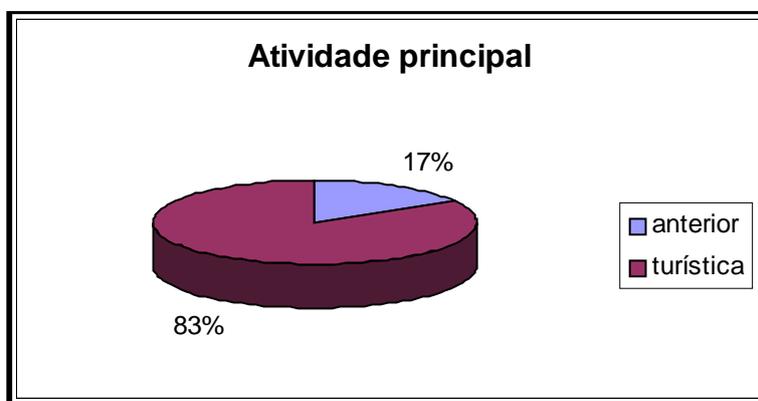
<sup>100</sup> Neste caso observa-se que o turismo representou não somente uma atividade alternativa, mas possibilitou que pessoas empregadas em sub-funções pudessem ter seu próprio negócio e ampliar seus ganhos, em uma atividade mais gratificante.



Foi questionado ainda, se esta atividade ainda está sendo desenvolvida, sendo que 50% dos entrevistados respondeu que sim e 50% que não estaria sendo realizada.



Questionou-se ainda qual a atividade principal, desenvolvida no momento, se a atividade desenvolvida anteriormente a turística, ou não:



Observou-se que, dentre as atividades abandonadas, estão as de empregados em empresas da região, como referido acima, e houve um caso de abandono da atividade turística motivada, por

um motivo alheio a atividade turística, que foi a morte do homem da família, ficando a propriedade nas mãos de duas mulheres (mãe e filha) que viram no turismo uma forma mais digna de trabalho, sem tantos esforços físicos.

Neste aspecto, além do abandono de algumas atividades anteriores a turística, como referido acima evidenciou-se o fato de a atividade primária ter-se tornado a atividade turística como no caso da produção e comercialização de vinhos, que se tornou o próprio atrativo turístico.

### **3.3.5.3.1 – Associação Caminhos de Pedra**

Em 1997, sentindo a necessidade de ordenar as atividades desenvolvidas no Projeto Caminhos de Pedra, garantindo seu funcionamento, os moradores do distrito de São Pedro fundaram a Associação Caminhos de Pedra. Seus Estatutos de julho de 1997, assinado pelo então presidente, Silvério Salvatti, coordenam a atuação de seus associados e estabelece os objetivos da Associação:

Art. 5º) É objetivo da associação a recuperação dos valores culturais, a viabilização e o fortalecimento das pessoas físicas e jurídicas que compõe seu quadro de associados, bem como proporcionar a que as demais pessoas, empresas ou instituições integrantes do Projeto Cultural CAMINHOS DE PEDRA obtenham o desenvolvimento de atividades educativas, culturais e a criação de alternativas de alternativas de turismo sustentável.<sup>101</sup>

Assim, a Associação Caminhos de Pedra possui, além da Presidência, Vice-presidência, Tesoureiro, Secretária e Conselho Deliberativo Fiscal, os departamentos de Apoio aos Estabelecimentos; Cultural; Social; Técnico e Projetos; de Divulgação e Marketing; de Meio Ambiente e Paisagismo e de Feiras e Eventos Comerciais, responsáveis por diversas ações de promoção de seus produtos participando de eventos, como a FENAVINHO, EXPOBENTO e outros, realizando a Festa Flores de Pedra, que contém forte apelo cultural, resgatando os desfiles, os jogos, as competições esportivas e outras, além disso com a força de uma associação conseguiram levar o asfalto até o distrito, aspiração antiga de toda a comunidade. Para fazer parte da Associação o interessado deverá residir em São Pedro e contribuir com uma mensalidade espontânea.

---

<sup>101</sup> Ver Estatutos da Associação Caminhos de Pedra, em anexo.

Devido ao aspecto cultural do Projeto, a Associação obteve aprovação da Lei de Incentivo a Cultura, a nível estadual e federal, obtendo recursos provenientes do repasse dos impostos de algumas empresas da região. Estes recursos em breve serão repassados à Associação que empregará os mesmos na reforma e reestruturação das novas propriedades que farão parte do Roteiro, entre elas a Cantina Salvati, a Casa do Erva Mate, Casa do Leite, Hotel Cavalet, Casa da Massa de Tomate e Casa do Chá .

Após quase três anos de existência a Associação Caminhos de Pedra elegeu, em 1999, uma nova diretoria, que entra no ano 2000 com Beatriz Luchese Peruffo, assumindo a presidência, com o objetivo de dar continuidade ao trabalho feito pela diretoria anterior, apoiando toda a comunidade.

“Apesar do pouco tempo de existência, a Associação tem se mostrado atuante e sua importância cresce a cada dia. Da união dos esforços de todos surgem as conquistas: hoje o nome Caminhos de Pedra é conhecido mundialmente e comercializar os produtos com esta marca torna-se cada vez mais fácil. ...Sabedores desta importância, nós, dos Caminhos de Pedra, nos unimos cada vez mais e seguimos na luta para nos desenvolvermos e transformar a região num dos mais importantes polos turísticos do país!”<sup>102</sup>

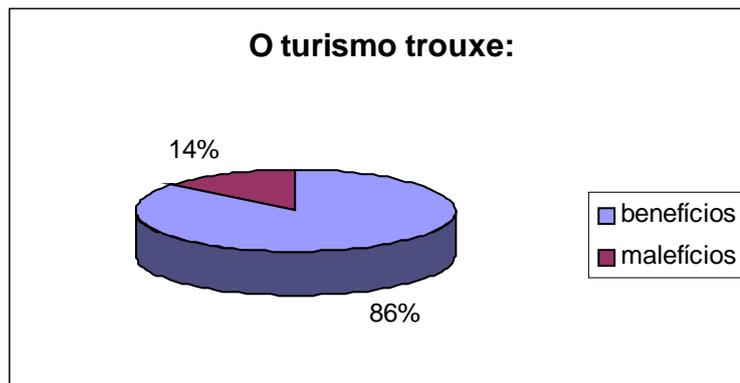
#### **3.3.5.4 – Impactos positivos proporcionados pela atividade turística**

Foram aplicados questionários e realizadas entrevistas aos moradores de São Pedro. A primeira constatação que a análise dos dados coletados possibilita é a aprovação de toda a comunidade ao Projeto Caminhos de Pedra. Todos os entrevistados, apesar dos problemas existentes, de uma forma geral, sentem-se beneficiados, favorecidos, pelo Turismo. Através dos questionários aplicados aos moradores de São Pedro, *responsáveis pelo atendimento aos turistas*, em suas propriedades, foi possível se chegar às seguintes conclusões:

- a) Numa análise geral, os integrantes do Roteiro Caminhos de Pedra, consideram que o turismo trouxe:

---

<sup>102</sup> Informativo Associação Caminhos de Pedra, Ano II – Número 4 – mai./jun./jul. de 2000, p. 2.



Quanto aos benefícios que o **turismo** proporcionou na ...

- comunidade: destacou-se o resgate cultural e histórico; a valorização do patrimônio; a geração de novas oportunidades de emprego; o contato com outras culturas; a oportunidade de assistir concertos nacionais e internacionais e de participar de cursos e palestras; a integração e a conscientização da própria comunidade; o retorno financeiro; o aumento da auto-estima de todos que passaram a mostrar sua cultura e tradição com orgulho; o entusiasmo, a animação e a participação de todos e o fato de ter beneficiado todo o Município.
  - propriedade: preservação e ampliação do patrimônio; valorização da propriedade; respeito ao meio ambiente; resgate ou ampliação de atividades, como no caso do moinho, e o fato de a restauração dos prédios ter embelezado a paisagem.
  - Família: ampliação da renda familiar e da cultura; integração entre “interior” e “cidade”; conscientização quanto a necessidade de preservar o meio-ambiente e a cultura local; oportunidade de conhecer pessoas de outras culturas e de participar de atividades culturais.
- b) especificamente, quanto ao contato com outros turistas, todos os moradores consideram positivo, pois possibilita que haja uma *permuta* de idéias com pessoas cultas (estudiosos, historiadores), ampliando sua cultura e conhecimento.

Quanto aos moradores de São Pedro, *que não estão diretamente ligados a atividade turística* evidenciou-se, através da aplicação dos questionários que:

- a) Todos atuam paralelamente à atividade turística, integrando-se a ela, participando dos eventos realizados pelo projeto Caminhos de Pedra, ajudando a outras pessoas diretamente envolvidas, produzindo produtos agro-industriais que são comercializados nos pontos de visitação ou trabalhando com empregados nestes locais.
- b) Entre os benefícios que a atividade turística trouxe à estas pessoas, destacam-se:

- a união da comunidade;
- a vinda do asfalto;
- o reconhecimento do valor das raízes italianas;
- oportunidade de empregos na comunidade para seus moradores;
- aumento da renda familiar;
- diversificação das atividades, além da agrícola, passaram a produzir produtos agro-industriais e artesanais, para serem comercializados;
- auxílio ao desenvolvimento da comunidade, como um todo;
- preservação do meio ambiente;
- embelezamento paisagístico;
- restauração das casas;
- resgate dos usos e costumes;
- manutenção das paisagens rurais;
- divulgação do Distrito;
- envolvimento da comunidade, principalmente das crianças nas atividades culturais;
- valorização dos antepassados e sua origem;
- lucratividade;
- união da comunidade;
- conservação do patrimônio arquitetônico existente;
- possibilidade de conhecer pessoas diferentes.

A análise destes fatores possibilita identificarmos que, de alguma forma, todos os moradores de São Pedro, direta ou indiretamente ligados a atividade turística se beneficiaram com o Projeto Caminhos de Pedra.

### 3.3.5.5 – Impactos negativos proporcionados pela atividade turística

Bem menores foram as mudanças negativas, ocasionadas pelo desenvolvimento da atividade turística, apontadas pelos integrantes do roteiro:

- a) na comunidade: cresceu muito a ambição, os ciúmes e as críticas de outros moradores da comunidade.
- b) na propriedade: perda total da privacidade.
- c) alguns moradores da localidade, apesar de se sentirem extremamente gratos aos idealizadores do Projeto, quer pelo apoio financeiro ou moral, sentem-se hoje imobilizados, pois para cada ação necessitam da aprovação dos mesmos. Além disso, hoje sentem-se “abandonados”, ou seja, consideram que no início houve acompanhamento de perto pelos idealizadores, mas hoje suas indagações não recebem resposta, seus problemas foram colocados em segundo plano. Talvez isso caracterize uma nova etapa na vida desta comunidade que terá que aprender a “andar” sozinha, mas isto está sendo dificultado pela necessidade de aprovação às ações que são tomadas pelos envolvidos no Projeto, em parte pela necessidade de manter a harmonia do mesmo.
- d) a falta de sinalização das rodovias é um agravante, mas o maior problema se verifica pela falta de placas que identifiquem cada estabelecimento, quer esteja aberto para visitação ou não.

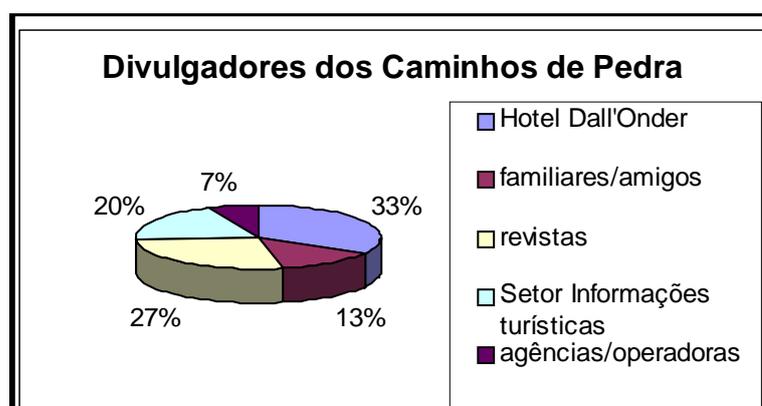
Através das entrevistas e do método de observação, detectou-se outros problemas que afetam a comunidade de São Pedro:

- e) competição entre alguns moradores;
- f) aumento da quantidade de resíduos (lixo);
- g) mudaram alguns costumes dos moradores;
- h) medo de atrair “bandidos”, com a divulgação do Distrito.

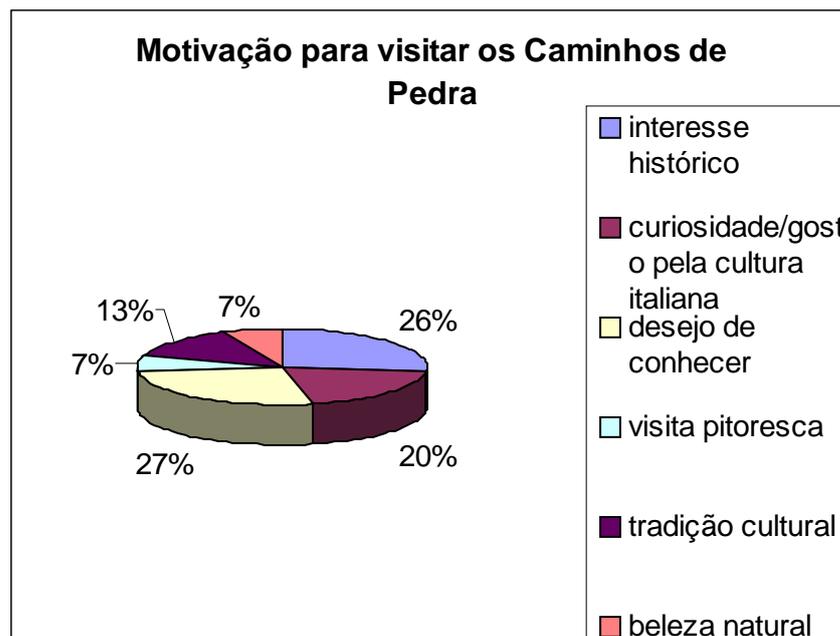
### 3.3.5.6 – Perfil do turista

Visando conhecer o perfil do turista que visita os Caminhos de Pedra, sua opinião e o que motivou-o a visitar o roteiro, foi aplicado um questionário aos turistas que por lá passaram, evidenciando-se:

- a) Que os maiores divulgadores do roteiro são o Hotel Dall'Onder; amigos e familiares que indicam o roteiro; revistas diversas e especializadas; o setor de informações turísticas, da Secretaria Municipal de Turismo e as agências e operadoras de turismo.

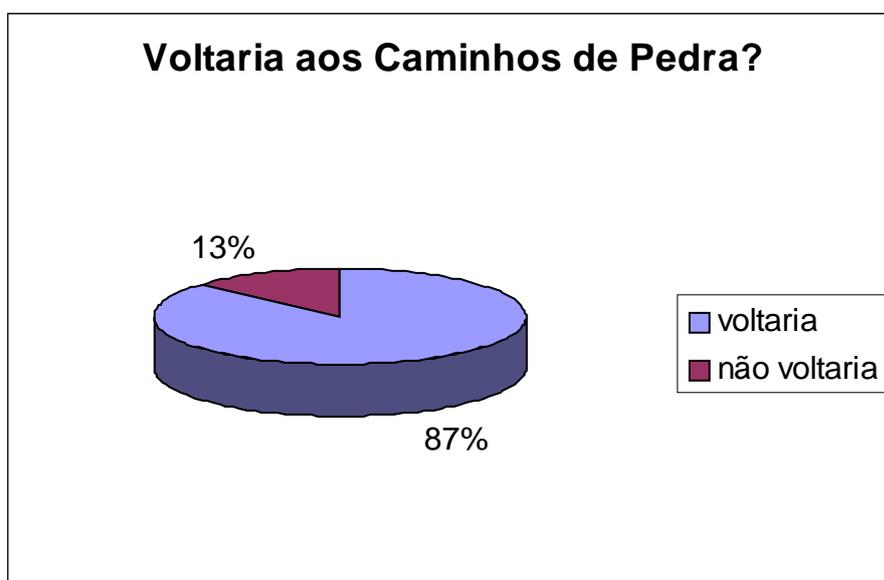


- b) Que a motivação de visitar o local veio pelo interesse histórico; pela curiosidade; gosto pela cultura italiana; curiosidade/desejo de conhecer; por parecer uma visita muito pitoresca;



tradição cultural e pela beleza natural.

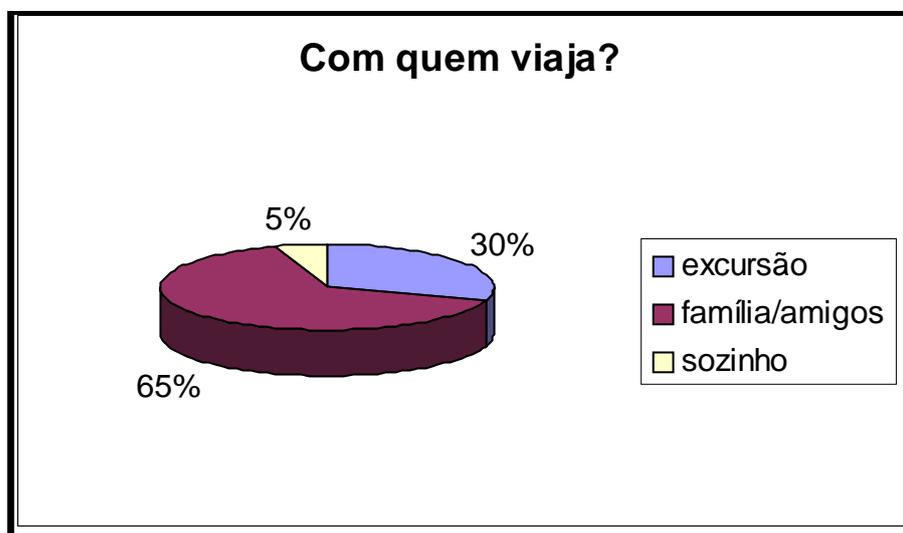
- c) Que a maior parte visita o Roteiro pela primeira vez, mas chama atenção o grande percentual que retorna aos Caminhos de Pedra.



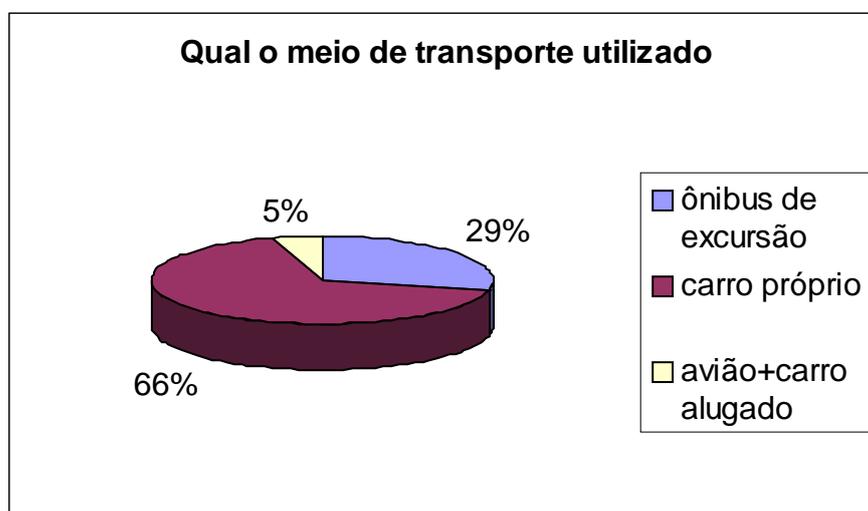
- d) Ainda, dentre os entrevistados, a maioria afirma que voltaria a visitar os Caminhos de Pedra, e destacam os motivos:

- Há sempre um novo aspecto a observar;
- Por trazer pessoas diferentes;
- Para mostrar o passado dos imigrantes italianos;
- Porque o passeio é muito agradável e aconchegante;
- Para comprar produtos agro-industriais e artesanato;
- Pela originalidade;
- Pela receptividade;
- Pela gastronomia, vinho;

- Pelo “calor humano”;
  - Recomendaria e acompanharia outras pessoas;
  - Pelo fato de não ter conseguido visitar todos os estabelecimentos, em função de não conhecer o horário de funcionamento dos mesmos;
  - Por considerar o projeto um exemplo regional;
  - Por trabalhar com turismo;
  - Por “contar a história da vida real”;
  - Porque são inúmeros os atrativos culturais;
  - Para conhecer novas atrações.
- e) Que a maioria dos entrevistados viaja com :

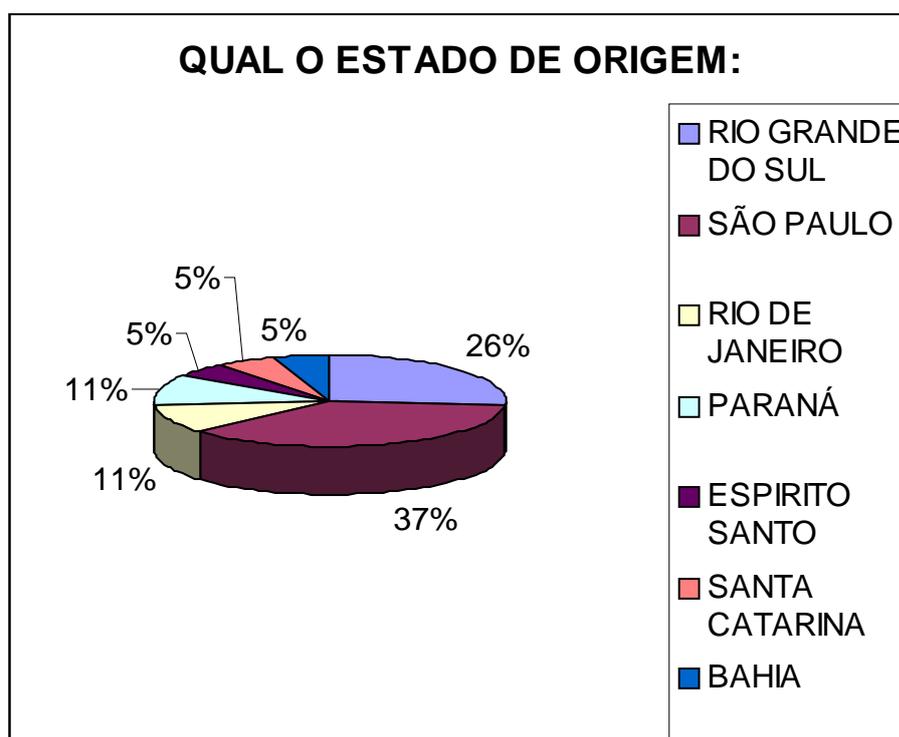


Utilizando os seguintes meios de locomoção:

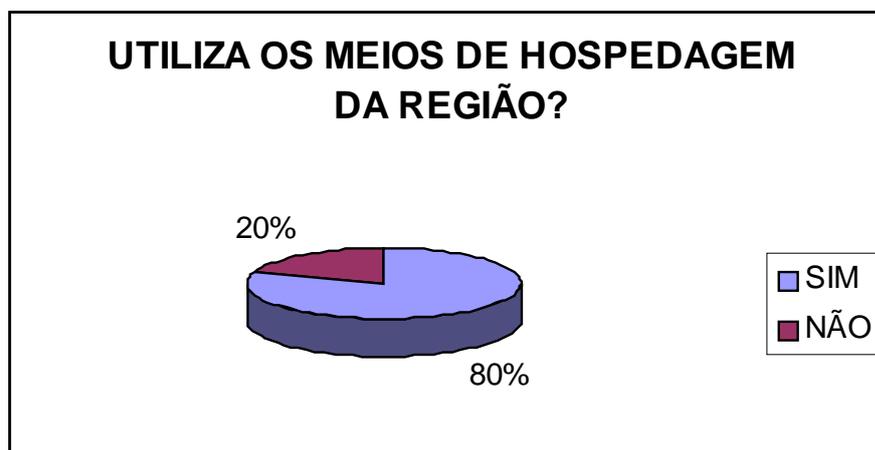


Porém tal constatação, colhida pelo método de amostragem é falha, pois são os turistas que viajam com automóvel particular, que tem um tempo maior e disposição para preencher um questionário. Sabe-se entretanto, que hoje, segundo entrevistados, os turistas em grupos correspondem a até 80% das visitas.

f) Que a maior parte dos turistas (que responderam o questionário) vem de outros estados:



g) utilizando os serviços de hospedagem, não só de Bento Gonçalves, mas também dos demais municípios da serra gaúcha.



h) Que os aspectos que mais agradaram estes turistas, foram:

- perceber a capacidade do imigrante para enfrentar desafios;
- a preservação de uma forma geral;
- a hospitalidade/gentileza das pessoas;
- a gastronomia;
- a preservação do patrimônio histórico;
- o resgate da cultura italiana;
- o perfil pitoresco do local;
- a paisagem/beleza natural;
- a arquitetura das casas, em especial as de pedra;
- foram, ainda, apontados alguns estabelecimentos: a ferraria; o moinho; a cantina e o restaurante.

i) Estes turistas recomendam continuar fazendo:

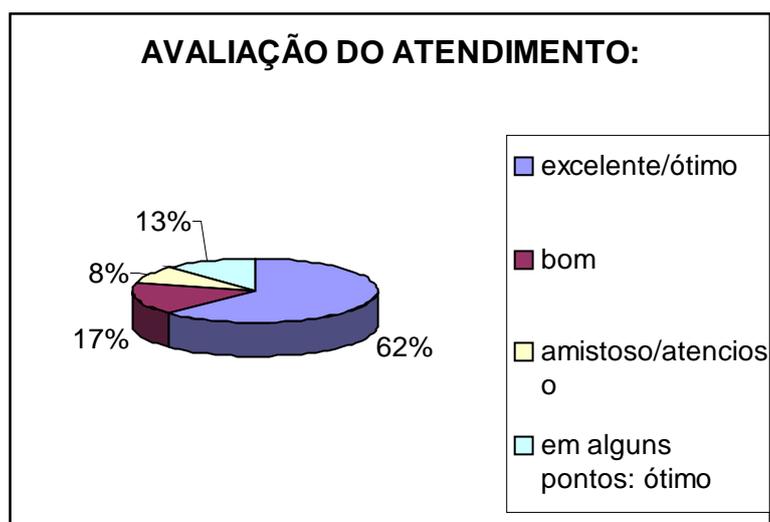
- Preservar o roteiro de uma forma geral;
- apresentação/visitação;
- reconstrução/restauração das casas;
- disponibilizar mais pontos para visitaçãõ;
- manter a história dos antepassados e repassar esta história;
- artesanato;
- paisagismo, encantamento com frutos e flores;
- conservação do patrimônio;
- pesquisar as tradições e adaptá-las (ou não);
- continuar cultivando as tradições da terra;
- utilizar fotos antigas da região, das casas e das pessoas.

j) Foi ainda questionado sobre o que menos teriam gostado no passeio:

- sinalização (é mal sinalizado);
- falta de indicação dos locais a serem visitados;
- visitaçãõ externa;
- falta de lojas de vestuário;
- horário em que tudo fecha/horário de funcionamento;

- falta de material de divulgação/pouca divulgação;
- casas ainda não restauradas.

k) Quanto ao atendimento dados nos estabelecimentos, todos os turistas consideram-no “bom” ou “ótimo”, não havendo nenhuma reclamação quanto a este aspecto, existindo, inclusive observações, como ao fato de as pessoas que recebem os turistas passarem a impressão de que gostam do que fazem.



Apesar de pelo método de observação, ou pelas entrevistas aplicadas aos moradores de São Pedro, ser evidenciado que ainda existem problemas de atendimento, quer pelo fato de a pessoa responsável e treinada para tal, não poder estar em todos os momentos disponíveis, ou por motivos pessoais, o encantamento que o local produz nas pessoas faz com que estes visitantes tenham uma visão mais amena destes problemas, pois valorizam mais o aspecto histórico-cultural do roteiro.

l) Os turistas que responderam ao questionário deixaram, ainda, algumas sugestões:

- aumentar o número de locais a serem visitados no roteiro;
- melhorar a sinalização;
- ampliar a oferta de restaurantes;
- plantar mais flores/embelezar as ruas;
- avisar os horário de visitaçãõ;
- prestar informações mais precisas sobre compras (onde comprar “souvenirs”, por exemplo);
- que seja informado quais locais podem ser visitados;

- disponibilizar mais informações sobre os imigrantes (histórias características, hábitos e costumes da época e sobre os sobrenomes/origem das pessoas);
- melhorar a qualidade continuamente;
- incentivar aos moradores a produção de artesanato, para que tenham como e o quê vender;
- continuar com a restauração das casas para que voltem a arquitetura original;
- as tapeçarias da Casa do Fio e da Linha deveriam ter temas mais voltadas às peças italianas, antigas, e não imitar a tapeçaria “andina”.

Estas opiniões/sugestões são fundamentadas, e devem ser analisadas, dentro do processo de qualificação constante dos Caminhos de Pedra.

### **3.3.5.7 – Opinião dos agentes e guias de turismo**

Os guias de turismo e agentes de viagens que responderam aos questionários aplicados fizeram as seguintes considerações:

- Quanto a opinião com relação aos Caminhos de Pedra, consideram-no um exemplo para outras regiões, que contribuiu para o resgate da cultura local e para o desenvolvimento da economia do interior do Município. Além disso, consideram que, por estar inserido numa região próspera, se houver investimentos e divulgação poderá superar o fluxo de turistas que visitam Gramado;
- Dentre os benefícios que o desenvolvimento do Projeto trouxe, destacam:
  - aspecto econômico: com auto sustento para as famílias envolvidas no Projeto, além de ter gerado empregos e mais lucros aos moradores da localidade;
  - aspectos sociais e culturais: “crescimento” das pessoas com a troca de experiências com os turistas; resgate e preservação cultural; através de profundas pesquisas e do trabalho de conscientização da comunidade;
  - aspectos naturais: o turismo fez com que se preservasse o meio-ambiente, incentivando os moradores a plantarem árvores nativas (ou não) e a valorizarem sua flora e fauna.
- Dentre os malefícios destacam:
  - a perda da privacidade, por parte dos moradores de São Pedro, que atendem os turistas;

- urbanização, fazendo o local perder suas características, como no ocorrido com a pavimentação;
- mudanças no “sotaque” local.
- O que recomendam continuar fazendo:
  - divulgação;
  - melhoramento na infra-estrutura;
  - organização da comunidade;
  - atualização dos envolvidos no projeto;
  - atendimento personalizado;
  - novos projetos;
  - conscientização comunitária;
  - dar limites aos turistas.
- O que não recomendam continuar fazendo:
  - a falta de incentivo do poder público;
  - alterar a paisagem.
- Os entrevistados apontaram o perfil do turista que visita os Caminhos de Pedra:
  - grupos de terceira idade/aposentados;
  - pessoas em busca da calma da serra gaúcha;
  - diversificado, em geral de classe média-alta;
  - estudantes;
  - empresários em férias com a família;
  - historiadores.
- E destacaram as opiniões que estes turistas deixam ao visitar o Roteiro:

POSITIVAS: - preços baixos/é barato;

- arquitetura e paisagem;
- povo de boa índole/hospitalidade;
- projeto instrutivo cultural;
- uma emocionante viagem de volta ao passado;
- demonstração de técnicas artesanais com amor, respeito e orgulho;
- os locais são fantásticos, emocionam e fazem lembrar o passado;
- “era como minha avó falava”;
- “aqui não tem embalagem, aqui se vê conteúdo.

NEGATIVAS: - grossura de alguns proprietários;

- lixo em diversos locais;

- falta de material de divulgação;
  - falta de sinalização nas casas que fazem parte do Projeto;
  - preços elevados;
  - o fato de fechar nos feriados (Páscoa, Natal, Ano Novo e Finados) e ao meio-dia;
  - tempo curto para se fazer o passeio;
  - falta de higiene, por parte de algumas pessoas envolvidas no Projeto.
- Os guias de turismo e agentes consideram que o principal atrativo do Roteiro é:
- a Ferraria dos Ferri;
  - o fato de ser um “museu vivo” da cultura italiana;
  - o aspecto humano.
- E deixam as seguintes considerações:
- a necessidade de se limitar o tamanho dos grupos, estabelecendo um número máximo de 20 pessoas;
  - a necessidade de se exigir guias locais, para garantir e exigir melhor qualificação do produto;
  - que sejam feitas melhorias em alguns sanitários, instalados nos pontos visitados;
  - que as pessoas envolvidas no Projeto aceitem críticas construtivas;
  - que seja dada uma atenção especial aos guias, agentes de viagens e motoristas que costumam trabalhar nos Caminhos de Pedra.

### **3.3.5.8 – A intervenção do poder público**

O poder público também foi consultado a respeito de sua opinião sobre os Caminhos de Pedra. A Secretaria de Turismo de Bento Gonçalves entende que o desenvolvimento do referido roteiro trouxe benefícios para todo o Município, resgatando a história e a auto-estima da população nativa e contribuindo para agregar renda aos proprietários. Além disso, valorizou e promoveu a localidade e contribuiu para a preservação do patrimônio arquitetônico cultural e para o aumento da renda dos moradores de São Pedro.

Como a atual administração não esteve presente na fase de elaboração do projeto turístico e na fase de implantação do roteiro, a Secretaria de Turismo não opinou sobre estes processos.

Quanto a contribuição que atualmente é prestada aos Caminhos de Pedra, foi apontado que ela se processa das seguintes formas:

- com a promoção do produto turístico;
- com o apoio aos eventos lá realizados;
- com a gradativa melhoria da infra-estrutura (telefonia, água e estradas).

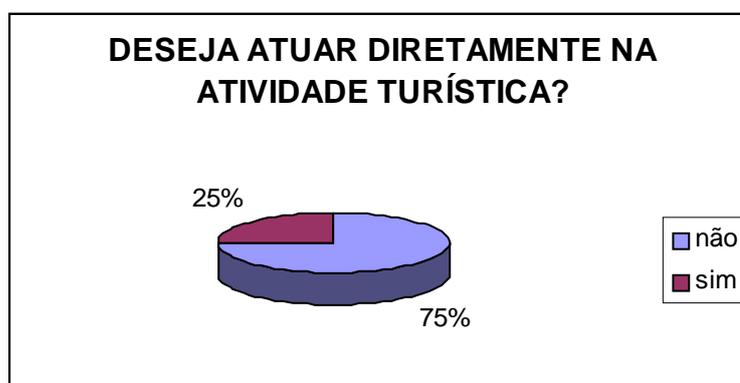
A SETUR entende que o Roteiro serviu de incentivo a outros projetos implantados no Município, como os Caminhos de Faria Lemos, além de servir de modelo para projetos desenvolvidos em outros Municípios e Estados. Assim sendo, considera que o sucesso dos Caminhos de Pedra se deve ao fato de o Roteiro ser resultado de um projeto sustentado por pesquisas científicas e orientado por profissionais da área da arquitetura e preservação do patrimônio histórico.

### **3.3.5.9– Projetos futuros**

Os integrantes do Roteiro Caminhos de Pedra apontaram também seus planos futuros, em relação ao turismo. De uma forma geral, todos esperam qualificar o atendimento, diversificar a oferta e melhorar a infra-estrutura existente, atraindo visitantes que valorizem seu patrimônio cultural. Foi apontada a necessidade de se imprimir um novo mapa e cartões postais dos Caminhos de Pedra; de se melhorar a sinalização; a telefonia; as informações turísticas; de se construir sanitários públicos e distribuir lixeiras ao longo do caminho; foi cobrada, ainda, uma atuação mais eficaz por parte do Poder Público, apoiando e assessorando o desenvolvimento do Projeto.

Foram entrevistados, também, os moradores da localidade, indiretamente ligados a atividade turística. Quanto aos planos futuros referente a atuação direta na atividade turística, os

entrevistados apontaram em sua maioria que não desejam, mas esperam continuar com suas atividades indiretamente beneficiados pelo turismo.



Os entrevistados apontaram, ainda, a necessidade de:

- motivar cada vez mais as famílias da comunidade a desenvolver atividades turísticas;
- haver incentivos financeiros para as propriedades interessadas em atuar diretamente na atividade turística se equiparem;
- apoio da Prefeitura para as pequenas empresas.

E entendem que o Projeto Caminhos de Pedra tende a crescer consideravelmente, pois observam a fascinação dos visitantes que por lá passam, principalmente pela história dos antepassados italianos que lá residiram.

A Associação também apontou suas metas futuras, além de implantar os estabelecimentos referidos no Capítulo anterior, a realização de cursos de capacitação como cursos de língua italiana, sem, com isso, deixar de valorizar o “tálian”<sup>103</sup> e outros que seriam ministrados em conjunto com a ATUASERRA (Associação de Turismo da Serra), que muito tem apoiado e incentivado o Projeto Caminhos de Pedra. São ainda metas as recontrações do Professor Geraldo Farina, que continuará dando aulas de música, formando novas turmas de flautas e encaminhando as já formadas ao aprendizado de outros instrumentos, e da Professora Ana Maria Guerra, que deverá voltar no final do ano, para acompanhar o desenvolvimento dos novos projetos e assessorar, inclusive, aos já existentes.

Com o objetivo de adaptar a demanda à oferta existente, controlando a capacidade de carga, procurando atrair um público específico, de maior nível cultural, toda a mídia é hoje

<sup>103</sup> Segundo Darcy LUZZATO: “esse *talian*, ou vêneto-brasileiro, misto de diferentes dialetos da Itália Setentrional, permitiu que trentinos, lombardos, friulanos e maioria vêneta pudessem entender-se. É claro que esse idioma não surgiu da noite para o dia, como que por milagre! O tempo é que se encarregou de amainar os sotaques e de colocar os acentos em seus devidos lugares. Assim, o *talian*, o nosso idioma, foi formando-se lentamente, mais vêneto do que trentino ou lombardo, anexando também algumas palavras brasileiras, devidamente venetizadas, é lógico, até

controlada, monitorada, visando também repassar informações corretas e completas sobre os Caminhos de Pedra.

Assim, numa análise geral, pode-se dizer que a atividade turística desenvolvida nos Caminhos de Pedra, foi dinamizadora de um processo econômico e agente de múltiplos resultados sociológicos, tais como:

- Fixação do homem ao meio rural;
- Preservação e fortalecimento da identidade cultural;
- Ampliação de ganhos materiais e da riqueza;
- Afirmação da consciência preservacionista ecossistêmica;
- Ampliação do conhecimento, com a ampliação das relações humanas;
- Mais qualidade de vida em geral.

### **3.3.5.9.1 – Projeto Rota Uva E Vinho – Turismo no meio-rural**

Com base no sucesso obtido no roteiro Caminhos de Pedra e, após análise geral das potencialidades dos vinte e quatro municípios que fazem parte da Rota Uva e Vinho a ATUASERRA – Associação de Turismo da Serra Nordeste preocupada com “o crescimento de forma desordenada e sem critérios, agredindo e descaracterizando o meio rural da região.”<sup>104</sup> elaborou um projeto que está sendo desenvolvido pelo SEBRAE/RS denominado de Rota Uva e Vinho. Turismo no meio rural tem como meta principal o desenvolvimento do turismo no meio rural, “através da geração de novas oportunidades de negócios aliada a sustentabilidade ambiental, econômica e cultural”.<sup>105</sup>

---

transformar-se numa verdadeira língua de comunicação entre todos os imigrantes e seus descendentes.” (*El nostro parlar e outras crônicas*, 1993, p.30)

<sup>104</sup> SEBRAE, *Projeto Rota Uva e Vinho*, Bento Gonçalves, janeiro de 2000.

RELAÇÃO DOS MUNICÍPIOS ENVOLVIDOS, INICIALMENTE, NO PROJETO  
E DOS PONTOS SELECIONADOS

<b>MUNICÍPIO</b>	<b>Nº DE REGISTROS</b>
Antônio Prado	19
Bento Gonçalves	94
Carlos Barbosa	26
Casca	11
Caxias do Sul	51
Cotiporã	34
Fagundes Varela	17
Farroupilha	65

---

<sup>105</sup> SEBRAE, *Projeto Rota Uva e Vinho*, Bento Gonçalves, Janeiro de 2000.

Flores da Cunha	19
Garibaldi	40
Guaporé	16
Monte Belo do Sul	28
Nova Bassano	09
Nova Pádua	13
Nova Prata	13
Nova Roma do Sul	15
Santa Teresa	16
São Marcos	19
Serafina Corrêa	11
Veranópolis	16
Vila Flores	20
<b>TOTAL</b>	<b>552</b>

Buscando-se identificar os recursos locais com potencial para o desenvolvimento turístico, o sub-projeto 1 iniciou com a realização de um inventário das potencialidades da região, através da coleta de seus dados e posterior análise.

“Entretanto, o relacionamento do turismo com o meio rural tem se caracterizado por alguns aspectos peculiares e que deverão ser considerados nas ações e estratégias do planejamento em questão. Exemplo disso, é fato de que para o desenvolvimento ocorrer de forma equilibrada é necessário estabelecer normas para a utilização dos espaços, a fim de não colocar em risco a fragilidade de alguns ecossistemas naturais e a originalidade cultural das comunidades envolvidas.”<sup>106</sup>

Esses dados servem como suporte para as próximas ações, que deverão ser desencadeadas com base dos resultados obtidos nesta etapa, sempre levando em conta a necessidade de desenvolver projetos sustentáveis que causem o mínimo de impactos ao meio rural.

Foram realizadas reuniões nas comunidades, que indicavam seus principais atrativos turísticos em potencial. Após a visita de técnicos a 875 locais pontuados foram selecionados 552

<sup>106</sup> SEBRAE, *Projeto Rota Uva e Vinho*, Bento Gonçalves, Janeiro de 2000.

locais a serem trabalhados, conforme a tabela. A partir deste material, foram estabelecidos os seguintes pontos:

- as tipologias de turismo trabalhadas, de acordo com as características da região;
- os critérios para a seleção dos pontos com potencial;
- os itens importantes para a operacionalização do produto, estabelecendo-se os critérios mínimos de qualidade;
- as ações necessárias para a implantação da atividade turística.

Assim, segundo o SEBRAE, estes seriam os pontos importantes para a implantação do Turismo Rural – Colonial:

#### 1. PONTOS IMPORTANTES PARA A IMPLANTAÇÃO DO TURISMO RURAL-COLONIAL

- Próprio para propriedades rurais que possuem algum tipo de potencial turístico, seja num prédio antigo, na produção de produtos coloniais, no cultivo de frutas ou verduras organizando um colhe-pague ou na participação de alguma atividade o dia-a-dia da propriedade.
- Para facilitar a comercialização da proposta turística é importante que as propriedades próximas desenvolvam roteiros e, num segundo momento, organizem associações.
- No caso de utilização do prédio antigo, é importante que se faça um trabalho de restauração ou adaptações sempre com orientação de profissionais habilitados. No caso de construções novas é importante que o prédio esteja em harmonia com o ambiente ou com o contexto da cultura local.
- A cultura local deve ser valorizada em todos os sentidos, seja na gastronomia, no vestuário do pessoal da casa, na decoração dos ambientes ou na organização do local onde os turistas serão recebidos.
- Todo o grupo de turista deve ser acompanhado, preferencialmente pelo dono da propriedade.
- Selecionar e capacitar a equipe que irá trabalhar diretamente com o turista.
- A propriedade deve estar limpa e organizada, desde o portão até o interior da casa.
- Limpeza diária nos ambientes externos e internos, principalmente onde existem animais em confinamento.
- Boa iluminação e arejamento dos locais onde é servida alimentação, degustação ou venda de produtos coloniais.

- Atender às normas da vigilância sanitária para os locais e para as pessoas que trabalham na produção de alimentos.
- Seguir os critérios de qualidade para qualquer produto colonial.
- Tomar as medidas adequadas com relação a origem da água para consumo interno, com o destino das águas servidas e dos resíduos sólidos.

## 2. CRITÉRIOS UTILIZADOS PARA A SELEÇÃO DOS PONTOS COM POTENCIAL

- Não estar operando efetivamente o produto no local analisado.
- Existência de pessoas interessadas em investir neste tipo de negócio.
- Existência de atrativos turísticos em potencial.

## 3. AÇÕES NECESSÁRIAS PARA A IMPLANTAÇÃO DO TURISMO NOS PONTOS SELECIONADOS

- Elaborar um projeto detalhado para cada roteiro, com levantamento da história local, pontos que serão trabalhados, ações que serão desencadeadas, responsável, prazo, local e custos.
- Entrar em contato com profissionais capacitados para estabelecer a forma de restauração do prédio ou construção de um novo, quando for o caso.
- Limpar e organizar as propriedades em geral, retirando os entulhos e objetos que não são usados ultimamente.
- Capacitar a equipe em diferentes cursos, de acordo com os serviços que serão oferecidos.
- Criar os critérios de qualidade para cada tipo de produto colonial produzido na região.
- Divulgar as normas da vigilância sanitária e fazer que estas sejam cumpridas.

Após a conclusão do Sub-projeto 1, serão desenvolvidos os seguintes sub-projetos: capacitação dos envolvidos, implementação e formatação do produto turístico, estratégias de marketing e comercialização, além de outras ações que se fizerem necessárias.

Este projeto deverá desenvolver toda a região turisticamente com enfoque no turismo rural, dividido entre as seguintes tipologias:

- Esportivo
  - Rafting e Canoagem
  - Mountain Bike
  - Rapel e Escalada
  - Vôo Livre

- Ecológico
  - Roteiros Locais
  - Roteiros Intermunicipais
- Eqüestre
- Rural-Colonial
  - Roteiros Locais
  - Roteiros Intermunicipais
- Pesgue-pague
  - Fazendas
  - Alimentação
  - Hospedagem

Será realizado, ainda, um trabalho para desenvolver as agroindústrias e o artesanato regional, que se beneficiarão do fluxo de turistas e qualificarão o produto turístico ofertado.

#### 4. DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL

As análises dos dados apresentados neste trabalho, possibilitaram a identificação de algumas diretrizes necessárias ao desenvolvimento sustentável do Turismo Rural. Estas diretrizes deverão servir de referência para os agricultores que desejarem investir no Turismo Rural. Muitas destas diretrizes se inter-relacionam e sua apresentação não segue qualquer ordem de importância ou relevância:

- 1) *Diagnóstico da estrutura turística*: cada município tem características peculiares e a implantação da atividade turística no meio rural deve ser precedida por um diagnóstico da estrutura turística existente nas proximidades e do fluxo de turistas que a região já recebe;
- 2) *A necessidade de apoio e intervenção do poder público ou do setor privado*: é necessário que haja uma motivação maior para que comunidades agrícolas se unam para desenvolver um projeto turístico. O poder público, ou até mesmo o setor privado, podem ser os incentivadores desta atitude. Depois disso, deverão dar o apoio necessário e possível, para que o projeto se desenvolva. No caso dos Caminhos de Pedra, foi o setor privado que assumiu este papel,
- 3) *A concentração dos atrativos*: um único atrativo, inserido no meio rural, dificilmente motivará a visitação de turistas, ao contrário, a concentração diversificada de atrativos, fomenta a visitação ao local;
- 4) *A necessidade de infra-estrutura básica*: para que um atrativo turístico, inserido no meio rural, se desenvolva é necessário, antes de mais nada, que haja infra-estrutura básica, como energia elétrica, água, rodovias em bom estado, saneamento básico, para poder equipar as propriedades e dar um conforto mínimo ao turista;

- 5) *A distância dos grandes centros emissores*: estar situado em local próximo aos centros urbanos, de onde partem os “turistas de fim-de-semana”, ávidos por espaiar em locais tranqüilos, pitorescos e agradáveis, em contraste a vida agitada destes centros;
- 6) *Necessidade de realizar cursos e treinamento*: como a atividade turística requer habilidades e conhecimentos diferentes dos empregados na atividade agro-industrial, se faz necessário a readequação destes novos empreendedores, com cursos e treinamento. Estes cursos podem ser ministrados em convênio com instituições (SEBRAE, SENAC, SENAR...), com ênfase aos cursos de gestão de empreendimentos turísticos, artesanato regional, produção agro-industrial e outros, visando aperfeiçoar os dotes de cada empreendedor;
- 7) *O acompanhamento pelos “idealizadores”*: além de motivar a comunidade a desenvolver a atividade turística seus “idealizadores”, devem acompanhar todo o desenvolvimento do projeto até que este se torne sustentável, até que a própria comunidade tenha condições de se gerir;
- 8) *A integração com o “trade” turístico*: o turismo não é uma atividade isolada, necessita que todo o “trade” turístico, envolvendo os hotéis, restaurantes, agências de turismo e demais produtos turísticos, estejam integrados e atuando de forma harmoniosa na atividade. Para que um empreendimento de turismo rural obtenha sucesso, é imprescindível que se localize próximo a hotéis ou pousadas, ou que as vias de acesso que o ligam aos centros urbanos estejam em boas condições. Neste caso deve-se montar estruturas aliando o trabalho das propriedades rurais ao desenvolvido pelos hotéis, agências e operadoras da região, fazendo com que se crie roteiros e se estabeleçam estratégias de “marketing” eficientes;
- 9) *Importância da mulher*: a mulher tem papel importante na implantação e na operacionalização de um empreendimento turístico. Como ocorrido no Projeto Caminhos de Pedra, onde as mulheres influenciaram substancialmente na tomada de decisão de diversificar as atividades desenvolvidas na propriedade. Além disso, são hoje responsáveis pelo atendimento, em grande parte dos estabelecimentos, são elas as responsáveis pela produção artesanal e em grande parte dos produtos agro-industriais. Foram estas mulheres que primeiro se sentiram beneficiadas pelo turismo, podendo desenvolver uma atividade mais amena que a agrícola, tendo sua produção valorizada e aumentando sua auto-estima;
- 10) *O resgate e preservação cultural são o destaque*: a cultura é uma das mais importantes motivações das viagens turísticas, sendo assim, a preservação e o resgate de todos os aspectos culturais de uma localidade ou região são imprescindíveis para o sucesso e sustentabilidade de um atrativo turístico. Neste sentido, pode-se organizar setores de ordem

cultural no empreendimento como museu rural, casa típica, gastronomia regional, folclore e artesanato e outros;

- 11) *Preocupação com o ecossistema*: não pode haver turismo sustentável, sem que sejam implantadas formas de preservação do meio ambiente. A falta de tratamento do lixo; a utilização indiscriminada de agrotóxicos; a poluição das águas e do ar são fatores que afastam os visitantes e destroem os aspectos naturais, que muitas vezes, são os principais atrativos de um produto turístico. Deve ser dada especial atenção às questões ambientais, que devem ter tratamento local, interagindo com a comunidade, sem imposição de normas e regulações que geralmente causam aversão à estas questões. Deve-se construir uma consciência ecológica, em toda a comunidade, evidenciando os benefícios que a preservação do ecossistema pode trazer.
- 12) *O envolvimento da comunidade em todo o processo*: a comunidade deve ser envolvida no processo de planejamento de um roteiro turístico, desde a fase inicial, até a sua implantação. São eles que possuem o conhecimento da realidade, necessidades e possibilidades locais. A comunidade precisa sentir que faz parte do processo e que de seus atos depende o sucesso de qualquer projeto turístico, pois o turismo é uma atividade que transcende ao governo. Necessita ainda, da participação privada e entidades acadêmicas;
- 13) *Esclarecimento das implicações que o desenvolvimento da atividade turística ocasionará*: O agricultor que decidir investir no turismo rural, deve estar ciente das características do negócio e dos riscos aos quais estarão expostos;
- 14) *A necessidade de motivadores*: pessoas que ponham em prática o projeto, executores conhecedores da realidade local, que unifiquem a comunidade em prol de um mesmo desejo;
- 15) *Criação de uma legislação específica para a ativação do turismo rural*: com o desenvolvimento de políticas públicas de apoio ao turismo rural, de acordo com as características regionais, para a comercialização dos produtos agro-industriais produzidos na comunidade, onde está inserido o empreendimento turístico;
- 16) *Criação de planos de desenvolvimento do turismo*: em níveis federal, estadual e municipal, com ativação de programas de incentivo e esclarecimento para a implementação das atividades do turismo rural;
- 17) *Qualificação de mão-de-obra*: nas comunidades onde estão inseridos os empreendimentos turísticos, qualificando os responsáveis pela condução do empreendimento turístico, para que sejam conhecedores da história, da cultura, das tradições, usos e costumes da região onde estão inseridos;

- 18) *Criação de um selo de qualidade*: (origem controlada) para os produtos manufaturados no roteiro de turismo rural;
- 19) *Eficiência no atendimento ao turista*: visto que a visitação dos turistas duram poucas horas, nas propriedades que não possuem meios de hospedagem, há que se criar uma forma eficiente de atendimento dos mesmos. Os próprios proprietários ou moradores da região têm condições de demonstrar melhor seus produtos, artesanato, culinária, “souvenirs” e outros, aliando o aspecto cultural e histórico de cada detalhe, identificando o perfil do comprador;
- 20) *O turista quer estar num ambiente rural*: original e simples, mas com conforto, higiene e segurança, um ambiente agradável, sem moscas ou mosquitos, por exemplo;
- 21) *Adoção do zoneamento econômico e ecológico municipal*: como instrumento de planejamento e ordenamento territorial das atividades econômicas, identificando também as potencialidades para o turismo no meio rural;<sup>107</sup>
- 22) *O estímulo à instalação de agências e operadoras de turismo no município*: que “teriam maior facilidade de interagir com os ofertantes dos produtos agroturísticos” , com condições de atender a uma demanda específica, de pequenos grupos ou particulares, repassando todos os valores deste atrativo de turismo rural;
- 23) *Readequação da assistência técnica prestada aos agricultores*: por órgãos municipais, visando repassar novas informações, não somente destinadas à produção agropecuária;
- 24) *Implantação de estratégias de “marketing”*: formatando, promovendo e divulgando os atrativos e produtos turísticos rurais, através de um sistema de informações, interligando todo o “trade” turístico, com a ajuda de profissionais da área;
- 25) *Agroturismo*: o estabelecimento terá maior rentabilidade se produzir os produtos a serem consumidos pelos turistas que o visitarem. Além disso, isto contribuí para qualificar e diferenciar cada propriedade;
- 26) *Acolhimento familiar*: os proprietários, pessoalmente, devem receber os turistas e, se possível, com eles conviver durante toda a permanência, dando um caráter de intimidade e amizade;
- 27) *Produtos turísticos rurais, com valor agregado*: deve-se aliar o maior número de subprodutos, variados, autênticos e com preços razoáveis, à oferta existente, como alojamento, alimentação, recreação, e diferentes opções de lazer (esportes, roteiros a pé, equitação, competições, pescarias e outros);

---

<sup>107</sup> Clayton CAMPANHOLA & José Graziano DA SILVA. *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*, Clayton Campanhola & José Graziano da Silva. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Anais, Piracicaba: FEALQ, 1999, p. 9-42.

- 28) *Ofertar produtos turísticos diferenciados*: copiar a estrutura de oferta de outros roteiros ou atrativos turísticos consolidados pode não ser a melhor escolha, é necessário que se valorize as especificidades locais e, com um estudo de mercado, se ofereça um produto que atenda aos anseios da demanda;
- 29) *Importância das estatísticas*: ferramenta de análise, para o setor privado ou público, dos investimentos a serem feitos e do retorno dos mesmos;
- 30) *Identificação da vocação pessoal*: o primeiro passo para a implantação de um produto turístico é identificar qual a vocação da pessoa, o que ela realmente gosta de fazer, utilizando seus dons;
- 31) *Valorização dos produtos locais*: Estimular que a própria comunidade (e região) seja divulgadora e consumidora dos produtos fabricados nas propriedades que fazem parte dos roteiros turísticos;
- 32) *Integração do setor privado e do poder público*: que devem trabalhar em conjunto, em prol de um mesmo objetivo, que é o desenvolvimento sustentável do turismo;
- 33) *Perseverança*: a fase inicial de estruturação da atividade turística é geralmente difícil e conflitante, uma nova atividade traz temores. Há dúvida se os investimentos terão retorno. Tudo gera uma situação de “stress”. É necessário que se tenha consciência disso e que haja perseverança neste momento;
- 34) *Evitar a concentração de alojamentos*: favorecendo diferentes modelos de alojamentos dispersos no meio rural;
- 35) *Dar prioridade à utilização do patrimônio construído*: priorizando a restauração, evitando uma “urbanização” excessiva;
- 36) *Aliar o alojamento a uma oferta diversificada*: mantendo um desenvolvimento equilibrado entre a capacidade de alojamento e os equipamentos de lazer, não oferecendo somente camas, pois estes hóspedes não compram um local para dormir, mas uma experiência diferente, um conjunto de coisas que lhes permita descansar e passar bem em seu tempo livre, com tranquilidade, mas sem aborrecimento;
- 37) *Socializar os equipamentos*: criar equipamentos que possam ser utilizados pelos turistas, mas que também sejam utilizados pelos moradores locais, ao longo do ano;
- 38) *Proporcionar sempre o melhor atendimento*: um cliente decepcionado não volta e, além disso, repassa a todos sua experiência negativa, ao contrário, um cliente satisfeito volta e recomenda. O “boca-a-boca” difundido por clientes satisfeitos é a melhor arma de promoção;
- 39) *Divulgação dos atrativos turísticos regionais*: toda a comunidade se beneficia quando o turista fica por um tempo maior na região;

- 40) *Resguardar a especificidade do Turismo Rural*: que deve ser fundamentado nas suas características particulares, sem imitar o turismo oferecido nos centros urbanos;
- 41) *O Turismo Rural deve ser complemento da atividade agropecuária*: isto é, a atividade desenvolvida anteriormente na propriedade não deve ser abandonada, pois o trabalho na agricultura constitui-se num atrativo aos turistas que apreciam participar destas atividades.

## CONCLUSÃO

Certamente o turismo, com toda a sua diversidade tipológica, e especificamente o Turismo Rural, pode trazer inúmeros benefícios à uma comunidade. Destacam-se a capacidade de preservar o meio ambiente e resgatar, valorizando e ressignificando, o patrimônio histórico cultural.

Mas o Turismo Rural repercute em uma gama muito maior de benefícios. Nenhuma outra atividade tem tamanha capacidade de revigorar áreas adormecidas. Há uma enorme tristeza em se visitar localidades abandonadas no interior dos municípios, com suas casas vazias, cheias de história. O Turismo Rural pode trazer nova vida à estas localidades, ressignificando-as e valorizando-as, pode trazer de volta os jovens que migraram para os centros urbanos atrás de uma vida mais digna, ampliando a sua auto-estima e a de toda a comunidade envolvida.

É fato que, quando mal planejado e ordenado, as conseqüências podem ser extremamente negativas. Os danos causados ao meio-ambiente podem ser irreversíveis, como também a descaracterização da cultura local, extinguindo, desta forma, os principais atrativos de uma localidade ou propriedade.

A análise do Projeto Caminhos de Pedra possibilitou a verificação destes fatos pois, tendo sua implantação previamente estudada e analisada, envolvendo a comunidade desde o início do processo, transformou-se, hoje, num modelo, num “case” de sucesso, atraindo turistas de todo o Brasil e de outros países, que se emocionam com o conceito de “museu vivo” apresentado no Roteiro. Verificou-se, ainda, que direta ou indiretamente, toda a comunidade se beneficiou com o turismo, quer seja atendendo e cobrando uma taxa de visitação ao turista; oferecendo refeições e outros serviços para estes visitantes; vendendo sua produção agro-industrial ou artesanal e tendo essa produção valorizada até pelos próprios munícipes, que passaram a adquirir geléias, massas, artesanato e outros produtos no local.

Além destes benefícios a implantação da atividade turística trouxe outros, como a preservação do meio-ambiente, devido a conscientização da importância deste como atrativo turístico e da melhoria da saúde da população local, com a conseqüente necessidade de diminuir o uso de agrotóxicos, uma das principais causas de mortalidade da região. Estimulou ainda, o resgate da cultura local, e hoje toda a comunidade orgulha-se de falar o “tálian”, de pertencer a banda, do grupo de flautas e de teatro e do coral, que hoje são convidados a se apresentarem nas mais diversas cidades do Estado.

Verificar, hoje, a auto-estima em alta em cada um dos habitantes de São Pedro, em contraste com a realidade encontrada antes do início da exploração da atividade turística, é mais um aspecto que comprova os inúmeros benefícios que o turismo, quando bem planejado e implantado, pode trazer.

O desafio é desenvolver um turismo rural sustentável, na própria amplitude do significado que esta palavra contém: mais que sustentar, é resistir; conservar, amparar; proteger; favorecer; defender com argumentos; dar ânimo, que é o próprio fundamento do turismo. O produto turístico tem que emocionar, passar uma sensação de felicidade e bem estar aos seus visitantes, disso enfim, depende sua sustentabilidade, e é justamente isso o que se encontra no Turismo Rural.

Esta é a meta de todos que desejam desenvolver o Brasil, em sua totalidade, sanando graves problemas existentes, como a pobreza, a centralização da riqueza, o êxodo rural e a conseqüente superpopulação dos centros urbanos. Por isso, o turismo é considerado um fenômeno, pois seus resultados, não se restringem aos benefícios financeiros, repercutem na qualidade de vida das pessoas ligadas à atividade turística. Porém, o Turismo Rural não pode ser tomado como a solução para todos os problemas do meio rural, a panacéia, para as questões do seu desenvolvimento, com toda a sua diversidade e complexidade. É necessário que sejam disponibilizados, quer pelo poder público, setor privado ou entidades, cursos que capacitem estes novos empreendedores que estão entrando numa atividade bem mais complexa que a agrícola, se apresentando como uma alternativa que proporciona novas chances ao agricultor para manter-se no setor, que deve estar conscientizado sobre a necessidade de diversificação e diferenciação de seus produtos/serviços, gerando assim vantagens competitivas, necessárias para enfrentar a grande competitividade ao qual está exposto.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Joaquim Anécio & RIEDL, Mário (orgs), *Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento*, Bauru, SP: EDUSC – Editora da Universidade do Sagrado Coração, 2000.
- ATUASERRA - Associação de Turismo da Serra Nordeste. Projeto Rota Uva e Vinho, *Turismo no Meio Rural*, Relatório final do sub-projeto 1: Coleta de Dados e Análise das Potencialidades Turísticas, Bento Gonçalves, janeiro de 2000.
- BALDERRAMAS, Helerson de Almeida. Aspectos determinantes da oferta turística para o desenvolvimento do turismo rural. *Turismo: Visão e Ação*, São Paulo, v.1 - n.2 - p.71-77-out.1998-mar.1999.
- BENI, Mário Carlos. *Agroturismo*. Material do Curso de Pós-graduação, Especialização em Gerenciamento Turístico, Bento Gonçalves: UCS, 1999.
- BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 1998.
- BENI, Mário Carlos. *Turismo rural*. Material do Curso de Pós-graduação, Especialização em Gerenciamento Turístico, Bento Gonçalves: UCS, 1999.
- BENTO GONÇALVES. *Estatutos da Associação Caminhos de Pedra*, 10 de julho de 1997.
- BISSOLI, M<sup>a</sup> Angela M. <sup>a</sup>, *Planejamento Turístico com suporte em sistemas de informação*, Editora Futura: São Paulo, 2000.
- BOOTH, Bob. Turismo, a chave para o sustento da democracia, *Brasilturis Jornal*, São Paulo, março: 2<sup>a</sup> quinzena 2000.
- CAVASSA, César Ramirez. *Gestion administrativa para empresas turísticas*, México: Trillas, 1993
- CASTELI, Geraldo. *Turismo: atividade marcante do Século XX*, 2<sup>a</sup>ed. Caxias do Sul: EDUCS, 1990.
- DANIEL, Isaura. O Rio Grande Campeiro. Caderno Viagem - *Zero Hora*, Porto Alegre, 4 de abril de 2000.

- DE PARIS, Assunta (coord.). *Memórias: Bento Gonçalves - 109 anos*, Bento Gonçalves: Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves: Arquivo Histórico Municipal, 1999.
- EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo – *Manual do Turismo Rural*. Brasília: Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, 1994.
- EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo – Oficina de Planejamento – *Subsídios ao Plano Nacional de Turismo Rural*, Brasília, 15 a 17 de julho de 1998.
- GASTAL, Suzana et. All. *Turismo: 9 propostas para um saber-fazer*. Porto Alegre: Dos Autores Editora, 1998.
- Informativo da Associação Caminhos de Pedra , Bento Gonçalves, Ano I – Número 1 – jan/fev de 1999.
- Informativo da Associação Caminhos de Pedra, Bento Gonçalves, Ano I – Número 3 – set/dez de 1999.
- Informativo da Associação Caminhos de Pedra, Bento Gonçalves, Ano II – Número 4 – mai/jun/jul de 2000.
- KLAVA, Luiz Fernando. Porteiras abertas para o turismo. Caderno Por Conta Própria - *Gazeta Mercantil* , São Paulo, 22 de março de 2000.
- KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do turismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.
- LUCHESE, Terciane Ângela et alli. *São Pedro: uma viagem ao passado*. Bento Gonçalves: Alternativa, 1997.
- LUZZATO, Darcy Loss, *El nostro parlar: e outras crônicas*, Porto alegre: Sagra, 1993.
- MARINO NETO, José Ernesto. *Brasil e sazonalidade turística*. *Gazeta Mercantil*, Porto Alegre, quinta-feira, 22 de outubro de 1998, p.A-2.
- MICHELLON, Tarcísio. Entrevista de um dos *idealizadores dos Caminhos de Pedra*, sobre o seu funcionamento. Bento Gonçalves, abril/2000.
- MICHELON, Tarcísio. *O Projeto Caminhos de Pedra*. Reunião mensal do Fórum Estadual de Turismo, Porto Alegre, 11 de julho 2000.
- MINISTÉRIO DE COMÉRCIO Y TURISMO. Secretaría General de Turismo, TURESPAÑA, Direccion General de Política Turística. Manual del empresario de turismo rural. Espanha: [s.d.]
- MOLETTA, V. F. & GOIDANICH, K. L. *Turismo rural*. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1999.
- PELLEGRINI FILHO, Américo. *Ecologia, Cultura e Turismo*, 2ª ed. , Campinas: Papyrus, 1997 (Coleção Turismo).
- Pesquisa na Internet em 6/5/2000 – *O Turismo no espaço rural: uma estratégia para a nova gestão rural brasileira*. Andréia Maria Roque e Antônio Marcos Vivan.

- Pesquisa na Internet em 6/5/200 – *Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor*. Clayton Campanhola & José Graziano da Silva
- POLLAK, Michel. *Memória, esquecimento, silêncio*. Associação de Pesquisa e Documentação Histórica. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais Ltda. 1998,
- POSENATO, Júlio. *Projeto de Turismo Cultural: Colônia São Pedro*, Bento Gonçalves, 1994.
- POSENATO, Júlio. Entrevista de um dos idealizadores dos Caminhos de Pedra, sobre o seu funcionamento. Bento Gonçalves, abril/2000.
- RELATÓRIO das Atividades do Projeto: Educação Ambiental no Projeto Cultural – Caminhos de Pedra da Colônia São Pedro – maio/dezembro de 1998.
- RUSCHMASNN, Doris v. de M. *Turismo e planejamento sustentável, as proteção do meio ambiente*. Campinas: Papirus, 1997.
- SARTOR. L.F. *Turismo rural: uma alternativa de produção*. Porto Alegre: Escola Superior de Teologia São Lourenço de Brindes, 1981.
- SEBRAE – Conhecendo o Turismo Rural, Cartilha do Curso Turismo Rural do SEBRAE/RS, 1999.
- SILVA, J. G. et alli. *Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil*. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. Anais... Santa Maria, 1998.
- SIMPÓSIO Conta Satélite de Turismo, Porto Alegre, 29 e 30 de junho de 2000.
- SOUZA, Carmélia Ana Amaral. *Turismo sustentável e municipalização*, Caderno de Turismo, Jornal A TARDE, 16/09/98.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Turismo e qualidade: Tendências contemporâneas*. Campinas, SP. Papirus, 1993 (Coleção Turismo)
- URRY, John. *O olhar do turista*. São Paulo: Livros Studio Nobel Ltda., 1996.
- WAIMBERG, Jacques A. *Cidades como sites de excitação turística*. Texto ensaístico apresentado no Curso de Especialização em Gerenciamento do Desenvolvimento Turístico, Bento Gonçalves: UCS/CARVI, 1999.
- . *Turismo, comunicação e informação*. Texto ensaístico, apresentado no Curso de Especialização em Gerenciamento do Desenvolvimento Turístico, Bento Gonçalves: UCS/CARVI, 1999.
- ZUANAZZI, Milton. Palestra proferida na reunião mensal do Fórum Estadual de Turismo sobre *Turismo Regional*. Porto Alegre, 11 julho 2000.



## QUESTIONÁRIO DIRIGIDO AO TURISTA

NOME

: \_\_\_\_\_ DATA: \_\_\_\_\_

CIDADE DE ORIGEM: \_\_\_\_\_ IDADE:

\_\_\_\_\_

1) De que forma ficou sabendo da existência do roteiro turístico “Caminhos de Pedra”? \_\_\_\_\_

—

2) O que motivou-lhe a visitar este local?

\_\_\_\_\_

—

3) Quantas vezes já visitou os “Caminhos de Pedra”?  1a. vez  1 vez  
 mais de uma vez - quantas? \_\_\_\_\_

3) Viaja com quem?  excursão  sozinho  família/parentes  amigos

4) Qual o meio de transporte utilizado?  ônibus de linha  ônibus de excursão  
 carro próprio  avião + \_\_\_\_\_

5) Está hospedado na região? \_\_\_\_\_ Em qual cidade? \_\_\_\_\_

6) Qual o meio de hospedagem utilizado?  hotel/pousada  casa de amigos/parentes  
 \_\_\_\_\_ ) outros

\_\_\_\_\_

7) O que mais gostou nos “Caminhos de Pedra”?

\_\_\_\_\_

—

8) O que menos gostou nos “Caminhos de Pedra”?

\_\_\_\_\_

—

9) O que recomenda continuar fazendo?

\_\_\_\_\_

—

10) O que não recomenda continuar fazendo?

\_\_\_\_\_

---

11) Como considera o atendimento dado, nos estabelecimentos que fazem parte do roteiro?

---

---

12) Voltaria a visitar os “Caminhos de Pedra”?

(            )

Sim

-

Porquê?

---

(            )

Não

-

Porquê?

---

13) Tem alguma sugestão para melhorar o roteiro, ou algum comentário a fazer?

---

---

---

Obrigada!



**QUESTIONÁRIO DIRIGIDO AOS INTEGRANTES DO ROTEIRO  
CAMINHOS DE PEDRA**

NOME: ..... IDADE: .....  
 ESTABELECIMENTO: .....CARGO/FUNÇÃO: .....  
 SERVIÇOS OFERECIDOS: .....

1. Porquê se decidiram pela atividade turística? .....
2. Contaram com o aconselhamento e treinamento de algum profissional ou instituição?..  
 .....Qual? .....
3. Tiveram incentivo de alguma instituição pública ou privada? ..... De  
 que tipo ?.....
4. A implantação da atividade turística foi planejada, estudada? ..... De  
 que forma? .....
5. A quanto tempo estão integrados ao Roteiro Caminhos de Pedra? .....
6. Qual a atividade desenvolvida em sua propriedade, anteriormente? .....
7. Atualmente, ela ainda é desenvolvida? Qual a atividade principal?.....
8. Quais as mudanças positivas e negativas que a implantação da atividade turística  
 proporcionou:
  - 8.1 - Na comunidade? ..... 8.2
  - Na sua propriedade ? .....8.3
  - Na sua família? .....
9. Numa análise geral, consideram que o turismo trouxe benefícios, malefícios ou ambos?  
 ..... Quais? .....
10. Que tipo de clientes tem?.....
11. Consideram positivo ou negativo o contato com o turista? .....  
 Porquê? .....
12. O turismo degradou e/ou fez com que se preservasse o meio ambiente? ..... De  
 que forma ? .....
13. Os costumes, as tradições, a cultura local foram resgatados, preservados ou  
 abandonados? De que forma? .....
14. Quais os planos futuros, em relação ao turismo? .....
15. Outras considerações: .....

Data: \_\_\_\_\_

Obrigada!

**QUESTIONÁRIO DIRIGIDO AOS MORADORES DE SÃO PEDRO  
QUE NÃO ESTÃO DIRETAMENTE LIGADOS A ATIVIDADE TURÍSTICA**



4. Como se encontrava o Distrito, antes da implantação do roteiro turístico Caminhos de Pedra?
5. De que forma se procedeu a implantação do projeto?
6. Como se deu o processo de conscientização da comunidade?
7. O projeto contou com o apoio de alguma instituição pública ou privada? Quais?
8. De que forma estas instituições apoiaram?
9. Quais as intervenções feitas no local?
10. De que forma o desenvolvimento da atividade turística atingiu o patrimônio cultural e natural?
11. Quais os investimentos feitos no local?
12. Quem foram os investidores?
13. Foram ministrados cursos de capacitação profissional, aos moradores de São Pedro? Quais? De que forma?
14. Como é administrado, hoje, o roteiro turístico Caminhos de Pedra?
15. Aponte os principais benefícios e/ou malefícios que o desenvolvimento da atividade turística trouxe ao local?
16. Qual a realidade atual do Distrito de São Pedro?
17. Quais os planos futuros, com relação aos Caminhos de Pedra?
18. Outras considerações?

DATA: \_\_\_\_\_

Obrigada!

**QUESTIONÁRIO DIRIGIDO AO PODER PÚBLICO,  
REFERENTE AO ROTEIRO TURÍSTICO CAMINHOS DE PEDRA**

NOME: ..... CARGO/FUNÇÃO: .....

1. Você conhece o roteiro turístico “Caminhos de Pedra”?        ( ) SIM        ( ) NÃO
2. Qual a sua opinião com relação ao produto turístico em questão? .....
3. Você considera que a implantação do referido roteiro turístico, trouxe benefícios, malefícios ou ambos? Quais?  
Para o Município? .....
- Para a comunidade do distrito de São Pedro, onde está inserido o roteiro ? .....
- Para os integrantes do roteiro turístico? .....
4. A Prefeitura participou da fase de elaboração do projeto turístico ?    ( ) SIM    ( ) NÃO De que forma? .....
5. Na fase de implantação do roteiro turístico, a Prefeitura contribuiu?    ( ) SIM    ( ) NÃO De que forma? .....
6. Atualmente, o Poder Público Municipal contribui com os “Caminhos de Pedra”?..... De que forma? .....
7. Você considera que o roteiro turístico “Caminhos de Pedra” impulsionou o fluxo de turistas ao Município? ..... Em caso afirmativo, qual o percentual de crescimento ? .....
8. A prefeitura realiza alguma pesquisa buscando a opinião dos turistas, quanto aos produtos turísticos do Município?    ( ) SIM        ( ) NÃO  
Se realiza, qual a opinião destes turistas, referente ao “Caminhos de Pedra”? .....
9. O roteiro turístico “Caminhos de Pedra” motivou a criação de outros roteiros turísticos, no meio rural, no Município?    ( ) SIM        ( ) NÃO  
Quais? .....
10. Outros Municípios ou Estados manifestaram interesse em adotar o modelo do roteiro turístico “Caminhos de Pedra”?    ( ) SIM        ( ) NÃO  
Quais? .....
11. Outras considerações: .....

DATA: ..... Obrigada

**QUESTIONÁRIO DIRIGIDO AOS GUIAS DE TURISMO  
E AGENTES DE VIAGENS DE TURISMO RECEPTIVO DO MUNICÍPIO,  
REFERENTE AO ROTEIRO TURÍSTICO “CAMINHOS DE PEDRA”**

NOME: ..... CARGO/FUNÇÃO .....

1. Você conhece o roteiro turístico “Caminhos de Pedra”?  sim  não  
( Responda as próximas questões, somente se a resposta for afirmativa.)
2. Você atua ou tem alguma ligação com o Roteiro? Descreva: .....  
..... A  
quanto tempo você atua neste Roteiro? .....
3. Qual a sua opinião com relação ao “Caminhos de Pedra”? .....  
.....
4. Você considera que a atividade turística trouxe benefícios e/ou malefícios, para a comunidade envolvida? Quais?.....  
.....
5. Conforme sua observação do local onde está inserido o Roteiro, o turismo degradou ou fez com que se preservasse o meio ambiente? ..... De que forma?  
.....
6. Com base nas suas observações, os costumes, as tradições, a cultura da localidade, foram preservados, resgatados ou abandonados ? ..... Como?  
.....
7. O que recomenda continuar fazendo? .....
8. O que não recomenda continuar fazendo? .....
9. Quais as opiniões positivas e/ou negativas que expressa o turista ao visitar o roteiro “Caminhos de Pedra”? POSITIVAS:.....  
.....  
NEGATIVAS: .....
10. Qual o perfil do turista que visita o roteiro turístico “Caminhos de Pedra”? .....
11. Na sua opinião, qual o principal atrativo deste Roteiro? .....
12. Tem alguma sugestão para melhorar o Roteiro, ou algum comentário a fazer? .....

DATA: .....

Obrigada!

**Obs.: Não está autorizada a cópia total ou parcial desta monografia.**