

TURISMO RURAL: DO REAL AO IMAGINÁRIO UMA QUESTÃO DE EXPERIÊNCIA

)

RESUMO: O turismo rural, ao contrário do que muitos possam imaginar, tem seu embrião no passado distante, quando guerreiros da *Cidade-Estado* Esparta, deslocavam-se para o interior, para descansar, fugir da *Polis*, recuperar forças e vivenciar experiências do cotidiano das comunidades, mas, foi a partir dos anos 1950, que a atividade é reconhecida como estratégica, para o desenvolvimento regional. Nos dias atuais, diversos destinos mundiais mesmo cumprindo as metas iniciais prioritárias elencadas pelos projetos de desenvolvimento, vêm enfrentando dificuldades de manutenção, apresentando um fluxo turístico sazonal e inferior ao desejado, o que acarreta se não o encerramento, a desilusão em muitos dos destinos. Acredita-se assim na necessidade de um segmento que entenda sua demanda, seu consumidor com gostos bem definidos, em evolução de padrões de consumo, à procura por formas de viajar distintas e únicas, repletas de autênticas experiências e exclusivas. Considerando valores da Economia da Experiência, tendência econômica mundial, que anunciaram novas necessidades emocionais de mercado, seus fenômenos comportamentais e o inter-relacionamento destes com o universo do marketing e turismo, faz-se inicialmente uma abordagem do Turismo Rural no mundo e a apresentação de um modelo vivenciado de construção da Rota do Café Paulista que oferta múltiplas experiências a mais do que somente hospedagem no campo. Neste roteiro experiência é possível encontrar respostas para um turista rural que viaja fora da temporada, prefere produtos de qualidade garantida e espera que suas experiências turísticas um alto valor com adaptações baseadas nas experiências e que busca em sua viagem algo mais e procuram garantia de qualidade em todos os serviços voltadas para experiências autênticas e exclusivas, por isso uma prática a ser disseminada como modelo de negócios inovador em prol da valorização do segmento .

Palavra Chave: Turismo Rural, Desenvolvimento Regional, Mercado e Economia da Experiência

1 Professora Ms. Doutoranda Universidade de Aveiro Portugal. Coordena Programas de Desenvolvimento para América Latina pelo Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural www.idestur.org.br. Especialista em Turismo Rural e Equestre, atua em Desenvolvimento Regional, Meio Ambiente e políticas Públicas Andreia@idestur.org.br

INTRODUÇÃO

O turismo rural, ao contrário do que muitos possam imaginar, tem seu embrião germinativo no passado quando guerreiros da *Cidade-Estado* Esparta, deslocavam-se para o interior na fértil região do vale do rio Eurotas, para descansar, fugir da *Polis*, recuperar forças e vivenciar o cotidiano das comunidades. Outros indícios da atividade na antiguidade podem ser observados quando da passagem dos primeiros peregrinos pelos Caminhos de Santiago de Compostela na Galícia. Estes eram recebidos nas propriedades rurais ao longo do percurso, que ofertavam pouso e alimentação, além da convivência com a comunidade. O que se mantém até os dias atuais, transformando-se em uma localidade reconhecida por sua excelência, qualidade e diversidade dos produtos turísticos.

Mas, foi a partir dos anos 1950, que a atividade é reconhecida como estratégica para o desenvolvimento regional, em muitos países ao norte e centro da Europa. A partir dos anos 1970, nos países do sul da Europa e Estados Unidos. Na década de 1980, no Brasil, Argentina e Uruguai e, dos anos 1990 em diante, muitas localidades mundiais se envolveram com o turismo rural, com destaque aos países do Continente Africano, Oceania e no Japão. Em pleno século XXI, destinos intangíveis como Mongólia, Madagascar e Ucrânia, ofertam em seus espaços rurais experiências vivenciais múltiplas.

Autores como Cavaco (1996) e Carneiro (1997) abordaram o conceito da formação do espaço rural, a essencialidade do processo de desenvolvimento regional sobre a perspectiva da pluriatividade e dos empregos múltiplos no campo e vislumbra o TR como objeto de construção dos projetos voltados à sustentabilidade, manutenção do homem no campo e valorização da cultura rural, projetaram a atividade ao patamar do tema de interesse mundial, e conquistaram o apoio de diversas políticas comunitárias como LEADER I; LEADER II e LEADER+ da União Européia; SEBRAE Nacional e Estaduais no Brasil, PNUMA-Américas, que priorizaram projetos de desenvolvimento regional com ações de investimentos e o reconhecimento mundial desta forma de se fazer turismo.

É interessante ressaltar, que nos dias atuais, diversos destinos mundiais do TR mesmo cumprindo as metas iniciais prioritárias elencadas pelos projetos de desenvolvimento acima citados, vêm enfrentando dificuldades de manutenção, apresentando um fluxo turístico sazonal e inferior ao desejado à manutenção empresarial da atividade, o que acarreta se não o encerramento, a desilusão em muitos dos destinos. A percepção deste processo suscita novos debates científicos e políticos acerca da atividade e das relações criadas entre o TR real vivenciado, daquele imaginado e esperado.

A temática deste trabalho procurou vir ao encontro destes fatos, reconhecendo a trajetória do desenvolvimento do TR, seu posicionamento no mercado turístico formal, as experiências ofertadas e vivenciadas pela atividade. Bem como, as necessidades e expectativas de diferentes atores sociais envolvidos, acreditando assim, que a análise das representações sociais destes: O proprietário rural, agora também denominado empreendedor de TR; E o turista, permitirá dar início a construção de um processo de reflexão e entendimento do porque destes fenômenos.

As hipóteses construídas que permeiam o estudo, partem do princípio que o TR, inicialmente idealizado como atividade de promoção e integração social comunitária e de desenvolvimento local, em prol da conservação dos recursos culturais, naturais e ambientais. Hoje, transcende a esta realidade, transformando-se em um universo multifacetado diretamente relacionado ao mosaico das necessidades humanas do turista a procura por realização das sensações voltadas ao universo imaginário da satisfação e qualidade de vida, bem como, por parte do empresário rural, pela manutenção, viabilidade e sustentabilidade.

Como expectativa e imaginário, são variáveis complexas que conduzem ao inter-relacionamento entre situações, condições e verdades, acredita-se que a manutenção do TR exija não só o entendimento do processo lógico de conhecimento, ofertado pelas pesquisas de demanda, planos de inteligência de mercado, operações turísticas, entre outras fontes de informação. Mas, também, a percepção destas novas variáveis, só possível a partir de abordagens antropológicas que potencializam o entendimento das necessidades humanas destes diferentes elos da cadeia.

Acredita-se na existência de um novo turista rural, um consumidor com gostos bem definidos, em evolução de padrões de consumo e hábitos do ócio. À procura por formas de viajar distintas e únicas, repletas de autênticas experiências e exclusivas. Um maior nível de exigência e expectativa os acompanha em suas viagens.

Acredita-se, também, que o universo do TR, graças a suas múltiplas possibilidades de desenvolver produtos com diversidade cultural, local e vivencial, têm condições de responder à estas novas necessidades nas quais o componente emocional assume uma posição central de maior relevância que o componente racional das experiências na lógica do consumo. Mas que, somente os produtos de TR que detenham esta identidade e ofertam experiências ímpares, que faça parte do registro de uma memória pré-existente, como participar de uma vindima sentindo o aflorar da natureza, cavalgar nas pradarias vivenciando a liberdade do animal, adentrar pelo universo dos cafezais em flor, entre outras múltiplas possibilidades,

poderá manter-se neste mercado das sensações e atender às necessidades tanto de sustentabilidade do empreendedor como de experiência seu cliente.

Para a construção deste conhecimento é necessário a percepção do universo turístico rural em várias localidades e continentes com a abordagem dos múltiplos considerando identidade do espaço, redes de relações, valores e expectativa objetiva, o que permite a interpolação entre necessidades humanas, o TR, bem como o reconhecimento das similaridades e diferenças do turismo ofertado e daquele imaginado

Os valores de mercado da Economia da Experiência, tendência econômica mundial, inicialmente abordadas por autores como Pine e Gilmore (1999), que anunciaram novas necessidades emocionais de mercado, considerando seus fenômenos comportamentais e o inter-relacionamento destes com o universo do marketing e turismo que permite adentrar pelo universo da percepção e das necessidades humanas, cria um relacionamento fundamental entre universo e gera valores aos negócios turísticos rurais.

TURISMO RURAL

Certamente atividades de visitação e lazer no espaço rural, remontam à antigüidade, quando imperadores e guerreiros refugiavam-se nos campos, fugindo do cotidiano da grande *Polis*. Já na Idade Média era hábito corriqueiro nobres visitarem o campo, durante os meses de verão, à procura do bucólico universo rural. No séc. IX, tendo sido descoberta em terras de Galícia, a tumba de São Thiago, um dos apóstolos de Jesus Cristo, hoje conhecida como Santiago de Compostela, aconteceram as primeiras excursões de peregrinos organizadas pelos Jacobitas ou Jacobeus, que reuniam grupos de visitantes e procuravam localidades, ao longo do caminho, que ofertavam pouso e alimentação.

As propriedades rurais produtivas, que inicialmente acolhiam gratuitamente os peregrinos, paulatinamente, foram se transformando em hospedarias rurais, uma nova atividade produtiva geradora de renda que vinha responder as necessidades locais das pequenas comunidades. No decorrer dos séculos, as atividades de visitação ao meio rural percorreram continentes e citações do naturalista britânico Charles Darwin, quando das viagens em terras das Américas, já descreviam pousos rurais, gastronomia e acolhidas inesquecíveis.

Outro naturalista viajante, Saint Hilarie (1830), descreve o universo rural brasileiro, como sendo pequenas propriedades rurais isoladas, que cultivavam arroz, feijão e mandioca para sobrevivência, ou pecuária de corte e leite que abasteciam o entorno e as sesmarias. Mas,

que recebam a comitiva de estudos, com hospitalidade e gentileza, ofertando hospedagem e uma maravilhosa culinária por pouco pagamento. Estes relatos acima citados podem ser considerados o embrião germinativo, do que hoje reconhecemos como TR, que ofertam além de pouso e alimentação, a experiência do cotidiano rural, tão inesquecível aos olhos destes cientistas, que foram merecedoras de relatos.

O TR como atividade produtiva, e estratégia de reprodução sócio-econômica para o meio, surgiu a aproximadamente 150 anos, na Alemanha, e que respondia ao fenômeno da nova necessidade humana à procura pela tranquilidade e o bucolismo do campo, em reação ao stress das grandes cidades e do processo econômico industrial

O TR apresenta-se assim, no cenário turístico mundial, como processo de amadurecimento do fluxo empresarial do turismo tradicional, que nasceu no período de construção da sociedade capitalista, quando da formação da classe média com seus salários melhores e maior possibilidade de gastos com entretenimento, transformado, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 1996), em uma das atividades econômicas mundiais de grande importância, participando desde os anos 90, com mais 10% do mercado de investimentos mundiais, mas que apresentou custos sociais e ambientais muito elevados conforme nos demonstram alguns relatos que se seguem;

“Os impactos físicos e ambientais do turismo são visíveis, essencialmente através da “floresta do bretão”, que percorre muitas das costas mediterrâneas”(Graça Joaquim, 1997:p.71)

“A medida que, os empreendimentos turísticos avançavam na região, os conflitos pela posse de terra afluíam e agravavam o quadro da miséria dos camponeses que eram pressionados e expulsos de suas roças, através da venda ou abandono de suas posses e obrigados a se instalarem nos morros, ou seja, ocorreu a sua expulsão para novas ocupações (setor da construção civil de serviços) e para moradias precárias”(Teixeira, 1998:p.93).

Esta forma não sustentável adotada pelas atividades turísticas convencional, resultou, segundo relatos de estudiosos como Almeida e Blos (1998), no surgimento de um turismo alternativo como oposição ao modelo dominante, que promove a valorização do ambiente, da população residente e de sua cultura. Graça Joaquim (1997), ressalta que a sobrevivência das

atividades turísticas, exigiu a promoção de um turismo globalmente responsável, traduzido pela sustentabilidade ecológica, social e econômica.

Vários estudiosos como Silva et all (1998), entre outros, constataram que a intensificação da atividade do uso turístico pelo universo rural no período pós-moderno, surgiu em resposta, ao modelo adotado na Revolução Industrial quando o predominante domínio da vida nas cidades, que conjuntamente com um acúmulo de serviços, responsabilidades e obrigatiedades do cidadão, promoveu na sociedade pós-industrial ou pós-moderna, um forte apelo para viagens turísticas ao universo rural, pois estas, proporcionavam momentos de tranqüilidade, bucolismo e voltadas à procura pela autenticidade e sensações, de um passado pré-industrial.

Os primeiros trabalhos que abordam o uso turístico dos espaços rurais que construíam uma base teórica e um processo reflexivo sobre o tema, surgiram década de 70. Nesta época, Desplanques (1973) introduz a análise crítica sobre a atividade questionando a realidade vivenciada e o imaginário proposto. Posteriormente, análises multifuncional do universo rural e do turismo, foram introduzida por estudos como os de Carneiro (1994), Moinet (1996), Alencar (1997), que abordaram um universo rural que produzia além de produtos agropecuários, prestação de serviços, indústria de transformação, construção, transporte, comunicação, entre outras que redefiniram o perfil do meio rural.

Estudos sobre as principais transformações das áreas rurais nas sociedades contemporâneas fundamentaram os estudos do TR. Vários autores apresentaram temas transversais, fundamentais para o entendimento das atividades turísticas rurais, como pluriatividade; avaliação do potencial agroindustrial, evolução do trabalho, estudos dos complexos agroindustriais, degradação ambiental, desenvolvimento rural sustentável, tecnologia de informação, transformação do padrão de comercialização, crescimento da chamada terceirização dos trabalhos agrícolas e crescimento das atividades não agrícolas no meio rural

Neste estudo focamos as atividades de turismo rural definidas pelas Diretrizes de Turismo Rural formulada pelo Ministério de Turismo, porem cabe ressaltar as diferentes formas de se fazer turismo no espaço rural podem ser classificadas com base nos valores inerentes a cada uma delas, considerando suas diferentes motivações, oportunidades, necessidades e disponibilidade de produtos a serem ofertados. Em determinadas situações, estas formas podem interagir entre si, complementarem-se ou serem identificadas

isoladamente, dependendo da realidade local conforme (Figura -1), apresentada por Roque (2000).

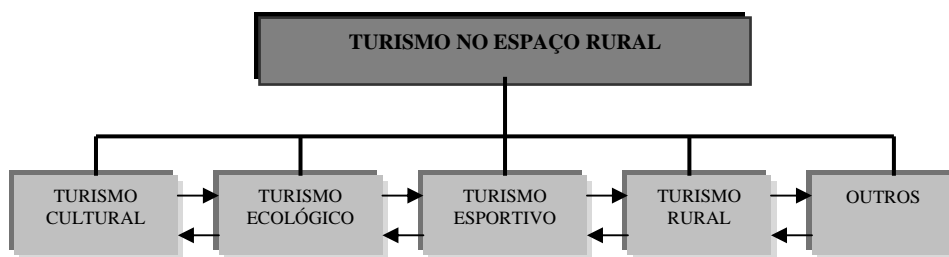


FIGURA 1 - Modalidades das atividades de turismo no espaço rural ROQUE (2000)

Pode-se assim verificar, que o TR, oferece múltiplas possibilidades, com denominações diferenciadas conforme o local de estudo, perspectivas conceituais e nomenclaturas distintas, porém, neste estudo, propomos uma sistematização particular da oferta dos empreendimentos de turismo rural, para assim facilitar o entendimento do processo metodológico da construção de produtos voltados para economia da experiência, apresentado no terceiro tópico no caso Rota do Café. Sendo a sistematização usada abaixo elencada:

- a) Propriedades rurais produtivas: Ofertam opções de participar do cotidiano produtivo rural, como o plantio, colheita, beneficiamento, lida do gado, entre outras, atividades, podendo ofertar hospedagem ou não. Ex: Uma Quinta de vinhas em Portugal, às margens do rio Douro, que oferta a participação da colheita ou da festa da vindima como produto turístico; Pequena propriedade rural produtiva na Alsácia- França que oferta como produto turístico rural a participação na ordenha e produção de queijos; Fazenda produtiva de café no Estado de São Paulo, Brasil, que oferta, visita a plantação, colheita e dia de campo denominada “ Do café ao cafezinho”; Ranchos de cavalo na África do Sul que proporcionam ao turista não somente passeios com girafas, bem como, a participação lida e tratamentos cotidianos dos cavalos e equipamentos.
- b) Propriedades rurais não mais produtivas: Localidades que outrora produtivas produziam café, leite, entre outros, e na atualidade ofertam vivência sensorial rural, envolta em cheiros, aromas, paisagens e sensações, em um Agro Museu ou Eco Museu, que é uma forma de museu vivo de experiências rurais, podendo ofertar hospedagem ou não. Ex: Uma antiga fazenda de café não mais produtiva, porém, mantém alguns pés para o processo de beneficiamento e torrefação em pequena escala, somente como produto turístico; Fazendas

produção de cacau em Ilhéus no Brasil; Processo produtivo do mel de abelha em pequenos sítios em Colmar, na França; Tosquiar ovelha em estâncias na Argentina.

- c) Propriedades rurais não produtivas, que ofertam hospedagem ao visitante, com opções de tranquilidade, paz e qualidade de serviços, bem com a valorização do universo rural com a possibilidade de participação de vivências no entorno, com vizinhos e propriedades próximas

TURISMO RURAL MUNDIAL INSERIDO NO MERCADO DO TURISMO

O TR é considerado estratégia de desenvolvimento local, no Norte e Centro da Europa; a partir dos anos 1970, nos países do Sul da Europa e Estados Unidos; na década de 1980 no Brasil, Argentina, Uruguai e dos anos 1990 em diante e em alguns países do continente africano, na Oceania e no Japão. No continente europeu, inicialmente introduzido na Alemanha, teve na Inglaterra, Espanha, França, Itália e Portugal o palco fundamental da realidade turística rural. Posteriormente, alcançando rápido reconhecimento em outros países como Áustria, Bulgária, Bélgica, Croácia, Hungria, República Checa, Geórgia, Grécia, Lituânia, Luxemburgo, Polônia, Suíça, entre outros. Alemanha país berço do TR, mantém uma tradição de 150 anos da atividade com vários empreendimentos turísticos denominados, fazendas hospedeiras, uma forma de renda complementar para o produtor rural que ofertam hospedagem, alimentação a custo acessível e permitem aos visitantes uma inserção no meio rural. Outra forma de TR, mais reconhecida na Alemanha, é aquela que permite vivenciar o cotidiano regional sem se hospedar na propriedade. São denominadas, excursões ao campo, ou circuitos rurais, organizados pelo período de um dia e possibilitam ao turista visitar propriedades agrícolas, reconhecer as belezas naturais regionais, o cotidiano do campo, além de sua culinária e produtos típicos (Oppermann, 1996).

A França, que dispõe de um espaço rural rico em recursos naturais e culturais, apresenta-se como o país europeu que detém o maior número de propriedades envolvidas com o TR. Também denominado de turismo verde ou turismo da terra, as atividades turísticas nos seus espaços rurais produtivos, voltadas para a valorização da cultural local, surgiram no início do século e se oficializaram a partir da década de 1950, quando foram criados os movimentos associativos. A eficiente política de organização do TR francês fortaleceu o desenvolvimento da atividade e priorizou a identificação dos produtos de origem oferecidos denominados de “*filières*” e o reconhecimento geográfico dos condados e municípios. Atualmente, diferentes produtos TR francês, tem instituições afins que os representam (Laurent e Mamdy, 1998).

A França do Turismo Rural nasceu da “crise da profissão de agricultor”, quando da modernização da agricultura dos anos, pós-segunda guerra que riorizou a construção de um novo modelo de agricultor, que integra “estratégias empresariais complexas”, entre as quais, o exercício da função comercial, juntamente com a função

Na Espanha, o processo de desenvolvimento no meio rural foi diferente da maioria dos outros países europeus e tem características diferenciadas do imaginário campesino do turismo rural europeu. Como desde os anos de 1970, este país Ibérico, que se apresenta como pioneiro no reconhecimento do turismo, como atividade econômica de grande força comercial, voltada para grandes redes hoteleiras e complexas turísticos. Diferencialmente de outros, teve o surgimento das atividades turísticas nos espaços rurais seguindo o mesmo princípio voltado para grandes empreendimentos hoteleiros direcionados ao lazer, estética e convenções e que somente uma pequena parcela de envolvimento de propriedades rurais produtivas (Avilés e Requena, 1993).

Segundo Presvelou (1998), na Espanha o TR voltado para a valorização do cotidiano produtivo, apresentava-se fenômeno disperso com qualidade muito diversa, identificadas principalmente nas comunidades autônomas da Cataluña e Galícia, onde é possível encontrar experiências muito diversas e enriquecedoras, fortalecidas pelo trabalho feminino, sua força motriz.

A diversidade certamente pode ser reconhecida como a primeira característica do Turismo Rural Espanhol e os novos rurais ou retornados, nova população rural que retorna ao campo para terras herdadas, ou cidadinas, que adquirem propriedades, que deixa de ser os hóspedes e se transformando anfitriões contribuem para esta diversidade. Na Espanha o reconhecimento da atividade como dinamizador regional é uma realidade consolidada e vários programas de desenvolvimento comprovam com dados esta afirmações, porém é a comercialização profissionalizada como as centrais de reserva, operadoras turísticas, estratégias Comerciais e os planos de dinamização o novo enfoque da atividade.

Em Portugal, a atividade turística no espaço rural foi criada experimentalmente, em 1978, sobre a forma de turismo de habitação em quatro distintas áreas de Ponte de Lima, Vouzela, Castelo de Vide e Vila Viçosa. Sendo este, um fenômeno que registrou, ao longo da década de 1980, um incremento expressivo na utilização destes espaços com destino turístico (Ribeiro, 1993).

Segundo Silva(2007), tem-se assistido em Portugal, ao longo dos anos, a implementação e formatação sistemática de políticas nacionais e comunitárias para

aproveitamento das áreas rurais. Dados do Turismo de Portugal (2007) informam que é ao Norte que se encontra o maior número de empreendimentos 43,8%, seguido pelo Centro de Portugal 21,9%, Alentejo 15,8%, Açores 8%, Madeira 4,8%, Algarve 3,0% e Lisboa 2,7% .

Em outros países como Áustria, representa mais de 80% da oferta turística nacional as atividades turísticas no espaço rural, participando efetivamente cerca de 15% no PIB nacional, com grande parte de sua população trabalhando direta ou indiretamente para o setor. Porém, segundo Hauser (1993), a grande maioria dos empreendimentos turísticos rurais austríacos é formada, por grandes hotéis internacionais, voltados para esportes de inverno na montanha. Somente uma décima parte envolve propriedades rurais produtivas, ofertando pouso, alimentação, atividades de lazer e participação do cotidiano produtivo.

Algumas localidades apresentam aptidão especial para o TR, como o Tirol, região voltada tradicionalmente para a agropecuária. Na Itália, o TR, se desenvolveu na década de 1960, quando receber visitantes nas propriedades agrícolas passou a ser uma forma de complementação da renda dos proprietários. Neste país, o reconhecimento da cultura rural, do cotidiano agropecuário e o convívio com as famílias rurais, transformaram-se no tripé fundamental para a implantação da atividade, sendo denominada por Desplanques (1973), como uma agricultura de lazer.

Na Suíça, as atividades turísticas no espaço rural tiveram início depois da Segunda Guerra Mundial. Voltadas exclusivamente para a prática de esportes de inverno e grande complexos hoteleiros, nos últimos dez anos as atividades turísticas ligadas à valorização do cotidiano agrícola e dos produtores rurais se fortaleceram e as proteções da paisagem rural, do meio ambiente, e das antigas instalações de rara beleza arquitetônica, são a nova política que marca o discurso do poder público suíço, que toma como competência a manutenção e regulamentação das novas atividades turísticas voltadas para o espaço rural. Keller(1993), Arrsson(1994)

O TR também se transformou em prática cotidiana na Áustria, Bélgica, Bulgária, Croácia, República Checa, Hungria, Lituânia, Luxemburgo, Polônia, Romênia, Sérvia, Slovênia, Slovakia,Ucrânia e Reino Unido. Receber o turista para vivenciar um “dia de campo” nas propriedades rurais, apreciando gastronomia regional, interagindo com o cotidiano produtivo e participando das festas típicas e conversas ao redor do fogão a lenha ao entardecer são algumas das múltiplas possibilidades ofertadas.

No Reino Unido, Irlanda e Bélgica, além da Hungria e Bulgária, é possível vivenciar diferentes atividades turísticas rurais. Na Irlanda e no Reino Unido, há uma especial preocupação com a qualidade dos serviços prestados pelas “*farm-houses*”, forma de TR praticada em antigas casas rurais ou alojamentos mais modernos inseridos na realidade de explorações agrícolas, que oferecem alojamento e alimentação. Na Inglaterra a atividade é regulamentada desde 1949, com foco nas atividades equestres de passeios rural e trilhas.

No Continente Africano, as atividades turísticas no espaço rural em alguns países como o Senegal, Zimbábue, Mauritânia, Guiné, Camarões e Mali se desenvolveram no começo da década de 1990. Os seus atrativos estão voltados para belezas naturais e a riqueza cultural de seus povos. Desde 1974, no Senegal, já existe um programa, implantado pelo governo, para o desenvolvimento desta modalidade turística, que procura valorizar ao longo do Rio Senegal, as grandes plantações de amendoim e se integrar ao cotidiano agrícola. Mas, o maior atrativo das áreas rurais deste país, é a originalidade das acomodações no campo bem como o típico artesanato e gastronomia. Na atualidade, o mais famoso espaço turístico rural é Palmarin, que está localizado, 150 km da capital Dakar.

África do Sul tem em destaque os Ranchos de Cavalo, como a atividades de visitação no meio rural. Voltadas para a criação, as propriedades rurais ofertam hospedagem, alimentação, a lida cotidiana como o trato dos cavalos e passeios equestres de longa duração em áreas particulares junto as girafas, bem como ofertando programas mais perigosos como cavalgadas junto aos animais mais perigosos da África (Leões, Hipopótamos, Elefantes, Tigres e Búfalos). Na Mauritânia, o mais meridional dos países da África, segundo Ortolí (1998), o TR ocorre nas áreas do deserto, nos oásis da Mauritânia, onde o turista aprecia e vivencia a realidade dos nômades do deserto

Em outro destino longínquo, Israel, o TR foi ofertado inicialmente nos assentamentos como os *Kibbutz* e as *Moshav*, por volta do ano de 1985, como fontes alternativas de rendimentos e valorização da cultura e tecnologia agropecuária desenvolvidas. A atividade é baseada na oferta do natural e o modo de vida rural com restaurantes locais oferecendo uma gama de culinária vegetariana e alimentos étnicos. A atividade é crescente, mas pequena, funcionando apenas durante curtos períodos e com grande sazonalidade, o que gera pouca renda, mas nestes últimos anos, a necessidade das experiências ofertadas de paz e tranquilidade para os cidadãos, que vem vivenciando problemas maiores que os desgastes urbanos, como guerra, mortes e constantes ameaças, faz o TR tomar novos rumos e se transformar em o novo destino do turista local.

No Continente Americano, a partir de estudos realizados o TR teve início nos Estados Unidos, em regiões pouco povoadas do país. Nos EUA, sempre existiu o hábito dos rancheiros cederem gratuitamente espaço em suas terras para acolher viajantes, visitantes, caçadores e pescadores que percorriam as regiões mais despovoadas do país, mas a partir dos anos 1970, estes ranchos reconheceram no acolhimento aos viajantes uma nova atividade, lucrativa e geradora de renda local, denominadas de “farm-houses” ou “country vacations”.

Existem, atualmente, os mais variados serviços turísticos nos espaços rurais americanos, sendo, os “*country resorts*” a modalidade mais difundida que além da hospedagem e alimentação, oferece variadas atividades de lazer, como a montaria em cavalo e touro, as festas regionais e os “*country spas*” voltados para a estética e saúde modalidades típicas. Desde o início da década de 1990, os Amish, uma comunidade religiosa americana, que tem mantido muitas manifestações de um estilo de vida agrário e tradicional, abriram sua maior colônia, localizada no município de Holmes, nordeste do estado de Ohio, para o turismo. Criaram assim uma nova modalidade de TR americano, voltado para o reconhecimento do cotidiano agrícola e cultural da comunidade. Os turistas passam o dia e são oferecidas as refeições e os produtos da propriedade para compra, mas não são ofertadas hospedagens (Donnermerer, 2000).

Países como a Nova Zelândia e Austrália, com grande extensão territorial e muitas regiões ainda desabitadas, adotaram a modalidade turística típica dos EUA. No Peru atividades de turismo rural são voltadas para visitação em comunidades e etnias indígenas, os Taquile, da Ilha Taquile localizada no Lago Titicaca. Não só em Taquile, como em vários projetos Andinos as operações turísticas transformaram-se em ações estratégicas de desenvolvimento rural em prol da comunidade local.

A participação direta e gerenciamento do produto turístico rural a ser ofertado pela comunidade local, fortaleceu a inserção de uma forma diferenciada de TR, o que permitiu a melhora, das condições de vida e transformando-se em elo de fortalecimento da identidade indígena.

No Uruguai, as atividades turísticas nos espaços rurais surgiram na década de 1980. Inicialmente, eram poucos empreendimentos voltados para as atividades turísticas nos espaços rurais. Segundo Mailhos (1998a), o o TR, pode ser subdivido em três diferentes modalidades: “*Estancias*”, “*Hoteles de Campo*” e “*Por el Dia*”: As “*Estancias*” são propriedades rurais produtivas que utilizaram suas antigas instalações para a hospedagem. Nestas modalidades, o turista pode participar do cotidiano agropecuário da propriedade e conviver com seu

proprietário e familiares; Os “*Hoteles de Campo*” são empreendimentos turísticos instalados na área rural, que primam pelo conforto, e são muito semelhantes aos hotéis do centro urbano; “*Por el dia*” é uma modalidade propícia para receber o turista por um curto período, no máximo 12 horas, com programações diversas como andar a cavalo, participar da colheita, das festas típicas, conhecer a comida típica regional, comprar produtos da localidade e participar das tarefas rurais com apoio didático; passeios guiados; reconhecimento da flora, fauna e demais particularidades de cada estabelecimento; atividades de cavalgadas e passeios em carruagem.

Na Argentina, vem aumentando gradativamente o número de turistas nacionais e internacionais que visitam os espaços rurais. As primeiras experiências de empreendimentos turísticos rurais realizaram-se no fim da década de 1960, com a abertura de magníficas fazendas, as “Estâncias”. Pode-se dizer que foi a partir da década de 1980 que estas atividades turísticas se desenvolveram realmente. Nos dias atuais, é possível identificar vários empreendimentos turísticos rurais espalhados por todo o país, especialmente na região da Patagônia.

Segundo Barreras (1998), as modalidades do turismo no espaço rural argentino são: ecoturismo voltado para a visita de meios naturais; o agroturismo referendado neste país como a atividade turística que se caracteriza pela participação do visitante no cotidiano da roça; o turismo cultural, o que permite ao visitante reconhecer a cultura do tradicional meio rural argentino; o turismo de aventura, que utiliza os recursos naturais dos espaços rurais para esportes radicais e de aventura; o turismo desportivo, voltado para a caça de animais em fazendas de caça; turismo técnico e científico, voltado para a visita de propriedades rurais produtivas e com alta tecnologia e turismo educativo, voltado para a visita de escolas que levam seus alunos para conhecerem o mundo rural.

As atividades turísticas no espaço rural brasileiro começaram a se desenvolver há aproximadamente trinta anos, 30, ainda confundem-se em seus múltiplos conceitos. Voltada principalmente para a realidade do campo, com suas tradições e culturas, também é denominado de turismo rural, turismo de interior, turismo alternativo, endógeno, turismo verde e turismo de campo. Apresenta várias modalidades e diferentes possibilidades de integração com as práticas agropecuárias cotidianas, com a criação de animais silvestres como o javali, capivara, avestruz, aves exóticas, atividades esportivas, culturais, medicinais, ou mesmo voltadas para práticas tipicamente urbanas.

Tem-se notícia, no início dos anos 1980, em Lages, Santa Catarina, dos primeiros empreendimentos turísticos do TR no Brasil. Aquela cidade foi batizada de “ Capital Nacional do Turismo Rural”, pois foi onde surgiram os primeiros empreendimentos turísticos rurais, em resposta às dificuldades financeiras enfrentadas por produtores rurais da região. Outras iniciativas se multiplicaram rapidamente e, num segundo momento, fazendas como a do Barreiro e Boqueirão começaram a ofertar hospedagem, além do dia de campo

UMA EXPERIÊNCIA VIVENCIADA DE TURISMO RURAL PARA O MERCADO: MODELO ROTEIRO DO CAFÉ

Acredita-se que este turismo rural, vivenciado em distintas localidades acima apresentadas, múltiplo e diverso, se ofertado sobre esta perspectiva pode atender aos valores contemporâneos de mercado, defendido por Rolf Jensen (1999), um dos mais importantes estudiosos dos hábitos de consumo da humanidade, apresentando a Sociedade dos Sonhos como uma mudança fundamental no paradigma da produção industrial e da oferta de serviços, isto é, um fenômeno comportamental que anuncia novas necessidades e tendências de mercado, nas quais o componente emocional assume uma posição central na lógica do consumo.

Para ancorar a discussão sobre este tema, este trabalho optou pela apresentação de um roteiro turístico rural existente no Estado de São Paulo, oferta com várias atividades englobando distintas propriedades e experiências a Rota do Café Paulista descrevendo seu processo de formatação objetivando e oferta múltiplas experiências a mais do que somente hospedagem no campo.

A valorização do intangível deste universo do Café do Brasil foi o foco introdutório para a construção deste roteiro ofertado para o mercado desde 2009, que trabalha a cultura o elemento agregador nos territórios em que a atividade turística e pode vir a ser um elemento importante no desenvolvimento sócio econômico e na geração de negócios. Reunindo a capacidade criativa com o planejamento das ações deu-se inicio a construção do roteiro Café.

Capacidade Criativa	1ª. Fase da Construção do Modelo do Roteiro Café
Planejamento das ações	

Reconhecer os valores e as necessidades do turista foi considerado o eixo fundamental desta construção, pois os valores e sensações que o consumidor deve levar deste produto será o elemento que decidirá a viabilidade, o retorno e a escolha do destino. A procura por um turista que procura experiências autênticas, conhecimento e sensações independente de sua idade e sexo é o destino final deste produto. Bem como a definição daqueles empreendedores participantes, pois estes também alem

de terem propriedades que referenciavam o produto de origem café teriam que ter a aptidão para serem inovadores, com um perfil de cooperação e adesão. Nesta metodologia de construção de produto a sistematização apresentada anteriormente na primeira parte deste trabalho aqui é utilizada como fator de entendimento do produto a ser ofertado por propriedade

Reconhecimento da Demanda Seleção dos empreendedores Diagnóstico do Produto de Origem Diagnóstico Empresarial	2ª. Fase da Construção do Modelo do Roteiro Café
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

O roteiro tem início em a Fazenda Águas Clara, também conhecida como **Fazenda Ambiental** em São Paulo, na localidade de Itapira, uma propriedade rural produtiva, exportadora de café orgânico. Apresenta-se como sendo uma fazenda cafeeira que mantém mais que tradição, um conceito de desenvolvimento que interage turismo, agricultura sustentável e desenvolvimento local. O ponto inicial desta experiência propõem-se a oferta o bem receber do jovem proprietário, a qualidade de hospedagem, mas fundamentalmente o adentrar no universo da produção, da certificação orgânica e na vivência de se fazer um turismo envolto de objetivos de qualidade de vida e propostas ambientais.

Neste sentido uma preocupação fundamental é a de salvaguardar o autêntico que tem raízes históricas e tradição desde a arquitetura da casa sede até mesmo a conversa de fim de tarde ao pé do fogão, esta uma profusão de encontros, contos e causos, por isso nesta etapa inicial a maior experiência ofertada e a crença de seus jovens proprietários, uma nova geração de “ agricultores do turismo ” que acreditam em um momento de vida melhor para si e para todos, aproveitando os insumos existentes do passado produtivo e do presente também produtivos, mas estrategicamente ambiental. Caminhadas na propriedade, passeios de bicicletas no entorno para visitar vilas, pequenos agricultores, secas, debulhas e ensacamento são atividades vivenciais providenciais deste contexto.

O terceiro dia tem início com despedidas desta Itapira que agora agrega a história com mitos e lendas rurais e se transforma em um novo elemento de conhecimento deste turista visitante e participante da Sociedade dos Sonhos do café com Barões, sinhaszinhas, escravos, imigrantes, riqueza, labuta, trabalho e experiências agregando passado, presente e o futuro das sensações.

O caminho para o novo destino, a **Fazenda Capoava**, localizada no Município de Itu, segunda etapa do Roteiro do Café, passa por Campinas e visita as tradições camponesas do café quando das narrativas que priorizam as referências do intangível, memórias e sensações procurando em palavras, mostrar o quão perto estão estes visitantes de realizar o sonho, de ser por alguns dias, parte deste universo do café do Brasil. Paradas em sítios de pequenos produtores, Imigrantes Italianos, do Circuito das Frutas com conversas sobre a região são segundo Barros (2009), uma forma impulsionadora de desenvolvimento sócio econômico e humano. É a certeza que a cultura reúne um conjunto de ativos mobilizadores, que agregam valor ao negócio.

O pouso na **Fazenda Capoava**, tem na elegância e no charme, um dos pontos fundamentais, mas nesta, a experiência primordial é a do conhecimento no centro cultural bem como a possibilidade de viver a experiência de passear nas zonas rurais junto a cavalos experientes e bem escolhidos, pois o berço da raça Mangalarga esta lá, com o Projeto Raízes do Mangalarga que permite ao turista entender árvores genealógicas, porte, selas e outros elementos destes universos. Para quem não é habitual na montaria voltas nos picadeiros com instrutores, professores de cavalos, permitem experimentar, mesmo que por poucos minutos, ousar e ser um cavaleiro.

Para aqueles que querem e dominam a arte da cavalgada, passear nos campos ver a lida diária é de fato uma retomada de uma nova experiência, a de vencer limites e depois o experimentar uma gastronomia típica de café com aqueles que conhecem os segredos, os baristas, finalizam mais um dia de intensas sensações que permite o dormir no mundo do café, acordando com o galo a cantar no raiar do sol de bom humor, mesmo de madrugada, como gente do campo a espera do cotidiano e da lida do campo.

Bela Vista, terceira etapa do roteiro, que tem sua proprietária uma engenheira agrônoma produtora de café, é a ofertante do dia de campo, com todas as artes da produção do café da colheita, da secagem, da torrefação até o entendimento de degustação. Neste dia regado a muita informação e a lida do campo do conhecimento prático com vivências de debulhar, torrar, empacotar e tudo mais é o dia de “vestir a camisa do café” colocar o macacão de trabalho que depois é presenteado a seu usuário conjuntamente com um livro de experiências do turismo rural, o sentir o cheiro da terra, por a mão na massa” e a proposta deste momento de experiência. No retorno a Capoava para o lanche da tarde, durante o descanso merecido, certamente muitos estarão sentindo que viveram algo inusitado de fato.

O fim do roteiro em terra de Itu, não poderia deixar de ser uma ceia especial na **Chácara do Rosário**, terra dos bandeirantes paulistas, com convidados historiadores, músicos entre outros que incorporam o espírito do antigamente. Nesta ceia a família Pacheco recebe mais que turistas, pessoas especiais interessadas em conhecer suas verdades. Saímos imaginariamente do mundo do turismo de experiência para a sensação de amigos conversando em um sarau.

O grande final, quinto dia, antes do retorno ao centro de São Paulo, vamos em direção ao mar, ao Porto de Santos, com o objetivo de fazer um processo de passagem do rural ao mundo urbano, mas ficando a sensação de ter vivenciado por uns dias, a cultura do café do Brasil. O mundo da bolsa de café, das importações e exportações, o conhecer as origens históricas permite o brinde final claro que com um coquetel a base de café chamado “encontrar dos deuses”... é possível...

No retorno ao aeroporto em São Paulo, o roteiro espera deixar na memória coletiva a visitação, hospedagem em um extraordinário conjunto patrimonial das fazendas de café, que retratam o apogeu desta cultura, a exuberância das matas e dos riachos e cachoeiras, passeios ecológicos e a aventura rural e musical.

Espera-se ofertar neste, experiências autênticas e exclusivas defendidas por James Gilmore e Joseph Pine (1999) que apontaram que as novas ofertas, para contemplar as novas demandas, deveriam priorizar a “promoção e venda de experiências únicas”, ou seja, “emoções memoráveis e a Economia da Experiência,

Este roteiro é ofertado no mercado de turismo formal, podendo ser integral (cinco dias) mas também de três dias, e um dia de campo, procurando assim atender as múltiplas necessidades da demanda. O encontro de um produto de experiência com a definição de seu produto de origem, identificação dos empreendedores participantes, construção de um produto com tarifas e mercado, bem como a operação deste no mercado de turismo foi uma metodologia construída. Encontrar um novo destino para os projetos turísticos rurais e por a metodologia construída aqui denominada de “Produtos de Origem Turístico” é uma pratica a ser disseminada como modelo de negócios inovador em prol da valorização do segmento turístico rural.

BIBLIOGRAFIA

ALENCAR, E. “**Novo Padrão Agrícola, Complexo Agroindustrial e Associativismo Roteiro Para Discussão**”. Lavras: Universidade Federal de Lavras, 1997

ALMEIDA, J.A.; BLOS, W. O marketing do turismo rural e o desenvolvimento sustentável. In: UFSM (ed.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Santa Maria: UFSM, 1998. Cap. 1, p.57-64.

BARRERA, E. *Las Rutas Alimentarias Argentinas: Um Aporte Para La Construcción de Lãs Rutas Alimentarias Americanas*. In: Seminário Sobre Turismo Rural y Su Contribución a La Creación de Empleo Y a La Conservación del Patrimonio. Paraguai 2003

BARROS, V. **O SEBRAE e o estímulo às atividades culturais e à economia da experiência em territórios turísticos brasileiros**. Revista Global Tourism. Vol 5 n1. Maio, 2009.

CARNEIRO, M. J (1994) “ **Pluriatividade no campo. O caso francês.**”Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo: n ° 32, ano11, p.87-102 ,out, 1994.

CARNEIRO, M. J. (1997) **Realidade: novas identidades em construção**. Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, Natal:p.147- 185.

CAVACO, C (1996) “Do **despovoamento ao desenvolvimento local: desafio ou utopia**”in IEG/FLUC (Ed) Dinamismo Socioeconômico e (Re) Organização territorial: processos de Urbanização e Reestruturação Produtiva, Coimbra: pp 333-356

DESPLANQUES, H. Une nouvelle utilisation de l'espace rural en Italia: l'agritourisme. **Annales de Géographie**, Paris: v.82, n.450, p.151-64, mars-avril, 1973.

DONNERMEYERER, J. F. Turismo rural e cultura local: a experiência Amish In: ALMEIDA, J.A.; RIEDLY, M. (org). **Ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru, SP: EDUSC, 2000.

GRAÇA JOAQUIM, M. Da identidade à sustentabilidade ou a emergência do turismo responsável . **Revista de Sociologia - Problemas e Práticas**. V.12, n .23, Lisboa, 1997.

HAUSER, M. Evolución del turismo rural en Austria, intento de aplicación de una idea de marketing al caso del Tirol. In: **SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL**. Faro: Escola de Economia, Gestão e Turismo/ Universidade do Algarve, 1993. p. 19-26.

JENSEN ROJF, **The Dream Society**: How the coming shift for information to imagination will transform your business. New York, MacGrow Hill 1999.

KELLER, P. Turismo rural, ¿esperanza o ilusión? Una aportación vista desde la perspectiva de Suiza. In: **Seminário Internacional sobre Turismo Rural**_ Faro: Escola de Economia, Gestão e Turismo / Universidade do Algarve, 1993. p. 27-33.

LAURENT, C.; MAMDY, J. F. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDLY, M.; ROEHLICH, J. M. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento**. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 1998.

MAILHOS.V. **Experiencias asociativas de los productores agropecuarios en el uruguay. Apreciaciones sobre el turismo rural del uruguay de ayer y hoy** In:.Congresso Internacional de Turismo Rural del cone Sur, **3**., Buenos Aires, 1998. P.6-12

MOREIRA, FERNANDO JOÃO - **O Turismo em Espaço Rural: Enquadramento e Expressão Geográfica no Território Português**_Lisboa: Universiade de Lisboa 1993. 225 f.

MOINET, F. **Le tourisme rural**. Paris. France Agricole, 1996.

OPPERMANN, M. **Tourism space in developing countries.** Annals of Tourism Research, London, v.20, p.535-56,1993.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO-OMT. **Dados essenciais.** Madrid: OMT, 1996

OURIQUES, H.R. **Turismo em Florianópolis.** Florianópolis: UFSC, 1998.

FEREIRA, I. T. À beira-mar plantados. **Revista Evasões Portugal**, v.4, p.26-36, ago. 1998.

PINE II, B. Joseph. GILMORE, James H. **The Experience Economy: work is theatre and every business a stage.** Boston. Harvard Business School Press, 1999.

PRESVELOU, C. Ações inovadoras em turismo. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDLY, M.; FROEHLICH, J. M. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento.** Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 1988.

ROQUE, AM – **Turismo no espaço rural na região sul e sudoeste de Minas.** . Lavras - Minas Gerais Universidade Federal de Lavras, 2001. 102 f.

SAINT-HILAIRE. A de **Viagens pelas províncias do Rio de Janeiro e Minas Gerais (1816-1822).** São Paulo. USP, 1974.

SILVA, J.G.; VILARINHO, C.; DALE. P.J.; Turismo em áreas rurais. In: ALMEIDA, J.A.; RIEDLY, M.; FROEHLICH, J.M. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento.** Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria,1998.

TEIXEIRA, V.L. **Pluriatividade e agricultura familiar na região serrana do estado do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: UFRRJ,1998.185p. (Dissertação – Mestrado)