

TURISMO NO ESPAÇO RURAL: DEBATE E TENDÊNCIA

Maria Cristina Angélico de Mendonça¹

Mário Otávio Batalha²

Antônio Carlos dos Santos³

RESUMO: Turismo no espaço rural é uma modalidade de turismo que está sendo foco de investidores e estudiosos. No entanto, existe pouca divulgação de estudos focando o turismo no espaço rural, apresentando as características da indústria a qual ele pertence, mostrando as discussões atuais e tendências no mundo. Este estudo, então, preocupado com isso, reuniu informações sobre tais pontos e mostra que mundialmente o turismo no espaço rural é uma modalidade alternativa que surgiu em contraposição ao turismo em massa, tem sido visto como a solução para regiões menos favorecidas e, por isso, está sendo foco de muitos estudiosos e investidores. A indústria a qual ele pertence apresenta características como a complementaridade dos segmentos que a compõem e por isso exige uma gestão diferente. Pelos problemas levantados, acredita-se que a questão essencial do turismo no espaço rural no mundo é a falta de conhecimento, tanto por parte dos agentes de turismo em lidar com as características do meio rural, quanto dos produtores rurais em lidar com as características da indústria de turismo. O cluster, pelas suas características, é a forma mais adequada às características da indústria de turismo e especificamente ao turismo no espaço rural que demanda integração, coordenação e cooperação. O turismo no espaço rural organizado dessa forma, poderá amenizar os problemas apresentados como de subdesenvolvimento regionais e de desvalorização de pequenas e médias empresas rurais que existem pelo mundo.

Palavras-chave: indústria do turismo, turismo no espaço rural, setor rural.

TOURISM IN RURAL SPACE: DEBATE AND TRENDS

ABSTRACT: Tourism in rural space is a tourism modality which has lately been the focus of investors and students. However there has been little spread of studies focusing such modality, featuring the characteristics of the industry to which it belongs, showing up-to-date discussions and world trends. So, this study, concerned as it is with it, has gathered information on such points and shows that, worldwide, tourism in rural space is an alternative modality that arose in counter-position to mass tourism, has been seen as a solution to poorer regions and, because of this, has been the aim of many investors and students. The industry to which it belongs features characteristics like the complementarity of the segments that make it up and due to this it demands a different management style. By the problems raised, one believes that the essential question concerning tourism in rural space in the world is the lack of knowledge, both on behalf of the agents in dealing with the characteristics of the rural environment and the rural producers' behalf in dealing with the characteristics of the tourism industry. The cluster, due to its characteristics, is the most adequate form to the characteristics of the tourism industry and specifically to tourism in rural space, which demands integration, coordination and cooperation. Once organized that way, tourism in rural space may come to smoothen problems said to be of regional under-development and de-valorization of small and medium rural enterprises that exist worldwide.

Key words: tourism industry, tourism in rural space, rural sector

1 INTRODUÇÃO

Turismo no espaço rural é uma modalidade de turismo que pode ser entendida como sendo toda maneira turística de visitar e conhecer o ambiente rural, enquanto se resgata e valoriza a cultura regional. Ele é capaz de

integrar-se às práticas produtivas cotidianas da propriedade rural, permitindo o fortalecimento das atividades agropecuárias que são, ao mesmo tempo, atrações turísticas e fontes de renda. (EMBRATUR, 1994).

Para Cavaco (2001), turismo no espaço rural é um turismo de espaços naturais e,

¹ Professora Assistente, DAE/UFLA, Lavras-MG, Cx Postal 37, Tel. (035) 829-1441.

² Professor Adjunto, DEP/UFSCAR/ São Carlos-SP, Cx Postal , Tel (16) 260-8239.

³ Professor Adjunto, DAE/ UFLA, Lavras - MG, Cx Postal 37, Tel.(035) 829 1441.

sobretudo, de espaços humanizados, ativo ou apenas contemplativo, que assegura um regresso ao passado pela cultura.

Atualmente existem diversas modalidades como agroturismo, turismo rural, ecoturismo, fazenda hotel, hotel fazenda, turismo de aventura, dentre outras. Essas modalidades às vezes se sobrepõem e, para evitar qualquer confusão conceitual, no presente artigo será adotada a terminologia “turismo no espaço rural”. Essa denominação foi sugerida por Graziano da Silva et al. (1988), por refletir melhor a amplitude de oportunidades presentes no meio rural.

O turismo no espaço rural tem sido considerado como a solução para problemas como marginalização, desigualdade, desertificação humana, falta de preservação ambiental de regiões e pequenas e médias empresas do meio rural. Esses problemas são decorrentes do crescimento econômico mundial.

Atualmente, no Brasil, essa modalidade de turismo representa uma opção empresarial que pode contribuir para o desenvolvimento rural. Ela defende a valorização e a conservação das características naturais e históricas das propriedades e garante a preservação dos valores humanos. Além disso, é uma atividade que proporciona prazer ao visitante, que pode vivenciar a intimidade da vida no campo e na natureza. Se bem planejada, pode ser uma estratégia de suplementação ou complementação dentro da propriedade rural, permitindo a estabilidade da organização e a integração das atividades tradicionais.

O empresário rural pode optar pelo tipo que mais se enquadra à sua realidade, aproveitando as vantagens competitivas do local, as estruturas e a mão-de-obra. Estas formas de atividades permitem a interação entre o setor rural e urbano, ou seja, a inter-relação social entre seres de diferentes espaços o que, segundo Tagliari e Franco (1997), é positivo.

No entanto, existe pouca divulgação de estudos que apresentem o turismo no espaço rural como integrante de uma indústria que gera retornos significativos para a economia e que tenha características e exigências gerenciais diferentes das aplicadas ao setor rural. Considerando essa observação, o presente artigo teve como preocupação reunir informações sobre o turismo no espaço rural, características da indústria a qual ele pertence, discussões atuais e apresentar tendências.

2 TURISMO NO ESPAÇO RURAL: PANORAMA GERAL

2.1 Nível internacional

Para Sobanski (1995) e também Cavaco (2001), no espaço rural a atividade de prestação de serviços de turismo é antiga, com diversas conceituações e princípios. Essa atividade iniciou com as férias, devido à crescente urbanização da velha nobreza fundiária na Europa e pela territorialização das burguesias urbanas. O que deu início a essa atividade foi a necessidade de mudar de ares, de ambiente, de rotina das vidas mais ou menos ociosas da classe burguesa. Naquela época não havia interesse comercial.

Num outro momento, a busca era pela qualidade do ambiente rural para convalescências e curas, nas áreas de verões frescos e invernos amenos, com nascentes de águas com potencialidade curativa.

No período da intensificação do uso do solo pela agricultura, industrialização e êxodo rural, surgiram as férias de famílias com pouco dinheiro. Utilizavam-se alojamentos nas casas de famílias e amigos ou residências herdadas. Pouco comprava-se e pouco gastava-se com supérfluos. Essa forma de turismo era e é tradição na Suíça e Áustria e permitiu a permanência da pequena agricultura pelo aluguel de quartos a preços baixos.

Em um outro período, as classes médias e altas passaram a fugir da banalização popular, dos ambientes de cimento e da poluição, buscando outras paisagens, experiências de vida, gente simples, espontânea, acolhedora e com outros ritmos (Urry, 1999).

Em algumas partes do mundo, como nos Estados Unidos, Nova Zelândia e Irlanda, são oferecidos “farm houses”, “country houses” (quartos no campo), “village inn hotels” (vilas) e “manor house hotels” (velhos castelos, casas senhoriais e pavilhões de caças). Na França, existem os “gîtes”, os “chambres d’hôtes” (aldeias) e os campings. Essas modalidades surgiram do hábito do rancheiros de cederem espaço em suas terras para acolher viajantes, visitantes e pescadores. Esse acolhimento era anteriormente gratuito, mas, com o decorrer do tempo, os rancheiros perceberam que essa poderia ser uma atividade lucrativa.

Em países como a França, Portugal, Espanha, Alemanha, Hungria e Itália é habitual receber turistas no campo. Desde tempos antigos tem-se notícia da existência de famosos “paradores”, como o de Santiago de Compostela, na Espanha, que eram abrigos de viajantes e caçadores, onde se ofereciam acomodações a baixos custos. Em Portugal, o turismo rural, caracterizado pelo acolhimento familiar, é chama-

do de turismo de habitação, quando ocorre em palácios ou residências de riquezas arquitetônicas no campo; turismo rural, quando a hospedagem é em casas rústicas de quintas e fazendas no meio rural e agroturismo, aquele diretamente integrado a uma exploração agrícola, da qual o turista pode, inclusive, participar diretamente (EMBRATUR, 1994).

No final da década de 1970, a iniciativa na Europa foi a de recuperar o patrimônio com grande valor histórico inserido no meio rural e agrícola, como casas rústicas, aldeias, pousadas e edifícios burgueses. No decorrer do tempo, o crescente interesse pela atividade de turismo no meio rural gerou melhoras no produto oferecido. Houve remodelação de construções velhas, construção de alojamentos independentes com cozinhas e banheiro, construção de hotéis rurais e foram criados parques e campings. Essas iniciativas foram de agricultores, não agricultores e alguns empresários que foram mais além, construindo restaurantes e oferecendo atividades esportivas e de recreação. Em seguida, houve uma crescente procura por compra de casas para férias no meio rural que por sua vez, também passaram a oferecer alojamentos. Com o esgotamento das construções antigas no meio rural, buscaram-se parcelas agrícolas próximas para novas construções, sempre respeitando os padrões da arquitetura regional (Cavaco, 2001).

2.2 Nível nacional

O turismo no espaço rural brasileiro iniciou-se em 1985 e a região pioneira na prestação desses serviços foi Lages, estado de Santa Catarina, no sul do país. Essa região era ponto de parada na travessia entre o planalto serrano catarinense e o estado do Rio Grande do Sul. A base de sua economia era a pecuária e a exploração da madeira. Com a escassez da madeira nativa, foi necessário buscar alternativas de mudanças e, em 1986, alguns produtores resolveram abrir as suas propriedades rurais para visitantes que vinham todos os lugares passar o fim de semana e vivenciar o dia-a-dia da fazenda. Inicialmente, o visitante chegava à propriedade pela manhã para tomar o café e nela permanecia até o anoitecer, participando das atividades, como tosa das ovelhas, doma dos potros, inseminação artificial, entre outras. Mais tarde, essas práticas foram chamadas de agroturismo, dando origem a outras, como fazendas-hotéis ou hotéis-fazenda, que forneciam pousos aos turistas. Atualmente, em Lages, existem diversas formas de turismo no espaço rural, como o agroturismo, fazendas-hotéis, hotéis-fazenda de lazer, ecoturismo, belos

hotéis-fazenda, pensões e pousadas. Lá são oferecidos atrativos como comida preparada em fogão a lenha, produtos fabricados no local, cavalgadas, pescarias e turismo de aventura. Foi criada em Lages a primeira rota de “turismo no espaço rural”.

No Rio Grande do Sul, o turismo no espaço rural teve início, aproximadamente em 1993 nos municípios da “Quarta Colônia”, região rica em tradição e cultura que apresenta lazer ligado à natureza e às áreas rurais. As classificações de turismo identificadas nessa região são: casas de fazenda, casas de colônia, fazenda e hospedarias e hospedarias coloniais. As casas de fazenda estão concentradas na região de Lavras do Sul, São Francisco de Paula, São José dos Ausentes, entre outros, somando cerca de 15 fazendas. As casas de colônia estão concentradas na Serra Gaúcha, na região de Flores da Cunha, Gramado, Forquilha, entre outros e somam 8 unidades.

No estado de São Paulo, o turismo no espaço rural teve seu início oficialmente em 1996, nos municípios de Fernandópolis e Pontes Gestal. O interior paulista é rico e próspero em atividades turísticas, especialmente as cidades de Amparo, São José do Barreiro e Mococa, com belas e antigas fazendas. Em Minas Gerais, o início foi em 1994 e com vocação para as chamadas rotas como a rota da cachaça, do queijo e das flores. O Rio de Janeiro conta com propriedades rurais que guardam o patrimônio arquitetônico do ciclo do café. Nesse estado, existe a “rota do café”, na região de Vassouras, que compreende os casarios coloniais de forte conotação histórica e a “rota da truta” nas regiões serranas. No Espírito Santo, o turismo no espaço rural iniciou na região de montanha (Afonso Cláudio e Domingos Martins), com o objetivo de melhorar a ocupação de hotéis do município nos dias de semana e oferecer uma renda complementar aos produtores rurais pela comercialização de seus produtos (vinhos, queijos, embutidos, doces, etc.). A atividade predominante lá é o agroturismo. Além do agroturismo existe, no estado do Espírito Santo, a trilha abençoada, que permite caminhadas reflexivas enfatizando a história, o misticismo e refazendo o trajeto percorrido pelo Padre Anchieta na costa capixaba. No estado do Mato Grosso existem as modalidades ecoturismo, turismo rural, turismo aventura, turismo cultural e esportivo. O estado de Goiás vem ocupando destaque no cenário turístico nacional com o turismo no espaço rural iniciado em 1998. No Distrito Federal, o seu início foi em 1996, com a iniciativa de pequenas propriedades

rurais, que buscavam agregar valores aos seus produtos.

Na Bahia, o começo foi em 1997, na fazenda centenária em Ilhéus, chamada Primavera. Essa fazenda possui um acervo de documentação que data da época do Império. Hoje, o estado conta com cerca de trinta propriedades rurais distribuídas na Costa do Cacau, Recôncavo, Costa dos Coqueiros e Chapada Diamantina, formando a ‘rota do cacau’, que consorcia grandes fazendas cacaeiras com atividades turísticas. No Ceará, o turismo no espaço rural está distribuído basicamente em quatro pólos: Periferia de Fortaleza, Sertão Central, Região do Cariri e Serra da Biapaba. Em Pernambuco, o processo iniciou na região de Garanhuns, com algumas iniciativas particulares. O estado está ainda fortemente arraigado à cultura da cana-de-açúcar, atividade que retrata em muitos engenhos toda a memória histórica dos ciclos econômicos do país. Identifica-se nesse estado o “roteiro dos engenhos”, explorando a antiga atividade econômica da região, cenário, inclusive, de obras literárias.

No Pará, o interesse pelo assunto vem sendo liderado pelo Sindicato Rural e Associação de Municípios do Araguaia e Tocantins. No estado do Amapá também percebe-se que começa a haver interesse pelo assunto focando o ecoturismo. Na Amazônia, diversas iniciativas ligadas ao Ecoturismo têm sido implementadas, muitas de sucesso e outras de insucesso (Zimmermann, A. 2002).

3 A INDÚSTRIA DO TURISMO

Mundialmente, o turismo é a terceira maior indústria do mundo, depois da indústria de petróleo e de automóveis e apresenta os mais elevados índices de crescimento no contexto econômico. De 1950 a 1992, a média de crescimento foi de 7,2% ao ano. Especificamente na década de 1990, este setor foi considerado o mais significativo da economia mundial, apresentando, na sua primeira metade, um crescimento entre 3% e 3,5% e, na segunda metade, de 4% e 5%. A previsão é de que, até o ano de 2010, sejam identificados 937 milhões de turistas, representando um crescimento de 100% entre os anos de 1990 a 2010 (Miloni e Miloni, 2000; Silber, 2000). Lage e Milone (2000) afirmam que a atividade de turismo, em 1999, contabilizou um aumento de 12% na renda, gerou 212 milhões de empregos e movimentou aproximadamente US\$ 3,38 trilhões, representando 11% do PIB global. A expectativa era de que, na virada do século, chegasse a representar mais ou menos US\$ 7 trilhões. Segundo Antônio, citado por

Paixão (1999), o turismo é uma máquina de gerar receitas, empregos e oportunidades, pois movimentou 52 setores diferentes da economia.

No princípio, a indústria oferecia apenas o turismo em massa. Em função de vários problemas decorrentes dessa modalidade, como custos de congestionamentos, limites sociais e destruição ambiental, surgiu um turismo alternativo em contraposição ao primeiro. Esse turismo alternativo defende a preservação ambiental e o respeito à herança social e cultural. O turismo no espaço rural representa esse turismo alternativo e está sendo foco de muitos estudiosos e investidores que buscam respostas gerenciais para essa atividade.

A indústria do turismo atualmente oferece vários serviços. Lickorish e Jenkins (2000) os dividem nos setores primário, secundário e terciário. O setor primário resume-se no transporte, na indústria de viagens, nas acomodações e alimentação e nas atrações turísticas; o setor secundário, em lojas varejistas, bancos, entretenimento, excursões e serviços pessoais e o terciário nos serviços dos setores públicos, imprensa, comida/combustível, fabricantes e fornecedores e a indústria de viagem/infra-estrutura e de equipamentos. As decisões tomadas no setor primário influenciam as decisões do secundário que, por sua vez, influenciam as do terciário.

Seu produto turístico também é fator que a diferencia das outras pelo fato de ser intangível. Ele é composto por uma combinação dos bens turísticos (atrativos naturais, culturais e patrimoniais) mais os serviços turísticos que, juntos por relações de interação e interdependência, fazem com que a indústria de turismo seja mais complexa (Lickorish e Jenkins, 2000 e Mota, 2001).

Os bens turísticos são materiais (mares, praias, a paisagem do meio rural, etc.), imateriais (arte, folclore e prestígio), livres (ar e clima) e apropriáveis (coleção de arte, campos de esporte, etc.) e proporcionam ao homem a satisfação de exigências fisiológicas, espirituais, culturais e morais (Mota 2001).

Téboul (1999) afirma que, em vista de tais características, a gestão de serviços de turismo, mais especificamente de seu processo, torna-se mais complexa, dificultando a avaliação dos resultados da indústria e o controle da qualidade dos serviços antes da compra.

Muitos são os cuidados que um gerente de turismo deve ter. Entre eles, o tempo de deslocamento do cliente até as instalações, ou vice-versa, o tempo de espera do cliente na fila, a comunicação transmitida ao cliente durante e após o processo, etc. (Gianese e Corrêa, 1996).

A intangibilidade desse produto gera dificuldades gerenciais, como a dificuldade de padronização; a necessidade da presença do cliente durante o processo, sendo os serviços produzidos e consumidos simultaneamente; a impossibilidade de estocagem para amortecer os impactos das variações da demanda e a impossibilidade de patenteação e, por isso, exige estratégias para assegurar o benefício da inovação (Téboul, 1999).

4 O DEBATE ACADÊMICO

O turismo no espaço rural tem sido foco de análises várias acadêmicas, que buscam respostas principalmente para os problemas de subdesenvolvimento regionais e de desvalorização de pequenas e médias empresas rurais por meio do turismo. Nessa caracterização, teve-se a preocupação de escolher estudos em todos os continentes do mundo, no intuito de ter uma visão geral de benefícios obtidos com o turismo, problemas identificados para o desenvolvimento da atividade, bem como sugestões para resolvê-los. Esse levantamento de estudos é apresentado a seguir.

4.1 Assuntos tratados

Nos EUA, especificamente em Norfolk, Virginia, Yoon, Gursoy e Chen (2000), desenvolveram um estudo focando os impactos que o turismo causa às regiões e aos residentes locais. Esses impactos são de ordem ambiental, cultural, social e econômica e quando negativos, fazem com que os residentes desacreditem na atividade turística. O autor sugere que o planejamento seja realizado com a comunidade, para que a mesma fique consciente de que, se tais impactos forem controlados, o turismo pode trazer benefícios para todos. Na Inglaterra, Walford (2000) fez um estudo exploratório da distribuição de acomodações em fazendas, com o objetivo de dimensionar a capacidade de atendimento de turista e propôr um modelo de desenvolvimento dessas acomodações. Busby e Rendle (1999) focaram a fase de transição de turismo na fazenda para fazenda de turismo na Inglaterra, numa tentativa de conceituar melhor as modalidades de turismo; Oppermann (1996), as definições de turismo rural na Alemanha; Fletcher e Cooper (1996), na Hungria, as dificuldades práticas de produzir uma estratégia de turismo e de implementação de planos para o turismo; Yoon, Gursoy e Chen (2001), os impactos do planejamento de turismo; Brohman (1996), o turismo no terceiro mundo, considerando a Ásia, Oceania, a África e a América Latina; Clarke, Denman, Hickman e Slovak (2001), o plano de marketing para

Hungria, Alemanha, Polônia, Holanda; Nilsson (2002), as conceituações e definições na Dinamarca, Noruega, Inglaterra, Irlanda, Alemanha, Áustria, Itália, Suécia; Reichel (2000), em Israel, a satisfação dos turistas; Holan e Phillips (2001), o desenvolvimento do turismo em Cuba; - Hoggart e Paniagua (2001), a reestruturação do meio rural na Inglaterra e Fredline e Faulkner (2000), a reação da comunidade com relação ao turismo na Austrália.

No Brasil, os estudos encontrados foram os de: Campanhola, (1999), que mostrou um panorama do turismo no espaço rural brasileiro; Froehlick (2000), que fez uma análise das contribuições do turismo rural para a agricultura familiar; Montenegro (2001), que estudou o turismo rural e o ecoturismo no Distrito Federal; Schneider e Fialho (2000), que estudaram as atividades não agrícolas e o turismo rural no Rio grande do Sul; Silva, Vilarinho e Dale (1998), estudaram o turismo em áreas rurais focando suas possibilidades e limitações no Brasil e Roque (2001), que estudou a trajetória das atividades turísticas no espaço rural mineiro, suas diferentes modalidades e seu processo de construção e desenvolvimento.

Nesses estudos foram identificados alguns benefícios, vários problemas e várias formas para solucioná-los.

Os benefícios são renda adicional para o produtor rural; o turismo é um agente de mudança social; aumento da qualidade da infra-estrutura, redução da saída da mão-de-obra do meio rural, aumento da oferta de empregos, a intercambialidade de costumes urbanos e rurais e a melhoria da qualidade de vida no meio rural.

Os problemas identificados por esses autores são vários, como podem ser vistos separadamente, por regiões, no Quadro 1.

Vários são os problemas, mas que podem ser resumidos principalmente na deficiência de conhecimento gerencial dos negócios dessa indústria que requer integração, coordenação e cooperação. Portanto, justificam-se estudos que realcem esse ponto.

Os mesmos autores mencionados, apresentaram soluções para os problemas, como segue no Quadro 2.

Pelas sugestões, percebe-se que existe uma visão da necessidade de união entre os agentes que prestam serviços de turismo. Isso indica que tais estudiosos estão percebendo o turismo no espaço rural como uma modalidade de turismo de uma indústria que tem características particulares e que requer uma performance gerencial também particular.

QUADRO 1 Problemas na atividade de turismo espaço rural

EUROPA	América do Norte	MERCOSUL	Terceiro Mundo	Brasil
Falta de gestão e planejamento	Impactos social, ambiental e cultural	Falta de dados estatísticos	Economia subdesenvolvida	Falta de gestão e planejamento
Mão-de-obra desqualificada	Mão-de-obra desqualificada	Mão-de-obra desqualificada	Ganho flutuante por causa da recessão e sazonalidade	Baixa capacidade econômica
Infra-estrutura deficiente	Falta de profissionalização	Falta de uma política oficial	Falta de articulação com outros setores da economia	Dificuldade de acesso a programas do governo
Difícil acesso à comunidade – transporte	Falta de estudos acadêmicos	Estratégia de comercialização indefinida	Alienação da comunidade devido à criminalidade advinda do turismo	Tradição agrícola
Falta de preservação ambiental		Produto ainda desconhecido do público alvo	Falta de proteção ambiental	Dificuldade de acesso a informações
Coordenação e cooperação pobres	Individualismo entre os agentes	Preponderância do individualismo	Desigualdade espacial e socioeconômica	Individualismo entre agências e operadoras
Falta de qualidade da iniciativas de MKT		Falta de organização do setor	Falta de estratégias de desenvolvimento	

QUADRO 2 Soluções para os problemas do turismo no espaço rural

EUROPA	América do Norte	MERCOSUL	Terceiro Mundo	Brasil
Instalações de agencias	Associações	Associações e parcerias	Participação do estado e comunidade no planejamento	Capacitação profissional
Conscientizar os empreendedores a atuarem coordenadamente	Aumentar o padrão de qualidade dos serviços	Ter uma definição clara do produto	Coordenação entre os agentes	Treinamento da mão-de-obra
Padrão de atrativos		Criar pólos estratégicos		Integração
Qualidade dos serviços		Comercializar um turismo rural de qualidade		Política de estímulo
Equilíbrio entre oferta e a demanda				Pesquisa de mercado
Transferências de conhecimento e pericia				
Informações sobre demanda				

5 TENDÊNCIA DO TURISMO NO ESPAÇO RURAL

Considerando as características da indústria de turismo, Beni (2000) defende a palavra integração para a gestão turística. Todos os negócios devem estar sincronizados e ajustados para alcançar as metas e diretrizes na área de atuação de cada um, a um só tempo. Esse autor comenta que, em decorrência disso, está havendo uma tendência pelo uso do conceito de cluster em lugar de destino turístico. Cluster, para Beni, é definido como conjunto de atrativos com destacado diferencial turístico, concentrado em espaço geográfico delimitado e que resulta em excelência gerencial.

Segundo Amato (2000), a formação de um cluster pode ocorrer pela concentração setorial ou geográfica, onde existe uma divisão de tarefas entre empresas no que refere à especialização e inovação. A idéia principal é a eficiência conjunta, mas vale destacar que isso não acontece em todos os clusters. Pode acontecer, em certos casos, de algumas empresas de um determinado cluster crescerem e outras não (Amato 2000).

Schmitz (1992) e McCormick (1999) argumentam que empresas organizadas em clusters parecem ser encorajadas a aprender novas técnicas, modificando suas próprias operações, especializando-se em alguns aspectos do processo de produção e diminuindo os riscos de pequenas empresas operarem isoladamente.

Nessa linha de pensamento foram encontrados os estudos de Goeymen (2002) na Turquia, de Barbosa (2000) e de Garrido (2001) no Brasil contemplando o rural como parte integrante da indústria de turismo.

Goeymen (2002), em seu estudo feito na Turquia, focou a formação de clusters de turismo e os resultados apresentados foram bastante interessantes. Esse autor analisou o caso de formação de clusters de turismo na Turquia, desde o estágio inicial até o estágio mais avançado, (de 1963 até hoje). Seu objetivo foi relacionar o modelo de desenvolvimento de turismo na Turquia com as dinâmicas de governança desses estágios e verificar os resultados. A conclusão a que o autor chegou foi de que a gestão do turismo, quando em cluster estabelecido, resultou em um crescimento recorde para a Turquia e a posicionou entre os vinte países que mais recebem turistas e obtêm melhor renda com a atividade.

Barbosa (2000) fez um estudo de um cluster em formação, considerando o turismo de natureza ou turismo no espaço rural. O objetivo de seu estudo foi o de identificar os principais

desafios estratégicos para a consolidação desse cluster. A conclusão a que autora chegou é de que existe potencial para o cluster, mas, devido a vários problemas, não pode-se afirmar que seja. Os problemas são a falta habilidade estratégica de grande parte dos agentes, falta capacidade associativa e de confiança entre eles, falta consciência da população local de seu papel, falta consciência dos agentes de que a qualidade do produto turístico depende da qualidade ambiental, da infra-estrutura urbana, dos meios de acesso e das manifestações da cultura local. As consequências disso são a inexistência um plano de desenvolvimento municipal e regional, serviços prestados sem qualidade e uma tendência de atuar individualmente devido a relações de poder, falta de credibilidade, falta de continuidade das ações públicas e predomínio das políticas de governo sobre as do Estado.

Garrido (2001) fez um estudo sobre alguns modelos de integração entre empresas, como cadeia produtiva, clusters e redes inter-organizacionais, verificando qual deles se aplica melhor ao turismo. O estudo mostra que o modelo mais indicado é o de cluster, que representa melhor a dinâmica das regiões de turismo e o modelo de rede estabelece conexões entre as regiões de turismo e os mercados emissores.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo no espaço rural é uma modalidade alternativa que surgiu em contraposição ao turismo em massa. Ele tem sido visto como a solução para regiões menos favorecidas e, por isso, está sendo foco de muitos estudos e investidores.

Pelos problemas levantados, acredita-se que a questão essencial do turismo no espaço rural no mundo é a falta de conhecimento, tanto por parte dos agentes de turismo em lidar com as características do meio rural, quanto dos produtores rurais em lidar com as características da indústria de turismo. São formas gerenciais diferentes e o momento atual talvez seja de ajuste e, por isso, existe uma deficiência de conceituações, delimitação do espaço entre turismo urbano e rural, administração e, por fim, a desconfiança de que o turismo pode ser mesmo uma alternativa viável.

O cluster, pelas suas características, segundo Garrido (2001), é a forma mais adequada às características da indústria de turismo e especificamente ao turismo no espaço rural que demanda integração, coordenação e cooperação. Organizado dessa forma, o turismo no espaço

rural poderá ser visto como uma forma de amenizar os problemas apresentados, como o de subdesenvolvimento regionais e de desvalorização de pequenas e médias empresas rurais que existem pelo mundo. No entanto, deve-se ter consciência de que não se forma um cluster no curto prazo. Esse trabalho, que demanda mudanças culturais, exige períodos longos, como foi mostrado por Goeymen (2002).

O turismo no espaço rural coloca nas mãos dos produtores rurais uma nova oportunidade de renda, de desenvolvimento, de resgate de sua dignidade profissional e de resgate do valor do meio rural. No entanto, o produtor rural deve estar consciente de que essa atividade pode gerar prejuízos que podem descaracterizar e até destruir o meio rural mais do que já foi destruído até os tempos de hoje.

As características da indústria de turismo, como a complementaridade dos segmentos que a compõem, exigem uma gestão diferente. Dessa forma, gerenciar essa atividade representa um desafio para esses produtores. Sua performance gerencial deverá ser mais cautelosa e profissional, tanto pelas características da indústria do turismo, quanto pelas características do produto e de sua produção, que são bem diferentes do tradicional.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMATO, J.N. **Redes de cooperação produtiva e clusters regionais**. São Paulo: Atlas, 2000. 163p.

BARBOSA, M. A. C. e ZAMBONI R. A. **Formação de um cluster em torno do turismo de natureza sustentável em Bonito – MS**. IPEA: Brasília. 2000.

BENI, M. C. Política e estratégia de desenvolvimento regional – planejamento integrado e sustentável do turismo. **Turismo**. São Paulo: Atlas. pp.165-170. 2000.

BUSBY, G. e RENDLE, S. The transition from tourism on farms to farms tourism. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 21, n. 4, pp. 635-642, 1999.

BROHMAN, J. New directions in tourism for third world development. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 23, n. 1, pp. 48-70, 1996.

CAMPANHOLA, C. Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor. **ANAIS**. In: I Congresso

Brasileiro de Turismo Rural. FEALQ: Piracicaba. pp. 9-42. 1999.

CAVACO, C. Turismo rural e desenvolvimento local. **Turismo e geografia**. São Paulo: Hucitec. pp. 94-121. 2001.

CLARKE, J.; DENMAN, R.; HICKMAN, G e SLOVAK, J. Rural tourism in Roznava Okres: a Slovak case study. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 22, n. 9, pp. 193-202. 2001.

EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo. **Manual do turismo rural**. Brasília: Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, 1994.

FREDLINE, E. e FAULKNER, B. Host community reaction: A cluster analysis. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 27, n. 3, pp. 763-784, 2000.

FROEHLICH, J. , M. **Turismo rural e agricultura familiar: explorando (criticamente) o cruzamento de abordagens e estratégias para o desenvolvimento local**. Santa Maria: UFSM.

GARRIDO, M. D. A. **Modelos multiorganizacionais no turismo: cadeias, clusters e redes**. Salvador: I.M.D.A .2001. 124p. (Dissertação – Mestrado em Administração).

GIANESE, I.G.N.; CORRÊA, H.L. **Administração estratégica de serviços**. São Paulo: Atlas, 1994. 233p.

GOEYMEN, K. Tourism and governance in turkey. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 27, No. 4, pp. 1025-1048, 2000.

HOGGART, K. e PANIAGUA, A What rural restructuring? **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 27, n. 3, pp. 763-784, 2000.

HOLAN, P. M. de; PHILLIPS, N. Sun, sand and hard currency. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 17, pp. 41-62, 2001.

LAGE, B.H.G. e MILONE, P.C. Fundamentos econômicos do turismo. **Turismo**. São Paulo: Atlas. pp.25-37. 2000.

- LICKORISH, L. J. e JENKINS, C. L. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Campus, p. pp.20-48, 2000.
- MCCORMICK, D. African Enterprise and industrialization: Theory and Reality. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 27, n. 9, pp. 1531-1551, 1999.
- MILONE, C. de M. e MILONE, P. C. Perspectivas do turismo no terceiro milênio. **Turismo**. São Paulo: Atlas. pp.353-372. 2000.
- MOTA, K., C., N. **Marketing turístico**: Promovendo uma atividade sazonal. São Paulo: Atlas. 2001. 209p.
- NILSSON, A . Staying on farms: An ideological background. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 29, n. 1, pp. 7-24, 2002.
- OPPERMANN, M. Rural tourism in southern Germany. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 23, n. 1, pp. 86-102, 1996.
- PAIXÃO, R. **Revista Veja**. São Paulo: Abril. n° 37, 15 set., 1999.
- REICHEL, A; LOWENGART, O e MILMAN, A. Rural tourism in Israel: service quality and orientation. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 21, n. 5, pp. 451-459, 2000.
- ROQUE, A M. **Turismo no espaço rural brasileiro e desenvolvimento regional: O caso de Minas Gerais**. Lavras: UFLA. 2001. 71p. (Dissertação – Mestrado em Administração).
- SCHMITZ, H. e NADVI, K. Clustering and industrialization: Introduction. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 27, n. 9, pp. 1503-1514, 1999.
- SILBER, S.D. Cenário Mundial e perspectivas da economia brasileira. **Turismo**. São Paulo: Atlas. pp.314-376. 2000.
- SILVA G. da J.; VILARINHO, C.; DALE, P.J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: CONGRESSO INTERNACIONAL Sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, II, Santa Maria. 1998, **Anais...** Santa Maria: UFSM, 1998. pp.11-48.
- YOON, Y.; GURSOY, D. e CHEN, J.S. The tourism impacts. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 22, n. 9, pp. 363-372, 2000.
- YOON, Y.; GURSOY, D. e CHEN, J.S. Validating a tourism development theory with structural equation modeling. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 22, n. 9, pp. 363-372, 2001.
- SOBANSKI, A. R. **Implementação de estratégias**: estudo exploratório de alguns fatores críticos. São Paulo: FEA/USP. 149p. 1995. (Dissertação – Mestrado em Administração).
- TAGLIARI, P.S.; FRANCO, H.M. Industrialização caseira com turismo rural: uma fórmula de sucesso. **Agropecuária Catarinense**, Santa Catarina, v.10, n.1, pp.51-54, mar.1997.
- TÉBOUL, J. **A era dos serviços**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999. 295p.
- URRY, J. **O olhar do turista**. São Paulo: Studio Nobel: SESC. 1999. p. 231.
- WALFORD, N. Pattern of development in tourism accommodation enterprises on farms in England and Wales. **Journal of rural studies**. Elsevier Science Ltda: Great Britain. v. 21, n.4, pp. 331-345, 2001.
- ZIMMERMANN, A **Turismo no Espaço Rural e Natural**. [on line] 1995. Disponível: <http://www.zimmermann.com.br/espaco.htm>. [capturado em 09 de maio de 2002].

