

TURISMO E DESENVOLVIMENTO RURAL EM PALMEIRA – PR

Cintia Aparecida Silva de Paula

Jasmine Cardozo Moreira – Orientadora

Resumo: O presente estudo enfoca a idéia de que o turismo rural vem surgindo no Brasil como uma forma bastante eficaz de desenvolvimento que, quando aliado às atividades agrícolas, tem o caráter de proporcionar diversos benefícios aos produtores rurais. Porém, para isso é necessário que seja desenvolvido um planejamento adequado, que leve em consideração o meio ambiente, a comunidade local e a sustentabilidade. O turismo rural, em Palmeira-PR, está sendo impulsionado pelo desenvolvimento da rota “Caminhos da Cecília”, desta forma, essa pesquisa é direcionada à análise deste roteiro, apresentando as ações efetuadas durante e após a sua implantação, tais como: levantamento de dados, planejamento, capacitação dos empreendedores e políticas de marketing.

Palavras Chaves: Turismo Rural, Planejamento, Desenvolvimento Local.

O turismo rural é conhecido como a atividade turística que ocorre na zona rural, integrando a prática agrícola à prestação de serviços turísticos, surgindo como alternativa para pequenos proprietários rurais na atual crise fundiária, atrelada à falta de incentivos ao homem do campo. Seu marco inicial em nosso país foi na década de 80, no município de Lages, no estado de Santa Catarina, porém é no início dos anos noventa, com as transformações no sistema econômico mundial, impulsionadas pela globalização e liberação de mercados, que as cidades sentem o reflexo dessa situação e buscam mudanças comportamentais.

Com o aumento do desemprego, da urbanização e dos problemas sociais é preciso buscar por uma nova alternativa para melhoria de vida e aumento de renda, ao mesmo tempo em que o modelo de vida no espaço urbano evidencia sinais de insegurança e rotinas estressantes, motivando a busca das raízes culturais, do reencontro com tempos do passado e

com a natureza, enfim, direcionam-se para o campo, fortalecendo as atividades de turismo no espaço rural.

No presente trabalho, adota-se a definição proposta pelo Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR, na qual “a atividade denominada turismo rural deve conter em sua conceituação aspectos referentes ao turismo e ao meio rural, ao resgate e valorização da cultura local, à função de atividade econômica de base familiar e complementar às tradicionais, ou com estas comprometidas como o mínimo impacto ambiental possível, objetivando a sustentabilidade”.

Atualmente, nota-se a partir das grandes dificuldades enfrentadas pelo homem do campo que as políticas agrárias brasileiras demonstram-se, muitas vezes, excludentes e antidemocráticas. As relações metrópole-colônia deixaram como herança dilemas históricos não resolvidos que dificultam as transformações sociais no campo, sendo assim o latifundiário e o modelo agro-exportador, impõem uma série de restrições aos médios e pequenos produtores rurais. Para MOURA (2001, p. 71),

(...) são geralmente propriedades rurais que perderam sua importância e identidade econômica, suplantadas pela agressividade concorrencial e comercial das empresas agroindustriais. Na sua maioria, tornam-se obsoletas e/ou improdutivas, muitas delas decadentes fisicamente, diante do abandono sistemático e paulatino e que estão sujeitas. Ainda assim, detêm importantes elementos arquitetônicos, culturais e ambientais que, mais tarde, poderão ser resgatados como exemplos valiosos: casarões coloniais, senzalas, capelas, chafarizes, alambiques, currais, matas, lagos, cachoeiras, aquedutos e um sem-número de atrativos.

Diante disso a atividade turística, pela sua capacidade de geração de empregos, é vista como uma estratégia no meio rural, uma excelente oportunidade para agregação de valor a produtos e serviços turísticos autênticos, cumprindo as funções econômica e social.

Reconhecendo o turismo como um fenômeno social que consiste no envolvimento de pessoas ou grupos de pessoas, que, fundamentalmente, por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual e por conta dessa ação, geram múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural para o destino, proporcionando tanto para o visitante como para o homem do campo, um contato com modos de vida e culturas distintas.

O empreendimento turístico necessita de originalidade, precisa possuir um diferencial, seja no aspecto cultural ou natural, para que seja utilizado como motivação aos seus usuários. É fundamental para o desenvolvimento do turismo rural o aspecto cultural, pois

este influi diretamente na satisfação do turista, o mesmo não é simplesmente motivado pela paisagem cênica, mas por todo um conjunto que representa a cultura local, suas tradições, costumes, entre outros. Da mesma forma, é relativamente importante expor a história da propriedade e as tradições que fundamentaram o início das atividades agrícolas. Lendas e contos populares também despertam o interesse do visitante.

Enquanto empreendimento, o turismo rural, necessita de estruturação e adequação para receber os turistas, sendo um investimento capaz de tornar as propriedades em empresas turísticas, porém, para isso é necessário que as mesmas sejam preparadas de forma consciente e planejada. Para a realização das “adequações” nas propriedades rurais, é fundamental que as mesmas mantenham a originalidade na forma apresentada, sem descaracterizar os aspectos culturais, sociais e ambientais, promovendo dessa maneira o desenvolvimento da atividade e a satisfazendo a especificidade dos clientes.

Portanto, é imprescindível que haja o planejamento integral, reconhecendo a complexidade desta atividade, processando-a e instrumentalizando-a para promover mudanças que atuem como alavanca para o desenvolvimento sustentável. Não é correto discutir a sustentabilidade preocupando-se apenas com aspectos financeiros, pois é evidente que desse modo acentuam-se o desequilíbrio social e cultural desse contexto.

O planejamento pode ser considerado como uma ferramenta e uma estratégia valiosa para orientar o sistema turístico. O mesmo, sendo corretamente desenvolvido, coopera para com o Estado e as empresas privadas em suas tomadas de decisões, pois diminui as incertezas e os riscos operacionais. Porém, este possui caráter singular e deve ser adequado à realidade em que será empregado, é delimitado pelo contexto em que se pretende desenvolvê-lo (MOLINA E RODRIGUES, 2001).

Como em toda atividade, o turismo rural apresenta aspectos positivos e negativos. Ele proporciona inúmeros benefícios, mas pode causar conseqüências danosas para a população local. Propicia a valorização do ambiente onde é explorado por sua capacidade de destacar a cultura e diversidade natural de uma região, porém há casos de propriedades que foram transformadas por interesses econômicos privados, em geral por agentes externos, que vêem o espaço rural e sua população como coadjuvantes desse processo.

Segundo SWARBROOKE (2000), “em muitas regiões do mundo vemos que o turismo pode ser um inimigo do meio ambiente natural (...) ao mesmo tempo, o turismo pode ser benéfico ao meio ambiente natural quando oferece uma motivação para a sua conservação”.

Da mesma forma que qualquer outro setor, o turismo deve reconhecer suas responsabilidades para com o meio ambiente e desenvolver-se voltado para a sustentabilidade, nesse caso visualiza-se claramente a necessidade de legislação específica, de um sistema de planejamento e controle de edificações que possam reduzir o impacto negativo do turismo.

A inclusão de atividades turísticas mal planejadas pode alterar a paisagem rural e danificar os valores naturais e culturais de uma região. Como o turismo rural depende da alta qualidade da paisagem natural, e é particularmente vulnerável a esses efeitos, indica-se que haja um constante monitoramento dos impactos, em que as próprias comunidades rurais possam atuar de forma ativa neste controle. Em determinados casos é imprescindível a presença de profissionais habilitados para o planejamento das atividades e orientação da comunidade.

Não é possível o desenvolvimento da atividade turística rural em um espaço onde os habitantes não estejam conscientes quanto aos benefícios oriundos pelo turismo sustentável, feito de maneira planejada e responsável, pois além de propriedades adequadas aos visitantes é necessário um “espírito” de vida no campo, ou seja, os moradores precisam receber bem os visitantes, oferecendo suas experiências de vida e seus produtos. Para FUNARI e PINSKI (2001, p. 11), “O turismo atento à cultura apreciará melhor seus interlocutores locais e seus costumes, aproveitará melhor seus interlocutores locais e seus costumes, aproveitará melhor seu lazer e poderá valorizar a diversidade cultural, contribuindo, desta forma, para a formação de uma cidadania mais crítica”.

Portanto, visualiza-se que o turismo rural é uma atividade complexa, que quando bem planejada, torna-se uma excepcional oportunidade para agregação de renda aos serviços e produtos locais. Anualmente inúmeros destinos turísticos rurais são criados, fortalecendo a identidade e a cultura local e fixando o homem no campo. Os mesmos, em sua grande maioria são desenvolvidos em áreas rurais familiares que manejam adequadamente os recursos naturais, promovendo uma convivência harmônica com a natureza e tornando-se um fator positivo para a proteção ambiental.

Implantação da Rota de Turismo Rural “Caminhos da Cecília” em Palmeira-PR.

Palmeira situa-se a 75 km de Curitiba, a capital paranaense, ocupando uma área de 1.556 km², com uma população total de 30.856 habitantes, sendo que cerca de 50% moram na

área rural, onde se encontram diversas fazendas e sítios, que apresentam grande importância histórica¹. (anexo 1).

Aliar a preservação ambiental à histórica, gerar emprego e renda e ainda desenvolver o turismo auto-sustentável em áreas rurais são alguns dos desafios dos multiplicadores de turismo do município de Palmeira. Para isso, o Departamento de Cultura, Meio Ambiente e Turismo - DCMAT, juntamente com o Conselho de Desenvolvimento do Turismo – CODETUR, elaborou um projeto para o desenvolvimento do turismo rural local, denominado Rota “Caminhos da Cecília”, no qual interagem produtores rurais, comunidade, iniciativa privada e entidades públicas.

Durante a implantação deste roteiro, seus idealizadores viram a possibilidade de instalar nessa região do município, que no passado foi uma colônia de imigrantes italianos anarquistas, denominada Colônia Cecília, vários tipos de atrações turísticas, como pousadas, pesque e pagues, cantinas de vinhos coloniais, entre outros. Através dessa iniciativa pretende-se resgatar a história da Colônia Cecília – a única experiência anarquista da América Latina, além de valorizar a grande diversidade de atrativos culturais, arquitetônicos e naturais presentes na região.

A maioria das propriedades envolvidas no roteiro tem a agricultura como sua atividade principal, sendo que, a partir da iniciativa do DCMAT, encontraram no turismo uma possibilidade de complementação de renda e hoje caracterizam-se como empreendimentos de “turismo em espaço rural”. Esses sítios de lazer, sendo bem planejados, podem fazer do turismo um agregador de renda à atividade agrícola e pecuária, gerando mais emprego à comunidade.

O turismo rural desenvolvido no município de Palmeira, ainda em sua fase inicial está diretamente relacionado à agricultura familiar, permitindo a complementaridade entre as duas atividades. O principal objetivo da rota rural é desenvolver junto à comunidade do município o turismo sustentável, ressaltando as características ambientais, culturais e sociais da região, fomentando sua preservação e, sobretudo criando perspectivas econômicas para a população residente na localidade. É apresentado como uma opção de desenvolvimento ecossustentável das propriedades rurais, além de ser um meio de recuperação dos valores culturais das populações que colonizaram a região.

A Rota “Caminhos da Cecília” está localizada nos seguintes distritos rurais de Palmeira: Pinheiral de Baixo, Água Clara, Santa Bárbara, Canta Galo e Mandaçaia. Fazem

¹ PALMEIRA, Prefeitura Municipal. Arquivo histórico.

parte do roteiro igrejas, pesque-pague, cantina de vinho artesanal, pousada, produtores de cogumelos e produtos orgânicos, café colonial, parque de exposições, chácara museu, entre outros. São belezas naturais, valor histórico e arquitetônico e grande diversidade cultural, que juntos formam um potencial turístico que merece ser reconhecido e apreciado. (anexo 2).

Segundo MOLINA e RODRIGUES (2001), “antes que ocorra ao homem a idéia de planejar, é necessário que tanto ele como o grupo ao qual está envolvido sintam a necessidade de mudar o estado das coisas”. Para tanto, a comunidade envolvida no processo de formatação deste roteiro foi consultada a fim de verificar as principais carências, dentre elas destacaram-se a falta de empregos para os moradores e a baixa renda da população local.

Ao se pensar em implantar um roteiro com propriedades rurais integradas, o primeiro passo a ser dado neste sentido é a elaboração de um diagnóstico do objeto de planejamento, ou seja, é necessário verificar o potencial turístico existente no local, bem como a vocação para o setor, a fim de que seja feita uma detalhada análise. É de fundamental importância, que mediante o diagnóstico, a atividade turística seja compreendida completamente, em todos seus aspectos, e não apenas em seus elementos individualizados, pois esse é o alicerce do planejamento. Essa é a fase em que é estudada a situação do objeto que se pretende modificar.

A próxima etapa denomina-se prognóstico, esta não pode ser feita sem haver um diagnóstico. Significa prever o futuro comportamento do objeto de estudo, consiste numa projeção de variáveis identificadas no diagnóstico. Se ao realizar a primeira etapa, se as futuras tendências são satisfatórias, o planejamento deverá ser utilizado para consolidá-las, porém, se os resultados do prognóstico alertam para situações negativas, distantes do ideal almejado pela comunidade e planejadores, o mesmo deverá ser utilizado para redirecionar o projeto, visando caminhos que projetem-no ao sucesso.

Nesse processo é importante avaliar todas as variáveis que possam influenciar de alguma maneira no planejamento. Ao planejador, cabe obter informações quantitativas e qualitativas do fenômeno. No turismo os dados qualitativos devem ser mais relevantes, porém, nem sempre é isso o que acontece, pois as previsões, em muitos casos, reduzem-se a cálculos matemáticos, distanciando-se assim da confiabilidade dos resultados. Além de números referentes à demanda, é preciso coletar informações externas, de âmbito político, econômico e social, e dados internos, como a qualidade dos serviços prestados, política setorial, etc.

No presente estudo, constatou-se a elaboração do diagnóstico e prognóstico, embora em alguns momentos de maneira informal, sem que os dados obtidos fossem devidamente formatados. Porém, as informações necessárias foram obtidas com a comunidade local, moradores da cidade ou através de pesquisas em demais fontes e analisadas por uma equipe multidisciplinar.

Após essa etapa foram traçados os objetivos e as metas a serem atingidas através do atual projeto de planejamento. É importante ressaltar que as metas são fins complementares dos objetivos e devem obrigatoriamente estar relacionadas a estes, podendo, se não forem adequadamente levantados e analisados, tornar inviável o planejamento. Os mesmos jamais deverão estar sobrepostos às necessidades da comunidade envolvida, em função de determinado setor dominante. A partir desse momento criam-se alternativas para intervenção ao meio estudado, visando-se atingir os objetivos.

A implantação da rota “Caminhos da Cecília” visa desenvolver o potencial turístico do município, bem como minimizar o desemprego, a baixa renda familiar e demais problemas sociais evidenciados no local. Os objetivos foram subdivididos como de curto, médio e longo prazo.

Após terem sido definidos os objetivos e metas, é preciso verificar quais são os fins do planejamento, sendo que este resume as expectativas da comunidade em relação a si mesma e ao desenvolvimento de seu empreendimento. Esse ato será muito valioso, pois por meio dele é possível orientar-se quanto ao sentido a ser seguido. É necessário definir um cronograma para monitorar as ações a serem desempenhadas, sendo possível dessa forma estabelecer prazos para o alcance das metas, objetivos e fins.

Para a obtenção dos fins, é imprescindível formular estratégias, compostas de delineamentos, orientações e diretrizes, a mesma deve ser flexível para que possa adaptar-se a novas necessidades e situações. Segundo MOLINA E RODRIGUES (2001), “a estratégia é constituída por uma série de políticas estabelecidas de acordo com o objeto do planejamento”, neste caso, a Rota “Caminhos da Cecília” que, para seu eficaz desenvolvimento, necessita dispor de uma política de desenvolvimento de atrativos, uma política de desenvolvimento de equipamentos, uma política de desenvolvimento de infra-estrutura, bem como políticas de capacitação, promoção e legislação.

Para a aplicação do plano de desenvolvimento turístico, é preciso que sejam definidos quais os instrumentos necessários e papéis que irão desempenhar para a obtenção dos resultados desejados. Nesse momento, todo o grupo envolvido começa a trabalhar pela

transformação do processo, essa é uma etapa de desintegração do projeto, sem ultrapassar o delineamento estabelecido. No roteiro acima mencionado, foram estabelecidas parcerias entre poderes públicos e iniciativas privadas, a fim de que se viabilizassem recursos para capacitação dos empreendedores e demais investimentos no local.

Os agricultores envolvidos nesse processo receberam treinamentos, como palestras, cursos técnicos e missões de intercâmbio, a fim de conscientizá-los de que o turismo é uma alternativa viável na diversificação das atividades em suas propriedades, passando a gerar mais renda e empregos. Porém, além dessa capacitação oferecida, constatase a carência de demais cursos, para que aperfeiçoem seus produtos, atingindo melhor nível de qualidade. Pois a qualidade pode ser considerada como um dos fatores mais relevantes para o desenvolvimento de qualquer atividade turística.

No processo de implantação de uma rota de turismo rural, assim como qualquer outro produto turístico, é preciso estabelecer políticas de marketing, pois a comunicação direcionada à demanda requer muita atenção, devido a essa clientela situar-se em regiões sócio-econômicas e culturais distintas, com gostos, aptidões, expectativas e comportamentos demasiadamente diferenciados. Indica-se que constantemente seja realizado o feed-back, ou seja, a troca de dados para com os visitantes, permitindo um melhor atendimento às necessidades e expectativas dos mesmos. Este pode ser realizado através de questionários ou breves entrevistas com os clientes.

Para a divulgação da Rota “Caminhos da Cecília” foram utilizadas ações promocionais como: participação em feiras e eventos, textos e fotos sobre o circuito, destinados a jornalistas e à imprensa regional, folhetos de caráter informativo e comercial, cartazes (banner), além de contatos pessoais freqüentes. Pretende-se brevemente realizar um Fam-Tour com profissionais de agências de viagens, hotéis, restaurantes, enfim, divulgadores deste novo produto turístico.

A propaganda turística divulga um produto de consumo imaterial. A realização de uma viagem turística constitui uma experiência, a realização de um sonho – aspectos subjetivos, cuja intensidade varia de acordo com as motivações do comportamento turístico. Assim como as motivações, é preciso conhecer minuciosamente o público alvo de uma campanha publicitária que no turismo é altamente heterogênea... (RUSCHMANN, 1990, p. 63-34)

A propaganda é considerada como o elo de ligação entre a oferta e demanda, portanto, o produto turístico só obterá sucesso a medida em que se adaptar às necessidades de seus clientes – os turistas.

Em meio a tantas atividades desenvolvidas, é necessário verificar os prazos para conclusão de tais, a fim de se analisar o estado atual das coisas e o desejado. O controle do desempenho deverá ser estritamente profissional, pois será avaliada a correta utilização dos materiais e métodos aplicados no decorrer do planejamento. Poderá ser realizado através de gráficos, planilhas, questionários, entrevistas ou vídeos, que documentarão toda essa etapa.

Finalizando-a, é preciso fazer a avaliação do trabalho realizado, em qual surgirão críticas quanto à ação desenvolvida, que servirão para um replanejamento. No caso deste roteiro, o planejamento é contínuo, pois constantemente surgirão novos acontecimentos, que requererão decisões fundamentadas em um estudo sistemático. Segundo BARRETO (1991), “é importante uma análise retrospectiva do planejamento e do contexto, já que pode acontecer de haver alguma mudança em forças do próprio sistema, independente de nossa intervenção”.

Ao analisar a implantação e desenvolvimento desse roteiro de turismo rural, visualiza-se que os principais aspectos que podem ser destacados nessa atividade não agrícola, é a geração de renda, conseqüentemente, a melhora da qualidade de vida das pessoas e a geração de empregos diretos e indiretos, absorvendo a mão de obra jovem local, que em muitos casos estava ociosa, e sem perspectivas de melhora. O turismo rural não está sendo apresentado como uma solução para tantos problemas sociais existentes no campo, mas pode participar de forma significativa para amenização dos mesmos.

Esse estudo evidencia a experiência de um pequeno município do Paraná, denominado Palmeira, que com iniciativa e persistência aliadas à vontade política e parcerias mútuas elaborou e está desenvolvendo um roteiro de turismo rural, visando fortalecer o processo de desenvolvimento turístico local e regional e melhorar a qualidade de vida dos moradores locais, oferecendo-lhes uma nova perspectiva de trabalho e renda.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, J., RIEDL, M. (orgs.). **Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru, SP: EDUSC, 2000.

BARRETO, M. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1991.

BARRETO, M; BANDUCCI JR, A. **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Campinas, SP: Papirus, 2001.

CURSO DE ATUALIZAÇÃO, 1., 2002, Ponta Grossa. **O turismo no ensino fundamental e médio: uma visão multidisciplinar do fenômeno turístico**. Textos. Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2002.

FUNARI, P. P.; PINSKY, J. **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2001.

MOLINA, E.; RODRÍGUEZ, S. **Planejamento integral do turismo**: um enfoque para a América Latina. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

RUSCHMANN, D. **Marketing Turístico**: Um enfoque promocional. Campinas, SP: Papyrus, 1990.

SWARBROOKE, J. **Turismo Sustentável**: Conceitos e impacto ambiental. São Paulo: Aleph, 2000.

MAPA DO PARANÁ. Disponível em www.brazilwebtur.com.br . Acessado em 21 out. 2003.