

A percepção dos empreendedores em relação aos resultados do turismo no espaço rural

IVO ELESBÃO

Professor Adjunto do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade de Cruz Alta – UNICRUZ, Cruz Alta, RS, Brasil. (e-mail: ielesbao@unicruz.edu.br).



Colóquio Ibérico de Estudos Rurais
Cultura, Inovação e Território

Coloquio Ibérico de Estudios Rurales
Cultura, Innovación y Territorio

Coimbra, Portugal

Outubro / Octubre 23-25, 2008

Comunicação apresentada no VII CIER – Cultura, Inovação e Território

Resumo:

Como qualquer outra atividade o turismo provoca mudanças onde ocorre. Nesse sentido, é essencial que se pesquise o que mudou nos espaços rurais onde ele é desenvolvido. Este trabalho tem como objetivo, identificar a percepção dos empreendedores em relação aos resultados do turismo no espaço rural na geração de emprego e renda. A análise é realizada tendo como base uma pesquisa desenvolvida com os empreendedores de turismo no espaço rural do município de São Martinho no Estado de Santa Catarina, região sul do Brasil. Observou-se que os recursos provenientes do turismo respondiam pela maior parte da receita familiar dos empreendedores, representando uma significativa melhoria em seus níveis de vida. Pôde-se avaliar que os empregos criados com a atividade turística foram relevantes para a realidade local. O turismo provocou mudanças importantes, possibilitando a mobilização de recursos e o despertar de capacidades humanas que estavam latentes e subutilizadas.

Palavras-chave: Turismo no espaço rural; Empreendedores; Brasil.

1. Introdução

A caminhada em direção ao desenvolvimento tem se mostrado muito longa e difícil, e as soluções para os problemas sociais e econômicos não são facilmente encontradas. Nesse contexto, os municípios precisam crescer e se desenvolver com base nas potencialidades existentes. Assim os diferentes espaços locais se revestem de grande importância, pois é fundamental descobrir e mobilizar os atributos e afazeres particulares que cada um possui.

O processo de modernização da agropecuária e a decorrente migração campo/cidade levaram a população brasileira a vivenciar uma rápida urbanização, na maioria das vezes desordenada. Na medida em que a população se urbanizou e os problemas decorrentes desse processo começaram a ser sentidos, passou a haver associação do rural e da natureza à qualidade de vida. Há um crescente número de pessoas que trabalham e vivem na cidade que estão procurando o rural para lazer e turismo.

O espaço rural contemporâneo passa a ser olhado não somente como local de produção de alimentos e matérias-primas, mas onde se pode ter uma melhor qualidade de vida, pelo contato com a natureza e com um modo de vida mais tranquilo. Essa (re)valorização do rural pode implicar na dinamização de determinadas regiões e em potencial de geração de sinergias para o desenvolvimento. Contudo, a constituição de uma demanda pelo espaço rural como local de lazer e turismo, traz também algumas inquietações, pois, além de provocar mudanças na organização do espaço, representa uma mudança na vida das pessoas que se envolvem com os visitantes.

Como qualquer outra atividade, o turismo também ocasiona mudanças no local onde ele ocorre, sendo que, há riscos como a especialização turística das áreas e de seus moradores, a proletarianização, a grande dependência externa e a perda de controle do produto, além de outras (Talavera, 2001).

O turismo no espaço rural deve ser pensado com o intuito de potencializar o que cada local possui, valorizando suas particularidades. De acordo com Moletta e Goidanich (1999:60) “para muitas localidades do interior do Brasil, este tipo de turismo vem sendo dimensionado como uma forma de valorizar o espaço rural e proporcionar a melhoria das condições de vida das populações interioranas”.

As estratégias de desenvolvimento para o rural brasileiro devem levar em consideração a grande diversidade presente nesse espaço, descobrindo e valorizando as potencialidades de cada local. Pesquisar esse processo é fundamental para que se possa compreender o que acontece e está acontecendo nos espaços rurais onde o turismo está ocorrendo. Uma preocupação que aparece segundo Cristóvão

(2002:107), é que o turismo “[...] embora criando oportunidades de desenvolvimento, coloca a economia rural numa posição de cada vez mais dependência de factores e actores exógenos”.

Nesse sentido, este artigo tem como objetivo, analisar a percepção dos empreendedores em relação aos empregos e a renda que são gerados pelas atividades turísticas no espaço rural do município de São Martinho, no Estado de Santa Catarina, região sul do Brasil.

2. Metodologia da pesquisa

A pesquisa foi desenvolvida no município de São Martinho, o qual está localizado na mesorregião sul do estado de Santa Catarina, que por sua vez localiza-se na região sul do Brasil. Na figura 1 pode-se visualizar a posição do município em relação ao Estado e deste no País.

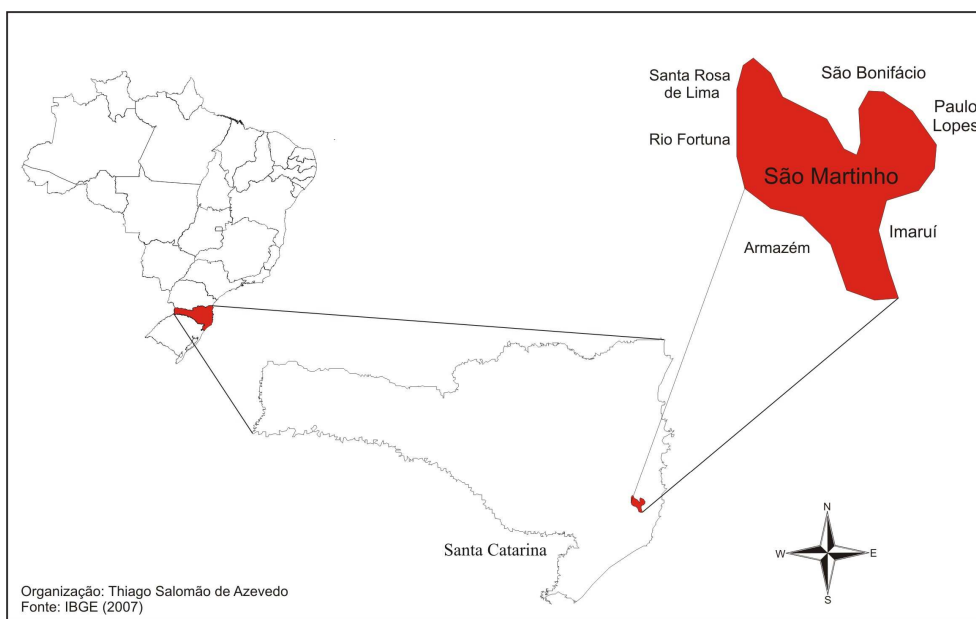


Figura 1. Localização da área de estudo.

De acordo com Mattei (1999), no sul catarinense encontra-se uma agricultura com elevado nível técnico, estando assentada nos estabelecimentos familiares. Os principais produtos agrícolas são: soja, fumo e arroz. Na produção animal, destaca-se a criação de gado de corte, de leite e a criação de suínos. A mesorregião sul difere das demais por possuir uma forte especialização e um processo de integração na produção de fumo e na criação de suínos. Segundo o autor, os agricultores nesta região têm tradição de combinarem atividades agrícolas com não agrícolas, sendo que estas últimas estiveram sempre vinculadas aos setores do vestuário e de calçados e, mais recentemente, ao turismo no espaço rural.

O município de São Martinho possui área territorial de 236,1 km², sendo o relevo constituído por uma superfície ondulada e montanhosa, com solos de baixa e média fertilidade. Possuía no ano 2000 um total de 3.274 habitantes, sendo que 72,9 % destes viviam no espaço rural e 27,1 % no perímetro urbano.

São Martinho tem a sua estrutura fundiária baseada na pequena propriedade (em sua maioria até 50 ha), com uma agropecuária relativamente diversificada, onde prevalece a produção de base familiar e em pequena escala. Essa realidade é campo fértil para o desenvolvimento de outras atividades não agrícolas, para aproveitamento dos talentos, especificidades e mão-de-obra excedente no local, dentre as

quais se destaca o turismo. Nesse sentido, pode-se estabelecer o ano de 1994 como de início do turismo no espaço rural em São Martinho de forma organizada. Neste ano foi instituído o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) e elaborado um diagnóstico para identificar as potencialidades do turismo no município.

A pesquisa foi realizada nos dez empreendimentos de turismo no espaço rural do município de São Martinho: três pousadas; três restaurantes com área de lazer, sendo que um deles possui um pesque-pague; dois cafés coloniais com pontos de comercialização de produtos artesanais; e dois alambiques também com ponto de venda de produtos.

O método de pesquisa escolhido foi qualitativo e se deu em função de que a realidade, ou seja, os fatos e os problemas podem ser muito mais complexos que uma análise quantitativa poderia mostrar. Além do que, em estudos que envolvem processos mais recentes, como é o caso do turismo no espaço rural, podem ser identificados acontecimentos muito relevantes e que normalmente não seriam revelados pela análise estatística. Na pesquisa qualitativa os pesquisadores “tentam compreender os fenômenos que estão sendo estudados a partir da perspectiva dos participantes. Considerando todos os pontos de vista como importantes, esse tipo de pesquisa ‘ilumina’, esclarece o dinamismo interno das situações, frequentemente invisível para observadores externos” (Godoy, 1995:63).

Conforme Martins (2004:295), na metodologia qualitativa não cabe preocupação com a generalização, pois “o que a caracteriza é o estudo em amplitude e em profundidade, visando a elaboração de uma explicação válida para o caso (ou casos) em estudo, reconhecendo que o resultado das observações são sempre parciais”.

Dentro dessa abordagem optou-se pela pesquisa do tipo “estudo de caso”, que tem por finalidade investigar profundamente uma determinada realidade. Para Lüdke e André (1986) o caso deve ser sempre bem delimitado, devendo ter seus contornos claramente definidos no decorrer da pesquisa. O interesse neste tipo de estudo incide naquilo que ele tem de único, de particular, mesmo que posteriormente venham a ficar evidentes certas semelhanças com outros casos ou situações. Segundo os autores, devemos escolher o estudo de caso, quando desejamos estudar algo singular, que tenha um valor em si mesmo.

3. O surgimento de novos afazeres

As relações que são estabelecidas a partir do início da atividade turística em determinado local estão no centro da discussão da capacidade que o turismo tem de ser um fator de transformação para melhor da realidade local. Isso se deve ao tão propalado efeito multiplicador que essa atividade geraria no entorno onde se estabelece.

Buscou-se através do trabalho de campo identificar todas as ramificações que surgiram com o turismo no espaço rural, desde a ocupação da mão-de-obra, passando pela aquisição de produtos locais e também os produtos que são revendidos nos empreendimentos.

Dos dez empreendimentos pesquisados observou-se em nove deles contratação de mão-de-obra. Havia predominância, como era de se esperar, da contratação de empregados temporários sendo que cinco dos empreendimentos somente possuíam esse tipo de emprego. Em outras três propriedades haviam empregados permanentes e temporários. Além disso, outro dos empreendedores contratava somente funcionário fixo.

Nesse contexto, havia vinte e um funcionários permanentes, sendo a maioria mulheres que residiam na comunidade. De acordo com González (2005), se trata, portanto, de uma atividade em que a

contribuição da mulher é significativamente importante, dado esse que é alentador se levar-se em consideração as altas taxas de emigração feminina e de sua baixa incorporação ao mercado de trabalho nas zonas rurais.

Ribeiro (2001) afirma que, mesmo sendo muito variável entre os países a presença de mulheres nos empregos turísticos, elas representam a maior percentagem do emprego do turismo no espaço rural. Em Portugal haveria uma significativa feminização na titularidade dos empreendimentos de turismo no espaço rural, sendo que em 1997 as mulheres respondiam formalmente por 45,0 % destes empreendimentos.

Em São Martinho, além dos funcionários permanentes, eram gerados normalmente mais trinta postos de trabalho temporários, principalmente nos finais de semana, sendo que nos meses de verão, considerados de alta temporada, o número de empregados desse tipo seria acrescido de mais vinte e sete, o que totalizaria cinquenta e sete funcionários temporários.

Se levar-se em conta que eram apenas dez os empreendimentos de turismo, tem-se uma média de pouco mais de dois empregos permanentes por empreendimento. E se somarem-se os empregos permanentes e temporários (não somando os dois meses de verão, pois os recursos auferidos por esses funcionários neste período são considerados pouco significativos no sustento familiar durante o ano), a média sobe para pouco mais que cinco funcionários por propriedade.

Considerando o contexto do turismo no espaço rural do município de São Martinho, onde a oferta era composta por apenas dez empreendimentos, o número de empregos gerados pode ser avaliado como significativo. É preciso ressaltar aqui que não se levou em conta as ocupações dentro no núcleo familiar, ou seja, consideraram-se somente os funcionários que não residiam nos empreendimentos.

Há sempre uma expectativa muito grande em relação ao número de ocupações que serão geradas com o turismo, pois é comum encontrar na bibliografia um otimismo, que se considera um pouco exagerado, como coloca Barrera (2000:197): “todos os estabelecimentos que começam a operar no turismo rural incorporam mão-de-obra, tanto de forma direta como indireta, e nesse sentido a atividade tem um importante efeito de enraizamento”.

Entende-se que a discussão quanto ao número de postos de trabalho gerados pelo turismo no espaço rural depende da forma como se olha para a atividade. Se for analisado o que representa em termos do total de ocupações no espaço rural do município que está sendo estudado e, mesmo em relação à atividade turística de forma geral, na grande maioria dos casos verificar-se-á que a relevância é pequena tanto em relação a um quanto ao outro. Todavia, se considerar apenas o local onde a atividade turística é desenvolvida, estes empregos têm sua importância ampliada.

Além disso, se também levar-se em consideração que muitas áreas rurais carecem de dinamismo e padecem com o esvaziamento populacional, aí então a sua importância ganha uma outra dimensão. A questão do êxodo rural, chegando a ocorrer vazios demográficos, é particularmente importante em muitos países europeus, fato que faz com que muitas vezes seja atribuída ao turismo, uma grande importância na fixação, mesmo que pouco representativa, de pessoas no rural, o que renova a esperança de (re)dinamização de muitos espaços em vias de despovoamento.

Um dos pontos importantes a serem considerados é que as atividades de turismo no espaço rural se caracterizam pela utilização da mão-de-obra familiar. Assim é nas mais diversas experiências implantadas tanto no Brasil como no exterior. Os maiores efeitos em termos de ocupação se refletem no núcleo das famílias rurais, principalmente envolvendo a mulher e os filhos, que assim não precisam buscar, como normalmente acontece, emprego em outros locais.

Uma das grandes contribuições do turismo no espaço rural se dá, segundo Gómez (1988:104), “desde as primeiras etapas na estabilização e consolidação do emprego destas famílias, evitando e freando sua emigração e especialmente sentando as bases para que alguns de seus descendentes não emigrem na atualidade e estes estabelecimentos tenham sucessão”.

Como se pode verificar, a principal relevância em termos de ocupações no turismo no espaço rural está no núcleo familiar. Nesse sentido, Rodríguez (2006:46) assinala que “es necesario tener en cuenta el hecho de que muchos de estos empleos sean temporales, a tiempo parcial o de escasa cualificación, siendo en la mayoría de los casos desarrollado por los propios familiares”.

Em áreas rurais deprimidas, de acordo com Gómez (1988:105), “a contribuição ao emprego é em grande parte mascarada pelo caráter misto e familiar de grande parte das atividades reativadas pelo turismo e porque se trata de pequenos efeitos não concentrados pelo que são quantitativa e qualitativamente importantes em nível familiar e local”.

Assim, o turismo no espaço rural representa importantes postos de trabalho para a família dos empreendedores. Ali então, a relevância dos empregos gerados é ainda maior, pois envolve a mão-de-obra dos filhos destes empreendedores que provavelmente irão ter menos motivos para migrar.

Em estudo sobre o agroturismo na região serrana do Estado do Espírito Santo, Portuguez (2002) verificou que a geração de empregos é pouco significativa, pois das vinte e duas propriedades pesquisadas, apenas em cinco delas havia mão-de-obra contratada em decorrência do início da atividade turística. No entanto, “o agroturismo está mostrando-se como uma atividade, que em pouco tempo conseguiu aumentar consideravelmente os rendimentos das propriedades onde é praticado, além de se manter com um forte potencial de expansão” (Portuguez, 2002:116).

Desse modo, é preciso ter muito cuidado ao se referir a importância das atividades de turismo no espaço rural, principalmente em relação aos empregos gerados, pois as realidades são diferentes, como diferentes também são as experiências desenvolvidas Brasil afora.

Em São Martinho, além de poder-se considerar significativo no contexto local os empregos que são gerados tanto de forma temporária como permanente, tem-se também o estabelecimento de outras relações com a comunidade, através da aquisição de produtos locais, principalmente de alimentação, que são consumidos de forma direta pelos visitantes, ou utilizados no preparo de outros alimentos.

Nesse sentido, outras famílias, mesmo não sendo proprietárias de empreendimentos de turismo, têm possibilidade também de diversificar sua atividade, pois, de acordo com Ferreira (2004:65), “muito do que a exploração agrícola produz pode adquirir um superior valor comercial, tendo em conta a expectativa de colocar no mercado produtos que a nova procura ambiciona pela sua proveniência na exploração agrícola”.

Dos dez empreendimentos pesquisados, nove afirmaram realizar aquisição de produtos locais, que vão desde a cana-de-açúcar para preparar a cachaça e o melado, passando por ovos, nata, manteiga, carne, verduras, queijos, conservas, doces, bolachas, embutidos (lingüiça, salame, etc.), coalhada, frutas, licores, etc. Assim foram identificadas outras oito famílias de agricultores que possuíam uma ligação mais expressiva, ou seja, com maior regularidade, com os empreendimentos turísticos, pois produziam algum tipo de produto que era comercializado em função do fluxo de visitantes.

Somente um dos empreendedores afirmou não adquirir produtos dos vizinhos, não estabelecendo assim uma relação de troca mais direta com outros membros da comunidade. No entanto, disse comprar os

produtos consumidos pelos visitantes em mercados do município, entendendo assim que indiretamente também estava adquirindo produtos locais.

Essa relação que se estabelece entre os empreendedores e outras famílias da comunidade, originada pelo consumo de produtos por parte dos visitantes, é identificada por Schneider e Fialho (2000:35) como sendo uma potencialidade do turismo no espaço rural, pois cria “mercado de consumo local para os produtos de origem agrícola, oferecendo uma alternativa para complementar a renda das famílias rurais”.

Além disso, o incremento na procura de produtos tradicionais, tanto alimentares como não, faz com que a sua produção artesanal, segundo Garcia (1996:24), passe “a ser vista como mais atractiva por parte dos jovens, ao mesmo tempo que dará novo alento a população idosa, que se sentirá útil na comunidade pelo contributo que pode dar ao crescimento das artes tradicionais”.

Buscou-se também identificar, se além dos produtos que eram adquiridos para serem consumidos *in natura* ou transformados em outros alimentos para serem oferecidos aos visitantes, existiam outros que eram apenas revendidos, servindo, o empreendimento turístico, como entreposto de comercialização. Dos dez empreendimentos pesquisados, cinco afirmaram revender produtos produzidos por outras pessoas da comunidade, mediante é claro, um acréscimo percentual sobre o preço pelo qual tal produto foi adquirido.

Assim, outras nove famílias da comunidade estavam ligadas ao turismo, pois produziam algum produto que tinha como canal de comercialização os empreendimentos de turismo. Entre os produtos destacavam-se a produção de pé-de-moleque, licores, bitter crioulo, compotas, conservas, bolachas, doce de leite, cachaça e artesanato.

Considerando-se os empregos permanentes, os empregos temporários (excetuando os da época de verão), os produtos adquiridos para serem consumidos nos empreendimentos e os outros para serem revendidos, verificou-se que havia envolvimento direto e estava sendo gerado algum tipo de receita para outras sessenta e oito famílias. Tem-se então que somadas as famílias dos empreendedores, o turismo no espaço rural do município de São Martinho envolvia um número aproximado de setenta e oito famílias.

As relações que se estabelecem a partir do turismo no espaço rural, aqui entendidas como parte da dinamização da economia local, podem ser consideradas, no contexto de todo o espaço rural do município, como sendo de pouca importância, pois, como calculou-se anteriormente, existiam 78 famílias envolvidas de alguma forma com a atividade turística, para um universo de aproximadamente 600 famílias que habitavam o espaço rural de São Martinho.

Entretanto, essa relação adquire maior relevância ao considerarem-se as dificuldades que os agricultores encontram para sobreviver no campo. E mais ainda, se tomar-se como espaço analisado somente o distrito de Vargem do Cedro, onde se concentravam as atividades de turismo no espaço rural e residiam aproximadamente 120 famílias.

4. A geração de renda

Inicia-se a análise enfocando o contexto das propriedades rurais em relação à participação do turismo na renda das famílias dos empreendedores. É necessário destacar que dos dez empreendedores entrevistados somente um deles não era morador do município, ou seja, era uma pessoa que realizou investimento em hospedagem, através da aquisição de um terreno e construção de uma pousada. Assim, excetuando esse empreendimento que não possuía área de terra considerável, as demais propriedades

possuíam uma área que variava de 25,6 ha a menor, até 122,0 ha a maior. A média de área dos estabelecimentos pesquisados era de 57,5 ha.

Aqui é fundamental que se faça menção a possibilidade de utilização dessa terra na produção agropecuária. Se considerada a área agricultável, ou seja, a parte de cada propriedade possível de ser incorporada no processo produtivo, pôde-se verificar que esta representava um percentual pequeno de cada uma delas. Isso se dava em função do relevo montanhoso do município, sendo estimada, em pesquisa anterior (Elesbão, 2001), uma média de 21,5 %. Foi observado também que eram justamente as propriedades que possuíam as maiores áreas que tinham os menores percentuais de área agricultável.

Essa realidade influencia diretamente as características da produção agropecuária no município. O tamanho relativamente pequeno das propriedades e as dificuldades de mecanização fizeram com que as atividades que necessitassem de áreas menores para serem realizadas fossem priorizadas, como, por exemplo, a pecuária leiteira e a fumicultura, que permitem a utilização de áreas com maior declividade.

A atividade turística era a principal fonte de receita familiar em nove das dez propriedades pesquisadas. Apenas em uma delas provinha da agropecuária a maior parte do sustento familiar, no entanto, agropecuária e turismo estavam ali diretamente relacionados. Para essa família o turismo representava 30,0 % da receita, enquanto a agropecuária os outros 70,0 %. Nos demais empreendimentos o turismo era a principal fonte de rendimentos e representava no mínimo 60,0 % da receita, chegando, em uma delas, a 100,0 %. Numa média a receita total familiar era 79,5 % proveniente de atividades ligadas ao turismo, ou seja, elas dependiam consideravelmente dessa atividade.

O que se pôde observar em São Martinho, considerando os empreendimentos turísticos, é que a atividade turística em vez de ser apenas um complemento da receita familiar, respondia pela maior parte do sustento dessas famílias, representando, em duas delas, praticamente o total dos recursos gerados.

Almeida; Pereira e Vecchiatti (2000) identificaram em pesquisa realizada no município de Guararema – SP, que a maior parte dos proprietários ao fazer a opção pelo desenvolvimento de alguma atividade relacionada ao turismo busca complementar a atividade agropecuária ou estabelecer uma alternativa a esta. Os autores constataram, entre os quatorze entrevistados, que três deles já viviam exclusivamente da atividade turística.

Há uma evidente preocupação, por parte de alguns pesquisadores, com relação à importância que o turismo deve desempenhar na composição da receita gerada dentro das propriedades rurais, sendo que este deveria ter apenas um caráter de complementaridade. Essa é a posição de Barrera (2000:201), para quem o turismo rural deve ser tomado como uma alternativa a mais de produção, e que, “de nenhuma maneira, deve-se deixar de lado a exploração principal para desenvolver essa nova atividade”.

A atividade turística no espaço rural é vista então como complemento da receita gerada na agropecuária. De acordo com Solla (2002:126) “é preciso conceber o turismo rural como um complemento de várias outras atividades, sem perder de vista outras vocações, muito particularmente a agrícola”.

Perez e Ganso (1998), com base no estudo da experiência do pequeno concelho de Taramundi no norte da Espanha, colocam que, apesar de uma série de resultados favoráveis, o turismo rural continua sendo uma atividade em pequena escala, cujo objetivo é a manutenção das demais atividades tradicionais.

Para autores como Silva; Vilarinho e Dale (2001:20), o importante é que as atividades turísticas se constituam em atividades internas à propriedade, gerando ocupações complementares às atividades

agropecuárias “as quais continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade em menor ou maior intensidade”.

Se por um lado, o turismo no espaço rural pode vir a estimular a produção de alimentos para serem consumidos e/ou adquiridos pelos visitantes e também pelo comércio local, por outro lado, pode haver o contrário, ou seja, a agricultura segundo Schneider e Fialho (2000:34): “em vez de estimulada e alavancada pelo turismo, pode acabar substituída por outras atividades mais rentáveis, perdendo a competição em termos de trabalho e terra, especialmente em regiões geográficas desfavoráveis”.

Para os autores seria desejável que o turismo desempenhasse um papel de complementaridade em relação às atividades agropecuárias. Isso se deve a possibilidade de conjugar as duas atividades, pois tanto o turismo como a atividade agrícola tem períodos de sazonalidade e “dessa forma, há a necessidade de administrar as duas atividades, prevenindo a frustração de expectativas que não possam ser alcançadas com o turismo rural” (Schneider; Fialho, 2000:34).

Observou-se em pesquisa anterior (Elesbão, 2001) que o abandono das atividades agropecuárias parecia uma questão de tempo para a maioria das famílias envolvidas na atividade turística, pois algumas delas já afirmavam não possuírem mais outra fonte de receita senão o turismo. No entanto, essa tendência identificada não vem se confirmando, pois, agora somente um dos empreendedores afirmou ter o turismo como exclusiva fonte de receita. Isso pode ser explicado por uma certa “tomada de consciência” de que seria importante manter algumas atividades que eram desenvolvidas antes do surgimento do turismo.

Pôde-se constatar que houve, nas propriedades abertas à visitação, o que se pode chamar de refuncionalização, ou seja, a mão-de-obra familiar passou a dar prioridade à realização das atividades ligadas ao turismo. Embora houvesse uma gama de atividades secundárias que foram relatadas como geradoras de receita, é certo que a importância delas parece ter diminuído muito em relação ao que era no período pré-turismo.

Essa tendência de desvinculação da mão-de-obra familiar do cultivo da terra, em função da substituição das atividades tradicionais pelas ligadas ao turismo, é criticada por Portuguesez (2002:96), segundo o qual isso “indica um claro exemplo de refuncionalização, em vez de multifuncionalização da propriedade”.

Do total das famílias que recebiam visitantes no rural de São Martinho, apenas uma delas não possuía atividade secundária. Nos outros nove empreendimentos faziam parte do cotidiano familiar duas ou mais fontes de receita, além do turismo. Entre as mais citadas estavam: a criação de gado de corte, em seis propriedades; o reflorestamento, em quatro propriedades; e a produção de leite, em outras três. Além destas foram também mencionadas a produção para auto-consumo, a prestação de serviços como profissional liberal, a criação de ovinos, a produção de artesanato e de produtos para serem consumidos pelos visitantes.

O turismo vir a se tornar a principal (ou mesmo até a única) atividade desenvolvida é um processo às vezes inevitável nos locais que têm uma estrutura produtiva baseada na agricultura familiar. As pessoas irão se dedicar àquelas atividades que mais lhe trarão retorno financeiro. O turismo, como complemento de receita, é bem mais fácil de ser observado em grandes propriedades que não têm problemas em manter sua estrutura produtiva, podendo nesse caso, o turismo ser considerado apenas um complemento.

5. Considerações finais

Os diferentes espaços locais se revestem de grande importância, pois é fundamental descobrir e mobilizar os atributos e afazeres particulares que cada um possui. A discussão do desenvolvimento passa a ter assim alguns recortes, entre os quais se destaca o desenvolvimento local. É precisamente nessa abordagem que as atividades turísticas passam a ser bastante consideradas.

Em São Martinho, os recursos provenientes do turismo respondiam pela maior parte da receita familiar de quase todos os empreendedores, sendo estes responsáveis por uma incontestável melhoria em seus níveis de vida. Houve, nas propriedades abertas à visitação, um processo de refuncionalização em que a realização dos labores ligados ao turismo passou a ter prioridade. Embora ainda fossem mantidas atividades agropecuárias, sua importância diminuiu muito em relação ao que era antes do turismo. Assim, a produção agropecuária era mantida, mas direcionada a atender necessidades demandadas pela atividade turística.

A maioria dos empreendedores afirmou que a comunidade estava se beneficiando com a atividade turística, principalmente através dos empregos gerados. No entanto, é preciso ter cautela quando se aborda os efeitos do turismo no espaço rural na geração de emprego, pois sua importância vai depender das condições locais e dos tipos de atividades que estão envolvidas. Isso é mais relevante quando se alude a um determinado caso como modelo para outros, pois as realidades Brasil afora são muito diferentes, como diferentes também são as experiências desenvolvidas.

Há vários fatores que interferem na decisão de uma pessoa em abandonar o espaço rural. Entre os principais estão aqueles ligados à própria sobrevivência da família, mas também a toda uma valorização depreciativa do campo em relação à cidade, que fazia com que quem habitasse o espaço rural desejasse morar nela, passando a integrar uma nova realidade de progresso e “desenvolvimento”. Essa antiga realidade passa na atualidade por um processo de mudança, no sentido de uma (re)valorização do que outrora era tido como atrasado. Isso se traduz na satisfação expressa pelos habitantes rurais em relação ao local onde vivem. A cidade não é mais vista como algo tão desejado, estando bastante presente no imaginário destas pessoas as mazelas sociais e os graves problemas vinculados principalmente às grandes cidades, como a poluição e a violência. É precisamente a demanda dos cidadãos pelo rural que provoca essa mudança de mentalidade nas pessoas do campo, que faz com que eles valorizem o lugar onde moram, as coisas que produzem e passem a não se sentir inferiores e excluídos. É claro que os recursos obtidos com a atividade turística têm importância crucial para as pessoas envolvidas, pois sem estes, seria menor a possibilidade de terem melhorado o nível de vida. Mas fundamentalmente, o que se observou é que, mesmo nas famílias sem nenhuma relação com o turismo, aumentou a auto-estima, mesmo frente aos problemas que eles enfrentam para sobreviver das atividades agropecuárias.

É importante destacar que esta atividade parece ter uma função muito importante, pois conseguiu mobilizar alguns recursos e, principalmente, despertar capacidades humanas que estavam latentes e mesmo subutilizadas. Pondera-se então que o turismo no espaço rural deva ser necessariamente incluído num programa de desenvolvimento que envolva a agropecuária, a agroindústria, bem como outras atividades não agrícolas. Somente assim poderá vir a desempenhar um papel relevante na busca por uma situação de desenvolvimento do tecido econômico e social do espaço rural local.

6. Referências bibliográficas

Almeida, A. F.; Pereira, M. T.; Vecchiatti, K. (2000). Análise sócio-ambiental das atividades voltadas ao turismo no meio rural na região de Guararema, SP. In: Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 2., 2000. Piracicaba. **Anais ...** Piracicaba: [s. n.], 203-209.

Barrera, E. (2000). Situação do turismo rural na Argentina. In: Almeida, J. A.; Froehlich, J. M.; Riedl, M. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 181-208.

Cristóvão, A. (2002). Mundo rural: entre as representações (dos urbanos) e os benefícios reais (para os rurais). In: Riedl, M.; Almeida, J. A.; Viana, A. L. B. (org.). **Turismo rural: tendências e sustentabilidade**. Santa Cruz do Sul: EdUNISC, 81-116.

Elesbão, I. (2001). **Turismo rural em São Martinho (SC):** uma abordagem do desenvolvimento em nível municipal. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria.

Garcia, A. M. M. (1996). **Turismo e desenvolvimento local:** o exemplo de Manteigas. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana e Planejamento Regional e Local) – Faculdade de Letras, Universidade de Lisboa, Lisboa.

Godoy, A. S. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE**, São Paulo, 35: 2: 57-63.

Gómez, V. B. (1988). **Turismo en espacio rural:** rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local. Madrid: Editorial Popular.

González, M. R. (2005). El turismo como nueva fuente de ingresos para el medio rural de Castilla y León. **Cuadernos de Turismo**, Murcia, 16: 175-195.

Lüdke, M.; André, M. E. D. A. (1986). **Pesquisa em educação:** abordagens qualitativas. São Paulo: EPU.

Martins, H. H. T. S. (2004). Metodologia qualitativa de pesquisa. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, 30: 2: 289-300.

Mattei, L. F. (1999). **Pluriatividade e desenvolvimento rural no estado de Santa Catarina**. Tese (Doutorado em Ciências Econômicas) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

Moletta, V. F.; Goidanich, K. L. (1999). **Turismo rural**. Porto Alegre: SEBRAE/RS. (Série Desenvolvendo o Turismo, 6).

Perez, E. C.; Ganso, M. F. (1998). La influencia del turismo en el desarrollo rural: proyecto piloto de Taramundi. **Sociedade e Território**, Porto, 28: 69-78.

Portuguez, A. P. (2002). **Agroturismo e desenvolvimento regional**. 2. ed. São Paulo: Hucitec.

Ribeiro, M. (2001). Oportunidades empresariais no sector do turismo em regiões do interior de Portugal. **Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], 10: 319-332.

Rodríguez, B. B. (2006). El turismo rural en Galicia: análisis de su evolución en la última década. **Cuadernos de Turismo**, Murcia, 17: 25-49.

Schneider, S.; Fialho, M. A. V. (2000). Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In: Almeida, J. A.; Riedl, M. (org.). **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru: EDUSC, 15-50.

Silva, J. G.; Vilarinho, C.; Dale, P. J. (2001). Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: Almeida, J. A.; Froehlich, J. M.; Riedl, M. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. 2. ed. Campinas: Papirus, 15-62.

Solla, X. M. S. (2002). Turismo rural: tendências e perspectivas. In: Irving, M. de A.; Azevedo, J. (org.). **Turismo: o desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 113-129.

Talavera, A. S. (2001). O rural como produto turístico: algo de novo brilha sob o sol? In: Serrano, C.; Bruhns, H. T.; Luchiari, M. T. D. P. (org.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. 2. ed. Campinas: Papirus, 151-170.