

TURISMO RURAL EM RANCHO QUEIMADO: UMA ANÁLISE DO ESPAÇO PELA LÓGICA CAPITALISTA

FRACCHIOLLA CABREIRA, CARLA¹
ROGÉRIO DA ROSA, HELTON²

1 INTRODUÇÃO

Turismo é o deslocamento voluntário e temporário de pessoas de seu domicílio por 24 horas no mínimo, conceito que para muitos já está ultrapassado, sendo uma das maiores atividades socioeconômicas, movimentando bilhões de dólares por ano, fazendo parte do terceiro setor da economia.

A raiz do turismo moderno é o lazer, o qual era associado ao tempo livre onde as pessoas poderiam fazer qualquer coisa que as agradasse. Esta concepção foi se modificando ao longo do tempo, e um dos resultados de suas transformações foram as variadas ramificações do turismo tradicional, o qual se vinculou a idéia de necessidade de se distrair quando não se está trabalhando, sob a forma de viagens de lazer ou de outros motivos.

O estado de Santa Catarina, onde as belezas naturais são abundantes, torna-se rumo certo de turistas do restante do Brasil e do mundo, pois é abençoado com belezas naturais que propicia a prática turística para variados gostos e perfis. O turista pode escolher entre o frio e a neve com características européias ou o calor estonteante do clima tropical. E é baseado nesta variada gama de recursos naturais encontrados em todo território catarinense que se destaca o estudo de caso sobre a prática turística no município de Rancho Queimado analisado sobre a lógica capitalista.

Após algumas visitas em diferentes momentos a cidade de Rancho Queimado, é possível perceber o desenvolvimento e a diferenciação da relação homem-natureza naquela região. O investimento no turismo rural modificou a concepção de campo, pois com a criação de uma rede de infra-estrutura que facilita a mobilidade e o acesso ao meio natural é vendida a idéia de "tranquilidade" e "paz" junto à natureza. Porém sob olhares críticos, o que se vê é uma reprodução mecanicista da realidade social e paisagística da cidade, com áreas naturais que em muitos casos já se transformaram em artificiais.

Rancho Queimado, o objeto desta pesquisa, deve ser visto de forma crítica, pois é caracterizado sobretudo pelo interesse econômico. Como metodologia, além da abordagem teórica, foi realizada uma pesquisa em campo em agosto de 2008 que indica como o espaço está sendo reorganizado, para quem se dirige os investimentos do turismo local, quais os anseios da população, os tipos de infra-estrutura criados, quais são os agentes modificadores, e a responsabilidade social que esse turismo implica.

¹ Graduando do curso de Geografia da Universidade do Estado de Santa Catarina, e do curso de Ciências Sociais da Universidade Federal de Santa Catarina.

² Graduando do curso de Geografia da Universidade do Estado de Santa Catarina, e do curso de História da Universidade Federal de Santa Catarina.

2 O TURISMO

Antes de mais nada, é preciso entender o que é o turismo e qual a sua origem, que está intrinsecamente ligada a nossa sociedade. Assim, o turismo “é uma prática social, que envolve o deslocamento de pessoas pelo território e que tem no espaço geográfico seu principal objeto de consumo. Por ser uma prática social, o turismo é fortemente determinado pela cultura.” (CRUZ, 2003, p.5).

Com a revolução industrial e o advento de maquinários que promoveram o encurtamento do tempo/trabalho e o alargamento em grande escala dos lucros obtidos, o burguês depara-se com uma carga temporal e recursos financeiros que outrora não dispunha, permitindo-o ter mais tempo livre para a aquisição de descanso e lazer.

Surgiram importantes mudanças nas formas de lazer, que anteriormente estavam relacionadas a valores humanitários e preenchidos por atividades propiciadoras de crescimento psicossocial, como por exemplo as festas religiosas, encontros culturais e outros tipos de atividades. A partir desse momento o lazer adquire um caráter ideológico de tempo correspondente ao não-trabalho, concebendo novas alternativas de ocupação do tempo livre ou mesmo alterando o significado das atividades de lazer tradicionais. (DANTAS, 1999).

Auxiliado por grandes avanços na área das informações, o turismo conseguiu estender o seu alcance e conquistar seu espaço rapidamente. Assim, a partir da Segunda Guerra Mundial as viagens ganharam destaque nas “relações econômicas, sociais e políticas das sociedades.” (DANTAS, 1999).

Sendo assim, o avanço do turismo está na sociedade capitalista, a qual viu uma possibilidade de maior obtenção de lucro, e também um meio de escape para a classe industrial, tornando-se um ciclo, onde os dois lados se beneficiam.

Economicamente entende-se que “o turismo é uma atividade situada no setor terciário de produção e tem como principal característica a prestação de serviços e, utiliza-se dos demais setores produtivos que são responsáveis pelo seu funcionamento.” (DANTAS, 1999).

Segundo Ana Lúcia, no Brasil, a prática turística

Somente no ano de 1966 que o governo federal reconhece a importância da atividade turística como fonte provedora para o desenvolvimento econômico do país, criando por meio do Decreto Lei n.º 55, a Empresa Brasileira de Turismo - EMBRATUR. (DANTAS, 1999).

Junto à atividade turística surge uma nova forma de exploração financeira, que visa a veiculação do produto turístico. Grandes empresários do ramo imobiliário associados a grandes campanhas de marketing manipulativo fazem vender seu produto sob inúmeras formas de estereótipos, pois como o turismo tornou-se num “dever” da sociedade capitalista e uma afirmação do status *quo*, sempre haverá procura.

2.1 TURISMO ALTERNATIVO E TURISMO SEGMENTADO

Consiste em uma modalidade do turismo que se encontra nos espaços naturais, sendo estes o seu principal objeto de consumo, requer certo tipo de infra-estrutura e de serviços adequados. Na década de 1990 esse tipo de turismo começou a ganhar espaço, e inseriu-se nos roteiros e pacotes turísticos, o que levou a adaptação das agências de marketing e propaganda e agências de turismo a essa nova modalidade de lazer.

Sendo assim o “turismo alternativo é a expressão criada para categorizar modalidades de turismo que, do ponto de vista de seu objetivo de consumo e da sua forma de consumo do espaço, se contrapõem ao chamado turismo de massa” (CRUZ, 2003, p.6, 7).

Ou seja, esse tipo de turismo não consegue agradar a todos, mas sim uma parcela da população que visa um ritmo de vida mais calmo, assim, segundo Rita de Cáss Cruz, conclui-se que “como a cultura varia no tempo e também no espaço, o que é atrativo para alguns grupos de pessoas pode não ser para outros.” (2003, p.9). Este turismo então, além de ser alternativo, é segmentado, pois é dirigido a uma pequena parcela da população.

O turismo rural é baseado em quatro conceitos segundo a Associação Brasileira de Turismo Rural, eles são: incremento de receita, geração de empregos, preservação do meio ambiente e preservação do patrimônio rural.

Mas o que torna um lugar turístico? Novamente a resposta se encontra na cultura. As paisagens turísticas não existem *a priori*, não são reais, mas sim uma invenção. Cabe ressaltar que o “lugar turístico” serve para definir uma área inventada que foi arrematada pela prática social do turismo, o que se refere a uma dada porção do espaço geográfico pré-determinada a abrigar os investimentos e infra-estrutura que servirão de atrativos ao cliente alvo, o turista.

Rancho Queimado é um exemplo disto, e segue a linha da década de 1990, quando aquele espaço se tornou atrativo, e logo foi despertando o interesse das pessoas, pois se percebeu o potencial de riquezas naturais daquela região.

A mídia tem um grande papel nesta invenção de atrativos turísticos, podendo ditar a moda de acordo com os seus interesses econômicos, ou seja, ela atua “na homogeneização de gostos e na disseminação de padrões de consumo homogeneizados” (CRUZ, 2003, p.10).

Com a especulação capitalista nas áreas com grande potencial para o desenvolvimento de um turismo alternativo, crescem a procura por espaços rurais próximos as grandes cidades, nascendo assim o turismo rural, uma forma alternativa de fugir dos grandes centros movimentados e um espaço de reencontro do homem com a natureza.

Tendo em vista o uso dos espaços rurais, surge a necessidade de um espaço que reúna as facilidades de uma grande cidade, como o fácil acesso, uma mínima condição de infra-estrutura e meios de comunicação adequados, com os benefícios de estar numa região rural onde possa ser encontrada a paz, descanso e segurança que a muito se perdeu nas cidades.

2.2 A (RE) ORGANIZAÇÃO DA REGIÃO

Quando o turismo apropria-se do espaço, impõem a sua lógica, ou seja, não cria apenas novos espaços, mas o reorganiza para que o mesmo possa acontecer, sendo capaz de reestruturar sociedades inteiras para a sua continuidade.

O que muitas vezes não é visto é que “a degradação de ambientes naturais ou urbanos provocada pelo turismo contraria a lógica de reprodução da atividade.” (CRUZ, 2003, p.30). Não

há sentido em destruir algo que é fonte de lucro, muitas vezes sendo resultado da falta de planejamento, de estrutura ou da própria consciência dos indivíduos.

O meio ambiente, normalmente o destino do turista moderno, sofre impactos e principalmente no Brasil, onde temos leis que o protegem mas que na prática nem sempre funcionam.

O planejamento da atividade turística deve ter como prioridade o meio em que se insere, pois funciona como uma teia, interligada em suas partes. Devem-se considerar os aspectos físicos, sociais, ambientais, econômicos e culturais.

Existe ainda o caso da reorganização cultural, que torna comerciais os costumes e tradições de um povo, e que aliado a campanhas publicitárias serve de agente condicionante para o crescimento turísticos da região.

3 O CASO DE RANCHO QUEIMADO

3.1 A CIDADE

Rancho Queimado situa-se no sul do Brasil, mais especificamente no Estado de Santa Catarina, fazendo parte da microrregião Geográfica do Tabuleiro. Esta microrregião localiza-se a oeste da microrregião de Florianópolis, a qual abriga a capital do estado.

Nesta microrregião do Tabuleiro inserem-se cinco municípios: Águas Mornas, Alfredo Wagner, Anitápolis, Rancho Queimado e São Bonifácio. Fazendo parte da área de preservação do Parque Estadual da Serra do Tabuleiro, sofre com as consequências do desmatamento.

A pequena distância entre a capital Florianópolis e o município de Rancho Queimado de aproximadamente 62,2 km aliados a um fácil acesso pela BR- 282, foram um dos principais atrativos que levou a escolha desta pacata cidade como válvula de escape para quem busca lazer e tranquilidade.

Imagem 1



Imagem 2



¹ Mapa Físico do estado de Santa Catarina, destaque na cidade de Rancho Queimado. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Rancho_queimado>. Acesso em: 14 fev. 2009.

² Mapa Físico da Microrregião da Grande Florianópolis, destaque na cidade de Rancho Queimado. Disponível em: <<http://www.visitefloripa.com.br/ambientes.php?cod=32>>. Acesso em: 14 fev. 2009.

Rancho Queimado situa-se na Serra Geral, com encostas e escarpas que fazem a divisão entre o planalto catarinense e o litoral, ao mesmo tempo formando uma paisagem de montanha combinada a uma paisagem rural.

Sua configuração faz de seu território um estratégico divisor geográfico das águas que drenam das seguintes bacias hidrográficas: a oeste, Rio Itajaí-açú; ao sul, Rio Tubarão e; a leste, Rio Cubatão. Do alto de suas encostas, protegidas pela vegetação nativa, brotam as nascentes d'água que alimentam o Rio Tijucas, que corre pela vertente norte, compondo no seu curso os rios, cascatas e cachoeiras que aumentam a beleza da paisagem natural do município. (DANTAS, 1999).

A grande variedade de vegetação e de flora é uma consequência do município estar na área de contato e transição dos ecossistemas de Floresta Atlântica, Araucária, de Campos Naturais e de Floresta Nebular. (DANTAS, 1999). Variedades que acarretam numa fauna silvestre exuberante.

Primeiramente Rancho Queimado fazia parte do município de São José, sofrendo emancipação no ano de 1962, pois buscava uma própria identidade. Colonizada por alemães, a cidade estava no caminho por onde eram transportadas as cargas e as boiadas que provinham de Lages e São Joaquim, sendo utilizada como pouso pelos viajantes. Possui mais de 2.600 habitantes distribuídos numa área de 286 Km². Sua fonte de riqueza é a agricultura, a pecuária, a existência de algumas empresas e o turismo, exemplificando

O município de Rancho Queimado tem como principal característica a produção agropecuária, situada no setor primário de produção; o setor secundário está representado por pequenas indústrias e o setor terciário, pela prestação de serviços, caracterizado pelo comércio local e, não tem grandes representações na economia do município. (DANTAS, 1999).

Assim como o restante da economia rural catarinense, a base econômica de Rancho Queimado se baseava na produção do minifúndio, calcada na pequena gleba familiar. Em meados dos anos de 1950 a produção agropecuária enfrentou uma crise no setor e os proprietários rurais, agora sem capitais, entraram em decadência. “Evidências de retração econômicas em pequenas propriedades pareciam aos analistas dos anos 50 mais do que simples contratempo conjuntural.” (LAGO, 2000, p.255)

Aliada a falta de assistência técnica moderna, observou-se uma baixa produtividade em função da qualidade dos produtos, reduzindo a inserção de produtos no mercado. (DANTAS, 1999, apud UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA, 1997). Essa crise na produção agrícola ocasionou o êxodo rural,

“de onde o trabalhador rural sai em busca de novas alternativas, contribuindo desta forma para o crescimento das populações situadas nas periferias dos grandes centros urbanos, como podemos verificar na região da grande Florianópolis.” (DANTAS, 1999)

Problema que se intensifica com o avanço do turismo na região, onde a melhor solução encontrada pelos proprietários rurais é vender as suas terras para os grandes investidores, pois com a valorização imobiliária provém lucro em curto prazo.

Esse tipo de turismo é conhecido como turismo de segunda residência (DANTAS, 1999), e é muito encontrado no município, prática que a longo prazo pode vir a estabelecer uma mudança significativa na economia e desenvolvimento social desta cidade. Pois com a venda das áreas que antes eram produtoras agrícolas para esse turismo de segunda residência, o espaço passa a não atuar mais como fonte agrícola, se tornando uma área “improdutiva” para este setor da economia.

Conclui-se que “a atividade turística possui relações próprias que integram todos os setores produtivos, caracterizando-se como um sistema” (DANTAS, 1999), assim, estando em um sistema, suas partes são interdependentes, ou seja, uma parte possui dependência de outra, quando uma é afetada desequilibra as outras, que passam a buscar novamente um equilíbrio.

3.2 O TURISMO COMO AGENTE MODIFICADOR

A mudança repentina de um lugar pacato e familiar num pólo turístico pode acarretar em alterações significativas ao estilo de vida, costumes e cultura dos habitantes locais, levando a uma reestruturação do espaço vivido para uma adaptação da exploração financeira do local escolhido.

Em sua grande maioria, os benefícios e lucros financeiros desta reestruturação espacial acabam em contas bancárias de investidores especulativos, os quais são chamados de proprietários ausentes (BAUMAN, 1999) e da burguesia local que na maioria dos casos se adaptam as necessidades requeridas para a melhoria dos atrativos turísticos como, supermercados, hotéis e restaurantes. O que sobra é relegando a informalidade com a participação do povo local na nova forma econômica a qual o território foi transformado.

As transformações no espaço, resultante dos investimentos na região não são acessíveis para a população local, pois em grande maioria é usufruído pelos turistas de cidades vizinhas, em especial, da Grande Florianópolis, que têm condições de pagar pelos altos custos necessários para o desfrute desta nova área de lazer.

Habitantes locais e turistas não se misturam socialmente, e repete-se o que é visto nas grandes cidades, onde não se sabe quem é o seu vizinho, o que acarreta em mais uma divisão sofrida pela reorganização do território, a divisão social.

O isolamento territorial de turistas tem como uma de suas principais conseqüências a supressão da possibilidade de interação entre turista e população residente. O turismo assim concebido reduz-se ao espaço físico do lugar, como se cada lugar não tivesse uma história social e não fosse mesmo um espaço social. O lugar turístico, nesse caso, nega toda a espontaneidade que possa ser atribuída ao ato de fazer turismo, e há uma perda tanto para a população local quando para visitantes. (CRUZ, 2003, p.113).

3.3 A FORMAÇÃO DA REDE INFRA-ESTRUTURAL

Em meados dos anos noventa nota-se uma mudança do foco de interesse dos empresários, fato ocorrido devido à massificação do turismo praiano do litoral catarinense. Tendo em vista o esgotamento dos espaços naturais necessários a essa prática turística litorânea, a atenção é voltada para regiões com características rurais.

O estado de Santa Catarina que utilizava o frio das médias e grandes altitudes do planalto catarinense como atrativo turístico aos que procuravam uma forma alternativa de turismo, agora recorre ao silêncio bucólico como “recurso natural”, que serve de “produto desejado” aos que procuram descanso e contato com a natureza.

Nasce assim uma dinamização do terceiro setor em áreas com recursos naturais propícias a novos investimentos.

O turismo rural surge como promissor em áreas que apresentam certa ociosidade de espaço territorial, aparente ou real. As regiões campestres, mais amplas, mas não monótonas quanto às características físicas, biológicas e de equipamentos humanos parecem, em princípio, se apresentar mais propícias. (LAGO, 2000, p.215).

Logo, na nova área escolhida para fins das futuras atividades econômicas, além dos recursos naturais desejáveis pelo público alvo, deverá conter recursos externos a paisagem rural que visem trazer o conforto encontrado nos grandes centros urbanos.

É evidente, pois, que neste contexto se incluem componentes tradicionais externos a paisagem rural, e, da modernidade, no centro de recepção hoteleira: a comida típica regional, porém variada, instalações para ginástica e esportes, salas para recolhimento musical e leitura, instalações e equipamentos para diversão de uma clientela oriunda de espaços urbanos. (LAGO, 2000, p.214).

O empresário vê na criação de hotéis-fazendas e “condomínios rurais”, a possibilidade de uma exploração dos recursos naturais, tornando-se fonte de lucro a nova forma de organização econômica daquela sociedade. O novo produto consiste no oferecimento de lugares seguros e tranquilos para famílias passarem os finais de semana descansando longe do caos urbano.

É nesse contexto que se desenvolve o interesse econômico em Rancho Queimado, aonde a indústria imobiliária viu mais uma possibilidade de lucro usufruindo dos aspectos naturais da região. Cria-se com o objetivo de atrair os habitantes elitizados dos grandes centros urbanos uma forte campanha da mídia, que teve como aliado um importante veículo de propaganda, os diversos cartazes localizados nas margens da BR 282, atraindo os circulantes das estradas para a região.

Com o passar do tempo, a exploração da região tornou-se intensiva, e inúmeros condomínios residenciais e redes de hotéis-fazenda são construídos, além dos resorts e campos de golfe de padrão internacional.

Com a comprovação da pesquisa, podemos constatar que os novos espaços construídos e os investimentos na infra-estrutura que reorganizam o espaço natural não são acessíveis aos habitantes locais, salvo uma pequena parcela que são de famílias tradicionais e influentes da região.

Apenas os turistas, ou, moradores influentes circulam em ambos os espaços. Uma pequena parte da população local se encontra agora no setor informal, que permite os diversos habitantes trabalharem e permanecerem na sua cidade.

A promessa do turismo rural tem o crédito de outros setores da administração pública, a exemplo do SEBRAE¹, que o encara como oportunidade de gerar renda e emprego em áreas onde o êxodo para as cidades tende crescer por ausência de oportunidades de trabalho. (LAGO, 2000, p 215)

Comprova-se em Rancho Queimado que “em função da forma como se dá a divisão social do trabalho no mundo capitalista, apenas uma parte dos indivíduos dessa sociedade (ou grupos de indivíduos) tem condições de praticar turismo ou participar do mercado turístico vendendo sua força de trabalho.” (CRUZ, 2003, p.14).

Fica evidente que a relação do proprietário ou do empreendimento com o local é puramente comercial e não histórica, ou seja, não existe a ligação afetiva que caracteriza o turismo rural. (RODRIGUES, 2001).

No caso da compra de um terreno e a posterior construção de um lago para pesque-pague, restaurante, lanchonete, sem nenhum vínculo paisagístico ou afetivo com o lugar, em que o proprietário nem reside no local e quase tudo está a cargo de empregados, ao nosso ver trata-se de um empreendimento que, apesar de se localizar fora do perímetro considerado urbano, pouco se caracteriza pela ruralidade. (RODRIGUES, 2001, p.106).

Rancho Queimado possui grandes atrativos rurais para a atividade turística, mas depende da cidade saber usá-los. É preciso atrair visitantes e turista para a identidade local, de forma a expandir a qualidade e a diversidade dos serviços.

A grande diversidade de atrativos turísticos como a paisagem natural, os traços culturais de origem germânica, os legados deixados pelos primeiros habitantes da região: os índios, as realizações culturais como a Festa do Morango e Festa do Tropeiro, a gastronomia, a agricultura orgânica, a produção de mel, entre outros, faz com que o município tenha um forte recurso para o desenvolvimento da atividade turística. (DANTAS, 1999).

Sendo assim, o que antes era cultural passa a ter valor comercial, como os exemplos citados acima, levando destaque a Festa do Tropeiro, a Festa do Morango e o Natal das Luzes, que fazem parte do calendário turístico da região.

¹ SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas – Surgiu em 1972 para estimular o empreendedorismo e desenvolvimento do Brasil.

3.4 ANSEIOS DA POPULAÇÃO E ANTAGONISMO: UMA VIA DE MÃO DUPLA

Com a pesquisa, notou-se que a vida dos moradores locais continua a mesma, fora alguns estabelecimentos que lucram com o turismo, como restaurantes e mercados. O lazer para os moradores mais humildes continua o mesmo há mais de 30 anos, chamado de baile, sendo uma das poucas diversões do centro urbano da cidade.

A frase “é cada um no seu canto” foi dita inúmeras vezes pelos moradores mais humildes, alguns nem sabiam do que se tratava, desconheciam os investimentos massivos na região, ficando claro qual é o público alvo.

Grande parte da população de Rancho Queimado não se sente mais segura, o que pode ser chamado de “a revolta dos viajados ou o despertar do senso crítico das populações nativas” (KRIPPENDORF, 1989, p.125), ou seja, a população começa a sentir um mal-estar em relação aos desconhecidos. Enquanto os turistas sentem-se seguros e tranquilos, ocorre exatamente o contrário com a população local.

A sensação de ter seu espaço “invadido” por outros grupos sociais, neste caso os turistas, pode acarretar em um sentimento xenofóbico nos moradores locais, ocasionado pela perda de identidade de seu espaço geográfico devido as necessidades impostas pela nova organização econômica, muitos se sentem a margem das melhorias ocorridas em seu território, causando um sentimento de invasão e perda no habitante local.

Torna-se antagonico o caso de Rancho Queimado, pois, enquanto os habitantes da Grande Florianópolis vão até Rancho Queimado em busca de lazer, os moradores de Rancho Queimado vão para a Grande Florianópolis em busca da mesma coisa, ocorrendo assim uma via de mão dupla na busca de lazer.

4 TURISMO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

A grande vocação do turismo em Rancho Queimado deve ser utilizada com os olhos sob o desenvolvimento sustentável, pois segundo o Instituto Brasileiro de Turismo/EMBRATUR (1998), turismo rural é o “conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”. Ou seja, turismo rural não é apenas estar num condomínio fechado e seguro, deve-se sim, conhecer os

Recursos naturais e as atividades realizadas no campo, como também os elementos culturais e históricos da localidade devem ser destacados para complementar o processo de caracterização regional do empreendimento, envolvendo o artesanato, gastronomia, folclore e religião. (BAHL, 2004, p.726).

Sendo a economia de Rancho Queimado “caracterizada pela produção agropecuária, baseada na produção e extração de produtos oriundos da terra” (DANTAS, 1999), portanto, quando o turismo se inseriu naquele local, alguns habitantes tiveram a possibilidade de participar da nova economia, a qual é baseada na prestação de serviços. Quando a população fez a escolha de atuar nesta área e usar o turismo como fonte de renda, deve passar a preservar os recursos naturais de forma sustentável.

O desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades. (DANTAS, 1999 apud Nosso Futuro Comum, 1991, p. 46)

Deve-se aproximar a nova forma de produção para a realidade local, de forma a evitar impactos sociais, culturais, econômicos e ambientais, conciliando assim a oferta e demanda da região.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho científico pode-se entender a força impositora da lógica capitalista sobre o território em questão, e assim, mostrar a atuação deste poder na roupagem do turismo torna-se necessário.

Ao analisar as trocas econômicas, sociais e culturais que são resultados de uma nova organização das áreas receptoras de infra-estrutura e reorganização econômica, levanta-se às necessidades e anseios de uma sociedade local a margem dos benefícios trazidos por essa nova ordem regional, mostrando o antagonismo criado entre novos fluxos sociais que interagem em um mesmo nicho geográfico.

Lembrando sempre que o objetivo desta pesquisa não consiste na apresentação de soluções dos problemas gerados pelos embates causados entre diferentes formas de organizações sociais, mas sim trazer a luz os problemas enfrentados por mudanças significativas, encontrada por uma sociedade relegada a segundo plano no desfrute das melhorias geradas a partir dos recursos naturais de seu território local.

O turismo pode ser um grande gerador de riquezas e melhorias sociais, porém, não quer dizer que essas riquezas e melhorias sejam distribuídas, ficando represadas nas mãos de poucos, os investidores, gerando sentimentos e desconforto nos habitantes locais.

Para o município de Rancho Queimado realmente se desenvolver a partir da atividade turística, é preciso comprometimento com a nova forma de produção. Para que o turismo não deteriore a natureza deve-se seguir o caminho do desenvolvimento sustentável.

Outra forma de desenvolvimento é conciliar os diversos setores econômicos na região, para que uma possível crise não venha a retardar o crescimento. Planejar o turismo aumenta as chances de sucesso, assim, é preciso ter o controle dos investimentos no município, pois quantidade não quer dizer qualidade.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT, Rio de Janeiro. **Normas ABNT sobre documentação**. Rio de Janeiro, 2000. (Coletânea de normas).

BAHL, Miguel. **Turismo com responsabilidade social**. São Paulo: ROCA, 2004. 839p.

BAUMAN, Zygmunt . **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1999. 145p

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Introdução à geografia do turismo**. 2. ed São Paulo: ROCA, 2003. 125p.

DANTAS, Ana Lúcia de Faria Lucena. **Atividade turística e os caminhos sustentáveis: um estudo de caso no município de Rancho Queimado**. SC.1999. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 1999. Disponível em: <<http://www.eps.ufsc.br/disserta99/dantas/>>. Acesso em: 12 fev. 2009, 21:30.

DE MASI, Domênico. **O futuro do turismo de Santa Catarina: previsões entre 2007 e 2011**. Tubarão: Unisul, 2007. 130 p

EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo. **Política Nacional de Turismo 1996 - 1999. Principais Diretrizes, Estratégias e Programas**, 1996.

ISKANDAR, Jamil Ibrahim. **Normas da ABNT comentadas para trabalhos científicos**. 2. ed. rev. ampl. Curitiba: Juruá Ed., 2003. 94p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Contagem da População 2007** Uberaba, 2005. Disponível em:<<http://www.fazu.br/novo>>. Acesso em: 13 fev. 2007

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989. 235p.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Economia do turismo**. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1996. 122p.

LAGO, Paulo Fernando. **Santa Catarina: A transformação dos espaços geográficos**. Florianópolis: Verdes aguas produções culturais, 2000. 592 p.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001. 170 p.