

Geografia do Turismo Rural no estado de Minas Gerais: Ecos contraditórios de um segmento turístico dito em expansão.

8 - *Movilidad de la población e identidad cultural*

Lousada, Márcia Maria^{1(*)}

1 - *Universidade Federal de Minas Gerais* | (*) Brazil

Introdução

A imagem da ruralidade, da roça, é, de fato, inseparável da do palco que lhe serve de suporte físico, e recebeu, ao longo dos séculos, as impressões digitais dos ciclos históricos e sócio-econômicos vividos pelas comunidades locais. O estado de Minas Gerais, no Brasil, abriga algumas das mais importantes regiões agropecuárias do país, o que lhe atribuiu fortes e ricas tradições rurais emolduradas por paisagens muito diversificadas e notáveis por sua beleza natural e carga cultural. Essas características serviram de quadro incentivador para o desenvolvimento de atividades e estabelecimentos ligados ao Turismo Rural. Segundo Bovo (2006), este segmento “tem como seu principal atrativo o modo de vida rural de base local. Ou seja, a dimensão da cultura rural de base local é o eixo principal a partir do qual, ao menos em primeira instância, as atividades do Turismo Rural devem ser estruturadas”.

Investigações preliminares deste processo mostraram, por um lado, um efeito de concentração espacial diferencial, em função da solidez e/ou antiguidade da vocação agropecuária dos espaços rurais e, por outro lado, um forte distanciamento entre as imagens veiculadas pelas mensagens mercadológicas das diversas iniciativas e as características físicas e culturais das paisagens que as abrigam. Esse é o principal mote que norteia o programa de pesquisa *Turismo Rural no estado de Minas Gerais: Organização Territorial e Inserção Paisagística*, desenvolvido pela equipe do Centro de Pesquisa-Ação em Planejamento Turístico (CEPLANTUR), composta de professores e alunos do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Um dos pressupostos que motiva o avanço dessa investigação é a crença de que a linha de Pesquisa-Ação sobre o Turismo Rural pode contribuir para modificar os rumos que a atividade turística assumiu no litoral brasileiro; modelo este que majoritariamente causou severos impactos negativos de ordem natural e cultural, destacando-se a perversa inclusão sócio-cultural das populações locais no decorrer de seu crescimento econômico. Ou seja: a concepção de um novo tipo de turismo, alternativo a essa proposta, constitui uma oportunidade de (re)pensar as estratégias de desenvolvimento da atividade turística em seu processo de interiorização pelo país.

Em relação a esse contexto colocado, é relevante observar que, em âmbito geral, no histórico dos documentos técnicos de gestão pública do Turismo Rural¹ — seja no país ou em Minas Gerais — e na recente literatura turística — vem sendo recursiva a defesa de um discurso positivo frente às relações de causa e efeito no tocante ao universo das atividades desse segmento como vetor de Desenvolvimento Rural Local. Esse discurso tem apresentado o segmento do Turismo Rural como um vetor de desenvolvimento capaz de gerar, quase que naturalmente, benefícios imensuráveis para o meio rural de escala local, e entre esses benefícios aludidos estão comumente: a geração de emprego e renda para os espaços rurais, o combate ao êxodo rural, à formação de redes sócio-econômicas, o estímulo de práticas

¹ O primeiro documento específico direcionado para o planejamento do Turismo Rural - Manual Operacional do Turismo Rural - foi lançado em 1994, durante a gestão do governo Fernando Henrique Cardoso. Como outros exemplos podem ser citados os documentos técnicos intitulados: *Plano Estadual de Desenvolvimento do Turismo Rural em Minas Gerais - PEDTUR* (EMATER-MG, 2002), *Diretrizes para Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil* (Ministério do Turismo, 2003) e *Segmentação do Turismo Brasileiro – Marcos Conceituais* (Ministério do Turismo, 2006).

associativistas, o resgate e valorização do patrimônio cultural e natural, a melhoria da qualidade de vida da população local, a formação de circuitos turísticos, a diversificação da oferta turística, entre outros.

A partir do final da década de 1990, tais aspectos positivos do Turismo Rural no Brasil foram amplamente difundidos, estimulando um significativo número de empreendedores a investir nesse segmento, muitas vezes de forma pouco profissional ou sem o embasamento técnico necessário. Conseqüentemente, aspectos negativos de sua implantação também começaram a se manifestar, como por exemplo, a “sobrecarga da estrutura rural pelo número elevado de visitantes e de veículos, problemas legais, degradação ambiental e descaracterização do meio e da própria atividade” (IPEA/EMBRATUR, 2001).

Desse modo, acenar para o Turismo Rural como panacéia dos problemas que perpassam a complexa realidade do meio rural brasileiro tem cedido vez, ainda que lentamente², a reflexões sobre qual é a profícua contribuição dessa atividade turística para o desenvolvimento do “mundo rural” no país, haja vista a inclusão da dimensão local como mais um desafio.³ Em complementaridade a essa constatação, o professor Joaquim Anécio de Almeida alerta que no Brasil, quando a seguinte questão é posta: “saber se o Turismo Rural pode se constituir em elemento dinamizador das áreas rurais desfavorecidas, esta tem sido, em geral, respondida afirmativamente com assodada pressa, mais baseada em expectativa e proposição (dever-ser), do que em estudos empíricos aprofundados dos processos” (ALMEIDA, 1999).

Em meio à transição dos enfoques sobre os possíveis benefícios e custos gerados pelo Turismo Rural, órgãos públicos competentes, associações de mercado do Turismo Rural e outras entidades relacionadas ao *trade* turístico afirmam que estes tipo de atividade turística têm início no país em 1980 (ROQUE, 2001), vêm a se consolidar a partir da década de 1990 (TULIK, 2006); e apontam que, desde então, o Turismo Rural tem apresentado índices de expansão promissores, principalmente quando comparado a outros segmentos convencionais. Em 2002, segundo perspectivas da Organização Mundial do Turismo (OMT), as estimativas de crescimento do Turismo Rural giravam em torno de 20% ao ano no país.

Os meios de divulgação constituem outro fundamental termômetro de informações a respeito da expansão desse segmento turístico. Ao consultar os sites de hospedagem turística, de associações de mercado, os guias temáticos, os folders dos municípios e circuitos turísticos, são evidentes as constatações do aumento da oferta de iniciativas anunciadas como propostas de Turismo Rural no estado de Minas Gerais. Essas iniciativas são assim denominadas pelos próprios veículos de comunicação e/ou pelos proprietários desses estabelecimentos. Frente a este cenário, outro fator a ser abordado é o crescimento da

² Considerando que o Turismo Rural vem a se confirmar como uma realidade turística no Brasil a partir da década de 1990, o país ainda tem pouca experiência no planejamento e gestão desse tipo de turismo. E foi com o passar do tempo que os projetos e empreendimentos de Turismo Rural começaram a apontar os benefícios, riscos e desvantagens que a implementação do mesmo pode implicar. Dessa forma, é muito recente a publicação de estudos técnicos e artigos acadêmicos que discutam e comprovem os resultados empíricos do Turismo Rural para os atores sociais envolvidos com essa atividade.

³ Quanto aos desafios impostos pela inclusão da dimensão local no planejamento dos processos de Desenvolvimento Rural, Laurenti e Del Grossi (2000) tecem importantes considerações a seguir: “Embora haja esforços de vários autores na ênfase da importância do território/localidade nos processos de desenvolvimento e diversificação das áreas rurais, não se deve perder de vista que, entre o local e o geral, há uma relação dialética de formação. Isto significa que, ao estar circunscrita em totalidades mais amplas, a localidade é, além de agente determinante, também espaço determinado pelo próprio movimento da totalidade. É neste âmbito de interação com dimensões mais amplas da totalidade que se definem, por exemplo, suas relações econômicas e sócio-culturais com os centros urbanos. Deste modo, não se trata de apreender a localidade como derivação ou como simples conseqüência de estruturas, mas de considerá-la como elemento em constante movimento na formação da realidade concreta, formada por múltiplas determinações e canais de interação”.

demanda turística voltada para as atividades sediadas no meio rural - fator considerado uma das forças estruturantes de tal fenômeno.

Hoje, muitos urbanos tratam de encontrar, no rural, âmbitos sócio-espaciais abarcáveis e idôneos para a realização de sua identidade individual e coletiva, em um mundo cada vez mais globalizado, imprevisível e inabarcável. A revalorização do rural contida nas práticas de excursões ao campo, dos veraneios e das atividades de lazer nele, bem como outras diversas formas de sua utilização e consumo, tem se fundado na grande expressão planetária que tomou o ambientalismo nas últimas décadas. As apelações de reencontro com a natureza, a harmonia, a qualidade de vida e o respeito com o meio-ambiente, que se apresentam nos discursos ressignificadores do rural, têm evidenciado a crise da idéia de progresso contínuo e sem limites que acalentou o projeto modernizador via industrialismo e urbanização dos últimos duzentos anos (FROEHLICH, 2000).

Portanto, observa-se que há a confirmação por parte dos gestores públicos e privados quanto à expansão das atividades de Turismo Rural e a observação atenta dos estudiosos a respeito dos pressupostos que desencadeiam esse fato. Todavia, será possível verificar que, efetivamente, esse segmento turístico é consolidado e está em expansão no estado de Minas Gerais? Essa indagação constitui a hipótese central sobre a qual o projeto de pesquisa em questão trará apontamentos e reflexões.

Diante do exposto, o objetivo geral desse estudo é investigar o atual contexto da suposta expansão mercadológica do Turismo Rural no estado de Minas Gerais, a partir do levantamento de iniciativas auto-intituladas pertencentes a esse segmento, e considerar sua configuração espacial. Desse modo, busca-se contribuir para o estabelecimento de políticas públicas adequadas ao potencial das distintas realidades mineiras quanto ao desenvolvimento desse tipo de turismo.

Trajetória da Pesquisa

Dada a natureza do objeto de estudo em curso e os propósitos de investigação relacionados a ele, optou-se por realizar uma pesquisa de caráter exploratório e descritivo, com análises de cunho qualitativo e quantitativo. Com relação aos procedimentos metodológicos adotados, é possível observar, segundo a figura 01 – página 04, que o conceito de Desenvolvimento de Base Local assume papel norteador. Segundo Campanhola e Silva (1999) “o local é o espaço onde as relações se dão, e neste sentido, inclusive, as relações de natureza turística”. Assim, considerar tal perspectiva de desenvolvimento para os estudos da oferta de Turismo Rural é uma opção salutar para as reflexões sobre as possíveis contribuições e custos desse segmento para o “mundo rural” brasileiro.

O processo investigativo tem início com a pesquisa de gabinete, que se divide em duas fases distintas, porém executadas concomitantemente. Uma dessas fases é a revisão bibliográfica dos conceitos teóricos que tratam de assuntos relacionados à tipologia do turismo; a construção dos conceitos técnicos e acadêmicos de Turismo Rural e as reflexões sobre a relação do Turismo Rural como potencial vetor de Desenvolvimento de Base Local. A outra fase é a que diz respeito aos processos de levantamento e tratamento da informação sobre a oferta de Turismo Rural mineira. Foram consideradas aptas a serem utilizadas como amostras para esse estudo todas as iniciativas turísticas que se auto-intitulam pertencentes ao

segmento de Turismo Rural ou que são divulgadas pelos meios de comunicação como tal.

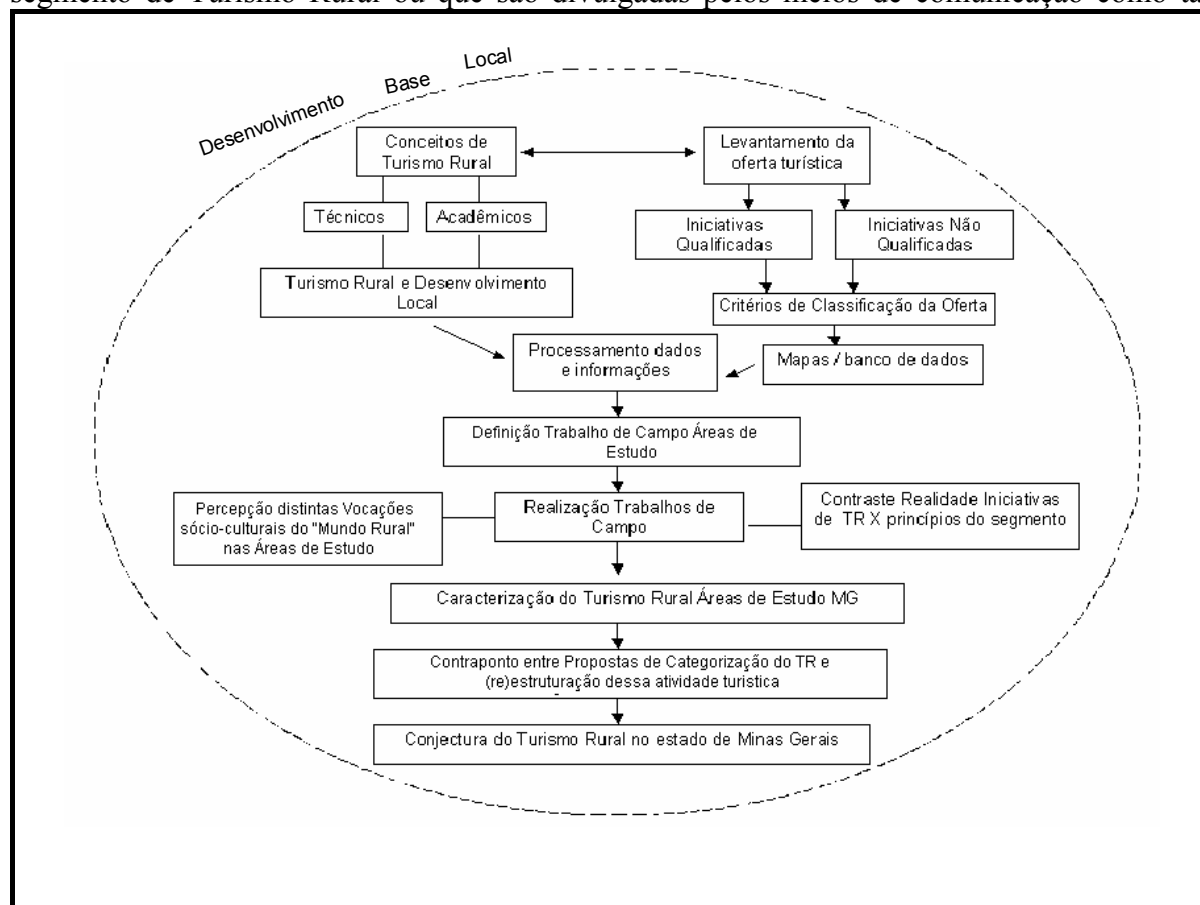


FIGURA 01: **Fluxograma dos Procedimentos Metodológicos**

Fonte: Elaborado pela Pesquisadora

Todavia esta amostra não representa a totalidade de possíveis iniciativas, dessa natureza, no estado. Ou seja, as iniciativas de Turismo Rural que podem se divulgar através de sites, folder, revistas, são um conjunto de estabelecimentos privilegiados do ponto de vista econômico e que, em geral, são estabelecimentos legalizados. Em contrapartida, é fato a “abissal situação de informalidade do Turismo Rural” (VIEIRA, 2005).⁴ Diante desse contexto, cabe frisar que tal perfil de iniciativas (as ilegais), por razões financeiras e jurídicas, não se divulga através de meios de comunicação utilizados para realizar o levantamento dessa oferta de Turismo Rural. As razões para a escolha desses critérios de seleção estão centradas na busca pela compreensão sobre o que vem sendo divulgado a título de Turismo Rural em Minas Gerais, a expressividade quali-quantitativa desse segmento, as características dessa oferta, sua coerência com os conceitos técnicos e respectiva relação com a política pública específica.

Além de classificar a oferta de iniciativas em Turismo Rural em “Qualificadas” (empreendimentos que informam além da localização e contato comercial, o seu tipo de infraestrutura e atividades turísticas ofertadas) e “Não-Qualificadas” (empreendimentos que

⁴ Vieira (2005) expõe que “de acordo com a ABRATURR, cerca de 90% dos empreendimentos são informais, carecendo de uma identidade jurídico-formal que os legitime para atuar no mundo institucionalizado de nosso Estado Democrático de Direito”.

informam apenas a sua localização e contato comercial), outras seis propostas de classificação da oferta são estabelecidas⁵:

1. Tipos de Serviços Turísticos: classificação da oferta com relação aos serviços de Hospedagem (H), Alimentação (AL) e Atividades de Entretenimento Turístico (AT).
2. Detalhamento dos Tipos de Serviços Turísticos: classificação da oferta em Pousadas, Hotéis-Fazenda, Ranchos, casa de Aluguel, Alambiques, entre outros.
3. Localização das iniciativas: classificação das iniciativas sediadas em Rodovias, Distritos, Estradas Vicinais ou Sedes Municipais.
4. Áreas de Estudo da Oferta Turística: classificação das iniciativas como pertencentes a uma das quatro áreas de estudo - Norte, Sul, Central e Oeste. Estas áreas representam um escopo de divisão sócio-cultural do estado.
5. Princípios que caracterizam o Turismo Rural: cinco princípios são adotados para classificação da oferta: 1. Que a atividade se realize no mundo rural, 2. Que haja uma oferta integrada de recursos e atividades turísticas rurais, 3. Que exista relação entre os participantes e o entorno autóctone, 4. Que se produza uma inter-relação com a sociedade local, 5. Que haja o compromisso explícito com a valorização do Modo de Vida Rural.

Em continuidade a abordagem da seqüência dos procedimentos metodológicos, todas essas informações fomentaram a geração de mapas temáticos, inéditos, com informações a respeito dessa oferta turística. Os mapas dessa pesquisa foram gerados com a utilização do programa MapInfo Professional, versão 6.0 e do programa Corell Draw, versão 12.

A obtenção e processamento de todos esses dados e informações contribuem para a percepção de relações orgânicas ou não dessa oferta turística, em função de onde a mesma está sediada, permitindo o apontamento das áreas onde exista maior propensão de uma oferta turística condizente com a proposta de Turismo Rural, e as áreas onde há maior distanciamento em relação aos preceitos que regem esse segmento. Após a conclusão da fase de gabinete, o arcabouço de informações obtido é utilizado para o planejamento dos Trabalhos de Campo.

Os principais objetivos das incursões de campo são perceber as distintas vocações turísticas existentes nas Áreas de Estudo que possam auxiliar a estruturação desse segmento e identificar se as iniciativas turísticas visitadas mais se aproximam ou distanciam da proposta de Turismo Rural, à luz dos princípios adotados para este estudo. A adoção dos cinco princípios mencionados em muito contribui para a avaliação do aproveitamento dos recursos naturais e sócio-culturais locais para a estruturação dessas propostas turísticas. Além de buscar essas respostas, também é aproveitada a oportunidade das vivências de campo para a identificação da presença ou ausência do poder público e demais atores sociais frente ao desenvolvimento do Turismo Rural. Para cumprir esses objetivos, são realizadas entrevistas presenciais com proprietários e profissionais, visitas às instituições competentes, contatos com as distintas realidades locais, coleta de material para o banco de imagens e visita a iniciativas turísticas. A postura do pesquisador foi a de não se identificar como tal visando, deste modo, garantir a maior espontaneidade das respostas por parte dos proprietários.

Assim os trabalhos de campo, somados às fases de gabinete, contribuem para o vislumbamento, em sua complexidade, sobre qual é o contexto do Turismo Rural mineiro à luz do banco de dados utilizado para esse estudo. A pesquisa de gabinete realizada para a formulação da hipótese deste projeto de pesquisa e, conseqüentemente, para sua real necessidade de execução, demonstrou que essa atividade turística no estado ainda passa por sérios desafios de ordem estrutural, administrativa, tributária, legal, entre outros. Acredita-se que a conclusão desse estudo possa de algum modo colaborar para minimizar os entraves que

⁵ As razões para o estabelecimento dessas propostas de classificação da oferta turística serão explicitadas durante o tópico “Apresentação e Discussão dos Resultados”.

emperram o desenvolvimento do Turismo Rural mineiro, bem como servir de contribuição para reflexões sobre sua dinâmica mercadológica e estabelecimento de políticas públicas.

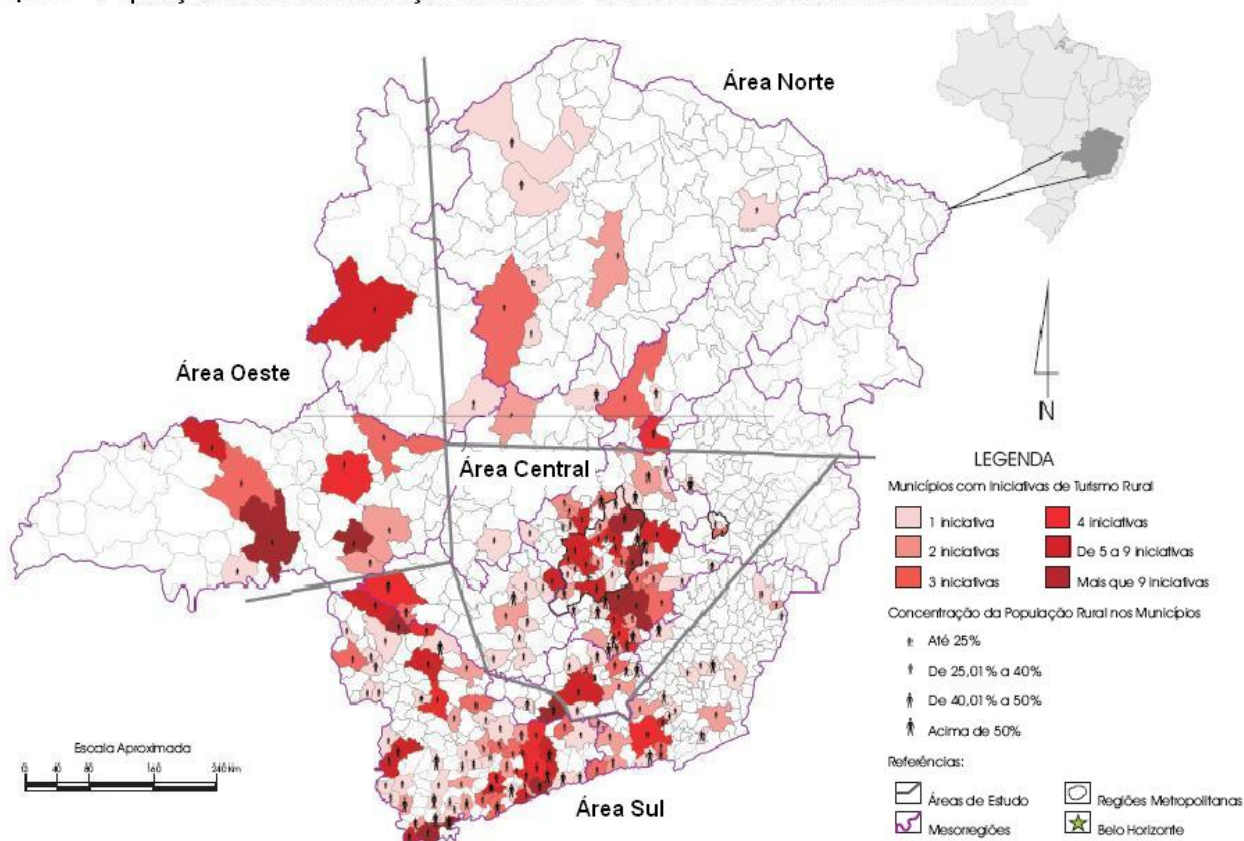
Apresentação e Discussão dos Resultados

A amostra total da oferta de Turismo Rural em Minas Gerais, para fins desta pesquisa, é composta por 604 iniciativas que se intitulam, ou assim são divulgadas, como ofertas condizentes com esse segmento turístico. O banco de dados total dessa pesquisa apresenta 483 estabelecimentos turísticos “qualificados” e 121 iniciativas “não-qualificadas”. Apesar de aproximadamente 25% dessa amostra não precisar sua descrição comercial, tal condição não representou um entrave. Mais do que contribuir para a caracterização do Turismo Rural em Minas Gerais, este estudo busca contribuir com a reflexão sobre o que vem sendo interpretado mercadologicamente como tal segmento, as implicações deste contexto e como este fenômeno manifesta-se no espaço geográfico.

Concentração Espacial da Oferta e Localização das Iniciativas

Com relação à concentração espacial da oferta, as informações trazidas no mapa 01 permitem concluir que as iniciativas se distribuem de forma desproporcional em relação à extensão territorial do estado de Minas Gerais, sendo que a concentração de municipalidades que possuem oferta aumenta no sentido norte-sul.

Mapa 01 - População Rural e Concentração da Oferta de Turismo Rural no Estado de Minas Gerais



Fonte: Base Cartográfica Geominas Municípios, 1996.
Autor: Leandro Maciel e Márcia Lousada

Tratando das primeiras impressões sobre as Áreas de maior concentração dessa oferta — Central e Sul de Minas, pode ser destacado que um dos fatores determinantes dessa concentração na Área de Estudo Central de Minas é a presença da Região Metropolitana de Belo Horizonte que, enquanto principal centro econômico e mercado consumidor do estado, favorece a formação de uma potencial demanda turística para o consumo de atividades de entretenimento turístico no meio rural. Esta inferência é reforçada pela constatação de Bricalli (2005) ao afirmar que a “demanda turística, responsável pelo consumo dos serviços da oferta turística do Turismo Rural tem um caráter regional e concentra a maior parte do seu deslocamento durante os fins de semana ou feriados de curta duração”.

Seguindo essa lógica, pode ser observado que significativa parte das maiores concentrações de oferta turística no estado estão correlacionadas aos limites ou proximidade das cidades de médio e grande porte, além da influência dos centros de expressão econômica e densidade populacional. Além desse contexto, outros fatores que condicionam, sobremaneira, a concentração turística desta oferta, na Área Central, são: o Parque Nacional da Serra do Cipó, os municípios de estilo arquitetônico colonial — Ouro Preto, Sabará e Mariana, Tiradentes e São João Del Rei - e os municípios do Circuito das Grutas — Sete Lagoas, Matozinhos, Pedro Leopoldo e Cordisburgo. Tendo em vista esses fatores que influenciam a expressividade da oferta turística na área Central, pode-se notar que, a princípio, a presença da maior parte das iniciativas de Turismo Rural é condicionada aos tradicionais atrativos mineiros, com destaque para o estilo arquitetônico colonial e as grutas.

Em contrapartida, a concentração desta oferta na área Sul de Minas está relacionada, primordialmente, ao apelo dos atrativos ecológicos, do clima e das estâncias hidrominerais. Assim, pode-se inferir que os fatores que condicionam a oferta neste recorte espacial são: o apelo ecológico da Serra da Mantiqueira; a atração turística das estâncias climáticas de Extrema, Camanducaia, Gonçalves; a tradição das estâncias hidrominerais de Araxá, Poços de Caldas, São Lourenço e Caxambu; a exuberância dos recursos naturais das unidades de conservação do Parque Nacional Serra da Canastra e do Parque Estadual Serra dos Papagaios; o apelo paisagístico da represa de Furnas e a presença das cachoeiras na região de Carrancas. Ou seja: num primeiro olhar, esta oferta não é condicionada, de forma expressiva, a dimensões que tenham correlação direta com a expressividade da vocação cultural e rural dos espaços rurais sulinos.

A inter-relação entre as informações da concentração dessas iniciativas turísticas com o percentual da população rural nos municípios constitui um recurso fundamental para a reflexão sobre a presença dessa oferta em função, ou não, das vocações sócio-culturais que o espaço rural apresenta nessa amostra. Tratando-se da oferta de Turismo Rural, o contato com pessoas e comunidades dos destinos turísticos constitui condição fundamental de estruturação das atividades deste segmento. Como seria possível possibilitar ao turista as vivências da cultura rural local sem o contato humano entre anfitriões e visitantes? Todavia, no âmbito geral no estado a maior parte das concentrações de iniciativas turísticas ocorre em municípios que possuem um pequeno percentual de população rural, como é o caso das concentrações das Áreas de Estudo Oeste, Central e parte da porção nortista. Esta informação vem a confirmar que, efetivamente, a oferta turística nestas Áreas de Estudo é condicionada pela presença de atrativos que não possuem vínculo direto com a valorização da cultura rural, de base local ou regional, presente nessas regiões.

E, de outra parte, considerado o universo de municipalidades investigadas, o Sul de Minas é a Área de Estudo que reserva a maior correlação entre as municipalidades de alta concentração da oferta com o percentual de população rural significativo (acima de 40% de predominância de população rural). Nesse sentido, os municípios de Gonçalves, Aiuruoca e Alagoa podem ser citados como exemplos.

Desse modo, apesar de algumas inter-corrências na área Sul de Minas, pode ser verificado que, no domínio estadual, essa oferta turística não apresenta, no âmbito geral, uma relação de caráter orgânico quanto às áreas onde ocorre, ou seja: essa oferta turística não é condicionada à vocação dos espaços rurais de maior expressividade — tomando como parâmetro os dados relativos à questão populacional. Tal colocação pode ser respaldada pelos dados analisados nas áreas de estudo relativos ao modo como essas iniciativas aproveitam, ou não, os recursos culturais de base local. É evidenciado que, além de aproximadamente 50% dessa oferta de iniciativas não disponibilizar a oportunidade de vivências sócio-culturais junto ao meio onde está sediada, a maioria dessa oferta também não estrutura serviços ou atividades turísticas pautados pelas características culturais locais ou regionais. Desse modo, os estabelecimentos não possuem identidade cultural e, indiferentes ao espaço onde estão sediados, esses poderiam ser entendidos como uma oferta turística de qualquer município de Minas ou do país.

Outra inferência que pode vir a complementar essa linha de raciocínio é que, além dessa oferta turística não se dar em função da propensão cultural dos espaços rurais dessas municipalidades, esse fenômeno do turismo no espaço rural ainda se aproveita do esvaziamento populacional dos espaços rurais para o desenvolvimento de suas atividades. Ou seja: ao invés de estar atrelado à dinamização e fortalecimento enquanto atividade sócio-econômica que atribui vitalidade aos espaços rurais, essa atividade turística parece estar direcionada para a prestação de serviços de lazer enquanto uma atividade econômica desenraizada do âmbito onde ocorre. Porém, quanto a esses apontamentos, é necessário, evidentemente, que outros dados e informações sejam verificados a fim de assegurar as suposições ora tecidas; entretanto, as considerações realizadas sobre essa questão podem ser admitidas, ao menos num primeiro momento, como indicações, a respeito do perfil da oferta turística em análise.

Tendo em vista a classificação desta oferta com relação a localização, é possível notar, segundo o gráfico 05 – página 09, a expressiva quantidade de iniciativas, aproximadamente 30% dessa amostra, que se localizam a margem das rodovias estaduais e federais que cortam o estado. Com relação a estes estabelecimentos o que se observa é que a maior parte aproveita de sua localização junto a estes corredores de fluxo turístico de forma limitada e pontual: oferecem apenas o tradicional binômio turístico “hospedagem e alimentação”, permitindo a especulação de que esta seja uma amostra de iniciativas desprovida de inserção sócio-cultural em relação ao espaço onde se inscreve. Em segundo estão os distritos/povoados, e é nesse tipo de ocorrência que, potencialmente, estão as melhores condições de inserção sócio-cultural desses estabelecimentos, uma vez que as características de identidade cultural e coesão social que marcam, em linhas gerais, estes locais, apresentam mais vigor.

Um comentário que procede sobre este tipo de recorte espacial é a contradição entre o potencial turístico muitas vezes apresentado por essas localidades e a atenção político-administrativa recebida pelos mesmos, no tocante à postura das prefeituras municipais. Diante da constatação da baixa representatividade desses povoados e distritos, em termos de arrecadação de impostos, em virtude da informalidade das atividades econômicas que imperam nesses espaços, resta aos distritos sua dimensão política enquanto reduto de votos. Assim, a atenção atribuída aos mesmos varia de acordo com essa relação entre o povoado e a gestão municipal momentânea. Esse tipo de postura das prefeituras quanto a essas comunidades tem prejudicado tanto o desenvolvimento da atividade turística de forma planejada, como o desenvolvimento sócio-econômico das mesmas. É recorrente a percepção da concorrência político-administrativa, e até econômica, entre ambas as instâncias, no interior do estado mineiro.

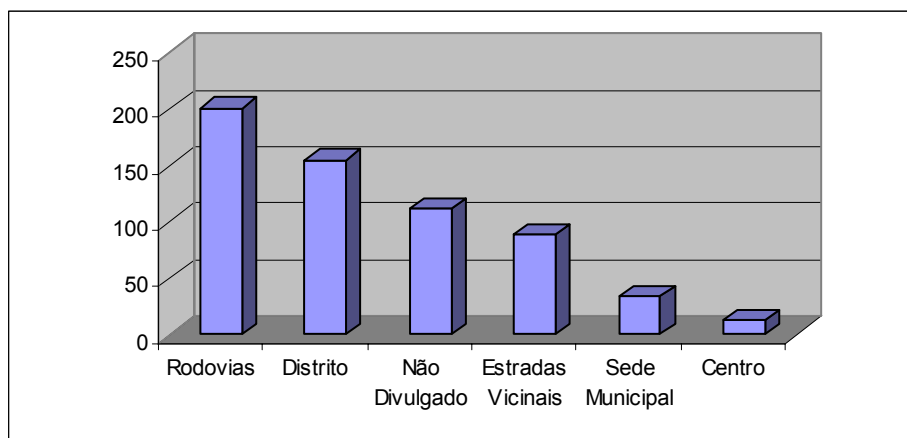


GRÁFICO 01 - **Localização da Oferta de Turismo Rural no estado de Minas Gerais**
Amostra: 604 Iniciativas Turísticas

Portanto, no tocante sobre a repartição, concentração e localização dessa oferta turística, pôde ser apreciado que a distribuição das iniciativas no estado se dá de forma desproporcional em função de condicionantes como a presença dos centros econômicos, de unidades e conservação, de atrativos turísticos tradicionais (cidades históricas, estâncias hidrominerais e grutas), serras, recursos hídricos, entre outros fatores. Além de identificar e comentar tais condicionantes, também é verificado que, segundo os dados utilizados para esta pesquisa, tal segmento se manifesta, com maior expressividade, nas regiões mais favorecidas do ponto de vista sócio-econômico e junto a áreas turísticas tradicionais – Circuito Turístico das Grutas e das Águas, não podendo ser aludida como uma estratégia de desenvolvimento rural para as áreas menos favorecidas sócio-econômica e/ou turisticamente no estado.

Tipos e Detalhamento dos Serviços Turísticos

Expor o detalhamento, a combinação e a distribuição destes serviços e atividades turísticas em relação ao universo total desta amostra, tem como objetivo favorecer o entendimento do perfil dessas propostas de turismo que vêm se configurando no estado a título de Turismo Rural.

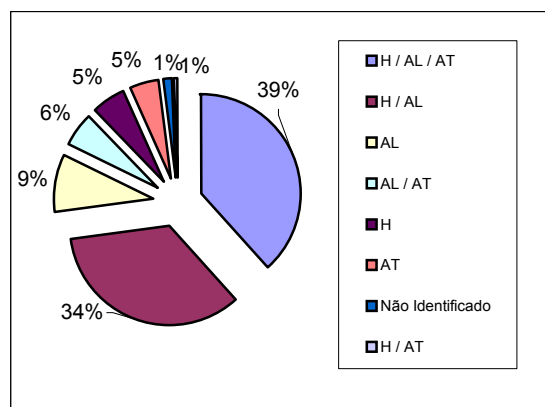


GRÁFICO 02 – **Distribuição da Oferta de Turismo Rural no estado de MG por Tipos de Serviços.**
Amostra: 604 Iniciativas Turísticas

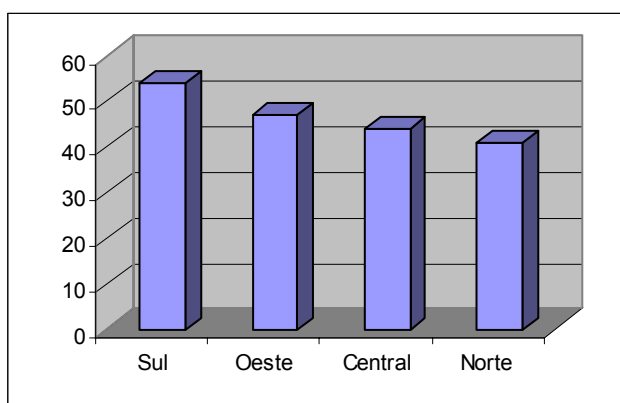


GRÁFICO 03 - **Percentual de Iniciativas Turísticas que não ofertam Atividades de Entretenimento Turístico por Área Estudo**
Amostra: 298 Iniciativas Turísticas

No gráfico 02 pode-se evidenciar que mais de um terço dessa amostra, 39%, concentra todas as ofertas de serviços —“H/AL/AT” em um mesmo estabelecimento. Isto implica que a

maioria destas iniciativas de turismo no espaço rural não desenvolve ações de caráter integrador, ou seja, a combinação da prestação de serviços diferenciados, de forma que a oferta de um venha a complementar a proposta do outro. Assim, esta condição dificulta a formação de redes, circuitos e roteiros. Caso contrário, tais iniciativas poderiam gerar e distribuir melhor os benefícios sócio-econômicos advindos da prestação de serviços turísticos. Essa condição de concentração dos serviços também prejudica a estruturação de um número mais representativo de rotas temáticas, pautadas na dimensão da cultura de base local, o que colaboraria para a diversificação da oferta de produtos turísticos e a ampliação do espectro de imagens e signos que possam identificar as distintas realidades culturais presentes nas Áreas de Estudo no estado.

Posteriormente, também se observa no mesmo gráfico que a categoria de serviço “H/AL” concentra um percentual próximo ao da primeira, com 34% das prestações de serviço. Tal dado acusa que esta parte da oferta de iniciativas não dispõe de atividades programadas, vivências sócio-culturais, no sentido de proporcionar aos visitantes oportunidades de compreender melhor o contexto social, cultural e ambiental em que essa iniciativa está inserida. Desse modo, ao somar as categorias de serviços turísticos que não envolvem a oferta de atividades de entretenimento turístico (“H”+“AL”+“H/AL”), é observado, assim como mostra o gráfico 03 – Página 09, que 46% desse universo de oferta turística mais se distancia do que se aproxima de uma proposta direcionada para o Turismo Rural. Ou seja, quase a metade dessas iniciativas presta os serviços turísticos de forma convencional, ou seja, ofertam apenas serviços de alimentação, de hospedagem ou a combinação entre ambos, representando, dessa forma, iniciativas de Turismo no Espaço Rural de não do Turismo Rural. Assim, tal concepção de oferta não atende ao perfil da demanda turística contemporânea, que busca, nas práticas turísticas, oportunidades de interação cultural, interatividade social e experienciar novas sensações e aprendizados.

Em complementaridade a esses dados, é percebido que, de toda a oferta turística qualificada — 483 estabelecimentos, apenas 29 iniciativas trabalham com a perspectiva de ofertar, isoladamente, os serviços de Atividades de Entretenimento Turístico — “AT”. Essa estatística, além de corroborar a baixa propensão desta oferta à formação de circuitos e redes de propriedades, é um dado que aponta a imaturidade turística do universo de estabelecimentos em questão.

De acordo com o gráfico 04 – página 11 os principais tipos de estabelecimentos que caracterizam essa oferta são as pousadas e os hotéis-fazenda, representando, a soma de ambos, 68% dessa oferta. Os hotéis-fazenda, isoladamente, constituem 28% dessa oferta, uma das iniciativas responsáveis pela concentração de todos os serviços turísticos em um só estabelecimento. Ademais, é constatado que, em geral, grande parte dos mesmos não oportuniza vivências e atividades de entretenimento turístico fora da propriedade. Assim, a significativa ocorrência deste tipo de estabelecimento turístico nesta oferta aponta, sobremaneira, a propensão de que mais de um terço da totalidade dessas iniciativas mais se distanciam do que se aproximam de uma proposta de Turismo Rural, deduzindo-se também, dessa forma, que esta é uma oferta atrelada ao Turismo no Espaço Rural. Em seguida, os hotéis e restaurantes apresentam, em linhas gerais, equilíbrio quanto a seu percentual, em torno de 10% dessa amostra cada um.

O percentual relativo aos hotéis denuncia uma parte de estabelecimentos que, em potencial, não é condizente com o segmento turístico em questão, dadas as características dos serviços turísticos que qualificam esse tipo de empreendimento turístico. Uma outra ocorrência que desperta atenção e traduz harmonia frente aos dados expostos em relação aos Tipos de Serviços é o percentual de Centros de Atividades de Entretenimento nesta amostra, o que equivale a apenas 5% de todo universo.

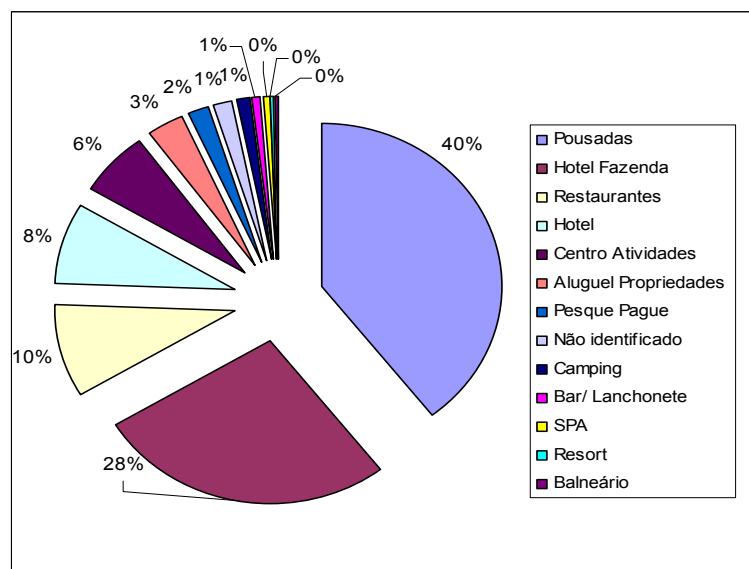


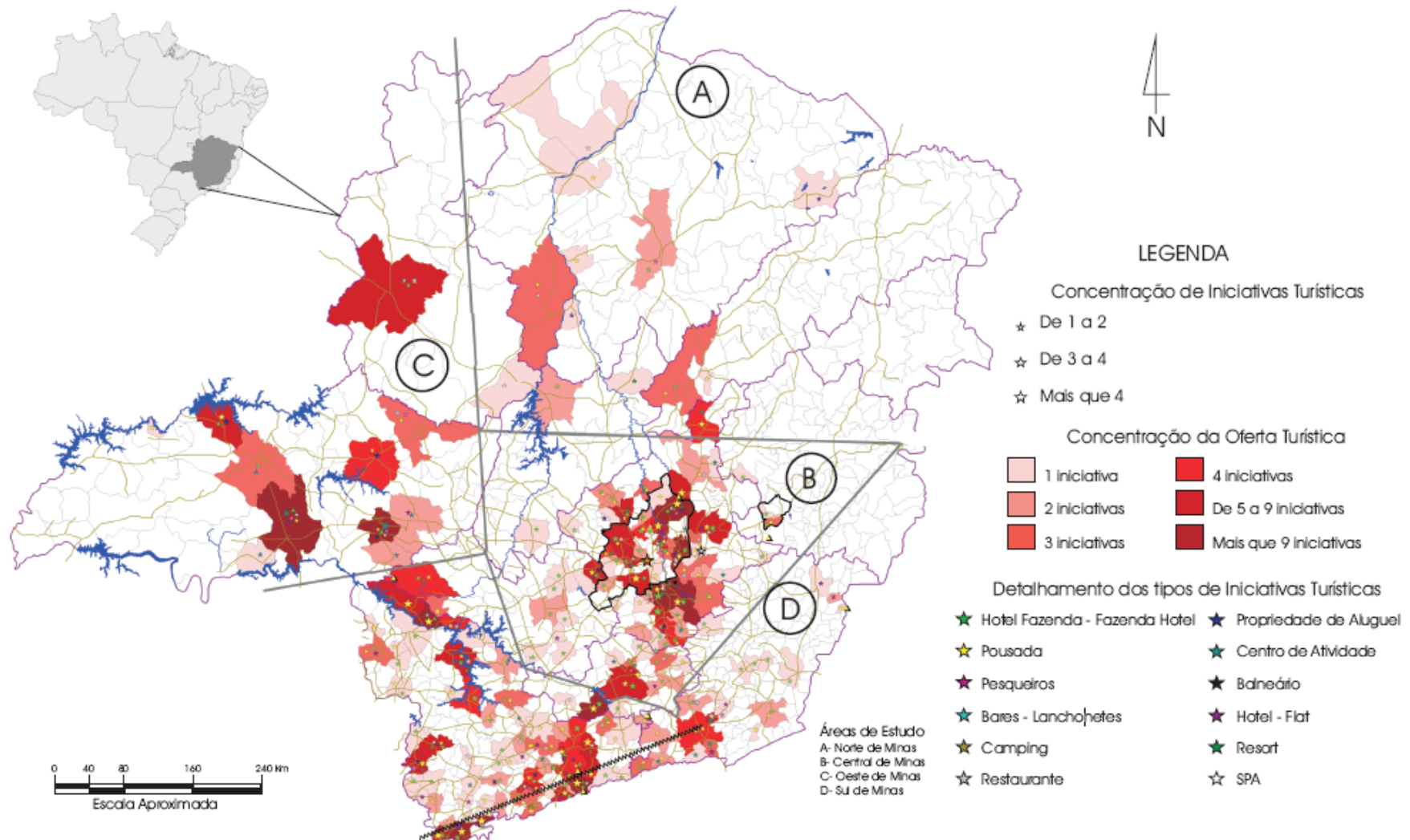
GRÁFICO 04 – Detalhamento dos Tipos de Serviços da Oferta de Turismo Rural no estado de MG
Amostra: 604 Iniciativas Turísticas

Segundo as informações veiculadas do mapa de Detalhamento dessa oferta turística – página 12, novamente é possível verificar que a Área de Estudo Oeste de Minas se destaca das demais realidades que se manifestam no estado. Além disso, é possível inferir que as pousadas e hotéis-fazenda estão atrelados como as principais iniciativas nas concentrações mais altas do estado — como nos municípios de tom mais escuro da área Sul de Minas e da Área Central de Minas. Em vista dessa constatação, é possível entender que as principais concentrações desta oferta correspondem à presença de um tipo de iniciativa turística — hotéis-fazenda — que mais se afasta do que se aproxima dos propósitos desse segmento turístico. Tal evidência vem acenar que, provavelmente, os municípios de maior expressividade em relação à concentração dessa oferta, em potencial, se caracterizam como um universo de iniciativas não condizente com o Turismo Rural, passando a representar, dessa forma, concentrações de oferta turística que possuem mais identidade com o segmento Turismo no Espaço Rural.

Ainda sobre o mapa de detalhamento da oferta, é possível reconhecer que algumas das concentrações mais expressivas desta oferta, apesar de vinculadas à presença dos hotéis-fazenda, apresentam significativa diversidade de estabelecimentos, como são os exemplos de Jaboticatubas, Caeté, Itaúna, Sete Lagoas, Itabira, Itamonte, Uberaba, Caldas e Poços de Caldas. Entre essas municipalidades, as que apresentam maior diversidade de estabelecimentos são Jaboticatubas, Caeté e Uberaba. Nesses três municípios, é notável a presença tanto de associações de mercado, como a atuação de outros atores como o SEBRAE-MG, o IER e o SENAC que, a partir de orientações técnicas, influenciaram a diversidade de estabelecimentos instituídos nesses municípios. Além da intervenção dessas instituições, no caso de Jaboticatubas e Caeté, a relação da atividade turística com a presença de seus recursos naturais também se constitui num fator que pode induzir a diversidade de estabelecimentos, como é o caso da oferta de campings, balneários e restaurantes que conciliam a atratividade destes recursos para a estruturação dessas iniciativas.

Mais uma decomposição dessa oferta turística que contribui para seu entendimento é a informação a respeito da diversidade e frequência de Atividades de Entretenimento Turístico. Em relação a um dos princípios adotados para esta pesquisa para avaliação das propostas turísticas, o quesito “Que haja uma oferta integrada de recursos e atividades turísticas rurais”

Mapa 02 - Detalhamento da oferta de Turismo Rural no Estado de Minas Gerais



é de suma importância para o entendimento das amostras consideradas desse segmento turístico. Afinal, é a partir do cruzamento das informações entre tipos e detalhamento dos serviços turísticos (Hospedagem, Alimentação e Atividades de Entretenimento), dos tipos de Atividades de Entretenimento (Passeio a Cavalo, Oficina de Doces Típicos, Colheita de Frutas, entre outras), da localização e da forma como ambos são descritos comercialmente que se avalia, nesta pesquisa, o perfil das iniciativas turísticas e a probabilidade delas se aproximarem ou se distanciarem do segmento turístico com o qual elas se divulgam.

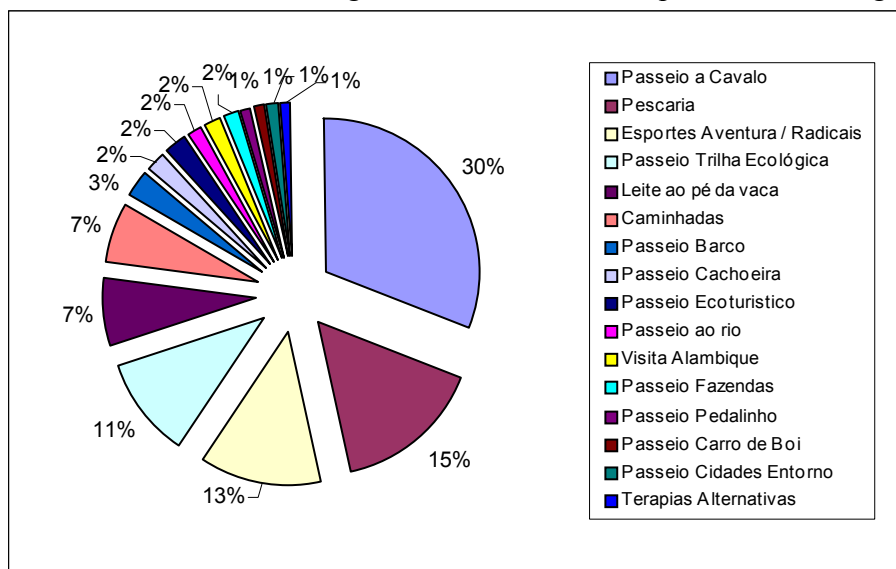


GRÁFICO 05 – Detalhamento dos tipos de Atividades de Entretenimento Turístico da Oferta de Turismo Rural no estado de Minas Gerais
Amostra: 604 Iniciativas Turísticas

Desse modo, é perceptível que, de acordo com o gráfico 05, as atividades de entretenimento predominantes são: o “Passeio a cavalo” — 40%; a “Pescaria” — 15%; os “Esportes de Aventura” — 13%; as “Trilhas Ecológicas” — 11% e o “Leite ao pé da vaca” — 7%. Levando-se em consideração essas informações, seria conveniente afirmar que grande parte das atividades de entretenimento turístico reforçaria a aproximação dessa oferta em relação a uma proposta condizente de Turismo Rural. Porém, essa constatação não procede em relação às atividades supostamente enquadradas no primeiro grupo, visto que, da forma como são divulgadas nos descritivos comerciais desses estabelecimentos, as mesmas representam atividades de entretenimento que possuem como foco o lazer e o contato com a natureza. Essa constatação tem como fundamento o fato de essas iniciativas, de forma geral, não mencionarem qualquer relação entre essas atividades e o contexto do modo de vida rural nas localidades onde tais atividades de entretenimento são desenvolvidas. Assim, a natureza é colocada como o pano de fundo para todas as atividades, onde ora ela é privilegiada como uma atração (atividades voltadas para a dimensão ecológica), ora como mero suporte físico (atividades voltadas para o lazer). Por fim, o quadro 01 demonstra as poucas atividades de entretenimento turístico identificadas no estado que são voltadas para a valorização do modo de vida rural de base local.

QUADRO 01
Municipalidades com Atividades de Entretenimento Turístico voltadas para o Turismo Rural no estado de Minas Gerais

Município	Atividade
Andradas	Visita pedagógica à fazenda
Andradas	Visita ao centro de artesanato Tramas da Terra

Senhora dos Remédios	Acompanhar a produção de licor de rosas.
Senhora dos Remédios	Participar das lidas do campo
Gonçalves	Passeio a fazendas vizinhas
Itamonte	Vivenciar a fabricação de queijos e doces caseiros
Itamonte	Colheita de frutas
São João Del Rei	Cavalgada Cultural
Santo Antônio do Amparo	Roteiros das atividades agrícolas da fazenda.
Santo Antônio do Amparo	Moda de viola ao redor da fogueira.

Fonte: Elaborado pela pesquisadora a partir de dados da pesquisa

Conclusão

Em suma, os objetivos dessa pesquisa pretendem ir ao encontro das demandas colocadas pelas próprias instituições competentes do setor que acenam para um contexto onde ainda existe um árduo trabalho a ser realizado. O próprio Ministério do Turismo enfoca, no texto das Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil, que “a profusão de entendimentos (sobre o que é Turismo Rural) deve-se, em grande parte, à ausência de ações capazes de ordenar, incentivar e oficializar o Turismo Rural como um segmento turístico, fazendo com que a vasta diversidade cultural e geográfica do País, ao invés de caracterizar e identificar cada lugar, tenda à descaracterização” (Ministério do Turismo, 2003).

Assim, é possível especular que a gama de fatores elencada somada às investigações preliminares sobre a realidade das propostas de turismo rotuladas como “ofertas de Turismo Rural” vêm permitindo que a imagem desse segmento turístico seja utilizada para se colocar no mercado produtos convencionais, ou não, de Turismo no Espaço Rural. Tal contexto pode vir a ser um grave obstáculo para a consolidação do Turismo Rural como um tipo de turismo que possui características bem definidas e demanda potencial em crescimento.

Outra questão observada é que o segmento em questão está atrelado às áreas mais desenvolvidas do ponto de vista sócio-econômico e a tradicionais atrativos turísticos do estado, ainda não representando uma alternativa de desenvolvimento rural de base local para as regiões menos favorecidas sócioeconomicamente, assim como propalado no discurso oficial dos documentos de gestão pública.

Ao cabo das considerações tecidas em relação aos ecos contraditórios que emanam dos diferentes discursos em análise, resta, entre outras dúvidas, a esperança de que uma política pública estadual do Turismo Rural passe a existir de forma onipresente, e não caminhe no sentido da instituição de novos planos, programas, projetos e terminologias que possam apenas corroborar a suposta finalidade das políticas nacionais direcionadas para o Desenvolvimento Rural, segundo colocado por Gomes (1998), ou seja: “Mudar para que nada mude”. Entretanto, da forma espontânea, como majoritariamente o turismo no espaço rural vem se configurando em Minas Gerais, as tendências apontam para a expansão da geografia de uma atividade turística desenraizada, socio-culturalmente, frente aos espaços que ocupa e onde se reproduz, enquanto atividade econômica acirrada das desigualdades sócio-econômicas historicamente construídas que pairam, há séculos, sobre o mundo rural brasileiro.

Referências Bibliográficas

- ALMEIDA, Joaquim A.; FROEHLICH, José M.; RIEDL, Mário. Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável (org): I Congresso Internacional de Santa Maria. Santa Maria: Centro de Ciências Agrárias, 1999.
- BOVO, Carlos Eduardo Oliveira. Turismo Rural em São Paulo: Uma semente que floresce. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2006.
- BRICALLI, L. C. L. Estudo das Tipologias do Turismo Rural. Ed. Facos, 2005. 158p. : il. (Série Dissertações em Turismo Rural, n. 4).
- CAMPANHOLA, C. e Graziano da Silva, J. (1999). Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor. In: Anais. Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Op. Cit.
- EMATER – 2004 / Programa Estadual do Desenvolvimento do Turismo Rural de Minas Gerais – Belo Horizonte Minas Gerais.
- EMBRATUR. Turismo Rural: Manual Operacional. Brasília: 1994.
- FROEHLICH, J. M. Aporias do discurso pós-moderno sobre a natureza e o rural. Trabalho apresentado no XXXVIII Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, 2000. Disponível em <http://www.ufsm.br/desenvolvimentorural/06.pdf>
- Gomes Montenegro Jorge R. Artigo Desenvolvimento Territorial Rural – Mudar para que nada Mude - (1998), disponível pelo site www.biblioteca.unesp.br.
- IPEA / EMBRATUR. Consolidação do Marco Conceitual e do Arranjo Institucional da Política Nacional de Turismo Rural. Brasília: Relatório de Oficina: março de 2001.
- LAURENTI, A.C.; DEL GROSSI, M.E. A Evolução das Pessoas Ocupadas nas Atividades Agrícolas e Não Agrícolas nas Áreas Rurais do Brasil. In CAMPANHOLA, Clayton; SILVA, José G. (editores) O Novo Rural Brasileiro: uma análise nacional e regional. Vol.1, Jaguariúna-SP: Embrapa, 2000.
- MINISTÉRIO do Turismo. Diretrizes para o desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil, 2004.
- MINISTÉRIO do Turismo. Projeto de “Segmentação do Mercado Turístico, Marcos Conceituais”, 2006.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO – OMT: Turismo: Panorama 2020 - Previsiones Mundiales y Perfiles de los Segmentos de Mercado. Madri: 2002
- ROQUE, Andréia Maria. (2001). Tese de mestrado: Turismo no Espaço Rural: um estudo multicaso nas regiões Sul e Sudoeste de Minas Gerais. Defendida na Universidade Federal de Lavras – Lavras / MG
- TULIK, Olga. Turismo no espaço Rural: segmentação e Tipologia. IN: Turismo Rural: Patrimônio, cultura e legislação / organizadores Joaquim Anécio de Almeida e Marcelino de Souza – 1. Ed. – Santa Maria: FACOS /UFSM, 2006. 225p.:il
- VIERA, Elias Medeiros. Almeida, Joaquim Anécio e Souza, Marcelino de. O Turismo Rural como um vetor de Desenvolvimento Local Artigo publicado nos Anais do V CITURDES – Santa Maria / UFSM – RGS, 2005.