

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

CYNTHIA OLIVEIRA DE SOUZA

PERSPECTIVAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO RURAL NO BRASIL

VIÇOSA - MINAS GERAIS

2020

CYNTHIA OLIVEIRA DE SOUZA

PERSPECTIVAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO RURAL NO BRASIL

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

Orientador: Gustavo Bastos Braga

VIÇOSA - MINAS GERAIS

2020

**Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da Universidade
Federal de Viçosa - Campus Viçosa**

T

S729p Souza, Cynthia Oliveira de, 1995-
2020 Perspectivas de políticas públicas de turismo rural no Brasil
/ Cynthia Oliveira de Souza. – Viçosa, MG, 2020.
59 f. : il. ; 29 cm.

Orientador: Gustavo Bastos Braga.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Viçosa.
Referências bibliográficas: f. 54-59.

1. Turismo. 2. Turismo rural. 3. Política pública -
Planejamento. 4. Brasil. Ministério do Turismo. I. Universidade
Federal de Viçosa. Departamento de Economia Rural. Programa
de Pós-Graduação em Extensão Rural. II. Título.

CDD 22. ed. 338.47981

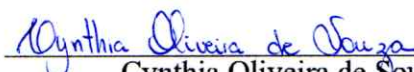
CYNTHIA OLIVEIRA DE SOUZA

**PERSPECTIVAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO RURAL
NO BRASIL**

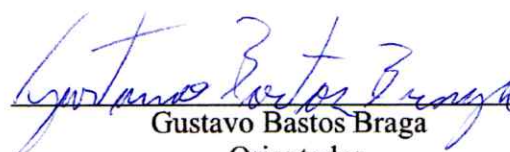
Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

APROVADA: 28 de setembro de 2020.

Assentimento:



Cynthia Oliveira de Souza
Autora



Gustavo Bastos Braga
Orientador

AGRADECIMENTOS

A Deus e à Nossa Senhora, por me conduzirem, serem meu sustento e fonte de graças em minha vida.

À Universidade Federal de Viçosa, que pelo Departamento de Economia Rural me deu a oportunidade de realizar o mestrado.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela concessão da bolsa de estudo. À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pelo apoio financeiro ao projeto. O presente trabalho foi realizado com apoio da CAPES – Brasil – Código de Financiamento 001.

Ao meu orientador Gustavo, pela orientação, amizade, paciência e confiança em meu trabalho.

Ao Ministério Universidades Renovadas e à Capelania da UFV, em especial ao G.O.U. Sagrado Coração de Jesus e G.O.U. Imaculado Coração de Maria, por serem canal da graça e do sustento de Deus em minha vida, pelas amizades e por todo o crescimento que me proporcionaram.

Às minhas irmãs da república 724, por serem tão companheiras e amigas e por partilharem comigo de tantos momentos importantes em minha vida.

Ao Thiago, meu amado marido, pelo cuidado, incentivo e cumplicidade em todos os momentos.

À minha família e amigos, que torceram e rezaram por mim, me incentivando sempre a continuar.

Aos meus pais Fernando e Marly, por terem lutado por tantos anos para que eu pudesse estudar, por serem meus exemplos de trabalho e dedicação, por todo o amor e confiança depositados em mim durante toda minha vida, que me deram forças para passar por todas as dificuldades com muita fé e acreditando que tudo daria certo.

Ao meu irmão Patrick e minha cunhada Milena, pela presença, amizade, amor, por acreditarem em mim e me incentivarem sempre.

Ao meu sobrinho e afilhado Bento, por alegrar nossa família com sua chegada mesmo em tempos tão difíceis de pandemia.

A todos vocês, dedico este trabalho.

“Nada te perturbe, nada te amedronte.

Tudo passa, a paciência tudo alcança.

A quem tem Deus nada falta.

Só Deus basta!” (Santa Teresa d’Ávila)

RESUMO

SOUZA, Cynthia Oliveira de, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, setembro de 2020. **Perspectivas de Políticas Públicas de Turismo Rural no Brasil**. Orientador: Gustavo Bastos Braga.

O meio rural tem passado por constantes transformações, dentre elas a inserção de atividades não-agrícolas como fonte de renda adicional para os produtores rurais. Nesse contexto, o sistema produtivo familiar, os recursos naturais presentes no campo e as tradições locais se tornaram atrativos turísticos para diferentes públicos. A inserção da atividade turística no dia a dia das famílias rurais brasileiras têm se expandido e destaca-se como uma estratégia promissora para o desenvolvimento rural. De acordo com a literatura analisada, além de contribuir economicamente, o turismo rural também auxilia na preservação da cultura e do patrimônio local e se constitui como fator estratégico de desenvolvimento socioeconômico para as comunidades rurais. Há de se destacar que o turismo rural pode impactar negativamente a cultura, o ambiente e os costumes da localidade em que é inserido e a falta de planejamento para o segmento pode agravar ainda mais esses impactos. Por isso, a importância de se planejar a atividade turística no país. Em 2020, o turismo no Brasil, em seus diversos segmentos, é planejado e executado a partir das diretrizes dos Planos Nacionais de Turismo, elaborados pelo Ministério do Turismo. Devido à vasta extensão territorial do Brasil e às suas diversas culturas e atrativos turísticos, os Planos Nacionais de Turismo acabam sendo genéricos, fazendo com que, em alguns casos, alguns segmentos da atividade turística brasileira não sejam contemplados pelos planos. A partir disso, questiona-se como o turismo rural tem sido abordado nesses planos, visto que ainda não há estudos e análises voltados a essa temática no país. Para isso, o objetivo geral deste trabalho é analisar como o turismo rural tem sido abordado no Brasil, com base nos planos nacionais elaborados pelo Ministério do Turismo do Governo Federal desde 2003 até o ano de 2019. Analisou-se, a partir das técnicas de análise de conteúdo, os quatro Planos de Turismo elaborados pelo governo. Com o auxílio do *software* IRaMuTeQ verificou-se a Classificação Hierárquica Descendente (CHD) do material utilizado e foi possível identificar que o turismo rural é marginal nos Planos do Governo. A palavra “rural” é abordada de maneira puramente econômica e aparece apenas em dois dos quatro planos. Concluiu-se, portanto, que há carência da abordagem do turismo rural nos planos de governo.

Palavras-chave: Turismo. Turismo Rural. Planejamento Público. Ministério do Turismo.

ABSTRACT

SOUZA, Cynthia Oliveira de, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, September, 2020. **Perspectives of Public Rural Tourism Policies in Brazil.** Advisor: Gustavo Bastos Braga.

The rural environment has undergone constant changes, including the insertion of non-agricultural activities as a source of additional income for rural producers. In this context, the family production system, the natural resources present in the countryside and local traditions have become tourist attractions for different audiences. The insertion of tourist activity in the daily life of Brazilian rural families has expanded and stands out as a promising strategy for rural development. According to the analyzed literature, in addition to contributing economically, rural tourism also helps to preserve culture and local heritage and is a strategic factor for socioeconomic development for rural communities. It should be noted that rural tourism can negatively impact the culture, environment and customs of the location in which it is inserted and the lack of planning for the segment can further aggravate these impacts. Therefore, the importance of planning tourist activity in the country. In 2020, tourism in Brazil, in its various segments, is planned and executed based on the guidelines of the National Tourism Plans, prepared by the Ministry of Tourism. Due to the vast territorial extension of Brazil and its diverse cultures and tourist attractions, the National Tourism Plans end up being generic, causing, in some cases, some segments of the Brazilian tourist activity not to be covered by the plans. From this, it is questioned how rural tourism has been addressed in these plans, since there are still no studies and analyzes focused on this theme in the country. For this, the general objective of this work is to analyze how rural tourism has been approached in Brazil, based on national plans prepared by the Ministry of Tourism of the Federal Government from 2003 to 2019. It was analyzed, from the techniques of content analysis, the four Tourism Plans prepared by the government. With the aid of the IRaMuTeQ software, the Descending Hierarchical Classification (CHD) of the material used was verified and it was possible to identify that rural tourism is marginal in the Government's Plans. The word "rural" is approached in a purely economic way and appears only in two of the four plans. It was concluded, therefore, that there is a lack of approach to rural tourism in government plans.

Keywords: Tourism. Rural Tourism. Public Planning. Brazilian Ministry of Tourism.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 CHD do Plano Nacional de Turismo (2003-2007).....	31
FIGURA 2 CHD do Plano Nacional de Turismo (2007-2010).....	36
FIGURA 3 CHD do Plano Nacional de Turismo (2013-2016).....	41
FIGURA 4 CHD do Plano Nacional de Turismo (2018-2022).....	45
FIGURA 5 Análise dos quatro Planos Nacionais de Turismo.....	49
QUADRO 1 Conceitos da literatura brasileira a respeito do turismo rural/turismo em espaços rurais.....	21
QUADRO 2 Benefícios e Limitações do Turismo Rural sob a ótica do Ministério do Turismo.....	23

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 OBJETIVOS	13
2.1 Objetivo Geral.....	13
2.2 Objetivos Específicos.....	13
3 REVISÃO DE LITERATURA	13
3.1 As transformações do campo e a inserção de atividades não agrícolas no contexto do meio rural	14
3.2 Turismo: estratégia promissora para os espaços rurais.....	19
3.3 O debate acerca do conceito de turismo rural	21
3.4 A prática do turismo rural e a necessidade de planejamento	23
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	28
5 OS PLANOS NACIONAIS DE TURISMO E O TURISMO RURAL	30
5.1. Plano Nacional de Turismo: Diretrizes, Metas e Programas (2003-2007)	30
5.2 Plano Nacional de Turismo: Uma viagem de inclusão (2007-2010).....	34
5.3 Plano Nacional de Turismo: O turismo fazendo muito mais pelo Brasil (2013-2016).....	40
5.4 Plano Nacional de Turismo: Mais emprego e renda para o Brasil (2018-2022).....	44
5.5 A análise dos quatro planos nacionais de turismo e o turismo rural.....	47
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54

1 INTRODUÇÃO

Em tempos de uma profunda artificialização de relações humanas cada vez mais voláteis e fluídas, a natureza, o sistema produtivo familiar e as tradições do campo se tornam atrativos valiosos para os mais diferentes públicos. Eles são verdadeiros oásis diante da aridez da vida moderna (BAUMAN, 2001). A natureza, o sistema produtivo familiar e as tradições do campo se tornaram atrativos para diferentes públicos. Atento a todos esses anseios, o produtor rural percebe que sua propriedade vai muito além de um simples local onde se estabelecem culturas agrícolas, ou que abrigam animais para engordo, e passa a fazer de sua residência e de sua produção um lugar turístico, um ponto de equilíbrio frente a vida corriqueira das cidades que possibilita aos visitantes o contato direto com sua rotina e realidade cotidiana (CHEQUER; FERREIRA NETO, 2005; SOUZA; KLEIN, 2019).

Contemporaneamente, o turismo rural supera os preconceitos e descrenças iniciais e se posiciona como importante fonte de renda adicional para as comunidades rurais, anteriormente dependentes dos baixos valores conquistados pelo comércio dos produtos primários. Tal prática não só agrega valor aos produtos tradicionalmente desvalorizados pelo mercado, mas dá ao produtor autonomia e emancipação frente a tomada de decisão. Agora, a degradação da vegetação nativa para o aumento da produção agrícola é plenamente substituída pelo ímpeto de preservação não só do meio ambiente, mas da cultura local. (RIVA; BERTOLINI, 2017). Além disso, o turismo rural revela grande potencial de negócios externos, atraindo investimentos públicos e privados no desenvolvimento e construção de infraestruturas, direta e indiretamente relacionadas aos pontos turísticos, bem como contribui para uma maior integração das propriedades rurais aos principais centros urbanos nacionais. (BRASIL, 2010).

O turismo rural contribui também para a diminuição do êxodo rural e a permanência do jovem no campo, uma vez que reanima as economias locais e viabiliza novas formas de renda em atividades que possibilitam um maior nível de remuneração (BLANCO, 2004; CHEQUER; FERREIRA NETO, 2005). Somado a isso, a inserção da mulher nos empreendimentos turísticos rurais compõe a multifuncionalidade do campo e impulsiona a introdução da mão de obra feminina no mercado de trabalho (DUARTE; PEREIRA, 2018).

Outro ponto importante do turismo rural é a integração das atividades produtivas cotidianas da propriedade (plantio de frutas, grãos, produção pecuária etc.), com a criação de

novas atividades agropecuárias e industriais (como o cultivo de animais silvestres, produção de cachaça, plantio de ervas medicinais) e ainda insere atividades não-agrícolas como a hotelaria e a gastronomia, para que possam ser convertidos em atrações turísticas e novas fontes de renda para a propriedade rural (CHEQUER; FERREIRA NETO, 2005).

Na Eslováquia, de acordo com Mura e Kljucnikov (2018), o turismo rural é considerado como principal atividade econômica nas regiões turísticas do país. Segundo os autores, mais de dois terços da Eslováquia são territórios rurais e o turismo rural age como principal estratégia para a diversificação das atividades econômicas e sociais dessas regiões, bem como para a melhoria dos serviços que atualmente são ausentes nas áreas menos desenvolvidas do país. Na China, um número crescente de pessoas tem buscado nas áreas rurais uma forma de escapar da industrialização e da urbanização, propiciando assim o crescimento e o desenvolvimento do atividade turística em áreas rurais (Liu *et al.* 2020). Na Espanha, o turismo rural é um fator chave para o desenvolvimento econômico do país de acordo com Martínez *et al.* (2019).

A primeira iniciativa formal de turismo rural no Brasil se deu no ano de 1984 com a criação da Serratur Empreendimentos e Promoções Turísticas S.A., um órgão de turismo situado no município de Lages, Santa Catarina. Seu objetivo era desenvolver e implantar ações voltadas ao turismo rural no município. Nessa época, os turistas que passavam pela região se hospedavam em fazendas e pousadas tradicionais do município a fim de descansarem de suas viagens e acabavam permanecendo na cidade para conhecerem suas histórias e tradições. Por isso Lages é considerada pioneira do turismo rural brasileiro. Esse título lhe foi conferido por ter sido a primeira cidade a organizar e promover essa forma de turismo no país, transformando-a em um “produto” conhecido e imitado, fazendo com que outras iniciativas se proliferassem no território brasileiro a partir da década de 90 (TULIK, 2010).

Contudo, apesar das perspectivas animadoras é preciso ressaltar que o turismo rural no Brasil possui diversas limitações. Investimentos incipientes, ausência de dados e pesquisas sobre o segmento e a carência de um planejamento específico mostram a deficiência da atividade no país. Prova disso, é que a maioria dos empreendimentos turísticos do meio rural acontece de maneira empírica, carente de conhecimentos e ações técnicas, e sem nenhum tipo de padronização, o que pode estar relacionado à inadequação da legislação brasileira, que não

tem acompanhado as transformações ocorridas no meio rural (BRASIL, 2010; SOUZA; KLEIN, 2019).

Por isso torna-se arriscado ater-se somente aos benefícios e divisas geradas pelo setor. Realizadas de maneira descabida, as atividades turísticas podem impactar de maneira negativa a localidade a qual está inserido. Tratando-se de uma atividade multidimensional, que envolve não só a economia, mas também a cultura, a sociedade e meio ambiente local, todas as ações do turismo precisam ser previamente enumeradas, estudadas, aplicadas e revisadas em busca de aperfeiçoamentos e ajustes. Caso contrário os impactos negativos como a geração excessiva de lixo, aumento substancial do fluxo de pessoas, crescimento dos casos de furtos e assaltos, dentre outros, podem descaracterizar os principais atrativos: o ambiente equilibrado e a cultura local. Assim, o turismo rural deve ser cautelosamente planejado e monitorado, a fim de que os sejam reduzidos os efeitos negativos causados ou maximizados por ele.

Até a década de noventa a atividade turística não era considerada prioridade institucional. As ações desenvolvimentistas dos governos pré constituição de 1988, baseadas em investimentos maciços na indústria e nos grandes centros urbanos tornavam invisíveis os mais diversos atrativos naturais, históricos e culturais do Brasil (SANTOS; SILVEIRA, 2001). Somente após anos foi que o turismo passou a ser notado pelo governo. Para controlar e alavancar esse setor foi criado, em 2003, o primeiro Plano Nacional de Turismo no Brasil, juntamente com criação do primeiro ministério federal dedicado ao setor: o Ministério do Turismo (MTur) (SANCHO; IRVING, 2010).

Dada a criação do Ministério, o Plano Nacional de Turismo constituiu-se como principal documento responsável por direcionar e reger a atividade turística no país. De acordo com o MTur (2003), os Planos Nacionais de Turismo devem ser um elo entre os três níveis (federal, estadual e municipal) de governo, as organizações não governamentais, o setor privado e a sociedade como um todo. Assim, o plano torna-se um importante fator de integração de objetivos e importante norteador de diretrizes para os governos estaduais e municipais planejarem e implementarem suas políticas públicas de turismo (KANITZ, TRIGUEIRO; ARAÚJO, 2010).

O primeiro deles, o Plano Nacional de Turismo - Diretrizes, Metas e Programas (2003), foi criado com o objetivo de propor um modelo de gestão descentralizada do turismo,

restabelecendo instituições, como o Conselho Nacional de Turismo e os Fóruns Estaduais, para que pudessem ser fonte de comunicação entre regiões, municípios e o Governo Federal (BRASIL, 2003). Depois dele foram lançados os seguintes planos: Plano Nacional de Turismo 2007-2010 - Uma viagem de inclusão; Plano Nacional de Turismo 2013-2016 - O turismo fazendo muito mais pelo Brasil; e, Plano Nacional de Turismo 2018-2022 - Mais emprego e renda para o Brasil. A criação dos planos foi um marco importante para o turismo brasileiro e promoveu maior destaque e investimento para a atividade no país. Tamanha celeridade na formulação, aplicação, revisão e ampliação dos estudos e ações estatais evidenciam a consolidação da atividade turística como importante ativo nacional, gerador de empregos, minimizador das desigualdades sociais locais e comunicador da imponência brasileira dentro do cenário internacional.

Todavia, a segmentação da atividade turística, devido à grande extensão territorial do Brasil e sua vasta diversidade de atrativos e culturas, e adoção de um modelo de planejamento voltado, predominantemente, a dimensão econômica, faz com que outras dimensões e segmentos da atividade turística brasileira não sejam contemplados pelos planos, ou se considerados, vistos apenas sob uma ótica financeira de investimento *versus* retorno/receita. Além disso, não está bem estabelecido como o turismo rural tem sido discutido nesses planos e quais as ações têm sido destinadas a ele. Diante disso, questiona-se: como o turismo rural tem sido abordado nos planos nacionais de turismo?

Para buscar responder essa pergunta, o presente trabalho se encontra organizado em cinco grandes seções, além dessa introdução. A primeira diz respeito à apresentação dos objetivos gerais e específicos traçados para a realização do estudo. A segunda, é constituída pelo marco teórico relativo ao meio rural, ao turismo rural e as políticas públicas destinadas a esse setor. A terceira parte é referente à explicitação dos procedimentos metodológicos utilizados e a caracterização do objeto utilizado para a realização do estudo. A quarta demonstra a apresentação dos resultados obtidos pela pesquisa bem como a discussão acerca deles. Por fim, a quinta seção diz respeito às considerações finais do trabalho.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

A fim de que se tenha resposta ao problema de pesquisa lançado, o objetivo geral desta dissertação foi **analisar como o turismo rural tem sido abordado no Brasil, com base nos Planos Nacionais de Turismo e documentos complementares elaborados pelo Governo Federal, desde 2003 até o ano de 2020.**

2.2 Objetivos Específicos

Para o cumprimento do objetivo geral, tem-se como objetivos específicos:

1. Descrever cada Plano Nacional de Turismo e seus objetivos principais;
2. Identificar a discussão da temática de Turismo Rural nos seguintes Planos Nacionais de Turismo: Plano Nacional de Turismo 2003-2007 - Diretrizes, Metas e Programas; Plano Nacional de Turismo 2007-2010 - Uma viagem de inclusão; Plano Nacional de Turismo 2013-2016 - O turismo fazendo muito mais pelo Brasil; Plano Nacional de Turismo 2018-2022 - Mais emprego e renda para o Brasil;
3. Identificar documentos complementares aos Planos Nacionais de Turismo que tratem a temática do turismo rural;
4. Nesses documentos, verificar a existência de ações e medidas voltadas ao desenvolvimento e crescimento do turismo rural no país.

3 REVISÃO DE LITERATURA

Para que se possa compreender como a abordagem dos planos de turismo em relação ao turismo rural é realizada e como isso pode impactar no segmento, torna-se necessário buscar na literatura disponível, estudos que demonstrem como o meio rural se transformou no decorrer dos anos, como a atividade turística se desenvolveu e se destacou nesse meio, além do porquê se considerar tão importante a necessidade de planejamento desse setor.

Para isso, o marco teórico do presente estudo está dividido em quatro partes: a primeira elucidando as transformações do meio rural e a inserção da pluriatividade no campo; a segunda mostrando como o turismo tem se desenvolvido nesse meio; a terceira mostrando o debate acerca do conceito de turismo rural no Brasil e a quarta justificando a importância de

se planejar o setor turístico como um todo, principalmente o turismo desenvolvido no meio rural, e como a falta de planejamento pode impactar de maneira negativa a localidade em que a atividade turística está sendo inserida.

3.1 As transformações do campo e a inserção de atividades não agrícolas no contexto do meio rural

O rural, o qual vem traçando um caminho dotado de rumos imprecisos e sem definições concisas, demonstra que a associação do meio rural à agricultura, embora considerado por muitos anos, não são mais sinônimos. A diversificação e a multifuncionalização das atividades desenvolvidas no meio rural demonstraram não só a resistência dos pequenos produtores frente às crises e dificuldades enfrentadas no decorrer do tempo, mas também a capacidade de se reinventar e destacar as riquezas contidas no campo.

Entre os anos de 1820 a 1930, ocorreu no Brasil um processo de difusão cultural, em que as relações campo e cidade se transformaram. A cidade passou a ganhar prestígio e status, enquanto o campo, cada vez mais, passava a ser visto como um lugar atrasado, decadente e isolado. As pessoas passaram a adotar e reproduzir costumes, hábitos e padrões de vida europeus. Com o surgimento do processo de industrialização, iniciado por volta da década de 40, essa distinção entre campo e cidade aumentou consideravelmente fazendo com que o Brasil passasse a ser organizado a partir de uma perspectiva dicotômica, de contraposição entre o campo e às cidades, o agrícola e o industrial, o rural e o urbano, por conseguinte, o desenvolvimento e o subdesenvolvimento (KLOSTER; CUNHA, 2014; SOUZA; KLEIN, 2019).

Nas décadas de 60 e 70, a modernização e a inserção de técnicas e inovações tecnológicas passaram a fazer parte do meio rural. O melhoramento das sementes, a internacionalização do mercado de produção agropecuário, o uso de insumos industriais (agrotóxicos e fertilizantes) e a mecanização das práticas agrícolas (plantio, irrigação e colheita) passaram a constituir a agricultura brasileira. A busca pelo aumento da produtividade e da qualidade do que se era plantado no campo, fez do rural “um mundo sem mistério”, onde cada passo, cada gesto, cada resultado era previsto de forma que tudo correspondia à uma maior produtividade e rentabilidade (SANTOS, 2006; KLOSTER; CUNHA, 2014).

Com a modernização do campo, toda estrutura agrária foi alterada. Embora o avanço tecnológico contribua para o avanço da produtividade da agricultura brasileira, muitos pequenos produtores não se adequaram às novas técnicas de produção. Sem elas não conseguiram atingir a produtividade suficiente para competirem com grandes empresas agrícolas. Diante disso, a agricultura de cunho familiar foi marginalizada. O acesso desses a financiamentos e políticas públicas era insuficiente para melhorar de maneira global sua marginalização (KLOSTER; CUNHA, 2014).

Nesse contexto, uma nova realidade surge no meio rural. Em busca de se reinserirem no mercado, os agricultores, cujas produções eram de menor porte, passam a diversificar as atividades desempenhadas no campo. As maneiras tradicionais de produção passaram por muitas modificações e a busca por novas fontes de renda ganharam força para dinamizar o espaço rural (QUEIROZ, 2012).

Emergiu, a partir disso, uma nova discussão a respeito do rural. O até então “mundo rural”, reduzido apenas ao seu formato geográfico e agrário focado nas técnicas e divisas provenientes do plantio e da colheita, passou a ser enxergado como “espaço rural”, em que aspectos relacionados a cultura, a sociedade e ao ambiente passaram a ser considerados e discutidos (MARTINS, 2005). As atividades não agrícolas passaram a integrar a história e o cotidiano do campo de forma a transformar a dinâmica dos espaços rurais completamente, demonstrando, assim, que as atividades nesse meio não estão mais focadas unicamente para a agricultura (WANDSCHEER; TEIXEIRA, 2010).

A partir disso, as ações em torno do desenvolvimento rural surgiram como uma forma de se reconstruir a base econômica dos empreendimentos agrícolas e da economia rural como um todo. Trata-se de um processo multidimensional, composto por diversos níveis, atores e espaços, sendo a complexidade do ambiente no qual ele está inserido o responsável por caracterizá-lo. Assim, as práticas de desenvolvimento rural são vistas como um conjunto de estratégias que aumentam a reserva de ativos e combatem os custos crescentes.

Foi a partir da década de 90, que políticas públicas, programas e projetos passaram a ser elaborados em prol do desenvolvimento rural dos agricultores familiares. O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e Territórios Rurais

e de Cidadania são exemplos de ações dirigidas a esse setor, representando uma “vitória” para a agricultura familiar e o meio rural brasileiro (KLOSTER, CUNHA, 2014).

De acordo com Ploeg *et al.* (2000), a agricultura e o campo podem ser reconfigurados, possibilitando aos agricultores a criação de novos produtos e serviços, além da associação do setor agrícola à novos mercados, fazendo emergir o conceito de pluriatividade no meio rural. Todavia, ressalta-se que não se trata somente criar serviços e produtos, mas sim de combinar o antigo com o novo, ou seja, de adaptar ideias e práticas inovadoras a uma realidade já existente. Desse modo, não se trata de expropriar a agricultura, mas de se utilizar da inovação e do empreendedorismo no setor agrícola aliado à outras práticas alternativas para a geração de divisas.

A partir dessa ótica, os agricultores passam a trabalhar intensamente tanto na exploração dos potenciais de sua agricultura quanto no desenvolvimento de novas atividades produtivas que utilizem de seus próprios recursos, isto é, valorizando os elementos pertencentes à sua história, sua luta e sua propriedade. A utilização dessas estratégias resulta em unidades agrícolas mais econômicas e menos vulneráveis às intempéries da agricultura e do meio rural (Ploeg *et al.*, 2000). Com base nisso, o meio rural não pode mais ser definido somente por suas bases agrícolas “[...] pois a diversidade, a pluriatividade e multifuncionalidade são aspectos marcantes das transformações da agricultura e das áreas rurais a partir da segunda metade do século XX, passando a conformar o cenário rural da atualidade” (SOUZA; KLEIN, 2019, p. 17).

No que diz respeito à pluriatividade, evidenciam-se diversas tipologias, classificações e pensamentos na literatura. De acordo com Schneider (2003, p. 100), a pluriatividade

Refere-se a situações sociais em que os indivíduos que compõem uma família com domicílio rural passam a se dedicar ao exercício de um conjunto variado de atividades econômicas e produtivas, não necessariamente ligadas à agricultura ou ao cultivo da terra, e cada vez mais menos executadas dentro da unidade de produção.

Segundo Blanco (2004), a pluriatividade é uma estratégia positiva, digna e sustentável para a manutenção das famílias rurais no campo, que contribui para a diminuição do fluxo migratório, uma vez que possibilita o aproveitamento da força de trabalho disponível em atividades com maior remuneração. Souza e Klein (2019) afirmam que, de forma esquemática, pode-se entender a pluriatividade a partir de três eixos principais: estruturas familiares; estrutura e orientação da exploração agrícola; mercado de trabalho e oportunidades

de atividades locais. Outro conceito também utilizado para esse movimento de diversificação das atividades desempenhadas no meio rural é o de desenvolvimento multifuncional. Parecido ao conceito de pluriatividade, o desenvolvimento multifuncional envolve a introdução de novas funções não agrícolas juntamente às atividades já desempenhadas no espaço rural. De acordo com Souza e Klein (2019, p. 19), o desenvolvimento multifuncional tem como elementos básicos:

- Atividade de produção agrícola;
- Atividade de produção não agrícola diretamente relacionada à agricultura: provisão de materiais e meios de produção; serviços de produção (por exemplo, mecanização, proteção de plantas etc.), compra, estocagem e transporte de e comércio de produtos agrícolas;
- Atividade não agrícola, indiretamente relacionada ou completamente não relacionada à agricultura, incluindo: turismo rural e agroturismo (organização de férias e recreação, serviços de bebidas e alimentação, serviços de acomodação); economia florestal; cuidado de paisagem e proteção ambiental;
- Todas as outras atividades de produção e serviços não relacionadas à agricultura (atividades e serviços públicos, pequenas e médias empresas representando vários negócios).

Diante disso, as fontes de rendas agrícolas para grupos domiciliares rurais podem ser divididas em dois principais grupos (SOUZA; KLEIN, 2019, p. 19-21):

1. Fontes agrícolas: provenientes das atividades relacionadas à agricultura;
2. Fontes externas às atividades agrícolas: trabalho lucrativo externo de um membro do grupo domiciliar (salários, remunerações, rendas de outras atividades) e fontes não lucrativas de renda, como, por exemplo, a aposentadoria e os benefícios sociais, interesses e dividendos

Esse caráter multifuncional da agricultura possibilita a reestruturação do meio rural bem como transforma a maneira de se pensar e planejar o desenvolvimento rural, que vai de uma visão totalmente setorial para uma perspectiva integrada e de conexão com demais setores da sociedade (CANDIOTTO, 2010).

As transformações do meio rural apontadas e a inserção da pluriatividade no campo, demonstram a ocorrência de um movimento de desagregação das maneiras tradições de produção, em que se insere à nova realidade rural uma busca por novas fontes de renda que tenham força para dinamizar este espaço, sendo o turismo uma delas. A sociedade passa valorizar o modo de vida rural e conscientiza-se, cada vez mais, sobre a importância da conservação ambiental, fazendo surgir a possibilidade de implementar o turismo rural e contribuir assim para a permanência do homem no campo e na manutenção da paisagem como um todo (QUEIROZ, 2012).

Intrínseca à nova percepção do meio rural, encontra-se uma sociedade urbana mais reflexiva e saudosa no que se refere a vida no campo, uma sociedade que demanda por qualidade de vida, pela tranquilidade, segurança alimentar, preservação ambiental e por boas condições de saúde e lazer. Alguns encontram no ambiente rural a sua fuga diante um urbano tão agitado e corrido. Experimentam pela primeira vez o ar puro, a simplicidade e calmaria do campo. Outros encontram no meio rural o contato com uma realidade já vivida, mas que foi interrompida por decisões e contextos adversos (SILVA *et al* 2017; SOLHA, 2019).

O turismo traz à região uma clientela potencial, apreciadora da qualidade e especificidade, ávida de conhecimento das mesmas, que compra e consome, que pode e aceita pagar a diferença, que visita feiras e mercados, identifica produtos e marcas. Pesquisas mostram que o turista, depois que volta ao seu local de residência, fica mais predisposto a consumir os produtos experimentados durante sua vivência turística, aumentando assim a procura desses itens em outras épocas e em outras localidades. Da mesma forma, o turista, se satisfeito com sua experiência, passa a promover e divulgar de forma gratuita e eficaz os produtos junto a familiares, amigos e até mesmo em restaurantes ou nos supermercados que frequenta (SOUZA; KLEIN, 2019, p. 94)

Além de ser uma alternativa complementar de renda, o turismo rural desperta, de forma espontânea, a consciência ecológica nos moradores, fazendo com que esses se tornem agentes conservadores da natureza e das tradições locais (RIVA; BERTOLINI, 2017). Trata-se de um fenômeno que possui inúmeras interligações, sendo uma delas a prática social voltada para o consumo de espaço. Patrimônios naturais, históricos e arquitetônicos, alimentos e bebidas naturais processados de forma artesanal, festas folclóricas, religiosas e populares são alguns dos atrativos e produtos do campo enaltecidos e apropriados pela prática do turismo rural (QUEIROZ, 2012).

Desta forma, ainda que não se apresente como um fenômeno novo, o turismo ganha força, sobretudo por sua crescente manifestação, caracterizando-se como uma atividade não agrícola que é inserida, na maioria das vezes, como complemento na renda familiar, mas que

acaba permanecendo devido a sua importância socioeconômica (WANDSCHEER; TEIXEIRA, 2010).

3.2 Turismo: estratégia promissora para os espaços rurais

O turismo é considerado um fenômeno social característico da sociedade pós-industrial que se faz presente na vida da maioria das pessoas, independentemente de suas classes, grupos, etnias e nações (GUEDES, 2003). De acordo com Lima, Irving e Abreu (2017), esse setor vem sendo reconhecido pelo poder público como uma alternativa para a inclusão social e o desenvolvimento socioeconômico. Isso porque o turismo pode desencadear uma série de benefícios nos locais em que se insere. Ele possui a capacidade de ampliar o potencial da localidade (fauna e flora, paisagens, modos de povoamento, lugares históricos, tradições etc.) e apropriá-lo para o seu funcionamento. No que tange ao desenvolvimento local, o turismo possibilita uma distribuição mais justa dos recursos e atividades econômicas. Além disso, é uma importante fonte de emprego e renda para os residentes das localidades em que é inserido (BENI, 2003).

No Brasil, o segmento turístico mais disseminado e procurado é o de sol e praia. Esse segmento foi responsável pela urbanização das praias e destaque do belo e extenso litoral brasileiro. Em contrapartida, a grande aglomeração de pessoas, a saturação de destinos turísticos de mesmo modelo e os diversos impactos socioespaciais causados pelo segmento, fez com que os turistas buscassem por alternativas mais simples e menos abarrotadas de pessoas.

Em 1990, o turismo passou a ser ideologicamente polarizado entre dois tipos de turismo: turismo convencional/de massa e turismo alternativo/sustentável. Concomitantemente, em vários países do mundo, dentre eles o Brasil, o turismo ganhou força nas discussões acerca do desenvolvimento rural. A pluriatividade no espaço rural, da multifuncionalidade do campo e do agricultor, bem como o interesse da população urbana e dos agentes turísticos pelo rural e pelas ruralidades crescem de maneira significativa (CANDIOTTO, 2010).

Nesse contexto, o turismo surge no meio rural como uma atividade capaz de promover a integração entre o rural e o urbano, atender a essa demanda crescente e minimizar a carência econômica existente em algumas regiões brasileiras (WANDSCHEER; TEIXEIRA, 2010).

Dessa forma, os elementos presentes no meio rural passam a ser atrativos e a soma das atividades agrícolas às atividades não-agrícolas resultam em uma maior autonomia e destaque do meio rural (QUEIROZ, 2012).

A cultura do campo, composta pelos costumes, modos de produção e estilos de vida, passaram a atrair não só os turistas de grandes centros urbanos, como também os de municípios vizinhos. Os visitantes têm a possibilidade de realizar atividades de pesca, agricultura, trilhas, além de atividades cotidianas e culturais da família que os está hospedando. Além disso, os turistas podem interagir e ter contato com outros moradores da comunidade receptora, buscando consumir e desfrutar de produtos com identidade local (KLOSTER; CUNHA, 2014). Assim, as vivências obtidas pela prática do turismo rural permitem a troca de informações e experiências entre o visitante, o visitado e a comunidade receptora (PIMENTEL; PIMENTEL, 2015).

Como pode-se ver, são vários os fatores que contribuíram para o desenvolvimento do turismo no espaço rural brasileiro. Apesar de antiga na Europa, a maioria das experiências de turismo rural, no Brasil, tiveram seu início em áreas que passavam por crises agrárias e precisavam de uma alternativa viável e econômica para se sustentarem (TULIK, 2010). Exemplo disso, é a experiência vivenciada pela cidade de Maria da Fé, Minas Gerais. O plantio da batata era responsável, de forma praticamente exclusiva, pelo desenvolvimento econômico e social da cidade até o início dos anos 90. A partir disso, sucessivas pragas começaram a atacar o plantio de batata na cidade, ocasionando uma brusca queda na produção. A situação da cidade se agravou com o aumento do desemprego rural e com o alto índice de endividamento de vários produtores rurais. A descrença no futuro da cidade assombrava os moradores locais. Não obstante às dificuldades enfrentadas, alguns moradores de Maria da Fé passaram a se dedicar em encontrar uma alternativa que solucionasse, ou ao menos minimizasse, os efeitos da crise. Várias alternativas foram encontradas, dentre elas o turismo rural. A atividade entrou no município através de um projeto formulado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). O caminho para o desenvolvimento da atividade turística não foi simples e muitos produtores chegaram a desistir do projeto, mas a atividade tem surtido efeitos positivos na localidade (MARTINS, 2005). Atualmente, de acordo com o Instituto Estrada Real (2020), o município é conhecida por ser o mais frio do Brasil, e conta com um exuberante cenário natural e histórico para aqueles que buscam tranquilidade.

3.3 O debate acerca do conceito de turismo rural

A atividade turística desenvolvida no meio rural assume diferentes terminologias e conceitos devido à grande diversidade cultural, econômica, ambiental e social de cada região brasileira. Por esse motivo, há uma grande dificuldade de se ter um consenso quanto à definição e os elementos que caracterizam o turismo rural (SOUZA; KLEIN; RODRIGUES, 2019).

Candiotto (2010) realizou um levantamento dos principais conceitos acerca do turismo em espaços rurais e turismo rural, o qual aproveitamos nesse estudo para ilustrar a diversidade de concepções em relação ao segmento (Quadro 1).

Quadro 1 – Conceitos da literatura brasileira a respeito do turismo rural/turismo em espaços rurais

Conceitos de Turismo Rural no Brasil	
Autor	Definição de Turismo Rural/Turismo em espaços rurais
Bricalli (2005)	O turismo no espaço rural compreende todos os empreendimentos que proporcionam recreação, lazer e qualquer outra atividade ligada ao turismo, desde que localizados em áreas rurais
Campanhola e Silva (2000)	O turismo no meio rural consiste em atividades de lazer realizadas no meio rural e contempla as diversas modalidades definidas com base em seus elementos de oferta: turismo rural; ecoturismo; turismo de aventura; turismo cultural; turismo de negócios; turismo jovem; turismo social; turismo de saúde e turismo esportivo
Silva e Almeida (2002)	O turismo rural é uma modalidade mais restrita que o turismo em espaço rural, pois está reservado apenas para casos em que as atividades rurais tradicionais (agricultura, extrativismo e pesca) desempenham algum papel na visita.
Tulik (2003)	O turismo em espaço rural consiste em qualquer manifestação do turismo nesse meio, enquanto o turismo rural está relacionado ao meio e diretamente à produção rural;
Beni (2002)	O turismo rural se refere ao deslocamento de pessoas para os espaços rurais, por meio de roteiros programados ou espontâneos, para o aproveitamento de cenários e instalações rurais, seja com ou sem pernoite.

Rubelo e Luchiari (2005)	O turismo rural é a somatória de possibilidades que permite ao turista conhecer as práticas sociais das famílias rurais, bem como a cultura rural e contato com as atividades, objetos e histórias relacionadas ao campo e à produção agrícola
Novaes (2004)	O turismo rural refere-se a fazendas ou plantações em funcionamento que complementam seus rendimentos com algumas atividades turísticas, oferecendo alojamento, refeições e oportunidades de adquirir conhecimentos sobre as atividades agrícolas

Fonte: Elaboração própria com base no estudo de Candiotto (2010).

Somado aos conceitos apresentados pelo estudo de Candiotto (2010) há também o conceito emitido pelo Ministério do Turismo em seu documento “Turismo Rural: Orientações Básicas”. Nele o turismo rural é definido como um “[...] 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” (BRASIL, 2010, p. 18). Assim como Candiotto (2010, p. 11), o que se percebe é que, na maioria das definições realizadas pelos autores citados,

[...] o turismo rural está necessariamente vinculado às características do meio rural (produção agrícola e/ou pecuária, paisagens rurais com vegetação nativa e secundária, arquitetura rural, o contato direto com o modo de vida dos habitantes, do campo e com os animais, a culinária ‘da roça’, entre outras). Por conseguinte, os empreendimentos que nada têm a ver com a prática e o conteúdo rural, mas que estão inseridos no espaço rural, fazem parte do turismo no espaço/meio/área rural e não do turismo rural.

Além disso, nota-se uma certa confusão terminológica em que determinadas tipologias se sobressaem a outras, dificultando a compreensão do que se considera, realmente, como turismo rural. De acordo com Tulik (2003), o turismo em espaços rurais se desdobra em 6 modalidades, sendo eles:

- Turismo no espaço rural (TER)/Turismo em Área Rural (TAR): Corresponde a todas as formas de turismo realizadas no espaço rural, inclui-se nesse conjunto os componentes rurais, culturais e naturais;
- Turismo em áreas rurais e naturais: Compreende o oposto ao urbano. É um conceito muito amplo e abrangente, em que são englobados todas as formas e atividades

turísticas que sejam opostas à realidade urbana e não é feita nenhuma distinção entre o turismo rural e o turismo em áreas rurais.

- Turismo na natureza/Ecoturismo: Nessa modalidade a atividade turística se encontra totalmente relacionada à natureza e aos atrativos naturais envolvendo a contemplação da fauna e da flora;
- Turismo cultural: Se caracteriza pelo conteúdo cultural do meio rural. É um conceito abrangente que contempla o turismo rural e seus subtipos;
- Agroturismo: é integrado a uma propriedade rural ativa com a presença do proprietário e de gestão familiar, que inclui a possibilidade de hospedagem na propriedade e a participação em atividades do dia a dia e contato direto do turista com o meio rural;
- Turismo Rural: Relaciona-se às especificidades do rural, como a paisagem rural, o estilo de vida e cultura rural.

Neste estudo, é adotado o conceito mais restrito, em que o turismo rural é aquele que se relaciona diretamente às características e peculiaridades do meio rural como o cotidiano da família rural, o estilo de vida, os modos de produção, as tradições e cultura local.

3.4 A prática do turismo rural e a necessidade de planejamento

Os principais benefícios e limitações da atividade turística para o meio rural, sob a ótica do Ministério do Turismo (2010), podem ser vistos no Quadro 2.

Quadro 2 - Benefícios e Limitações do Turismo Rural sob a ótica do Ministério do Turismo

Turismo Rural	
Benefícios	Limitações
Gera renda adicional para as comunidades locais	Tem ocorrido, na maioria dos casos, de forma empírica e sem nenhum tipo de padronização
Pode contribuir para a revitalização econômica e social das regiões	Confunde-se com outras atividades e não tem uma definição única
Valorizar os patrimônios e produtos locais	Não possui planejamento específico para o segmento o que gera desordenamento e degradação cultural e ambiental
Agrega valor ao produto primário	Falta de dados e pesquisas sobre o segmento
Auxilia a conservação do meio ambiente	Dificuldade de acesso às políticas públicas, acarretando na informalidade do setor
Atrai investimentos públicos e privado em infraestrutura para os locais onde se desenvolve	

Diversifica da economia local	
Dá autonomia e incorpora a mulher ao trabalho remunerado	
Possibilidade de venda direta dos produtos primários	
Diminuição do êxodo rural	
Integração das propriedades rurais com as comunidades locais	

Fonte: Elaboração própria com base em Brasil (2010).

Ainda que diante de tantos benefícios é importante destacar que o turismo rural no Brasil ainda é muito recente e pouco planejado. Reflexo disso é a constituição de novos empreendimentos e iniciativas turísticas embasados no modelo de turismo europeu, mais antigo e consolidado dado seu sucesso em países como Portugal, Itália, França, Alemanha, Espanha, Suécia, Irlanda e Holanda (TULIK, 2010; KLOSTER; CUNHA, 2014). Essa prática acaba descaracterizando e tornando o turismo rural brasileiro uma manifestação turística comum e replicável que utiliza do espaço rural somente como suporte, desconsiderando a cultura local, as singularidades, as tradições e os modos de vida únicos de cada território (PIMENTEL; PIMENTEL, 2015).

[...] vale ressaltar que o turismo no espaço rural não pode ser visto como uma atividade não-agrícola miraculosa, mas sim como uma alternativa que proporciona novas chances ao agricultor de manter-se no setor, desde que o mesmo esteja conscientizado sobre a necessidade de diversificação e diferenciação de seus produtos/serviços, gerando assim, vantagens competitivas, necessárias para manter e enfrentar a grande competitividade a qual está exposto (CHEQUER; FERREIRA NETO, 2005, p. 213)

Somado a isso, a falta de dados e pesquisas sobre o segmento é um dos fatores limitantes para o bom funcionamento do turismo rural. “Os custos socioambientais e culturais provenientes do turismo sem responsabilidade são evidentes, visto que o reconhecimento e a promoção de inúmeras culturas ocorrem normalmente, sem um estudo minucioso dos recursos existentes” (SANTOS; ALCÂNTARA; SILVA, 2011, p. 433). Segundo o Ministério do Turismo (2010, p.25), “poucas propriedades rurais dispõem de registros, ainda que simples, sobre o turismo rural, não havendo dados acerca da quantidade de turistas que recebem, períodos de menor e maior visitação, tempo despendido com a atividade e perfil dos turistas recebidos”.

A recepção do fluxo de turistas nas áreas rurais, ainda que em menor escala em relação aos demais segmentos turísticos, podem causar diferentes impactos nas comunidades locais. A sazonalidade do turismo também deve ser considerada. Em alguns casos, a atividade turística oferecida pelos empreendimentos consegue pagar apenas os custos das despesas e da manutenção dos estabelecimentos rurais. Em outros casos, porém, o lucro obtido pela atividade supera as expectativas do produtor rural, permitindo-o até investir mais na atividade, seja na melhoria das estruturas oferecidas ou na criação de novas atividades de recreação e lazer ligadas à atividade rural (KLOSTER; CUNHA, 2014). Por isso, o turismo rural deve ser incentivado e desenvolvido de maneira consciente e adequada à realidade local e não imposto através de um padrão (RIVA; BERTOLINI, 2017). Torna-se essencial entender que “o turismo rural não ocorre de forma homogênea, pois não se desenvolve do mesmo modo no território brasileiro, nem mesmo internamente, nas distintas regiões do país, sendo umas mais desenvolvidas e modernizadas e outras menos” (SANTOS; PIRES, 2010, p.72).

As ações, políticas públicas e programas voltados ao turismo precisam ser eficazes e respeitarem os limites locais. Ademais, é essencial que os efeitos do turismo sejam analisados em todas suas dimensões e aspectos. Isso porque, muitas vezes, olha-se somente para os benefícios que a atividade pode gerar, esquecendo-se ou até mesmo omitindo-se os efeitos negativos gerados pela prática turística (ELESBÃO, 2010). As políticas públicas elaboradas de uma maneira geral, sem pensar nas características locais, tentam conciliar diferentes práticas, serviços ou até mesmo produtos, que muitas vezes não são interconectados ou se relacionam (PLOEG *et al* 2000).

Em função da amplitude econômica e social que o turismo adquiriu em vários países no mundo na década de 1950, várias discussões foram iniciadas para entender os objetivos e os efeitos das políticas públicas de turismo. A partir disso, na década de 1970, a política pública de turismo tornou-se foco de inúmeros governos de países desenvolvidos e subdesenvolvidos (PIMENTEL; PIMENTEL; VIDAL, 2017). No Brasil a participação do Estado na atividade turística teve seus primeiros sinais na década de 30. Em 1939 foi criado o primeiro órgão oficial de turismo: a chamada Divisão de Turismo. Em 1958 foi criada a Comissão Brasileira de Turismo (Combratur), em 1991 foi criado o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) e em 2003 foi criado o Ministério do Turismo que, até hoje, é o órgão governamental responsável pelo planejamento e coordenação da Política Nacional de Turismo. Tradicionalmente, no Brasil as políticas públicas de turismo estiveram centralizadas

na União, cujas responsabilidades se voltavam à disciplina normativa e a execução das ações de maior relevância (BEZERRA, 2003; PIMENTEL; PIMENTEL; VIDAL, 2017).

As políticas públicas de turismo possuem objetivos difusos e variam muito ao longo do tempo. Essas diferentes concepções refletem uma multiplicidade de diferentes metodologias, conceituações e perspectivas no estudo de políticas públicas. Desse modo, as políticas públicas de turismo devem ser formuladas de modo que seus projetos sejam um conjunto de propostas que objetivem intervir em múltiplos setores, buscando dar ao morador local uma visão global do que está sendo feito em seu território (MOESCH; GASTAL, 2007; PIMENTEL; PIMENTEL; VIDAL, 2017).

As políticas públicas de turismo também podem ser consideradas uma das formas de promoção de desenvolvimento socioeconômico regional. De acordo com Carvalho (2007), elas se constituem como um conjunto de decisões relativas à destinação de recursos e ações amparadas legalmente por programas, projetos, planos e demais ações do Estado nas suas três entidades federativas (Federal, Estadual e Municipal). Sob o ponto de vista estrutural as ações do planejamento e gestão do turismo no Brasil são distribuídas entre os três níveis federativos. No âmbito federal, o turismo encontra-se sob responsabilidade do Ministério do Turismo, no âmbito estadual, a atividade encontra-se amparada pelas secretarias estaduais e órgãos correlatos e, no âmbito municipal, sob a direção de secretarias municipais e departamentos das prefeituras (OLIVEIRA; MINASSE; MARQUES, 2015).

Apesar de a maior parte do setor do turismo ser de fato controlada e operacionalizada pelo setor privado, acredita-se que o setor público desempenhe um papel crucial, pois tem o poder de garantir a estabilidade política, segurança e a estrutura legal e financeira que o turismo requer. São os governos que negociam e estabelecem acordos com outros governos em assuntos como imigração, permissão para aviação (transporte aéreo) etc. Além disso, governos podem auxiliar o turismo de diversas formas, como na provisão de serviços essenciais, o controle do setor, no sentido de garantir padrões de qualidade e segurança etc. Essas são funções legítimas dos governos e muitas terão um impacto significativo na qualidade e na atratividade final do produto consumido por turistas (ELLIOT, 1997 *apud* LEMOS, 2012, p. 1406)

Torna-se necessário, portanto, elaborar uma forma eficaz e coerente de se planejar o turismo, de forma que se mensure e controle adequadamente o crescimento do setor e do local como um todo (GALDINO; COSTA, 2011). Para isso, é indispensável promover o desenvolvimento harmonioso e coordenado do turismo, de forma a respeitar o meio ambiente, a cultura local e o território em que a atividade está sendo inserida (RUSCHMANN, 1997). Organizar a atividade turística, bem como seus produtos, implica em proporcionar a quem está visitando o território uma estrutura com boas acomodações, informações qualificadas e

estruturas de alimentação, tais como restaurantes e lanchonetes, de forma que não se altere a vida e os costumes dos habitantes locais (MOESH; GASTAL, 2007). Além disso, aprender sobre a localidade, observar a realidade de seus residentes, construir objetivos claros e meios sustentáveis para a realização das ações planejadas são elementos importantíssimos que devem ser levados em consideração ao se propor a realização de um planejamento turístico de um território. Assim, as políticas públicas de turismo devem respeitar as características locais, incentivando o uso adequado dos recursos sociais e naturais provenientes da localidade em que a atividade turística foi inserida. Além disso, a participação e o envolvimento da população são elementos fundamentais para o planejamento do setor (OLIVEIRA; MINASSE; MARQUES, 2015).

Para que as políticas públicas e ações de desenvolvimentos da atividade turística no meio rural sejam implementadas com eficiência é necessário que a comunidade local seja inserida e que a comunicação entre o setor público e a sociedade seja melhor articulada e facilitada, isso porque nem sempre o público ao qual a política se destina consegue acessá-la, precisando de agentes que orientem suas ações e facilitem seu acesso aos benefícios políticos oferecidos. Nesse sentido, o papel da extensão rural torna-se fundamental para que os agricultores e empreendedores rurais tenham acesso às políticas públicas e que essas consigam atingir seus objetivos (SOUZA; KLEIN, 2019). Segundo Gonçalves *et al* (2016), a preparação dos agricultores familiares para a promoção da atividade turística em suas propriedades deve ser feita através de capacitação, cursos, orientações básicas, bem como através da disponibilização de financiamento para a adequação das propriedades rurais para receberem os turistas.

É importante destacar que cada estado possui suas peculiaridades no que tange a organização territorial e institucional. “Por isso, as políticas públicas nacionais em torno do turismo rural, como paradigma geral, devem estar alinhadas às políticas regionais e estaduais, para que todas as diferenças sejam atendidas no processo de desenvolvimento do turismo rural” (SANTOS; PIRES, 2010, p. 72). Por isso, reforça-se a ideia de que o planejamento e implementação de políticas públicas para esse setor devem ser compostas pela atuação do governo, em qualquer de suas instâncias, da iniciativa privada, bem como pela inserção e participação dos moradores locais. Fora a isso, torna-se necessário identificar, analisar e acompanhar os impactos territoriais que a atividade turística ocasionará em todos seus âmbitos (GONÇALVES *et al* 2016).

A Lei 11.771/2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo e define as atribuições do Governo Federal no planejamento turístico nacional, estabelece que a elaboração do Plano Nacional de Turismo, cujas metas e programas são elaboradas e revistas de acordo com o Plano Plurianual do Governo e tem por objetivo ordenar as ações do setor público e utilizar os recursos públicos para o desenvolvimento da atividade turística no país, é de responsabilidade do Ministério do Turismo (BRASIL, 2008). O Ministério do Turismo, por meio dos Planos Nacionais de Turismo, assume o posto de indutor do desenvolvimento turístico nacional e principal provedor das políticas públicas e ações voltadas para a geração de emprego e renda, qualificação da mão de obra, apoio à comercialização e promoção do turismo interno e internacional, sistematização e divulgação de informações sobre o setor, fortalecimento e integração dos diversos modos de transporte do país, segmentação do turismo brasileiro, estruturação de roteiros e produtos turísticos, atração de investimentos para o setor, fortalecimento e controle do sistema de normatização, regulação e fiscalização do setor turístico além do financiamento e fomento à iniciativa privada (LEMOS, 2013). Vista disso, como uma forma de acompanhar as decisões e o planejamento do setor público para o turismo brasileiro, principalmente no que tange ao turismo rural, este estudo buscou analisar como o turismo rural tem sido abordado nos Planos Nacionais de Turismo, constituídos como importante ferramenta para o desenvolvimento da atividade turística no país.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Essa pesquisa se caracteriza como um estudo descritivo e sua natureza é predominantemente qualitativa, uma vez que esta abrange vários métodos, técnicas e instrumentos que auxiliam na compreensão do fenômeno social com o menor afastamento possível do ambiente natural (GIL; 2010; GODOI; MELLO; SILVA, 2010).

A fim de analisar como o turismo rural tem sido abordado no Brasil, com base nos planos nacionais elaborados pelo Ministério do Turismo do Governo Federal, desde 2003 até o ano de 2020, utilizou-se para a análise dos dados as técnicas de Análise de Conteúdo de Bardin (2009). A Análise de Conteúdo contribuiu para a execução do estudo uma vez que a categorização de elementos preconizada por ela, ou seja, na separação de elementos textuais que se assemelham em razão de características comuns (semântica, sintática, léxica e expressiva) (BARDIN, 2009), permitiu a visualização das perspectivas, concepções e ações dos planos nacionais de turismo, no decorrer do período estabelecido, principalmente no que tange o turismo rural.

De acordo com Nascimento e Menandro (2006, p. 79),

“Buscando identificar a pluralidade temática presente num conjunto de textos, ao mesmo tempo em que pondera a frequência desses temas dentro do mesmo conjunto, a Análise de Conteúdo pode proporcionar, numa comparação entre os elementos do *corpus* (palavras ou sentenças) a constituição de agrupamentos de elementos de significados mais próximos, possibilitando a formação de categorias mais gerais de conteúdo”

Em todos os documentos analisados, foram realizadas as três etapas de análise, estabelecidas por Bardin (2009). Na primeira etapa, denominada pré análise, realizou-se a leitura repetida dos documentos e após isso, iniciou-se a preparação do *corpus*. Para isso, reuniu-se todos os documentos utilizados em um único documento, separando-os por linhas de comando e retirando-se caracteres que causam possíveis erros de leitura no software, como “*”, “\$”, “%”. Os documentos utilizados foram os quatro Planos Nacionais de Turismo, elaborados pelo Ministério do Turismo no período de 2003 a 2019, sendo eles: Plano Nacional de Turismo: Diretrizes, Metas e Programas (2003-2007); Plano Nacional de Turismo: Uma viagem de inclusão (2007-2010); Plano Nacional de Turismo: O turismo fazendo muito mais pelo Brasil (2013-2016); Plano Nacional de Turismo: Mais emprego e renda para o Brasil (2018-2022).

Após a primeira etapa concluída, iniciou-se a fase de exploração do material. Nela houve a utilização de *software* para a categorização do conteúdo escolhido. O *software* utilizado foi o IRaMuTeQ (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*).

Em seguida, iniciou-se o tratamento dos resultados obtidos e interpretação da Classificação Hierárquica Descendente (CHD), gerada pelo *software*. A CHD é uma análise multivariada que classifica os segmentos de textos de acordo com seus vocabulários. No *software*, os segmentos de textos são repartidos em conjuntos com base na frequência de suas formas reduzidas e o pesquisador realiza sua interpretação dos dados (CAMARGO; JUSTO, 2013). Nesse fase, analisa-se cada classe gerada pelo *software* e nomeia-se cada uma delas de acordo com a leitura prévia e a literatura utilizada como base para a pesquisa.

Para permitir a melhor visualização das Classificações Hierárquicas Descendentes (CHD) geradas pelo *software* foram elaborados organogramas, compostos pelas classes e a lista das 10 primeiras palavras de cada classe, geradas a partir do teste, junto aos seus valores de frequência (f), que corresponde à porcentagem de ocorrência da palavra nos segmentos de

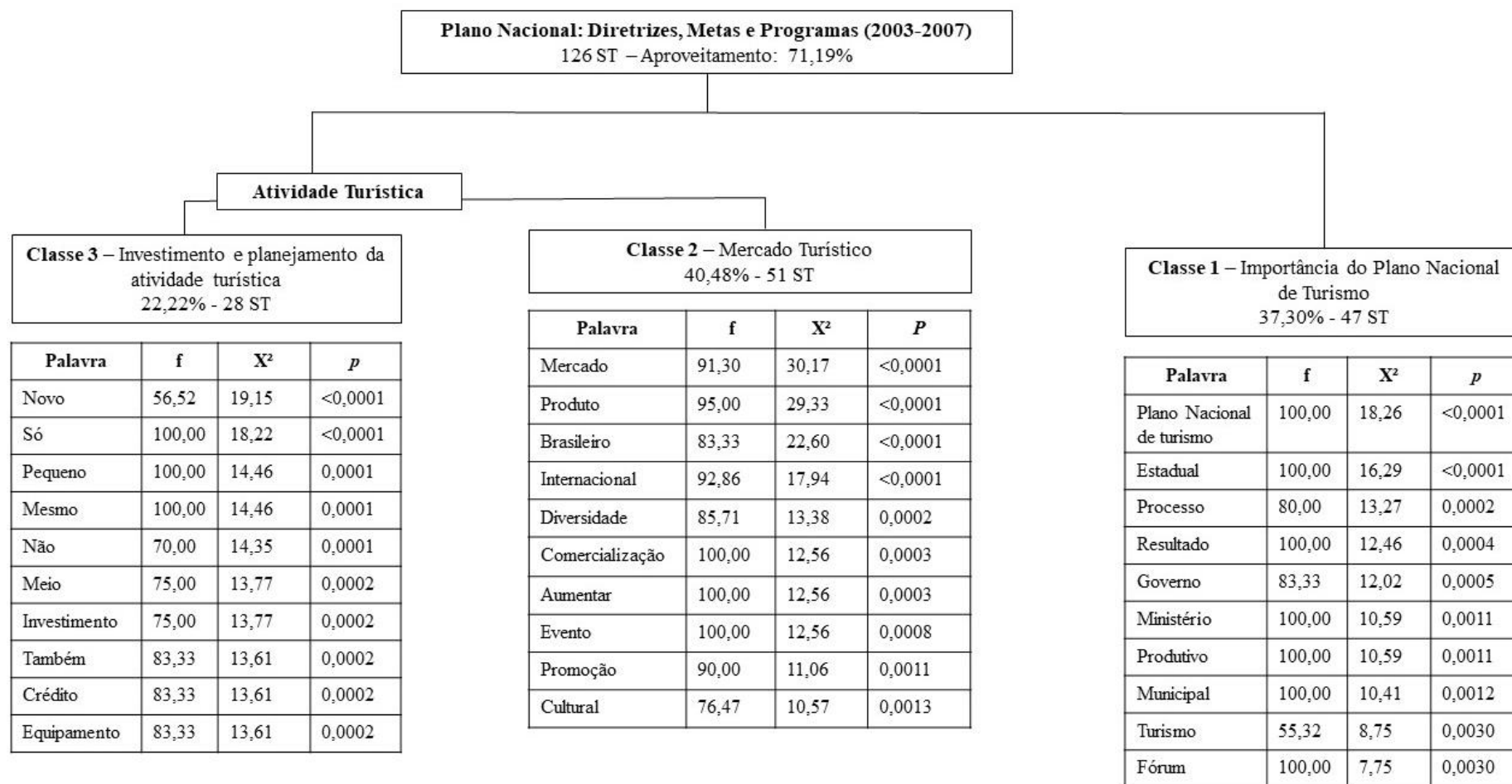
texto de uma determinada classe em relação a sua ocorrência no *corpus*, de qui-quadrado (χ^2) que corresponde ao grau de associação da palavra com a classe e de p-valor (p) que identifica o nível de significância da associação da palavra com a classe.

5 OS PLANOS NACIONAIS DE TURISMO E O TURISMO RURAL

5.1. Plano Nacional de Turismo: Diretrizes, Metas e Programas (2003-2007)

O *corpus* geral constituído pelo “Plano Nacional de Turismo: Diretrizes, Metas e Programas (2003-2007)”, foi separado em 177 segmentos de textos (ST), com um aproveitamento de 126 ST (71,19%). Emergiram 6.298 ocorrências (palavras, formas ou vocabulários) sendo 1.638 palavras distintas e 922 com uma única ocorrência. O conteúdo foi categorizado em três classes: Classe 1, com 126 ST (37,30%); Classe 2, com 51 ST (40,48%); e, Classe 3, com 28 ST (22,22%). Ressalta-se que as três classes se encontram divididas em duas ramificações do *corpus* total em análise, sendo uma o *subcorpus* “Atividade Turística” composta pelas classes 3 e 2 e a outra composta pela classe 1 (Figura 1).

Figura 1 – CHD do Plano Nacional de Turismo (2003-2007)



Fonte: Elaboração própria com base na Classificação Hierárquica Descendente (CHD) gerada pelo IRaMuTeQ.

A classe 1, denominada “Importância do Plano Nacional de Turismo”, compreende 37,30% (f = 47) do *corpus* total analisado e é constituída por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 4,06$ (“sustentabilidade”) e $x^2 = 18,26$ (“Plano Nacional de Turismo”). Os segmentos pertencentes a classe mostram os argumentos que ressaltam a importância de se criar um órgão dedicado exclusivamente ao setor e de se ter um planejamento que contemple o desenvolvimento e crescimento do turismo no Brasil, já que é visto como um grande potencial de desenvolvimento socioeconômico para o país. São exemplos:

“[...] a criação do Ministério do Turismo atende diretamente a uma antiga reivindicação do setor turístico. O Mtur como órgão da administração direta terá as condições necessárias para articular com os demais ministérios com os governos estaduais e municipais”

“[...] dentro desta nova realidade estrutural a proposta do PNT vem consolidar o ministério como articulador do processo de integração dos mais diversos segmentos do setor turístico o plano nacional deve ser o elo entre os governos federal, estadual e municipal”

“[...] o PNT é o instrumento de planejamento do Mtur que tem como finalidade explicitar o pensamento do governo e do setor produtivo e orientar as ações necessárias para consolidar o desenvolvimento do setor do turismo”

A classe 2, denominada “Mercado Turístico”, compreende 40,48% (f = 51) do *corpus* total analisado e é constituída por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 4,23$ (“lazer”) e $x^2 = 30,17$ (“mercado”). Nessa classe percebe-se a ênfase dada à importância de se desenvolverem novos produtos turísticos e de se inserir esses produtos no mercado internacional.

“[...] a promoção do turismo brasileiro no mercado internacional terá como conceito estratégico a diversificação de imagem do país as ações de promoção e marketing irão orientar a construção do Brasil como destino turístico de um país moderno com credibilidade”

“[...] desenvolver produtos turísticos com qualidade contemplando nossas diversidade regionais culturais e naturais; estimular e facilitar o consumo do produtos turísticos nos mercados nacional e internacional; dar qualidade ao produto turístico; diversificar a oferta turística; estruturar os destinos turísticos [...]”

“[...] diversificar os produtos turísticos contemplando nossa pluralidade cultural e diferença regional, diminuir as desigualdade regionais estruturando produtos em todos os estados brasileiros e Distrito Federal, aumentar o fluxo de turistas nacional e internacional, aumentar o tempo de permanência do turista internacional com um leque maior de serviços ofertados [...]”

A classe 3, denominada “Investimento e planejamento da atividade turística”, compreende 22,22% (f = 51) do *corpus* total analisado e é constituída por palavras e radicais

dentro de um intervalo de $x^2 = 4,23$ (“posto”) a $x^2 = 19,15$ (“novo”). São percebidos nessa classe diversos segmentos de texto que demonstram a importância de se conseguir investimentos para o setor turístico bem como a necessidade de avaliar os impactos que a atividade turística pode acarretar nas localidades em que é inserida, sejam eles positivos ou negativos. Por exemplo,

“[...] para o crescimento do setor é necessário rever a ampliar a disponibilidade de linhas de crédito e financiamentos adequados à realidade de cada segmento atendendo principalmente a pequena e média empresa que não tem tido facilidade de acesso ao crédito”

“[...] é necessário um programa contínuo que não só pesquise a oferta, mas também a demanda um sistema que avalie o impacto da atividade na economia criando condições para o fortalecimento do setor junto à sociedade”

O “Plano Nacional de Turismo: Diretrizes, metas e programas (2003-2007)” foi o primeiro plano elaborado pelo Ministério do Turismo. Concebido de uma forma coletiva, o plano propôs um modelo de gestão descentralizada do turismo com a reformulação do Conselho Nacional de Turismo e dos Fóruns Estaduais, de forma que se estabelece uma comunicação entre o Governo Federal e as demandas advindas das regiões, municípios e destinos turísticos. Neste documento, a diversidade de atrativos turísticos e culturais do país é vista como principal instrumento de potencialização do turismo brasileiro. A partir dessa perspectiva, o Ministério do Turismo planejou o turismo de forma que ele fosse para o Brasil uma fonte geradora de novos empregos e ocupações e agente de valorização do patrimônio histórico e cultural do país.

De acordo com o plano nacional (2003-2007), o Ministério do Turismo teve como maior desafio a concepção de um novo modelo de gestão pública, que fosse descentralizada, participativa e que envolvesse ainda mais os municípios, lugar onde o turismo efetivamente acontece. No diagnóstico realizado pelo Ministério, constatou-se que, até então, a falta de articulação entre os setores do governo geraram políticas públicas desencontradas, que fizeram com que os poucos recursos destinados ao setor se perdessem, se sobrepossem ou não se direcionassem à um objetivo comum. A ausência de um processo de avaliação de políticas públicas para o setor, a insuficiência de dados e pesquisas, a falta de qualificação profissional, a ausência de um processo de estruturação da cadeia produtiva e de uma legislação que se adeque ao setor e a quase inexistente oferta de crédito e financiamento para o desenvolvimento da atividade no país, foram os elementos percebidos pelo diagnóstico

realizado e que mostraram como o turismo não era visto como prioridade para o país (BRASIL, 2003).

De acordo com o plano,

“A criação do Mtur, o direcionamento da Embratur para a promoção e apoio à comercialização, a elaboração do Plano Nacional de Turismo como ampla participação da sociedade, são sinais claros de que o turismo é uma das grandes prioridades desse governo e que os problemas acima apontados serão verdadeiramente enfrentados” (BRASIL, 2003, p.18)

A partir disso, os princípios orientadores para o desenvolvimento do turismo citados pelo plano remeteram-se ao desenvolvimento e alavancagem do setor no país, que contemplavam não só a dimensão econômica, mas também a social e ambiental, de forma com que se obtivesse a redução das desigualdades regionais e sociais, a distribuição de renda e a geração de divisas e empregos (BRASIL, 2003). Em relação a esse plano, Sancho e Irving (2010) afirmam que o turismo adquiriu um status de setor prioritário em virtude do seu potencial para promover a diminuição das desigualdades regionais, o desenvolvimento sustentável e o aumento da geração de empregos e divisas, sendo assim capaz de contribuir para a efetivação e alcance das macroestratégias estabelecidas pelo Governo Federal.

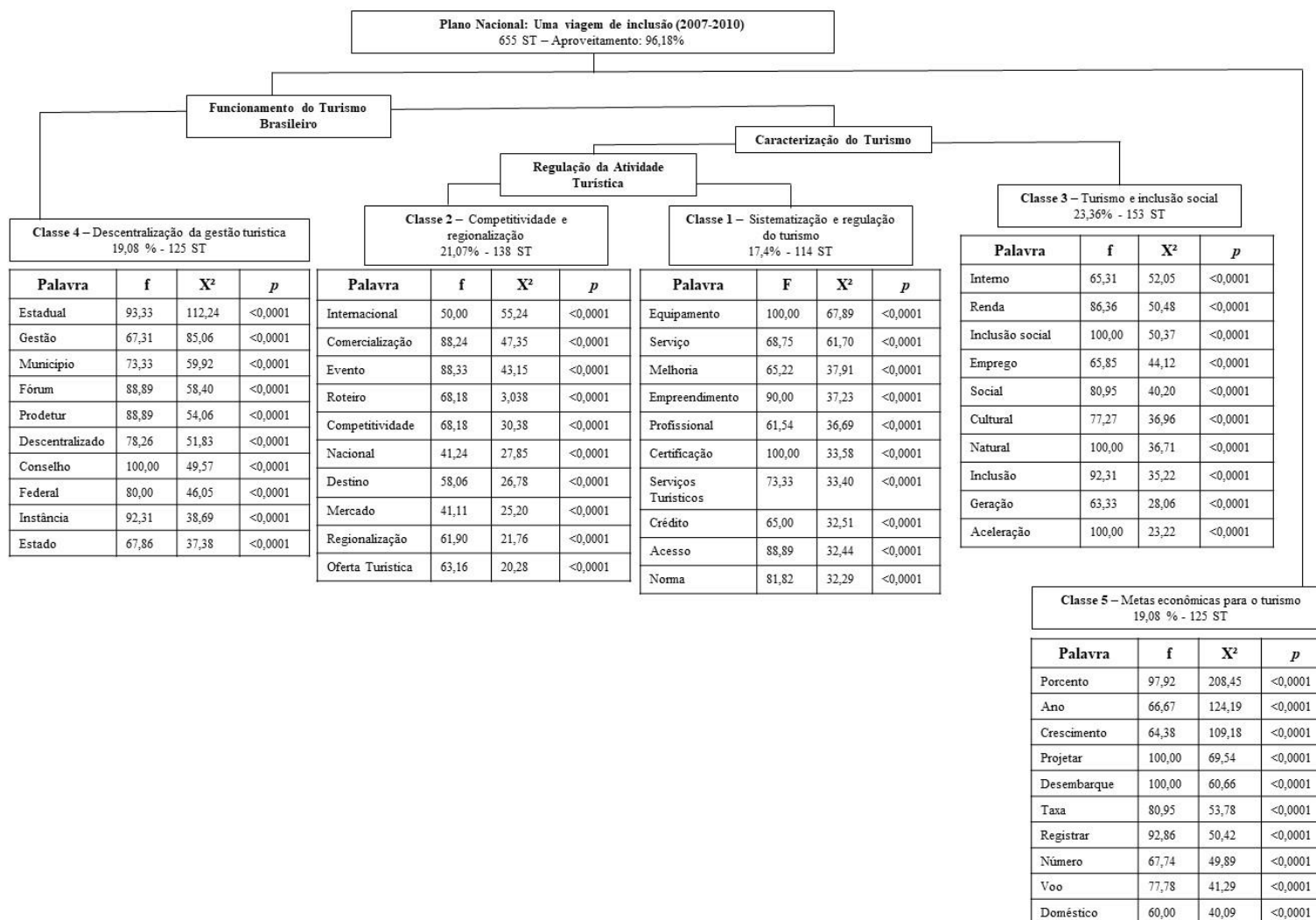
No que tange ao turismo rural, não foram identificadas ações e medidas que contemplem diretamente o desenvolvimento ou monitoramento do turismo rural. Acredita-se que isso se dê pelo fato de esse ser o primeiro Plano Nacional de Turismo elaborado pelo Ministério do Turismo. Logo, era de se prever ações que contemplassem e fossem voltadas à estruturação do setor, a avaliação dos efeitos dessa atividade para a população e para a economia brasileira e o incentivo para que o setor turístico crescesse no país.

5.2 Plano Nacional de Turismo: Uma viagem de inclusão (2007-2010)

Em 2007, o Ministério do Turismo lança seu segundo plano de turismo, o “Plano Nacional de Turismo: Uma viagem de inclusão (2007-2010)”. Esse plano foi formulado em um cenário favorável ao turismo brasileiro, isso porque em 2007 o turismo assumia o posto de quinto principal setor na geração de divisas para o Brasil (BRASIL, 2007)

O *corpus* geral constituído por esse plano, foi separado em 681 segmentos de textos (ST), com um aproveitamento de 655 ST (96,18%). Emergiram 24.146 ocorrências (palavras, formas ou vocabulários) sendo 3.470 palavras distintas e 1.743 com uma única ocorrência. O conteúdo foi categorizado em cinco classes: Classe 1, com 144 ST (17,40%); Classe 2, com

138 ST (21,07%); Classe 3, com 153 ST (23,36%); Classe 4, com 125 ST (19,08%); e, Classe 5, com 125 ST (19,08%). (Figura 2).



Fonte: Elaboração própria com base na Classificação Hierárquica Descendente (CHD) gerada pelo IRaMuTeQ.

A classe 1, denominada “Sistematização e regulação do turismo”, compreende 17,40% (f = 114 ST) do *corpus* total analisado e é constituída por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 3,89$ (“contribuir”) e $x^2 = 67,89$ (“Equipamento”). Essa classe é composta, principalmente, por seguimentos de texto que abordam a importância da sistematização e regulação dos serviços prestados no setor turístico e a necessidade de melhorar a qualidade dos equipamentos turísticos.

“[...] o fomento ao aumento da competitividade dos destinos turísticos e a melhoria da qualidade dos serviços ofertados devem ser prioridades por meio da qualificação profissional e incremento dos produtos e serviços em todos os elos da cadeia produtiva do setor.”

“[...] o controle de qualidade dos produtos turísticos do país deve ser realizado por meio da definição de instrumentos regulatórios que contemplam requisitos mínimos de qualidade e ainda por meio do cadastramento e da fiscalização das empresas, empreendimentos, equipamentos e profissionais de turismo [...]”

A Classe 2, denominada “Competitividade e regionalização”, compreende 19,08% (f= 125) do *corpus* total analisado e é constituída por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 4,03$ (“esforço”) e $x^2 = 52,05$ (“interno”). Nessa classe foi possível identificar as metas e ações destinadas ao aumento da competitividade, a internacionalização do turismo brasileiro e da regionalização do turismo brasileiro.

“[...] fomentar a competitividade do produtos turísticos nos mercados nacional e internacional e atrair divisas para o país garantir a continuidade e o fortalecimento da política nacional do turismo e da gestão descentralizada; estruturar os destinos; diversificar a oferta e dar qualidade aos produtos turísticos.”

“A regionalização do turismo implantada pelo programa de regionalização do turismo Roteiros do Brasil, lançado em abril de 2004, propõe a estruturação, o ordenamento e a diversificação da oferta turística no país e se constitui no referencial da base territorial do Plano Nacional de Turismo”

A Classe 3, denominada “Turismo e inclusão social”, compreende 23,36% (f = 153) do *corpus* total analisado e contempla o objetivo principal do plano: o turismo como fator de inclusão social. A inclusão social abordada por esse plano contempla a geração de novos empregos e renda para a sociedade brasileira. O turismo é visto como fator para a redução das desigualdades sociais e incentivar o povo brasileiro a desfrutar dos produtos turísticos brasileiros.

“[...] investir na qualificação profissional e na geração de emprego e renda e assegurar ainda mais condições para a promoção do Brasil no exterior são algumas das ações que fazem do Plano de Turismo 2007-2010 um importante indutor do desenvolvimento e da inclusão social”

“[...] o desafio da política econômica de 2007 a 2010 é aproveitar o momento histórico favorável para estimular o crescimento do PIB e do emprego

intensificando ainda mais a inclusão social e a melhoria na distribuição de renda no Brasil”

A Classe 4, denominada “Descentralização da gestão turística” compreende 19,08% (f = 125) do corpus total analisado e é constituída por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 4,04$ (“necessidade”) a $x^2 = 112,24$ (“estadual”). A classe é composta pelos segmentos de texto que abordam o processo de gestão descentralizada do turismo, iniciada no primeiro plano de turismo, elaborado no ano de 2003.

“[...] a proposta de gestão descentralizada do Plano Nacional de Turismo vem fomentando a consolidação de uma rede de entidades e instituições em todo o território nacional envolvendo o poder público nas três esferas de governo, o setor privado e o terceiro setor”

Por fim, a Classe 5, denominada “Metas econômicas para o turismo”, compreende 19,08% (f = 125) do corpus total analisado e é constituída por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 4,01$ (“internacional”) a $x^2 = 208,45$ (“porcento”). Nessa classe é possível identificar os resultados econômicos obtidos nos anos de 2003-2007 e as metas para os anos de 2007-2010.

Visto o crescimento e os benefícios do setor para o Brasil, o Ministério do Turismo, com o intuito de manter algumas ações previstas no plano 2003-2007, iniciou o planejamento de 2007-2010, com a proposta de permanecer incentivando e fortalecendo descentralização da gestão turística e a promoção do turismo no exterior, e de inserir novos rumos, como a inclusão social. A inclusão social é vista pelo Mtur como a possibilidade de criar pontes entre o governo e as esferas do governo, bem como com a iniciativa privada e com o terceiro setor.

Desta forma, o turismo permaneceu na perspectiva de expansão e fortalecimento do turismo brasileiro, porém com um ênfase na função social da atividade. A preocupação com a sazonalidade do turismo e a busca por alternativas que buscassem o equilíbrio da atividade turística no país foram colocadas em pauta. O incentivo ao turismo interno e às viagens em baixa temporada também foram consideradas pelos planos. Almejava-se uma nova era para o turismo interno, a qual contemplasse a inserção e envolvimento dos aposentados, jovens e trabalhadores no turismo nacional de forma que eles também desfrutassem do turismo ofertado no país.

Como diferencial do Plano 2007-2010, a inclusão de dados referentes aos resultados do turismo no Brasil, ausentes no primeiro plano, contribuíram muito para subsidiar a tomada de decisão e a formulação de novas metas e ações para o setor. No diagnóstico realizado pelo

Ministério do Turismo é mostrado como o turismo brasileiro se desenvolveu a partir da elaboração e execução do plano de turismo 2003-2007. A gestão descentralizada proposta pelo primeiro plano, contribuiu em muito para consolidação de um ambiente de gestão integrada entre o Governo Federal, estadual e municipal. Em relação ao número de viagens, em 2005, 139,59 milhões de viagens domésticas foram realizadas. Desse número, 25% dos turistas se hospedaram em hotéis, pousadas ou *resorts*, movimentando o setor hoteleiro do país e gerando um total de 54,87 milhões de pernoites. No que tange ao número de empregos, 891.000 empregos formais e informais foram gerados pelo setor, entre os anos de 2003 a 2006. Só em relação à concessão de crédito e investimentos no setor, foram R\$ 6,65 bilhões em créditos concedidos pelos bancos públicos federais do Brasil (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BNDES, Banco do Nordeste e Banco da Amazônia) no período de 2003 a 2006 (BRASIL, 2007). Diante disso, as metas e os resultados alcançados pelo primeiro plano subsidiaram a reformulação de algumas questões e a inclusão de assuntos antes não previstos, como a questão da acessibilidade para portadores de necessidades especiais, além de modificar seu corpo metodológico e adequar as metas traçadas à realidade do país (KANITZ; TRIGUEIRO; ARAÚJO, 2010).

Como pode-se notar, assim como no plano 2003-2007, o plano 2007-2010 não abordou, de maneira direta, conteúdos relacionados ao turismo rural. E isso acontece não só com o turismo rural em específico, mas também com outros segmentos. Acredita-se que isso se dê, pelo fato de que, nesse contexto analisado, o turismo ainda está sendo estruturado, visto que o plano 2007-2010 é o segundo plano elaborado pelo Ministério do Turismo.

No que diz respeito ao turismo rural, há de se destacar que no ano de 2010, o Ministério do Turismo, através da Secretaria Nacional de Políticas Públicas de Turismo, do Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico e da Coordenação Geral de Segmento elaborou e disponibilizou em seu portal um documento chamado “Turismo rural: orientações básicas”. O livreto, composto por 56 páginas, é dividido em 6 seções dentre elas: introdução; uma contextualização do segmento chamada “entendendo o segmento”; uma seção contendo as bases para o desenvolvimento do turismo rural; outra seção chamada “turismo rural e mercado”; e outras duas contendo as referências bibliográficas e os anexos.

Acredita-se que o documento é de grande valia para o turismo rural brasileiro, uma vez que é possível encontrar nele importantes conceitos e informações acerca do turismo rural brasileiro tais como perfis dos turistas, os marcos legais, os serviços oferecidos e as atividades

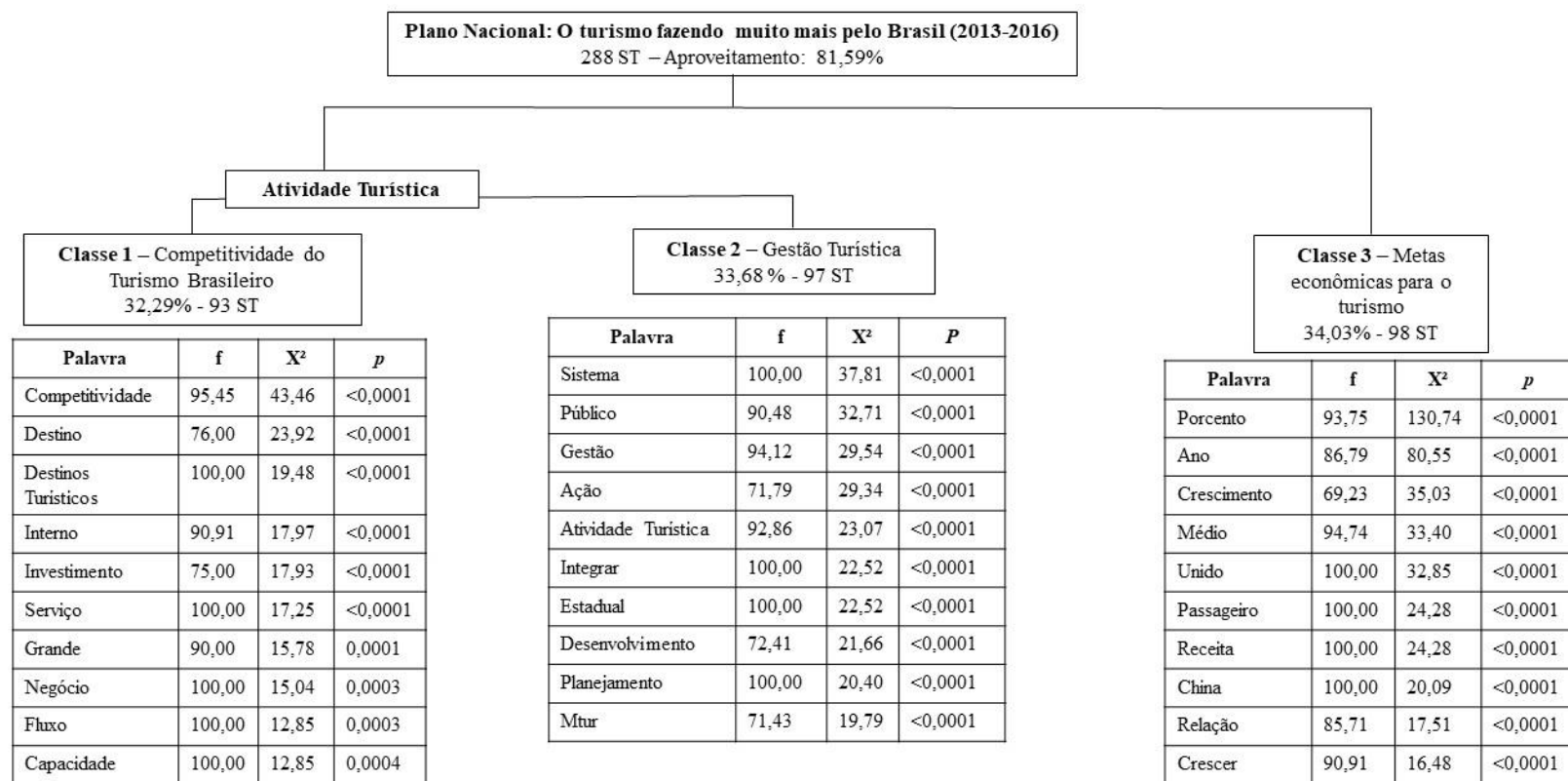
praticadas pelos visitantes além das bases para o desenvolvimento do segmento. Assim, percebe-se que, embora não tratado nos Planos Nacionais de Turismo, o turismo rural até então foi abordado pelo Ministério do Turismo, o qual até o vê como setor promissor pelos seus diversos benefícios ao turismo brasileiro, às comunidades receptoras e aos produtores agrícolas envolvidos nesse segmento.

5.3 Plano Nacional de Turismo: O turismo fazendo muito mais pelo Brasil (2013-2016)

Diferente dos dois planos anteriores, o “Plano Nacional de Turismo: O turismo fazendo muito mais pelo Brasil (2013-2016)” surge com objetivos mais ambiciosos para o turismo brasileiro, dentre eles a preparação do turismo brasileiro para os megaeventos, a incrementação da geração de divisas e a chegada de turistas estrangeiros, a estimulação do turismo doméstico e o melhoramento da qualidade e competitividade do turismo brasileiro. A recepção dos megaeventos no Brasil é vista como ótima oportunidade de alavancar a atividade no país e fazer com que o turismo brasileiro seja reconhecido no mundo (BRASIL, 2013)

O *corpus* geral constituído por esse plano, foi separado em 353 segmentos de textos (ST), com um aproveitamento de 288 ST (81,59%). Emergiram 12.661 ocorrências (palavras, formas ou vocabulários) sendo 2.471 palavras distintas e 1.326 com uma única ocorrência. O conteúdo foi categorizado em três classes: Classe 1, com 93 ST (32,29%); Classe 2, com 97 ST (33,68%); e, Classe 3, com 98 ST (34,03%). Ressalta-se que as três classes se encontram divididas em duas ramificações do *corpus* total em análise, sendo uma o *subcorpus* “Organização da atividade turística”, composta pelas classes 1 e 2 e a outra composta pela classe 3 (Figura 3)

Figura 3 – CHD do Plano Nacional de Turismo (2013-2016)



Fonte: Elaboração própria com base na Classificação Hierárquica Descendente (CHD) gerada pelo IRaMuTeQ.

A Classe 1, denominada “Competitividade do Turismo Brasileiro”, compreende 32,29% (93 ST) do corpus total analisado e é constituída por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 3,88$ (“além”) a $x^2 = 43,46$ (“competitividade”). Nessa Classe é possível identificar segmentos de textos que retratam a busca por uma melhora nos destinos turísticos a fim de que se obtenha maior competitividade do turismo brasileiro.

“[...] o mercado atualmente demanda cada vez mais o avanço em processos de competitividade colocando-se como um desafio para o Brasil desenvolver o seu grande potencial turístico no fortalecimento do mercado interno que garante a consolidação da atividade e na inserção expressiva do país no mercado internacional”

A Classe 2, denominada “Gestão Turística”, compreende 33,68% (97 ST) do corpus total analisado e tem como principal assunto a gestão descentralizada do turismo. A classe é constituída por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 3,97$ (“setor”) a $x^2 = 37,81$ (“sistema”). A gestão descentralizada é um processo que foi iniciado em 2003 e que resultou na estruturação e implementação de alternativas que contribuíram para a interlocução do Ministério do Turismo com as 27 unidades federativas do país.

“[...] a gestão descentralizada entendida como uma estratégia necessária para implementar a política e o Plano Nacional de Turismo tem permitido somar esforços e recursos, além de reunir talentos em favor da atividade turística envolvendo direta e indiretamente instituições públicas e privadas vinculadas ao setor em todo o país”

A Classe 3, denominada “Metas econômicas para o turismo”, compreende 34,03% (98 ST) do corpus total analisado é constituído por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 4,41$ (“gerar”) a $x^2 =$ (“porcento”). Assim como nos demais planos analisados, a classe é voltada para as metas e resultados econômicos do setor. De acordo com os dados fornecidos pelo plano, o crescimento do setor continuava crescente, o que encorajava o Ministério do Turismo ousar mais nas metas e políticas para o setor. Só no ano de 2012, cerca de 8,04 milhões de empregos diretos e indiretos foram gerados pelo setor. Em relação ao transporte aéreo, 191 milhões de passageiros foram transportados tanto em viagens internacionais quando em viagens domésticas (BRASIL, 2013).

Como pode-se analisar, o plano nacional 2013-2016, teve como principal foco a preparação do turismo brasileiro para a recepção de um número elevado de turistas devido aos megaeventos que sucederiam no ano de 2014, com a Copa do Mundo de Futebol da Federação Internacional de Futebol (FIFA), e no ano de 2016 com os Jogos Olímpicos de Verão na cidade do Rio de Janeiro. Com isso, foi possível perceber a presença de diretrizes voltadas à geração de oportunidades de empregos, incentivo ao empreendedorismo e

incentivo à inovação e ao conhecimento. A regionalização do turismo, iniciada no ano de 2003, foi uma das diretrizes de planos anteriores que foi mantida nesse plano, a fim de que a interlocução do Ministério do Turismo com as 27 unidades federativas fosse melhor executava.

No que tange ao turismo rural, não foram identificadas ações diretas ligadas ao segmento. Todavia, não se pode afirmar que o Ministério do Turismo não agiu em prol do segmento. No ano de 2013, o Governo Federal lançou o Programa Talentos do Brasil Rural, que foi uma iniciativa de apoio ao desenvolvimento e fortalecimento de produtos e serviços da agricultura familiar que são destinados ao mercado turístico. O foco principal do programa era capacitar os produtores para oferecer seus produtos e serviços aos turistas que circularam pelo Brasil em função da Copa do Mundo de 2014, sediada pelo país. Esses produtos entravam em contato com os turistas nacionais e internacionais através de *amenities* distribuídas nos hotéis, refeições, feiras de produtos artesanais e ainda em passeios em destinos rurais próximos às cidades sede dos jogos (BRASIL, 2010).

O programa foi resultado de um Acordo de Cooperação Técnica entre o Ministério do Turismo e o Ministério do Desenvolvimento Agrário e possuía dois eixos de atuação: produtos da agricultura familiar e roteiros turísticos. No eixo de produtos da agricultura familiar, 89 empreendimentos foram contemplados pelo programa. Esses empreendimentos foram organizados em 3 linhas de produção: cosméticos; alimentos e bebidas; e, decorativos e utilitários (artesanato, produção agroindustrial etc.). No eixo de circuitos turísticos, 24 roteiros turísticos foram contemplados pelo programa, beneficiando um total de 54 municípios do país, que se localizam em torno das 12 cidades que sediaram os jogos da Copa do Mundo (BRASIL, 2015).

De acordo com o Relatório de Gestão emitido pela Secretaria de Agricultura Familiar, o programa Talentos do Brasil Rural foi visto como uma oportunidade de ampliar a rede de contatos e a renda dos agricultores familiares (BRASIL, 2010). Dentre os objetivos presentes nos editais do programa destacaram-se a realização de diagnósticos, *workshops* e consultorias com enfoque na formação de redes, roteirização turística e gestão de negócios. Além disso, o programa Talentos do Brasil Rural visava proporcionar ao agricultor familiar a comercialização direta de seus produtos com o consumidor final, estreitando a relação comercial dos empreendimentos com o mercado turístico (GONÇALVES *et al*, 2016). Segundo Queiroz (2012, p. 56) “este programa tornou-se um instrumento eficiente,

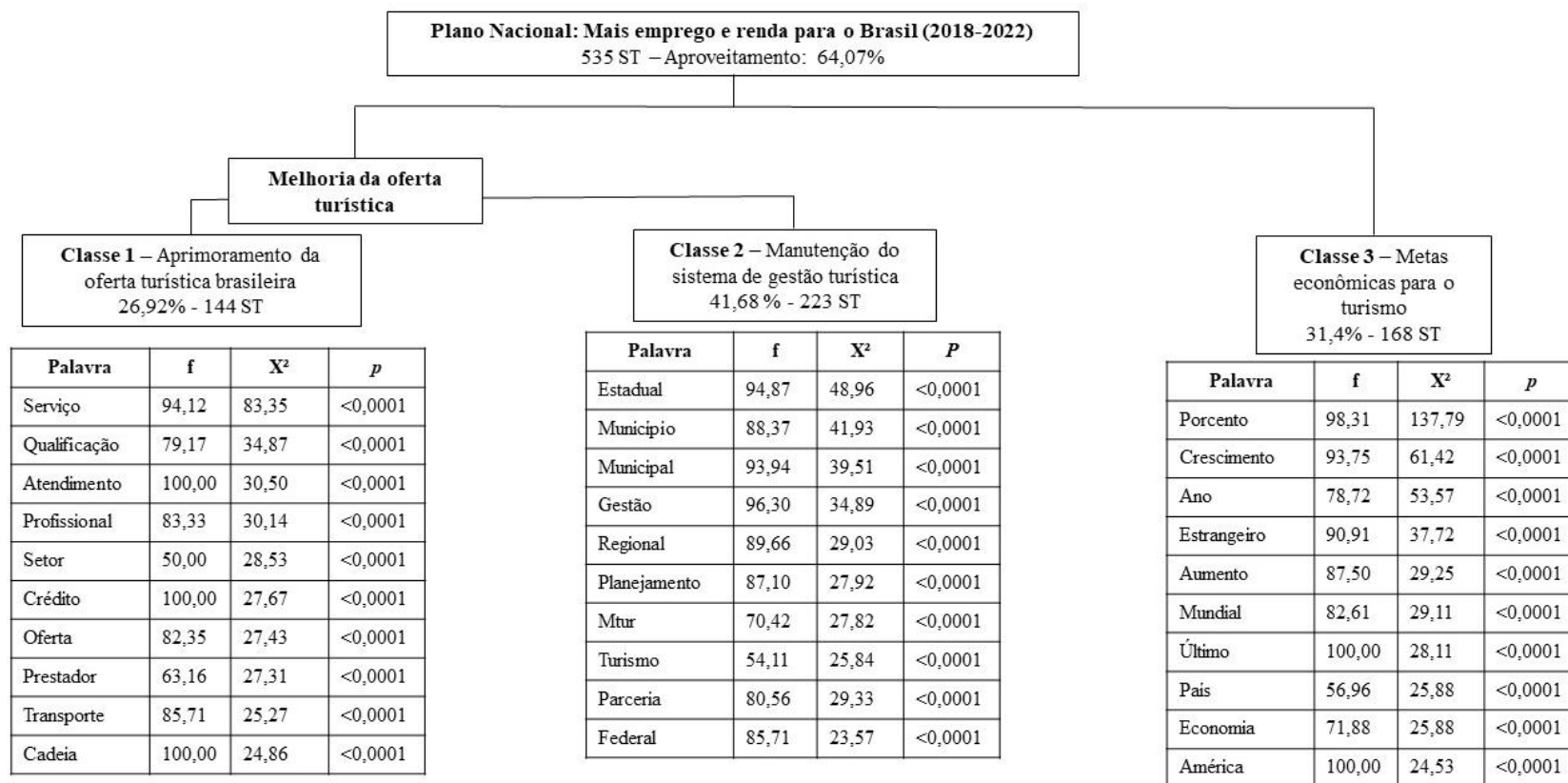
fortalecendo a produção, gestão e comercialização dos grupos artesanais que utilizam técnicas repassadas de geração a geração, com matéria prima oriunda da biodiversidade brasileira”.

5.4 Plano Nacional de Turismo: Mais emprego e renda para o Brasil (2018-2022)

O último, e ainda em vigor, plano elaborado pelo Ministério do turismo, “Plano Nacional de Turismo: Mais emprego e renda para o Brasil (2018-2022)”, prevê na atividade turística do país, medidas que auxiliem na recuperação da economia brasileira. De acordo com o plano, “[...] o país sofreu contratemplos impostos pela conjuntura econômica e nossos principais destinos foram impactados pela crise, o que trouxe consequências diretas para a segurança da população e dos turistas” (BRASIL, 2018, p. 12). Desta forma, o Plano de Turismo 2018-2022 surge como direcionamento e suporte para que o turismo contribua para a retomada do movimento de crescimento do país. O fortalecimento da regionalização do turismo, a melhoria da qualidade e competitividade do setor turístico, o incentivo à inovação e a promoção da sustentabilidade são vistas como suporte para que “[...] o turismo tenha condições de oferecer contribuições efetivas para alavancar a economia e gerar emprego, renda e inclusão social, colocando o Brasil entre as maiores potências de turismo do mundo” (BRASIL, 2018, p. 15).

O *corpus* geral constituído por esse plano, foi separado em 853 segmentos de textos (ST), com um aproveitamento de 535 ST (64,07%). Emergiram 29.689 ocorrências (palavras, formas ou vocabulários) sendo 4.048 palavras distintas e 2.013 com uma única ocorrência. O conteúdo foi categorizado em três classes: Classe 1, com 144 ST (26,92%); Classe 2, com 223 ST (41,68%); e, Classe 3, com 168 ST (31,40%). Ressalta-se que o as três classes se encontram divididas em duas ramificações do *corpus* total em análise, sendo uma o *subcorpus* “Melhoria da oferta turística”, composta pelas classes 1 e 2 e a outra composta pela classe 3 (Figura 4).

Figura 4 – CHD do Plano Nacional de Turismo (2018-2022)



Fonte: Elaboração própria com base na Classificação Hierárquica Descendente (CHD) gerada pelo IRaMuTeQ.

A Classe 1, denominada “Aprimoramento da oferta turística”, compreende 26,92% (144 ST) do corpus total analisado e é constituída por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 3,89$ (“dar”) a $x^2 = 83,35$ (“serviço”). Nessa Classe é possível identificar segmentos de textos que retratam a necessidade de aprimoramento da atividade turística de forma que se aumente a competitividade do produto turístico brasileiro. São exemplos:

“[...] avanços significativos foram observados, mas ainda há muito que se fazer para possibilitar maior competitividade dos destinos brasileiros, como por exemplo a melhoria nos serviços de segurança pública, a qualificação dos recursos humanos e a ampliação de investimentos governamentais ao setor.”

“[...] tais objetivos implicam em capacitar pessoas e certificar empreendimentos visando à qualidade de produtos e serviços. Estruturar o setor e promover as condições de funcionamento torna-o alavanca do desenvolvimento nacional”

A Classe 2, denominada “Manutenção do sistema de gestão turística”, compreende 41,68% (223 ST) do corpus total analisado e é constituída por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 3,96$ (“governo”) a $x^2 = 48,96$ (“estadual”). Essa classe apresenta as ações do Ministério do Turismo em prol da manutenção do modelo de gestão adotado. Novamente, tem-se como principal objetivo fortalecer a regionalização do turismo e a descentralização da gestão turística.

“[...] a gestão descentralizada foi adotada pelo Ministério do Turismo desde sua criação. O Plano Nacional de Turismo 2003-2007 propôs um novo modelo de gestão descentralizado e compartilhado com os estados o distrito federal as regiões turísticas e os municípios”

“[...] se sugere, diante disso, que os planejamentos estaduais regionais e municipais tenham como norte o Plano Nacional de Turismo. Isso possibilitará a atuação conjunta e coordenada em uma única linguagem para alcançar os grandes desafios do turismo brasileiro traduzidos nas metas globais definidas neste plano”

[...] a partir de 2004 com a implantação do programa de regionalização do turismo o Ministério do Turismo estabeleceu o mapa do turismo brasileiro organizado por regiões turísticas e propôs a instalação de instâncias de governança regionais uma para cada região turística como forma de institucionalizar a gestão regional”

A Classe 3, denominada “Metas econômicas para o turismo”, compreende 31,4% (168 ST) do corpus total analisado e é constituída por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 4,13$ (“longo”) a $x^2 = 137,79$ (“porcento”). Os segmentos de texto dessa classe expressam as metas econômicas para o setor. Destaca-se a relevância dessas metas para a economia brasileira, visto que o cenário em que se encontra o devido plano é de reconstituição do crescimento econômico do país.

Nesse contexto de fortalecimento da atividade turística como alternativa para o crescimento econômico do país, vemos o turismo rural ganhando certo destaque no planejamento da atividade turística no país. Citado duas vezes no presente plano, o turismo rural é visto como um segmento que precisa de ações de monitoramento e que possui promissor futuro no setor turístico. De acordo com o Ministério do Turismo, o turismo rural se destaca como um dos setores mais relevantes no contexto pós-pandemia, dado o crescimento do número de turistas que têm buscado em viagens de curta distância atrativos que possuam atividades ao ar livre e sejam distantes de grandes centros urbanos (BRASIL, 2020).

Para isso, destaca-se nesse estudo duas ações realizadas pelo Governo Federal em prol do turismo rural brasileiro: a elaboração do “Boletim de Inteligência de Mercado no Turismo: Experiências do Turismo Rural” e o Acordo de Cooperação Técnica firmado entre o Ministério do Turismo e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa).

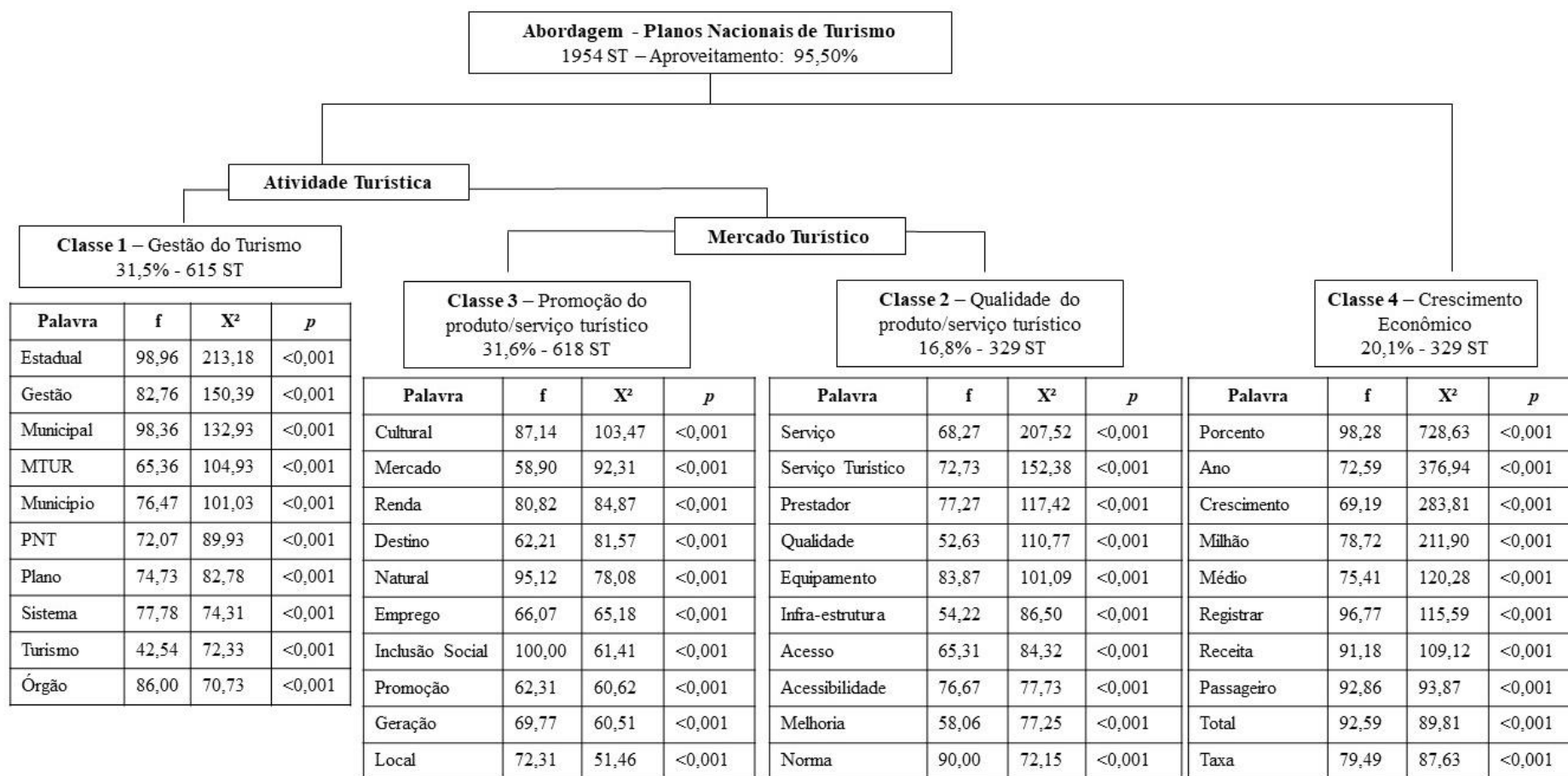
O Boletim de Inteligência de Mercado no Turismo: Experiências do Turismo Rural, em sua sétima edição, aborda o turismo rural como importante ferramenta para o desenvolvimento rural e fonte de renda para os agricultores familiares. A edição é composta por 53 páginas e nela podemos encontrar elementos conceituais sobre o turismo rural bem como um panorama do segmento em suas diferentes frentes, como o agro turismo, o turismo rural da agricultura familiar, o ecoturismo, o turismo de aventura, dentre outros. O próprio documento já alerta aos seus leitores que não busca como principal objetivos esgotar toda a temática do turismo rural, mas busca mostrar como o turismo rural pode contribuir para o desenvolvimento rural brasileiro (BRASIL, 2020). Já o Acordo de Cooperação Técnica, também elaborado e firmado no ano de 2020 e com duração de 24 meses, tem como objeto “[...] promover o fortalecimento da agricultura familiar no turismo por meio do incentivo à promoção e comercialização de produtos e serviços da agricultura familiar no turismo” (BRASIL, 2020).

5.5 A análise dos quatro planos nacionais de turismo e o turismo rural

Para a análise conjunta dos Planos de Turismo Nacionais , o *corpus* geral foi constituído por quatro textos, separados em 2.046 segmentos de texto (ST), com aproveitamento de 1.954 (95,50%). Emergiram 72.794 ocorrências (palavras, formas ou vocabulários), sendo 6.447 palavras distintas e 2.867 com uma única ocorrência. O conteúdo

foi categorizado em quatro classes: classe 1, com 625 ST (31,47%); classe 2, com 329 ST (16,84%); classe 3, com 618 ST (31,63%), e classe 4, com 392 ST (20,06%). Vale ressaltar que as quatro classes se encontram divididas em três ramificações do corpus total em análise. O *subcorpus* “Atividade Turística” é composto pela classe 1 “Gestão do Turismo” e pelo subcorpus “Mercado Turístico”, composto pelas classes 2 “Qualidade no produto/serviço turístico” e 3 “Promoção do produto/serviço turístico”. O terceiro *subcorpus* é composto pela classe 4 “Crescimento econômico” (Figura 5)

Figura 5 – Análise dos quatro Planos Nacionais de Turismo



Fonte: Elaboração própria com base na Classificação Hierárquica Descendente (CHD) gerada pelo IRaMuTeQ.

A classe 1, denominada “Gestão do Turismo”, compreende 31,5% (f = 615 ST) do *corpus* total analisado e é constituída por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 4,04$ (“aprimorar”) a $x^2 = 213,18$ (“estadual”). Na análise realizada identificou-se a presença de organizações pertencentes ao Sistema Nacional de Turismo, tais como o Ministério do Turismo (MTur), o Conselho Nacional de Turismo, o Fórum Nacional de Turismo, a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), bem como dirigentes e secretários estaduais. Percebeu-se em todos os planos a presença de práticas e estratégias que objetivam a gestão descentralizada e local do turismo, respeitando assim as características e culturas tradicionais. O incentivo à integração entre os Governos Federal, Estadual e Municipal também foi identificado nessa classe. Entende-se no discurso do Ministério do Turismo, presente nos quatros planos analisados, que a sinergia entre os níveis federativos do Brasil proporciona maior eficácia e eficiência na gestão e prática do turismo brasileiro.

A classe 2, “Qualidade no produto/serviço turístico”, compreende 16,84% (f = 329 ST) do *corpus* total analisado e é formada por palavras e radicais dentro de um intervalo de $x^2 = 3,85$ (“otimizar”) a $x^2 = 207,52$ (“serviço”). Pela análise foi possível identificar que houveram ações de capacitação e melhoria no serviço turístico ofertado, como a criação de normas e padrões de qualidade para a atividade turística no país. A busca pela satisfação e segurança do consumidor também foram percebidas nessa classe, conforme pode ser observado nos exemplos:

[...] melhoria da qualidade dos serviços incentivo ao associativismo cooperativismo empreendedorismo formação de redes estabelecimento de padrões e normas de atendimento diferenciado e estratégias inovadoras para inserção desses produtos na cadeia produtiva do turismo (Plano 3).

[...] estabelecimento de padrões e normas de qualidade eficiência e segurança na prestação de serviços turísticos por meio do sistema brasileiro de classificação de meios de hospedagem além da definição de referenciais de qualidade para as demais atividades de prestação de serviços turísticos [...] (Plano 3).

[...] garantir a qualidade e a sustentabilidade dos destinos turísticos melhorar a qualidade de vida nas regiões e destinos turísticos criar condições para implantação de equipamentos turísticos potencializar os benefícios decorrentes do desenvolvimento turístico facilitar o acesso de turistas inclusive dos portadores de necessidades especiais [...] (Plano 2).

A classe 3 explica 31,6% (f = 618 ST) do *corpus* analisado e é composta por palavras e radicais contidas em um intervalo de $x^2 = 3,85$ (“ampliar”) a $x^2 = 103,47$ (“cultural”). Foi denominada “Qualidade no produto/serviço turístico” por apresentar segmentos de textos que demonstram as ações de promoção do produto turístico brasileiro. Nessas ações é possível

identificar a preocupação do Ministério do Turismo em contemplar, ao máximo, as diversidades regionais e culturais do Brasil. São exemplos:

[...] desenvolver os produtos turísticos com qualidade contemplando nossas diversidades regionais culturais e naturais promover o turismo com um fator de inclusão social por meio da geração de trabalho e renda e pela inclusão da atividade na pauta de consumo de todos os brasileiros (Plano 2).

[...] promover a valorização do patrimônio cultural e natural para visitação turística o Brasil exibe uma impressionante diversidade biológica paisagística histórica e cultural que frequentemente é utilizada como atrativo pelos turistas nacionais e internacionais interessados em conhecer os destinos brasileiros (Plano 4)

Vale destacar que é nesta classe que temos a incidência do termo “rural”. A palavra assume a posição de número 100, com um EFF.ST (número de segmentos de texto que contêm a palavra na classe) igual a 3, $x^2 = 8,66$ e $p = 0,00324$. Embora presente em 3 segmentos de texto, a palavra “rural” só é citada no Plano 2 e no Plano 4, não sendo identificada nos demais planos de turismo analisados, como pode-se ver a seguir:

A segmentação constitui uma forma de organizar o turismo. É uma estratégia para a estruturação de produtos e consolidação de roteiros e destinos, a partir dos elementos de identidade de cada região. Tais elementos caracterizam os principais segmentos da oferta turística trabalhados pelo programa: Turismo Cultural, Turismo Rural, Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Esportes, Turismo Náutico, Turismo de Saúde, Turismo de Pesca, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Sol e Praia, entre outros tipos de turismo (Plano 2)

O monitoramento do ordenamento e da estruturação dos segmentos turísticos de oferta – como o ecoturismo, turismo de aventura, cultural, rural, náutico, de sol e praia, de negócios e eventos, de estudos e intercâmbio, de esporte, de pesca e de saúde – é imprescindível (Plano 4)

Ressalta-se, também, a sanção da Lei nº 13.171, de 21 de outubro de 2015, que incluiu no rol de atividades rurais a possibilidade de exploração do turismo rural como auxílio à exploração agroeconômica. Essa medida retirou da informalidade muitos empresários que, para exercer a atividade de turismo rural, eram bi tributados (Plano 4)

Por fim, a classe 4 “Crescimento Econômico”, compreende 20,1% ($f = 329$ ST) do *corpus* total analisado e as palavras e radicais presentes nessa classe se encontram em um intervalo de $x^2 = 4,01$ (“viajar”) a $x^2 = 728,63$ (“porcento”). Essa classe representa a busca pelo crescimento econômico do país por meio do setor turístico. Nela podemos encontrar metas de arrecadação de divisas, aumento dos números de embarques e desembarques em aeroportos nacionais e internacionais do país e os resultados e metas do setor no que diz respeito à geração de emprego e renda para as localidades em que se insere.

Ao analisar o *corpus* total, bem como as quatro classes da CHD, entende-se que o Planos Nacionais de Turismo elaborados pelo Ministério do Turismo abordam uma visão predominantemente econômica em relação a atividade turística. São adotados discursos voltados ao retorno econômico que o turismo pode gerar ao país, como emprego, renda e novos empreendimentos. Isso também foi observado por Galdino e Costa (2011), que, ao analisarem os planos 2003-2007 e 2007-2010, afirmam que o planejamento do governo realizado para o turismo por meio dos planos nacionais possui ações elaboradas para o seu crescimento e desenvolvimento econômico de maneira expressiva. Sansolo e Cruz (2003) e Sancho e Irving (2010) corroboram a essa linha de pensamento ao afirmarem que o plano 2003-2007 denota um claro enfoque econômico e de mercado, elaborando suas ações e metas com base na perspectiva econômica atribuída ao setor. A busca por qualidade e promoção da atividade, vista principalmente nas classes 2 e 3, é voltada para a atração de um número maior de turistas bem como para a divulgação a nível internacional da riqueza natural e cultural no Brasil.

Borges e Silva (2020), também constaram em seu estudo que o foco dos planos nacionais de turismo acabam girando em torno da visão econômica da atividade turística, principalmente no que tange a atrair capital estrangeiro. Enquanto isso, as questões sociais vão sendo apontadas e consideradas de acordo com a necessidade e ao longo das ações e propostas estabelecidas por cada plano. Vilela e Costa (2020), destacam, que além de terem uma visão mais econômica a respeito da atividade turística, os planos nacionais de turismo têm como limitação a falta de padronização e de definição de critérios para escolha de indicadores. De acordo com as autoras, isso pode dificultar a comparações entre os planos, pois o que foi mencionado em um plano pode não ser retomado no seguinte.

No que tange ao turismo rural brasileiro, embora pouco contemplado pelos Planos Nacionais de Turismo, acredita-se que o Governo Federal abordou o turismo rural no decorrer dos anos estudados. As ações destinadas ao setor como a criação da cartilha com as orientações básicas para o turismo rural, o Programa Talentos do Brasil, o acordo de cooperação técnica entre o Ministério do Turismo e o boletim de inteligência de mercado no turismo focado no turismo rural, podem ter contribuído para o desenvolvimento do segmento no país, ainda que minimamente.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho foi realizada uma análise dos quatro planos nacionais de turismo elaborados pelo Ministério do Turismo. Esta análise permitiu observar como o turismo rural vem sendo abordado no planejamento realizado pelo Governo Federal da república federativa do Brasil. Percebeu-se que, embora os argumentos do ministério do turismo tenham se modificado no decorrer dos anos, ainda há a concepção de um turismo puramente econômico e lucrativo. Notou-se nos quatro planos de turismo analisados, a permanência de ações voltadas à descentralização da gestão turística, à regionalização do turismo e à melhoria constante dos produtos e serviços turísticos para que o turismo brasileiro se torne, cada vez mais, competitivo e evidenciado frente a outros países do mundo.

A partir do estudo realizado, pode-se observar que os dois primeiros planos de turismo elaborados pelo Mtur, 2003-2007 e 2007-2010, assumiram um discurso mais voltado a estruturação, desenvolvimento e caracterização do turismo brasileiro enquanto os dois últimos, 2013-2016 e 2018-2022, visto que a atividade tem se desenvolvido bem no país, propuseram metas mais ousadas de arrecadação de divisas, promoção de grandes eventos em solo nacional e geração de mais empregos e ocupações no setor.

A partir da revisão de literatura elaborada, entendeu-se que o turismo rural tem sido uma importante fonte complementar de renda para os agricultores familiares e suas comunidades e por isso, deve ter merecida atenção no que tange a criação e avaliação de políticas públicas voltadas ao setor. Em relação a isso, percebeu-se através da análise da abordagem realizada pelos planos nacionais de turismo, que há ações voltadas a este segmento, ainda que mínimas. Exemplo disso é o fato de que a palavra “rural” só foi citada em dois planos: Plano 2 e no Plano 4. Deste modo, foi possível identificar negligências nos Planos Nacionais de Turismo no que se refere ao turismo rural. Todavia, foi possível identificar documentos e ações que, embora não presentes nos planos nacionais de turismo, possam ter contribuído para o desenvolvimento do turismo rural brasileiro. Dentre elas estão o Programa Talentos do Brasil, o Acordo de Cooperação entre o Ministério do Turismo e o Ministério do Turismo e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e a disponibilização de documentos informativos como o livreto “Turismo rural: orientações básicas” e o boletim informativo sobre o turismo rural no país.

Como limitações desse estudo, destaca-se que, assim como identificado por Vilela e Costa (2020), a análise pautada somente nos planos nacionais de turismo pode não ser

suficiente para analisar a abordagem realizada pelo Governo Federal em relação ao turismo. Outro fator limitante é a demora no retorno ou até mesmo a ausência de informações e documentos por parte do Ministério do Turismo, que foi diversas vezes solicitado pela pesquisadora por meio do sistema de informações do Governo Federal. Além disso, dada a pandemia da COVID-19, a coleta de dados primários, antes prevista por esse estudo, acabou sendo impactada e sua realização foi cancelada em decorrência da falta de retorno dos atores que seriam entrevistados por forma remota.

Embora limitada, espera-se que essa pesquisa contribua para o aprofundamento dos, tão escassos, estudos realizados na temática de políticas públicas de turismo rural no Brasil, elucidando conteúdos que possam auxiliar na compreensão do planejamento turístico nacional através da análise dos Planos Nacionais de Turismo. Acredita-se que estudos como esse, alinhados a outros métodos de pesquisa e até mesmo outras perspectivas como as estaduais, municipais e sociais, possam contribuir para estudos futuros relacionados ao segmento e subsidiar, talvez, a avaliação de políticas públicas de turismo e o fornecimento de dados para a formulação de novas ações e políticas do setor.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, L. Análise de Conteúdo. 4.ed. Lisboa: Edições 70, 2009.

BENI, Mario Carlos. Dimensão e dinâmica de clusters no desenvolvimento sustentável do turismo. In: BAHL, Miguel. **Turismo: enfoques teóricos e práticos**. São Paulo: Roca, 2003. p. 35-45.

BEZERRA, Deise Maria Fernandes. Programa Nacional de Municipalização do Turismo: análise de uma política pública em desenvolvimento. In: BAHL, Miguel. **Turismo: enfoques teóricos e práticos**. São Paulo: Roca, 2003. p. 47-67

BLANCO, Enrique Sergio. O turismo rural em áreas de agricultura familiar: as "novas ruralidades" e a sustentabilidade do desenvolvimento local. **Caderno Virtual de Turismo**, Ilha do Fundão - RJ, v. 4, n. 3, p. 44-49, set./2004. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/63>>. Acesso em: 27 jun. 2020.

BORGES, Aylana Laíssa Medeiros; SILVA, Rodrigo Cardoso da. Turismo e Segurança Pública: análise documental dos Planos Nacionais de Turismo (PNT) 2003-2018. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 17, n. 3, p. 204-225, set. 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Rodrigo-Silva-98/publication/347935362_Turismo_e_Seguranca_Publica_analise_documental_dos_Planos_Nacionais_de_Turismo_PNT_2003-2018/links/5fe89366299bf140884b4011/Turismo-e-Seguranca-Publica-analise-documental-dos-Planos-Nacionais-de-Turismo-PNT-2003-2018.pdf. Acesso em: 01 dez. 2020.

BRASIL. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 set. 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm>. Acesso em: 23 jun. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Mapa e Ministério do Turismo se unem para promover a agricultura familiar no turismo rural**. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/mapa-e-ministerio-do-turismo-se-unem-para-promover-a-agricultura-familiar-no-turismo-rural>. Acesso em: 01 dez. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo (MTur). **Plano Nacional de Turismo**. Brasília, 2003. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2003_2007.pdf> . Acesso em: 01 set. 2020

BRASIL. Ministério do Turismo (MTur). **Plano Nacional de Turismo**. Brasília, 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2007_2010.pdf>. Acesso em: 01 set. 2020

BRASIL. Ministério do Turismo (MTur). **Plano Nacional de Turismo**. Brasília, 2013. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_2013.pdf>. Acesso em: 01 set. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo (MTur). **Plano Nacional de Turismo**. Brasília, 2018. Disponível em: < http://www.turismo.gov.br/images/pdf/PNT_2018-2022.pdf>. Acesso em: 01 set. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **MTur divulga dados sobre Turismo Rural e revela importância do segmento**. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/mtur-divulga-dados-sobre-turismo-rural-e-revela-importancia-do-segmento-1>. Acesso em: 01 dez. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo rural: orientações básicas**. 2. ed. Brasília, 2010. 68 p. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2020.

BRASIL. REDE DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO NO TURISMO. **Boletim de Inteligência de Mercado no Turismo: experiências do turismo rural**. 2020. Disponível em: <http://bibliotecarimt.turismo.gov.br/_layouts/15/start.aspx#/SitePages/BIMT%207%C2%AA%20edi%C3%A7%C3%A3o%20-%20Experi%C3%Aancias%20do%20Turismo%20Rural.aspx> . Acesso em: 01 dez. 2020.

CAMARGO, B. V; JUSTO, A. N. IRAMUTEQ: um *software* gratuito para análise de dados textuais. **Temas psicologia**. v.21, n.2, p. 513-518, dez. 2013. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X2013000200016&lng=pt&nrm=iso> . Acesso em: 01 set. 2020

CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessôa. Elementos para o debate acerca do conceito de turismo rural. **Revista Turismo em Análise**, v. 21, n. 1, p. 3-24, 1 abr. 2010. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14203>>. Acesso em: 10 set. 2020

CARVALHO, Alan Francisco de. Políticas públicas em turismo no Brasil. **Sociedade e Cultura**, Goiânia, Go, v. 3, n. 1, p.97-109, dez. 2007. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5216/sec.v3i1.458>>. Acesso em: 14 jun. 2020

CHEQUER, Karina Lopes; FERREIRA NETO, José Ambrósio. O turismo em áreas rurais mineiras: uma alternativa socioeconômica. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 7, n. 2, p. 209-213, mai. 2005. Disponível em: < <https://ideas.repec.org/a/ags/orarao/43983.html>>. Acesso em: 27 jun. 2020

ELESBÃO, Ivo. Impactos socioeconômicos do turismo no espaço rural. In: SANTOS, Eurico de Oliveira; SOUZA, Marcelino de (Org.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri, SP: Manole, 2010. Cap. 11. p. 150-169.

ELLIOT, James. *Tourism: politics and public sector management*. Londres: Routledge, 1997.

GALDINO, Letícia Cristina Fernandes; COSTA, Michele Leandro da. Análise das principais políticas públicas de turismo no Brasil, da década de 1990 à atualidade. **Observatório de Inovação do Turismo**, Rio de Janeiro, Rj, v. 6, n. 4, p.1-24, jul. 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.12660/oit.v6n3.5815>>. Acesso em: 14 jun. 2020

GODOI, Christiane Kleinübing; MELLO, Rodrigo Bandeira de; SILVA, Anielson Barbosa. *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: Paradigmas, estratégias e métodos*. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

GONÇALVES, Anna Laurytha Carlos et al. Turismo rural na agricultura familiar: uma proposta para a região do Tororó, Currais Novos, RN, Brasil. **Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, Caxias do Sul, RS, v. 8, n. 4, p.464-479, out. 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v8i4p464>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

GUEDES, Leonardo Candurú. O problema do turismo na sociedade pós-industrial. In: BAHL, Miguel. **Perspectivas do turismo na sociedade pós-industrial**. São Paulo: Roca, 2003. p. 3-10.

KANITZ, Heidi Gracielle; TRIGUEIRO, Renata Paula Costa; ARAÚJO, Maria Arlete Duarte de. Perspectivas do plano nacional de turismo 2007/2010: avanços ou utopias?. **Revista Turismo em Análise**, v. 21, n. 3, p. 644-667, dez. 2010. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14235> >. Acesso em: 14 jun. 2019.

KLOSTER, Silvana; CUNHA, Luiz Alexandre Gonçalves. Desenvolvimento territorial e turismo rural: as relações possíveis. **Desenvolvimento em Questão**, Ijuí, v. 12, n. 27, p. 66-94, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.21527/2237-6453.2014.27.66-94>>. Acesso em: 23 jun. 2020.

LEMONS, Clara C. .Planejamento do turismo em âmbito federal: uma análise dos instrumentos utilizados e dos investimentos no setor. **Revista de Administração Pública**, v. 47, n. 6, p. 1401-1428, 2013. Disponível em: < <http://www.spell.org.br/documentos/ver/17805/planejamento-do-turismo-em-ambito->

federal--uma-analise-dos-instrumentos-utilizados-e-dos-investimentos-no-setor/i/pt-br> .
Acesso em: 10 set. 2020

LIMA, Marcelo A. G. de; IRVING, Marta de Azevedo; ABREU, Manuela Muzzi de. POLÍTICAS PÚBLICAS DE CULTURA E TURISMO: UMA RELAÇÃO MAL RESOLVIDA? **Cultur - Revista de Cultura e Turismo**, Ilhéus, Ba, v. 11, n. 1, p.175-202, fev. 2017. Disponível em: <<http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/1259>>. Acesso em: 14 jun. 2019.

LIU, Chunyan; DOU, Xueting; LI, Jiangfeng; CAI, Liping A.. Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. **Journal Of Rural Studies**, [S.L.], v. 79, p. 177-188, ago. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.046>. Acesso em: 01 dez. 2020.

MARTÍNEZ, José Manuel Guaita; MARTÍN, José María Martín; FERNÁNDEZ, Jose Antonio Salinas; MOGORRÓN-GUERRERO, Helena. An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. **Journal Of Business Research**, [S.L.], v. 100, p. 165-174, jul. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.033>. Acesso em: 01 dez. 2020

MOESCH, Marutschka Martini; GASTAL, Suzana. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

MURA, Ladislav; KLJUČNIKOV, Aleksandr. Small Businesses in Rural Tourism and Agrotourism: study from slovakia. **Economics & Sociology**, [S.L.], v. 11, n. 3, p. 286-300, set. 2018. Centre of Sociological Research, NGO. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.14254/2071-789x.2018/11-3/17>. Acesso em: 01 dez. 2020

NASCIMENTO, Adriano Roberto Afonso do; MENANDRO, Paulo Rogério Meira. Análise lexical e análise de conteúdo: uma proposta de utilização conjugada. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, Rj, v. 2, n. 6, p.72-88, jul. 2006. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revispsi/article/view/11028>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

OLIVEIRA; Cássio dos Santos e; MINASSE, Maria Henriqueta Gimenes; MARQUES, Sílvio César Moral. Processo de formatação de atrativos turísticos sustentável. **Revista Turismo em Análise**. v. 26, n. 3, ago. 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i3p639-667>>. Acesso em: 26 jun. 2020

PIMENTEL, T. D.; PIMENTEL, M. P. C.; VIDAL, J. P. Políticas públicas de turismo numa perspectiva normativa comparada: os casos de Brasil e Espanha. **Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, El Sauzal (espanha), v. 15, n. 2, p.293-310, abr. 2017. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/881/88150355001.pdf>>. Acesso em: 27 mai. 2020.

PIMENTEL, Thiago Duarte; PIMENTEL, Mariana Pereira Chaves. Rural, ruralidade e turismo: noções e práticas contemporâneas. **El Periplo Sustentable**, [S.I.], v. 1, n. 29, p.120-143, jul. 2015. Disponível em: <<https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4908>>. Acesso em: 14 jun. 2019.

PLOEG, Jan Douwe van Der et al. Rural Development: From Practices and Policies Towards Theory. **Sociologia Ruralis**, [s.i.], v. 40, n. 4, p.391-408, out. 2000. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/227786245_Rural_Development_From_Practices_and_Policies_Towards_Theory>. Acesso em: 14 jun. 2019.

QUEIROZ, Odaléia Telles Marcondes Machado. O meio rural e sua apropriação pelo turismo. In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira; SEABRA, Giovanni de Farias; QUEIROZ, Odaléia Telles M. M. (org.). **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012. p. 45-60.

RIVA, Giovana; BERTOLINI, Geysler Rogis Flor. Perspectiva do Turismo Rural como Alternativa de Renda para Agricultura Familiar: Análise de Trabalhos Científicos. **Desenvolvimento em Questão**, [s.l.], v. 15, n. 38, p.197-227, 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.21527/2237-6453.2017.38.197-227>>. Acesso em: 27 jun. 2020

RIVA, Giovana; BERTOLINI, Geysler Rogis Flor. Perspectiva do Turismo Rural como Alternativa de Renda para Agricultura Familiar: Análise de Trabalhos Científicos. **Desenvolvimento em Questão**, Ijuí, RS, v. 15, n. 38, p.197-227, mar. 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.21527/2237-6453.2017.38.197-227>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

RUSCHMANN, Doris. O turismo na atualidade. In: RUSCHMANN, Doris. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas, São Paulo, SP: Papirus, 1997. p. 13-80.

SANCHO, Altair; IRVING, Marta de Azevedo. Interpretando o Plano Nacional de Turismo 2003/ 2007 sob a ótica da inclusão social. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 10, n. 3, art. 9, p. 103-120, 2010.

SANSOLO, Davis Gruber; CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Plano Nacional do Turismo: uma análise crítica. **Caderno Virtual de Turismo**, Ilha do Fundão Rio de Janeiro, v. 3, n. 4, p.1-6, 2003. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/39/37>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

SANTOS, Alessandra Santos dos; PIRES, Paulo dos Santos. Políticas públicas de turismo rural: uma alternativa necessária. In: SANTOS, Eurico de Oliveira; SOUZA, Marcelino de. (Org.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri: Manole, 2010. p. 60-79

SANTOS, Anderson Alves; ALCÂNTARA, Valderí de Castro; SILVA, Edson Arlindo. Turismo rural e desenvolvimento local sustentável: problemas, premissas e perspectivas teóricas. **Administração Pública e Gestão Social**, Viçosa, v. 2, n. 4, p. 423-443, jul. 2011. Disponível em: <<https://doi.org/10.21118/apgs.v2i4.41>>. Acesso em: 22 jun. 2020

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SCHNEIDER, Sérgio. Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, Sp, v. 51, n. 18, p.99-122, fev. 2003. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/88036/000386897.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

SOUZA, Marcelino de; KLEIN, Ângela Luciane. Normativas, regulamentações e políticas públicas para o turismo rural. In: SOUZA, Marcelino de; DOLCI, Tissiane Schmidt

(org.). **Turismo rural: fundamentos e reflexões**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019. p. 41-60.

SOUZA, Marcelino de; KLEIN, Ângela Luciane. Processo turístico no espaço rural: impactos e planejamento. In: SOUZA, Marcelino de; DOLCI, Tissiane Schmidt (org.). **Turismo rural: fundamentos e reflexões**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019. p. 61-82.

SOUZA, Marcelino de; KLEIN, Ângela Luciane. Rural, ruralidade, pluriatividade e multifuncionalidade do desenvolvimento rural. In: SOUZA, Marcelino de; DOLCI, Tissiane Schmidt (org.). **Turismo rural: fundamentos e reflexões**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019. p. 9-22.

SOUZA, Marcelino de; KLEIN, Ângela Luciane. Turismo e desenvolvimento rural. In: SOUZA, Marcelino de; DOLCI, Tissiane Schmidt (org.). **Turismo rural: fundamentos e reflexões**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019. p. 83-98

SOUZA, Marcelino de; KLEIN, Ângela Luciane; RODRIGUES, Renata Gonçalves. Turismo rural: conceitos, tipologias e funções. In: SOUZA, Marcelino de; DOLCI, Tissiane Schmidt (org.). **Turismo rural: fundamentos e reflexões**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019. p. 23-40.

TULIK, Olga. Turismo e desenvolvimento no espaço rural: abordagens conceituais e tipologias. In: SANTOS, Eurico de Oliveira; SOUZA, Marcelino de (org.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri, SP: Manole, 2010. p. 02-22.

VILELA, Grazielle Júnia Pereira; COSTA, Helena Araujo. Políticas Públicas de Turismo: uma análise crítica dos planos nacionais de turismo do Brasil (2003- 2022). **Revista Turismo em Análise**, [S.L.], v. 31, n. 1, p. 115-132, 26 nov. 2020. Universidade de Sao Paulo, Agencia USP de Gestao da Informacao Academica (AGUIA).

<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v31i1p115-132>. Disponível em:

<https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/147341>. Acesso em: 01 dez. 2020.

WANDSCHEER, Elvis Albert Robe; TEIXEIRA, Andressa Ramos. Novas ruralidades: demandas e potencialidades da sociedade contemporânea. In: SANTOS, Eurico de Oliveira; SOUZA, Marcelino de. (Org.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri: Manole, 2010. p. 46 - 58.