

**O TURISMO RURAL NA AGRICULTURA FAMILIAR – TRAF: UMA ANÁLISE
DO CONCEITO¹**
**THE RURAL TOURISM IN FAMILY FARM - TRAF: AN ANALYSIS OF THE
CONCEPT**

Autora: Patrícia Alves Ramiro
Filiação: Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
E-mail: patriciaalvesramiro@gmail.com

Grupo de Pesquisa: Agricultura familiar e ruralidade

Resumo

Os espaços rurais passam, cada vez mais, a verem reconhecidos outras alternativas econômicas que extrapolam a dimensão exclusivamente agrícola dos mesmos. Dentre as chamadas alternativas não-agrícolas o turismo parece ser àquela a que os cientistas sociais têm debruçado menor atenção, embora aponte para uma realidade não apenas no espaço rural brasileiro, mas em muitos países, mesmo nos considerados mais desenvolvidos, como é o caso de países europeus como a França, Espanha e Portugal. Neste trabalho partiremos da definição oficial de turismo rural na agricultura familiar (TRAF) para reflexão de como o Estado brasileiro pretende regulamentar a atividade turística nesses espaços e analisar de que maneira esta definição traz embutida os conceitos acadêmicos de rural, pluriatividade, multifuncionalidade da agricultura, agroturismo e transmissão de saberes. Isto porque é a partir do direcionamento do olhar público para a atividade que sua formatação passa a ter seus limites estabelecidos, influenciando fortemente suas possibilidades de aparecimento no espaço rural.

Palavras-chave: agricultura familiar, atividades não-agrícolas, turismo.

Abstract

Rural areas are, increasingly, be recognized with other economic alternatives than the purely agricultural dimension. Among the non-agricultural activities, the tourism seems that social scientists have leaned less attention, although it is a reality not only at Brazil, but in many countries, even in the considered more developed, as is the case of European countries such as France, Spain and Portugal. This paper start from the official definition of rural tourism in family farming at Brazil (TRAF) to analyze how this definition appear in the academic concepts of rural, pluriactivity, agricultural multifunctionality, agritourism and transmission of knowledge. This is because the public's definitions will give the direction for the activity, formatting their limits and influencing their appearance in rural areas.

Key words: family agriculture, non-agricultural activities, tourism.

¹ Este trabalho faz parte de projeto de pesquisa executado com apoio financeiro do CNPq, intitulado *Turismo de base comunitária em assentamentos rurais nordestinos* (Processo nº 408337/2013-3).

1. Introdução

Em notícia divulgada, em 2004, no site do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) a instituição apontava o turismo rural como uma de suas prioridades e, segundo entendimento deste ministério, o turismo aparecia como “uma alternativa para a diversificação do trabalho rural e de geração de renda para os pequenos produtores” (ENCONTRO, 2004). Isso porque no ano anterior havia sido lançado o *Programa Nacional de Turismo Rural para a Agricultura Familiar* (PNTRAF) com a perspectiva de criar mais novas oportunidades para os produtores rurais, uma vez que, nas palavras dos gestores, “o campo tem se mostrado fértil para a implantação de novas atividades econômicas”.

Este Programa foi elaborado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), mas foi elaborado em formato de rede, ou seja, com a articulação em fóruns com a presença de diferentes setores públicos e privados, tais como organizações não governamentais, técnicos agrários e representantes de agricultores familiares. Tal rede foi criada em 2001 e ficou conhecida como Rede TRAF – Rede Turismo Rural na Agricultura Familiar. Obviamente, seria bastante interessante uma pesquisa sobre o processo de criação dessa rede, da seleção dos atores e representatividade dos discursos, mas, no momento, o enfoque é em sua dimensão histórica e, principalmente, no resultado oficial da definição cunhada durante um destes encontros, que aparece transcrita no PNTRAF com o intuito de regulamentar a atividade turística no espaço da agricultura familiar brasileira.

A ênfase da análise a partir das definições e regulamentações estatais é fundamental, afinal, concordamos com a colocação de Gervais, Jollivet e Tavernier (1976) de que as mudanças econômicas, sociais e políticas respondem às exigências do capitalismo, mas não se fazem senão nas modalidades permitidas e definidas pelo Estado.

Não está em jogo apenas a distribuição de verbas públicas para os atores sociais envolvidos no turismo, mas, além de outras coisas, podemos destacar que tal interferência do Estado têm grande influência sobre conquistas importantes já efetivadas pelos agricultores familiares, como é o caso da manutenção da garantia dos direitos previdenciários na qualidade de segurados especiais desde o início da década de 1990.

No caso das verbas públicas, o reconhecimento oficial do turismo como prática possível no espaço da agricultura familiar pelo lançamento do PNTRAF veio acompanhado da criação de uma linha de crédito específica para a atividade, o Pronaf – Turismo rural. A proposta do crédito era de apoio a projetos de planejamento das atividades turísticas, inventários dos potenciais da região e das propriedades, construção de pousadas e restaurantes, além da criação de produtos, o que envolve marcas, embalagens e certificação.²

² Para se ter uma ideia da ambição inicial do Programa, o mesmo previa, em parceria com o Ministério do Turismo e do Meio Ambiente, capacitar no país 27 mil agricultores, promover 732 cursos e oficinas, produzir 20 manuais técnicos e didáticos, beneficiar cerca de 1,4 mil imóveis com infraestrutura e implementar 921 produtos turísticos da agricultura familiar até 2007, ou seja, em apenas três anos. O Pronaf Turismo Rural permitia, naquela época, financiamentos de até R\$ 27 mil, com taxas de juros de 3% a 7,25% ao ano, para investimentos em pousadas, restaurantes, cafés coloniais e estabelecimentos de pesque-pague, por exemplo. A linha para turismo no momento está incorporada pelo crédito intitulado investimento do Pronaf – Agroindústria, a qual abrange os financiamentos ao amparo da Linha de Crédito de Investimento para Agregação de Renda (Pronaf Agroindústria) e têm como finalidades investimentos, inclusive em infraestrutura, que visem o beneficiamento, armazenagem, o

Assim, os espaços rurais passam, cada vez mais, a serem reconhecidos outras alternativas econômicas que extrapolam a dimensão exclusivamente agrícola dos mesmos. Dentre as chamadas alternativas não-agrícolas o turismo parece ser àquela a que os cientistas sociais têm debruçado menor atenção, embora aponte para uma realidade não apenas no espaço rural brasileiro, mas em muitos países, mesmo nos considerados mais desenvolvidos, como é o caso de países europeus como a França, Espanha e Portugal. Neste trabalho partiremos da definição oficial de turismo na agricultura familiar (TRAF) para reflexão de como o Estado brasileiro pretende regulamentar a atividade turística nesses espaços e analisar de que maneira esta definição traz embutida os conceitos acadêmicos de rural, pluriatividade, multifuncionalidade da agricultura, agroturismo, transmissão de saberes e profissionalização. Isto porque, mesmo que saibamos que para o surgimento do turismo na agricultura familiar o papel de organizações não governamentais (nacionais e internacionais) e de universidades tenham um peso significativo, é a partir do direcionamento do olhar público para a atividade que sua formatação passa a ser regulamentada e a ter seus limites estabelecidos pelo poder público.

2. Agricultura familiar e turismo

Para regulamentar a atividade turística nas áreas tidas como agricultura familiar, a definição oficial adotada pelo PNTRAF é a que segue:

Turismo Rural na Agricultura Familiar – TRAF é a atividade turística que ocorre no âmbito da propriedade dos agricultores familiares que mantêm as atividades econômicas típicas da agricultura familiar, dispostos a valorizar, respeitar e compartilhar seu modo de vida, o patrimônio cultural e natural, ofertando produtos e serviços de qualidade e proporcionando bem estar aos envolvidos. (BRASIL, 2004, p. 8)

Tal definição nos remete à análise de diferentes concepções acadêmicas que estão embutidas na mesma. São elas: a própria conceituação do que se entende por rural, a questão da pluriatividade, do agroturismo, da multifuncionalidade da agricultura e da oferta de serviços. Vamos a cada uma delas.

Quando retomamos a conceituação de rural, vemos que muito se tem debatido e analisado na academia brasileira e internacional sobre as transformações dos espaços urbanos e rurais no mundo contemporâneo. Caracterizado pela tendência em concentrar as populações humanas nas cidades, *locus* privilegiado para o acesso mais fácil aos serviços e aos bens de consumo, muito se especulou sobre o destino do espaço rural: para uns fadado ao desaparecimento e, para outras, condenado a mudar para sobreviver.

Na realidade, precisamos ter em mente que urbano e rural são conceitos formulados e que, por isso mesmo, representam disputas de significados que implicam em sua valorização ou desvalorização.

processamento e a comercialização da produção agropecuária, de produtos florestais, do extrativismo, de produtos artesanais e da **exploração de turismo rural**.

No Brasil, diferente de países europeus, onde a noção de rural aponta para um processo de valorização da categoria, e, desta maneira, o mesmo aparece como oportunidade de escolha de local de moradia (combinando-se ou não com o local de trabalho), temos um rural associado ao atraso, muitas vezes, fadado ao desaparecimento por ser o inviabilizador do que entendemos por desenvolvimento. A concepção de desenvolvimento e urbanização aparecem, no caso brasileiro, associadas e até mesmo confundidas (WANDERLEY, 2012). Cabe lembrar que:

A definição oficial brasileira de rural e urbano é baseada na lei e desconsidera o mensuramento de características como o tamanho populacional, ocupação, renda ou pressão antrópica. A classificação baseia-se nas áreas, sendo a população classificada como rural ou urbana de acordo com a localização de seu domicílio. Para o IBGE são urbanas as sedes municipais (cidades) e as sedes distritais (vilas), cujos perímetros são definidos por lei municipal. Também são consideradas urbanas as áreas urbanas isoladas, igualmente definidas por lei municipal, porém separadas das cidades ou das vilas por área rural ou outro limite legal. (IBGE, 2000, v.7). As áreas rurais são aquelas fora dos perímetros definidos como urbanos. (GIRARDI, 2008, p. 07)

Enquanto no Brasil, a própria definição institucional do que é considerado como rural no Brasil define-se em oposição ao que é urbano, na França, por exemplo, é a dimensão populacional que separa o rural do urbano do ponto de vista institucional. Noutros países, como a Alemanha e a Dinamarca, combinam-se além do indicador populacional, a predominância da “vocação agrícola” (cf. WANDERLEY, 2009)³. Todavia, pensando sob o viés do valor simbólico destes espaços, ainda que vejamos em nosso país semelhanças com outros países no que se refere a uma movimentação de pessoas para a área rural em busca de qualidades como tranquilidade, paisagem e/ou repouso, fazendo com que locais prestes ao abandono sejam revitalizados pela presença de moradias secundárias ou mesmo habitadas pela nova categoria social denominada de neorurais, ou seja, pessoas que optam pelo retorno ao campo como local de moradia e, muitas vezes, de trabalho também; no que se refere à qualidade de vida e geração de renda as situações urbanas e rurais nacionais ainda são bastante desiguais. O campo como opção de livre escolha aponta mais para àqueles que já possuem uma renda fixa garantida pela vivência anterior no ambiente urbano, caso de aposentadorias e rendas imobiliárias, por exemplo. O brasileiro que opta pela vida campesina no cenário atual sabe que em caso de necessidade maior de serviços básicos como educação e saúde terão de serem acessados na sede do município mais próximo ou mesmo em cidades maiores da região.

Por este motivo, vivenciar esse rural brasileiro depende não apenas da localidade onde se mora, mas dos capitais disponíveis para mobilidade espacial de seus moradores. A propriedade de meio de transporte ou o acesso à serviço público eficiente para locomoção diversifica a percepção de cada um dos diferentes atores sociais que compartilham de um mesmo espaço. Existem formas extremamente variadas de vivências e percepção mental destes espaços que relacionam-se diretamente com a estrutura mental do espaço físico apropriado de que dispõem os diferentes atores sociais do campo, formatando sua maneira de ver e de serem vistos no mundo que os cerca.

O formato do espaço social rural terá internamente diferentes arranjos dos agentes e das propriedades, i.e., as coisas apropriadas pelos agentes (BOURDIEU, 2013); as quais, tendem a

³ Ver especificamente quadro reproduzido na página 224 da obra referenciada.

se retraduzirem no espaço físico rural. Isso torna-se mais claro quando pensamos na divisão geográfica das áreas das grandes lavouras de monocultura e das regiões onde se condensam um grande número de agricultores familiares. Estes últimos, longe de conseguirem uma posição histórica de estabilidade num mesmo local, viram-se, em diferentes momentos, fadados aos deslocamentos, quer fossem temporários (GARCIA JR, 1989), quer fossem permanentes (DURHAN, 1973).

Longe de querer sugerir a percepção da categoria agricultura familiar como homogênea, afinal, como bem mostrou Lamarche (1993, p. 14), “a agricultura familiar não é um elemento da diversidade, mas contém, nela mesma, toda a diversidade”, apenas pretende-se pensar de maneira genérica que o próprio local da ocupação no espaço físico apropriado reproduz as enormes desigualdades econômicas que separam grandes e pequenos proprietários de terras no Brasil. Há uma certa tendência em manter nas localidades mais propícias aos cultivos agrícolas e com maior facilidade de escoamento da produção os setores com maior capital econômico e social⁴. Isso é o que Bourdieu (2013) denomina de maneira generalizada de divisão objetivada do espaço físico, a qual funciona como princípio de visão e de divisão, ou melhor dizendo, como categoria de percepção e de apreciação do mundo social.

Doravante, diferente dos países europeus, nos quais os camponeses vêm conquistando cada vez mais qualidade de vida, defende-se o argumento de que a opção de muitos brasileiros na última década do século XX de retornar ao meio rural, após vivência no ambiente urbano, resulta mais de uma maior desvalorização do espaço urbano do que de uma real valorização do espaço rural (RAMIRO, 2009). As dificuldades encontradas para conseguirem produzir o suficiente para ingresso de maneira justa junto ao mercado agropecuário ou mesmo os desafios postos pela cobrança institucional de uma certa “profissionalização” desses agricultores sem a adequada contrapartida em assistência técnica e extensão rural, fazem com que a renda adquirida seja considerada insuficiente para suprir suas necessidades básicas e de sua família. A ausência de renda fixa mensal, vem acompanhada de insatisfação com a ausência de serviços básicos, como saúde e escolas e da deficiente rede pública de transporte para que possam usufruir de qualidade de serviços similar ao que a cidade oferece.

Paradoxalmente, este espaço rural repleto de contradições e conflitos vai, a partir da década de 1980, transformar-se em atrativo turístico para os cidadãos durante seu tempo de lazer. Neste cenário, a diversidade das ofertas vai transparecer a nossa estrutura fundiária. Mesmo o rural da agricultura familiar, ao qual sempre foram atribuídas representações negativas (atraso, pobreza, analfabetismo, ausência de recursos, etc), representativos de espaços formatados pelo “efeito de gueto”⁵, no qual os habitantes do lugar aparecem “(...) privados de todos os trunfos necessários para participar dos diferentes jogos sociais” (BOURDIEU, 2013, p. 140), vai ser turistificado.

⁴ Um bom exemplo desta afirmação pode ser encontrado no estudo publicado por Bueno et. al. (2007), intitulado *Mapa de fertilidade dos solos de assentamentos rurais do Estado de São Paulo: contribuição ao estudo de territórios*, no qual os autores mostram que, de maneira geral, os solos das áreas de reforma agrária daquele estado apresentam baixa fertilidade e alta acidez, dificultando assim uma agricultura viável para concorrência no mercado e mesmo para autoconsumo.

⁵ Bourdieu (2013) pensa no efeito de gueto em oposição ao que denomina de “efeito de clube”, os quais correspondem aos espaços mais seletos, com mais capital econômico, cultural e social. Nesse caso, as pessoas que se juntam num mesmo espaço se assemelham naquilo em que são diferentes da maioria, pois “tem em comum o fato de não serem comuns”.

No amplo rol de oferta de roteiros turísticos repousam práticas sociais de distinção de classe que caracterizam o formato do uso do tempo livre. Zonas costeiras, montanhas, sertão, agreste, chapadas passam a serem considerados como potenciais locais de consumo pelos turistas que desejam (nem sempre de maneira consciente) reforçar o poder de definição do mundo social também em espaços apropriados temporariamente, como é o caso dos espaços turísticos. Vemos surgir desde grandes hotéis fazenda em antigas fazendas cafeeiras, nos quais pode-se desde passar o dia cavalgando ou mesmo pagar mais caro pelo quarto localizado onde era a antiga senzala da fazenda, até o aparecimento de pequenos quartos de hospedagem e restaurantes simples em assentamentos rurais de reforma agrária e em comunidades quilombolas. Afloram rótulos para tentar dar conta dessa nova e diversa opção de lazer: ecoturismo, turismo rural, agroturismo, turismo de base comunitária; traduzindo (ou ao menos tentando traduzir) a diversidade de realidades e de preços dos serviços turísticos encontrados no espaço rural.

Diferentemente dos segmentos oferecidos por grupos detentores de maior capital econômico que vão ter sua regulamentação diretamente vinculada às políticas nacionais coordenadas pelo Ministério do Turismo, os agricultores familiares em seus diferentes formatos serão tratados como uma categoria diferenciada, cuja regulamentação como vimos na definição anterior, será realizada através do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), em articulação com o Ministério do Turismo.

A segunda colocação oficial que se destaca é a questão do local da atividade turística ser **no âmbito da propriedade**, o que faz com que, ao menos do ponto de vista teórico, auxilie na permanência dos membros da família envolvidos na atividade no assentamento. Isso caracteriza a pluriatividade no meio rural, quando se opta por complementar atividades agrícolas com outras não-agrícolas. Na definição de Schneider (2009, p.97),

Podemos definir a pluriatividade como um fenômeno através do qual membros das famílias de agricultores que habitam o meio rural optam pelo exercício de diferentes atividades, ou mais rigorosamente, optam pelo exercício de atividades não-agrícolas, mantendo com a moradia no campo uma ligação, inclusive produtiva, com a agricultura e a vida no espaço rural.

O poder público apenas oficializa o reconhecimento na transcendência das atividades agrícolas no espaço rural, fato que não é nenhuma novidade para os agricultores que sempre buscaram alternativas para sua reprodução social, quer via trabalho assalariado próximo ou longe de sua moradia (GARCIA JR., 1989), quer indo às feiras para comercializarem seus produtos *in natura* ou processados artesanalmente em suas casas (GARCIA PARPET, 1992), quer fazendo pequenos bicos junto aos plantios ou colheitas de outros produtores (grandes ou pequenos).

A novidade do turismo como uma destas opções pluriativas reside, primeiramente, na sua contemporaneidade. A transformação simbólica do rural em atrativo turístico é bastante atual, datando das últimas décadas do século passado. Obviamente, essa periodicidade não é imune ao contexto histórico mais amplo. Crises ambientais desencadeiam o discurso da preservação ambiental que se somam ao sentimento de envelhecimento da população e a sensação da possibilidade de desaparecimento de culturas distintas das existentes nas grandes cidades. Como nos mostra Talavera:

Em um ato de reconciliação do sistema com seus usuários, assevera-se a ânsia de experimentar o contato com a natureza, a tradição e o passado perdido, o que reforça a ideia existencial da individualidade e a consciência de uns *outros* – sejam eles camponeses ou indígenas -, os quais se supõe à beira do desaparecimento, e a conscientização de um meio ambiente que “é necessário conservar a todo custo”, do “verde”, da “reciclagem” e do “desenvolvimento sustentável” desses *outros*. (TALAVERA, 2000, p. 154)

Para se ter uma ideia, foi na década de 1980 que surgiu o termo “ecodesenvolvimento”, posteriormente desdobrado no conceito de desenvolvimento sustentável que foi apresentado no *Relatório Brundtland*, publicado, em 1987, pela *Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento* como “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras em atenderem as suas próprias necessidades”. A transposição do termo para a atividade turística ocorrerá na construção da ideia de um turismo sustentável.

O turismo existente até então passa a ser visto como um devastador dos ambientes onde ocorria. Para muitos, são os atos inconsequentes de turistas, receptores e gestores que irão gerar impactos negativos não apenas ao meio ambiente, mas à população local dos espaços turistificados. Grande parcela dos moradores permanecem à margem dos lucros do negócio, ao mesmo tempo em que sofrem outros efeitos como a falta de qualificação para inserção junto às atividades, direta ou indiretamente, relacionadas ao turismo, a especulação imobiliária que influencia nos valores dos imóveis e dos aluguéis, o elevado custo dos alimentos, entre outros mais graves, como a prostituição de menores.

Este formato que fica conhecido como “turismo de massa” vai se caracterizar por conotações negativas dos espaços físicos até então apropriados pelo turismo. Era preciso reinventar não apenas os lugares, mas as representações sociais sobre os próprios turistas, criando maneiras de distinção entre aqueles que seriam uma espécie de “bons” e de “maus turistas”. Para o espaço turístico como um todo era necessária a criação de estruturas mentais mais positivas e, por isso mesmo, capazes de atribuir valor simbólico àqueles que viajam para tais localidades. Seguindo o discurso mundial sobre desenvolvimento sustentável, constrói-se uma imagem de turismo e, portanto, de turista, mais consciente das causas ambientais e sociais do mundo e, por este motivo, vai caber ao espaço rural o papel de viabilizador do surgimento dessa nova categoria de viajante.

A estratégia de mercado criada precisa, portanto, atingir dimensões que ultrapassam a econômica, pois baseia-se nessa ideia de que é preciso “saber viajar”, estar em contato direto com a natureza e com as pessoas que moram no campo. Neste processo de comercialização de um mundo mais autêntico, é interessante a tipologia de dois grupos de turistas rurais disseminados pelas empresas descritos pelo antropólogo Talavera (200, p. 157): “o primeiro, interessado pelo entorno físico e pelas atividades desportivo-recreativas que aí possam se realizar, e o segundo, atraído pela cultura local propriamente dita”.

Essa alteração da percepção sobre meio ambiente e sua vinculação à dimensão cultural de populações que seriam, na realidade ou no imaginário coletivo, uma espécie de “guardiãs” de um patrimônio prestes a ser extinto vai ao encontro da ideia de multifuncionalidade da agricultura. O conceito, de modo geral, ultrapassa a dimensão econômica do rural e atribui valor social, ambiental, cultural e alimentar (CAZELLA; BONNAL, MALUF, 2009).

Foi nesse cenário mais amplo que surgiram os argumentos que defendem uma capacidade turística de atuar para além da dimensão econômica da atividade, viabilizando a preservação do patrimônio material, imaterial e natural. Todavia, não há como acreditar que, na prática, alguns efeitos não desejados deixem de ocorrer a partir do momento em que as propriedades rurais abrem suas portas aos visitantes. Talavera (2000) denomina essa questão de o “o produto e seus efeitos” e cita a variação populacional em consequência do turismo e as flutuações entre expectativa de fluxo e realidade; a interferência dos visitantes no cotidiano local, impondo alterações nas manifestações culturais dos espaços; o papel da mulher na ocupação de trabalho vinculados ao turismo e os conflitos que possam derivar dessa nova divisão social do trabalho.

Concorda-se com Talavera sobre o fato de que o turismo atribui novos valores aos espaços sociais, mas numa perspectiva teórica diferenciada, defende-se que é preciso ter em mente a acepção de Pierre Bourdieu de existem lutas pelas posições no espaço social reificado e que a capacidade de dominar o espaço apropriado depende do capital possuído. Quando pensamos em turismo no espaço da agricultura familiar, estamos nos referindo a três tipologias principais de transformação nas relações sociais: a primeira seriam aquelas que ocorrem no interior das famílias envolvidas na atividade conforme alterações do formato de divisão social do trabalho das mesmas; a segunda seriam as alterações no espaço onde a atividade ocorre, seja um assentamento rural, um bairro rural, uma comunidade de remanescentes de quilombo, etc. e, por fim, as oriundas dos contatos, diretos ou indiretos, entre turistas e população local (anfitriões ou moradores).

No primeiro caso, tem-se chamado a atenção para a questão de gênero e geração decorrentes do turismo. Todavia, ao que tudo indica, assim como pesquisado no caso francês pela autora (RAMIRO, 2013), a atividades que tendem a ter uma maior participação feminina, como oferta de alimentação, cuidados com limpeza e arrumação, apenas reproduzem, com maior sobrecarga para as mulheres, tarefas desvalorizadas socialmente. Permanece a lógica dominante masculina quando o turismo permanece institucionalmente vinculado como secundário às atividades agropecuárias, esfera que tende a privilegiar o homem como “chefe da propriedade”. E, sabemos que, conforme demonstrado por Lagrave (1983) quando se usa o termo de “chefe da propriedade” fala-se também em atributos sociais com qualidades positivas, como autonomia e competência para gestão⁶.

Lembremos que a definição da rede TRAF afirma que a atividade ocorre em “propriedade dos agricultores familiares que mantêm as atividades econômicas **típicas** da agricultura familiar”. Assim, nota-se que o turismo é visto sempre como complementar e “atípico”. As atividades econômicas típicas da agricultura familiar, agricultura e/ou pecuária, esfera masculina, devem ser o principal atrativo destes espaços, reforçando, assim, desigualdades de gênero no campo e desqualificando a possibilidade do turismo, esfera feminina, como atividade principal de agricultores familiares. A palavra “complementar” no

⁶ Como ilustração, interessante notar que num assentamento de reforma agrária visitado pela autora, onde trabalha-se com hospedagem e gastronomia para turistas, essa divisão fica bastante nítida ao sermos atendidos pelas mulheres na parte nutricional e de hospedagem, mas, quando se trata de realizar *tour* para conhecer o assentamento como um todo, o papel de guia é assumido por um homem. O direito e o “saber” narrar a história do local é tido como primordialmente masculino.

dicionário tem sua definição associada como “aquilo que aparece de complemento, adicional, acrescentado”, ou seja, algo que, embora possa ser relevante para o todo, não é dele parte principal.

Mas é importante reforçarmos que ser o principal atrativo não significa necessariamente ser a principal fonte de renda. Os plantios e a criação de animais poderiam ser apenas uma fonte secundária da renda da família, mas o discurso oficial produtivista permanece associando o rural às atividades agrícolas como prioritárias. Cabe destacar que no Brasil:

São considerados agricultores familiares os produtores rurais que atendam aos seguintes requisitos: sejam proprietários, posseiros, arrendatários, parceiros ou concessionários da Reforma Agrária; residam na propriedade ou em local próximo; detenham, sob qualquer forma, no máximo 4 (quatro) módulos fiscais de terra, quantificados conforme a legislação em vigor, ou no máximo 6 (seis) módulos, quando se tratar de pecuarista familiar; no mínimo 80% (oitenta por cento) da renda bruta familiar deve ser proveniente da exploração agropecuária ou não agropecuária do estabelecimento; o trabalho familiar deve ser a base da exploração do estabelecimento. (LEI Nº 11.326 DE 24 DE JULHO DE 2006)

O conceito de turismo que vai se adequar a essa segmentação será o de agroturismo. O termo traz justamente essa conotação de um cenário turístico onde se combinam, complementando-se, atividades agrícolas e/ou pecuárias com turismo. O importante a destacar é que a inserção do turismo no rol das atividades produtivas do espaço rural da agricultura familiar não insere o formato de organização social análogo ao industrial, pois não transforma nenhum membro da família em trabalhador assalariado. Mantem-se a distribuição das atividades segundo lógicas internas de gênero e de geração, mas a unidade de trabalho permanece familiar.

A combinação turismo e agricultura não retira o princípio básico de que, na agricultura familiar, trabalho e esfera doméstica se mesclam, afinal, permanece a lógica na qual não se passa de um grupo social a outro delimitando as fronteiras destes ambientes. Para atender aos turistas, a mulher não sai de seu espaço de moradia e trabalho, mas, sim, como demonstrado anteriormente, assume mais uma responsabilidade que a obriga a reorganizar a ocupação de seu tempo.

O segundo tipo de transformação espacial em decorrência do turismo irá transparecer nas reproduções sociais de vínculos anteriores à chegada da atividade como opção, mas que reforçam vínculos pré-existentes. Como afirmou Schneider (2006, p. 279), “os empreendimentos turísticos são inequivocamente seletivos”, ou seja, não é capaz de incluir todas as famílias da localidade. Por este motivo que estudos como o realizado por Silva e Almeida (2002) visando compreender as alterações no grupo familiar e na comunidade a partir da implantação do turismo através do projeto Cultural Caminhos de Pedras, no Distrito São Pedro, em Bento Gonçalves/RS, vai detectar que “o recebimento dos “turistas” também criou um ambiente favorável ao surgimento da inveja (relatada por 33,3% das famílias) com base nas questões econômicas e sociais” (SILVA; ALMEIDA, 2002, p. 180).

As relações de vizinhança são afetadas, tanto porque durante o período de recebimento de turistas o espaço social de todos seja influenciado pela presença de pessoas estranhas ao local, mas, principalmente, porque ser visitado atribui uma revalorização simbólica ao delimitar “sub-espacos” que merecem ser considerados como atrativos aos “olhares de fora”. Para usar a

expressão de Urry (2007), o olhar do turista vai afetar não apenas sua percepção do lugar turístico, mas também a própria percepção que os moradores daqueles espaços têm de sua posição na estrutura. Isto porque o espaço físico é “uma construção social e uma projeção do espaço social, uma estrutura social em estado objetivado” (BOURDIEU, 2013, p. 136).

No primeiro caso, as partes do lugar que são apropriadas pela presença dos visitantes (espaços de refeição, hospedagem, percursos, etc.) precisam se adequar às expectativas comercializadas antes e durante a estadia. O espaço como um todo precisa ser (ou ao menos parecer ser) espaço social apropriado pela agricultura e/ou pecuária, no qual as pessoas são hospitaleiras como que “por natureza” e agem conforme um saber local capaz de preservar a natureza que os cercam. Os conflitos sociais que permeiam seu cotidiano devem ser mantidos longe da visão dos visitantes. Se retomarmos a pesquisa de Silva e Almeida (2002), os dados mostram que 50% dos moradores donos de estabelecimentos para o turismo entrevistados “admitem que passaram a ser vistos ou tratados de forma diferente quando decidiram receber visitantes, pois os vizinhos os consideram ricos ou mais refinados” (SILVA; ALMEIDA, 2002, p.180). Nesse ponto, retomamos a questão da valorização simbólica que sentem aqueles que são visitados e que, no caso mencionado, se verão pelo olhar dos que não participam do turismo como mais ricos ou refinados, ou seja, como portadores de maior capital material e cultural.

Aqui chama a atenção duas coisas: a primeira na percepção da capacidade de geração maior de renda, o que os tornariam mais ricos. Mas, principalmente, a percepção de que é preciso possuir certo capital cultural (leia-se refinamento) que permite que alguns sejam considerados mais aptos para receberem os cidadãos. Esse é um aspecto que precisa ser levado em conta, afinal, o turismo, nesse caso, é um encontro entre pessoas de classes sociais diferentes. O que nos leva ao terceiro tipo de alterações nas relações sociais, àquelas oriundas dos contatos, diretos ou indiretos, entre turistas e população local (anfitriões ou moradores).

A maneira de vivenciar esse espaço é diferente para cada um dos agentes envolvidos. Enquanto para os agricultores aquele é o espaço de vida, para os visitantes é um espaço de lazer, onde se pode usufruir de uma parte de seu tempo livre em oposição ao cotidiano do tempo de trabalho. Mas mais que isso, refletem, nesse caso, o encontro entre pessoas com capitais materiais e simbólicos diferenciados. O que se esconde por trás da autenticidade divulgada pelas estratégias de marketing é, na realidade, diferença de classe.

Do ponto de vista sociológico, cabe destacarmos que o turismo, enquanto modalidade de ocupação do tempo de lazer, não constitui uma esfera autônoma do mundo social, mas sim, “são a consequência e, simultaneamente, um componente do sistema social industrial, da organização dos seres humanos e da civilização moderna” (KRIPPENDORF, 2001, p. 21). Seu tempo está diretamente relacionado aos períodos de descanso do trabalho, como férias e feriados, os quais nem sempre coincidem com o “melhor tempo” de desocupação da mão-de-obra familiar no campo. Mais uma vez, nesses casos em que fluxo turístico e atividade agrícola se combinam no mesmo espaço e tempo, são as mulheres que se verão sobrecarregadas por mais uma atividade.

De fato, paradoxalmente, o momento que seria mais lúdico ao turista seria justamente a época que demanda maior trabalho do grupo doméstico, como os períodos de plantio e colheita. E, sendo assim, a ausência de alguns membros da família pode fazer falta para o bom andamento das atividades “típicas” da agricultura familiar. Por outro lado, os períodos de entressafra, ainda

que não garantam uma “paisagem autêntica ideal” para os visitantes podem ser uma boa opção para geração de renda complementar em épocas de escassez de recursos.

A sazonalidade do turismo e da agricultura é percebida nalgumas pesquisas pelos agricultores como um fator negativo, isso porque ambas são vistas como atividades instáveis e dependentes de fatores externos para ocorrerem de maneira satisfatória (SILVA; ALMEIDA, 2002; RAMIRO, 2014).

Não há um período unitário que possa ser sugerido para a combinação destas duas práticas para a agricultura familiar como um todo, afinal a própria diversidade que o conceito engloba é resultante de práticas distintas conforme características culturais, sociais e ambientais de cada espaço rural. Mas, de maneira generalizada, vale o lado positivo lembrado por Schneider (2006) que reside na capacidade de diversificação da economia local, que empodera os agricultores no sentido de estarem mais aptos para gerirem os momentos de crises.

Por fim, a questão dos capitais necessários para o recebimento dos turistas também é pouco debatida. O turismo é uma forma de prestação de serviço do mundo capitalista e, sendo assim, é a compra de uma “mercadoria” em troca do produto, ainda que esse possa ser o “modo de vida autêntico do rural”. Ora, é preciso certa posse de capitais sociais e econômicos para se saber lidar com as transações financeiras e simbólicas que ocorrem nesse mercado. Além disso, Candiotto (2013) chama a atenção para a inserção de novos atores sociais, além dos agricultores familiares, nesse cenário que compõem o chamado *trade* turístico, cuja lógica é eminentemente econômica. O mercado turístico é altamente competitivo, o que faz com que seja necessário estar preparado para acessá-lo. Neste sentido os agricultores familiares são os menos preparados para tanto. E, diferentemente da atividade agrícola, onde o saber pode ainda ser passado de geração para geração, o turismo só é aprendido pela capacitação, o que significa, necessariamente, a passagem pelo processo de aprendizado conforme as regras de quem os capacita. E, mais uma vez, concordo com Candiotto (2013) que o problema maior reside justamente nesse fato, afinal, quem os capacita, geralmente, são pessoas oriundas de órgãos cujo material didático enfatizam a questão da geração de renda segundo os moldes vigentes no denominado turismo convencional, primando mais pelo bem estar do turista que se preocupando com a preservação ambiental, cultural e social das áreas visitadas. E, além do mais, escapam à dimensão social subjetivada que afloram nas atividades mercantis deste tipo de espaço rural (SCHNEIDER, 2006). Ou seja, utilizam-se predominantemente da lógica mercantilista esquecendo de considerar a importância que as sociabilidades têm para a configuração destes locais, influenciando as próprias relações de troca estabelecidas.

3. Conclusões:

Compreender, portanto, a questão da pluriatividade com ênfase nas atividades praticadas como forma de garantia do campo como lugar de moradia e trabalho, faz-se fundamental para o entendimento das novas ruralidades do mundo contemporâneo. Nesse cenário, o turismo é uma das mais recentes alternativas adotadas e muito pouco pesquisada por profissionais da área das ciências sociais. A inserção deste debate no cenário nacional é relevante para discussões referentes não apenas ao papel do turismo frente ao que temos

chamado de novas ruralidades, como também sobre quais são os referenciais teóricos e metodologia aptos para sua compreensão.

Ser visitado é ser reconhecido como uma espécie de tipo ideal de agricultor familiar construído *pele e para* o olhar do turista. Para tanto, são reformatadas relações sociais pré-existentes nos locais que potencializam os conflitos internos existentes, fazendo com que a análise sociológica seja enriquecida com aspectos que não seriam tão facilmente abordados de outra maneira. É bastante interessante perceber como o turismo é capaz de potencializar a percepção do cientista social mais atento para as relações de poder e conflito presentes anteriormente nos locais onde ocorre. Além da questão de gênero, floresce a dimensão mercadológica da atividade e sua essência mercantilista em espaços cuja lógica econômica é permeada por relações interpessoais.

Não se trata aqui de defender o turismo como panaceia para todos as dificuldades dos agricultores familiares e muito menos de desprezar a prática da atividade por julgá-la ineficiente do ponto de vista da qualidade da oferta dos serviços prestados. Mas, pelo contrário, pretende-se iniciar uma discussão que escape às ideologias pessoais dos cientistas, permitindo uma visão crítica na qual consigamos perceber as formas de dominação e, sendo assim, os conflitos, que regem esse encontro entre anfitriões e visitantes.

Por fim, o escasso interesse dos cientistas sociais brasileiros ao fenômeno turístico não se restringe à esse segmento, embora possamos afirmar que, na escala de prioridades da análise científica dos agricultores familiares, esse seja o último tema da lista de prioridades. Provavelmente, não apenas porque ainda são numericamente irrelevantes os casos existentes (se é que nós cientistas sociais estamos fadados à analisar apenas aquilo que é estaticamente válido como tema social!), mas, principalmente porque tomamos essa alternativa como, o próprio conceito cunhado a denomina “amenidades do rural”. Ora, ainda que a palavra definida pela OCDE (1999 apud RUIVO, 2008) refira-se a “uma larga gama de características das áreas rurais, naturais ou produzidas pelo Homem, incluindo terrenos incultos e cultivados, monumentos históricos e mesmo tradições culturais”, reconhecendo-lhe valor econômico e social, também carrega em si a ideia de algo de menor importância. Pelo menos, importá-la para nossa cultura parece-me equivocado, visto que aqui dizemos com frequência que conversar sobre amenidades é sinônimo de falar sobre coisas sem importância. E, de fato, é nesse sentido literário que temos agido em relação ao turismo na academia: uma amenidade científica.

O que sugere o texto do PNTRAF é que apoiados por acadêmicos que tiveram acesso à leituras sobre a dinamização e revalorização do rural que aconteciam no mundo desde o final do século XX e transplantaram alguns conceitos que foram centrais naquele período para o texto nacional. Assim, a noção de um espaço rural que cumpre a multifuncionalidade da agricultura, capaz de garantir a melhoria da qualidade de vida não apenas dos camponeses, mas dos cidadãos através da preservação da natureza, uso sustentável dos recursos, oferta de alimentos mais saudáveis e preservação do patrimônio cultural e material vão, equivocadamente, ver no turismo a panaceia para nosso rural. Esquecemos do principal: o turismo sozinho não é capaz de alcançar todas essas conquistas. Se, no caso europeu podemos vivenciar experiências bastante interessantes sobre esta combinação entre agricultura familiar e turismo é porque existem políticas públicas que estimulam fortemente o empenho dos agricultores em abrirem suas portas e existe um movimento de migração urbano-rural composto por pessoas portadoras de um certo tipo de capital cultural e material mais propício à prestação

direta de serviços, como é o caso do turismo. Para tanto, podemos citar o exemplo francês dos gîtes rurais, casas em propriedade familiares que são reformadas para receberem turistas e assim, com apoio do poder público conseguem reformar o patrimônio familiar que estava em decadência, muitas vezes, abandonado pelos herdeiros (RAMIRO, 2013).

Na tentativa de pensarmos em impactos menos negativos como os visualizados pela atividade turística sem planejamento ecológico e social adequado, como no turismo chamado de turismo de massa, uma situação problemática parece surgir. Tem-se avaliado, mesmo na academia, mais ao conceito cunhado sobre o turismo no espaço rural do que sua prática real. E, deste modo, ao invés de analisarmos de maneira adequada os casos existentes, preferimos comprar a ideia do desenvolvimento sustentável e autonomia destes agricultores tal como estão colocados no papel. E, mesmo aqueles que se baseiam em estudos de caso com pesquisa de campo, parecem esquecer que esse mesmo discurso oficial transparece representado nas falas dos próprios agricultores, afinal, foram capacitados para esse mercado. E, assim, deixamos de perceber os silêncios da prática que não compõem o texto oficial, nos quais aparecem as dificuldades em serem, para os turistas, tudo aquilo que se espera que sejam: autênticos, unidos, solidários, hospitaleiros, felizes, tranquilos, produtivos e o que mais estiver à venda no imaginário turístico.

Referências Bibliográficas:

- BUENO, Osmar de Carvalho et. al. **Mapa de fertilidade dos solos de assentamentos rurais do Estado de São Paulo**: contribuição ao estudo de territórios. Botucatu, SP: FEPAF/UNESP, 2007.
- CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessoa. O discurso da viabilidade do turismo rural na agricultura familiar: o Programa Nacional de Turismo Rural na agricultura familiar (PNTRAF) e o papel do Estado do Paraná no contexto. **CULTUR Revista de Cultura e Turismo**, ano 07, nº 02, p.111-131, jun./2013.
- DURHAN, Eunice. **A caminho da cidade**: a vida rural e a migração para São Paulo. SP: Perspectiva, 1973.
- ENCONTRO discute o turismo rural na agricultura familiar. 16 abril, 2004. Disponível em <http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/encontro-discute-o-turismo-rural-na-agricultura-familiar> Acesso em 12/03/2015
- GARCIA JR., Afrânio. **O Sul**: caminho do roçado: estratégias de reprodução camponesa e transformação social. SP/Brasília: Marco Zero/Editora UNB, 1989.
- GARCIA PARPET, Marie-France. O segundo sexo do comércio, camponesas e negócio no Nordeste do Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, 1992.
- GERVAIS, Michel; JOLLIVET, Marcel; TAVERNIER, Yves. **Histoire de la France rurale**. Paris: Éditions de Seuil, 1976.
- GIRARDI, Eduardo Paulon. O rural e o urbano: é possível uma tipologia? Apêndice de **tese de doutorado defendida na FCT UNESP**, Presidente Prudente, 2008. Disponível em: http://www.uel.br/cce/geo/didatico/omar/modulo_b/a12.pdf

- KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. 3ª ed. SP: Aleph, 2001.
- LAGRAVE, Rose-Marie. Bilan critique des recherches sur les agricultrices en France. **Études Rurales**, nº 92, octobre-décembr 1983. p. 09-39.
- LAMARCHE, Hugues. **Agricultura familiar 1**: uma realidade multiforme. Campinas, SP: Editora UNICAMP, 1993.
- MORAES E SILVA, Maria Aparecida. A terra no imaginário dos migrantes temporários. **Revista de História Oral**, n.4, julho, p. 103-120, 2001.
- BRASIL. **Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar** (PNTRAF). Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2004.
- RAMIRO, Patrícia Alves. Pluriatividade e gênero no espaço rural francês. **Anais do 37º Encontro Anual do ANPOCS**, 2013. Disponível em:
http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=8472&Itemid=429
- RAMIRO, Patrícia Alves; MANCUSO, Maria Inês Rauter. Revisitando o campo: o retorno e a permanência no meio rural. **Cadernos CERU**, USP, v. 20, 2009. p. 16-31.
- RUIVO, Paulo. Amenidades rurais – que contributo? Estudo de caso em territórios rurais. **Actas do III Congresso de Estudos Rurais**, Faro, Universidade do Algarve, 1-3, nov., 2007. Disponível em:
<file:///C:/Users/Patr%C3%ADcia%20Ramiro/Documents/TEXTOS%20REFORMA%20AGRARI A/AMENIDADES%20RURAI S%20PaulaRuivo.pdf>
- SCHNEIDER, Sérgio. Turismo em comunidades rurais: inclusão social por meio de atividades não-agrícolas. In: MINISTERIO DO TURISMO. **Turismo social**: diálogos do turismo. Uma viagem de inclusão. Rio de Janeiro: IBAM, 2006. p. 264-293.
- SILVA, Maurem Fronza da; ALMEIDA, Joaquim Anécio. Turismo rural: família, patrimônio e trabalho. IN: RIEDL, Mário; ALMEIDA, Joaquim Anécio; VIANA, Andyara Lima Barbosa. **Turismo rural**: tendências e sustentabilidade. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002. p. 165-203.
- TALAVERA, Augustín Santana. O rural como produto turístico: algo novo brilha sob o sol? In: SERRANO, Célia (org.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2000. p. 151-171.
- URRY, John. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. SP: Studio Nobel, 2007.
- WANDERLEY, Maria Nazareth. Meio rural: um lugar de vida e trabalho. **Diálogos do fórum DRS**. Os desafios políticos e institucionais para a gestão do desenvolvimento rural. Edição 6, Ano 1, dez. 2012. Disponível em: <http://www.iicaforumdrs.org.br/index.php?saction=conteudo&id=a12ac3b16ba6f272193312abda9386e8&idMod=64>
- _____. **O mundo rural como um espaço de vida**: reflexões sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade. Porto Alegre: Editora UFGRS, 2009.