

# T & H

## Turismo e Hotelaria no contexto do turismo rural



### Organização

ADRIANA BRAMBILLA  
ELÍDIO VANZELLA  
DAN GABRIEL D'ONOFRE  
PATRÍCIA DE FREITAS  
SALOMÉ DE ALMEIDA

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA**  
**CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES**

**REITORA**

TEREZINHA DOMICIANO

**VICE-REITORA**

MÔNICA NOBREGA



**Diretor do CCTA**

ULISSES CARVALHO SILVA

**Vice-Diretora**

FABIANA SIQUEIRA



Editora do  
**CCTA**

**Conselho Editorial**

CARLOS JOSÉ CARTAXO

JOSÉ FRANCISCO DE MELO NETO

MAGNO ALEX SEABRA

MARCÍLIO FAGNER ONOFRE

ULISSES CARVALHO DA SILVA

**Editor**

ULISSES CARVALHO SILVA

**Secretário do Conselho Editorial**

PAULO VIEIRA

# Turismo & Hotelaria

no contexto do Turismo Rural

## ORGANIZADORES

ADRIANA BRAMBILLA

ELÍDIO VANZELLA

DAN GABRIEL D'ONOFRE

PATRÍCIA DE FREITAS

SALOMÉ DE ALMEIDA

Editora do CCTA

João Pessoa

2025

© Copyright by GCET, 2025

Produção Gráfica e Capa

Elídio Vanzella



# Comissão Científica

Adriana Brambilla

Amanda Sueli Madeira Pereira

Débora Pires Teixeira

Fernanda Costa Da Silva

Francinete da Silva Guilherme

Islaine Cristiane Oliveira Gonçalves da Silva Cavalcante

Izabelle Fernanda Silveira Vieira

Kennedy Kaufummam Costa Mafra

Leonardo Rauta Martins

Lis Vieira Araújo Silva Franco

Louis Philippe Patrick de Jongh Filho

Maria Jaqueline Elicher

Mariana Pires Vidal Lopez

Marília Ferreira Paes Cesário

Simone Neto de Santana Oliveira

Stella Magaly de Andrade Sousa





# PREFÁCIO

Como geradora de emprego e renda, bem como importante fonte impulsionadora do crescimento e do desenvolvimento econômico e social, a indústria do turismo vem se consolidando, inclusive, em regiões do interior do Brasil, fortalecendo o empreendedorismo, a inovação e as parcerias público-privadas, evidenciadas pela implementação de políticas públicas e de participação social que visam ao incremento da atividade turística, sobretudo em ambientes rurais.

De fato, as potencialidades e oportunidades propiciadas pela atividade turística são incontestáveis. Promover a cultura e as riquezas naturais, ao mesmo tempo em que se vivenciam as práticas rotineiras do homem do campo, em regiões do interior do país, constitui-se como uma experiência diferenciada e exclusiva do turismo rural.

Contemplando modalidades como o ecoturismo, agroturismo, turismo cultural, pedagógico, esportivo, de eventos, de aventura, de aldeias, ecológico, entre outras, o turismo rural vem se destacando como atrativo de relevância para aqueles que buscam experiências inovadoras e, ao mesmo tempo, enriquecedoras, permitindo a aproximação do turista com o meio rural.

Ademais, o turismo rural corrobora o fortalecimento do turismo de base local, impactando positivamente na geração de emprego e renda para a comunidade, contribuindo para a preservação das paisagens naturais e valorizando a agricultura, a silvicultura e a pesca, essenciais à prática do turismo rural sustentável.

Com efeito, o conteúdo da obra escrita a várias mãos incita o aprimoramento das discussões acerca do processo de interiorização do turismo no Brasil, incluindo-se as redes colaborativas do turismo de base comunitária, a gastronomia regional, as transformações, os desafios, as oportunidades e a promoção do turismo rural. A exposição e discussão dos conteúdos apresentados propiciam a divulgação desse segmento do turismo ao disponibilizar, em forma de compêndio, as experiências e

vivências dos autores, empenhados em compartilhar com a academia e demais públicos de interesse seus conhecimentos, intensificando os diálogos e discussões de ideias sobre o turismo rural.

Desse modo, esta obra intitulada “*Turismo & Hotelaria no Contexto do Turismo Rural*”, publicada no formato e-book com acesso aberto, traz importantes contribuições para o estudo do turismo, representando mais uma fonte de pesquisa que, em oito capítulos, propicia reflexões sobre o turismo rural e os impactos sobre o desenvolvimento econômico, social e, sobretudo, sustentável da atividade turística.

Assim, espera-se que, para os estudiosos do turismo e demais atores sociais envolvidos com a atividade turística, a obra possa contribuir como subsídio às discussões e para a compreensão do turismo rural.

Boa leitura!

**Dr.<sup>a</sup> Márcia Félix da Silva**  
*Doutora em Recursos Naturais*  
*Docente do Departamento de Turismo e*  
*Hotelaria da Universidade Federal da*  
*Paraíba (UFPB).*

# APRESENTAÇÃO

Ao propor um livro sobre o Turismo e a Hotelaria no âmbito rural, os organizadores tiveram como intuito reunir estudos de diversas regiões e enfoques, apresentando reflexões sobre o potencial transformador do turismo rural. Os capítulos aqui apresentados exploram aspectos que vão desde as mudanças socioeconômicas em municípios com vocação turística, até iniciativas inovadoras, como hotéis-escola e redes colaborativas, evidenciando a pluralidade e complexidade do setor. Assim, este volume busca oferecer uma visão abrangente sobre as contribuições e os impactos do turismo e da hotelaria nas áreas rurais.

O livro inicia com uma investigação sobre o turismo na cidade de Santos Dumont, localizada na Zona da Mata Mineira e conhecida por ser onde nasceu o grande inventor Alberto Santos Dumont, com o capítulo intitulado **REFLEXÕES, ATRAVÉS DO TURISMO, SOBRE O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE SANTOS DUMONT, MINAS GERAIS**. Neste capítulo os autores Silva, Santos, Alves, Cerqueira e Fernandes abordam a importância de se compreender as transformações socioeconômicas ao longo do tempo, com o intuito de se identificar oportunidades de desenvolvimento. Assim, através de uma pesquisa qualitativa e descritiva, realizada através de dados bibliográficos, documentais e de campo, incluindo entrevistas com moradores, visitantes, turistas e atores do setor turístico local e regional, os autores apresentam a importância econômica e histórica de Santos Dumont, um dos principais polos de laticínios da América do Sul no

século XX, além de apontarem para a necessidade de políticas públicas para preservar o patrimônio material e imaterial da cidade e para desenvolver o potencial turístico da cidade, através de estratégias que visem o bem-estar econômico, social e ambiental.

O segundo capítulo intitulado **HOTEL-ESCOLA DE MULUNGU - CE: uma forma acessível de hospedar**, trata de compreender o espaço rural contemporâneo e as conexões estabelecidas com o urbano, buscando perceber como seus habitantes se beneficiam dessas interações, tendo em vista a importância dos laços comunitários e paisagem para a qualidade de vida diante das problemáticas sociais atuais. O objeto de estudo, explicam os autores Rocha e Santiago, é a conjuntura turística no Maciço de Baturité, seus pontos de destaque, os que podem ser desenvolvidos e como as funções do turismo no espaço rural podem facilitar esse processo. O objetivo geral é apresentar uma proposta de hotel-escola para o município de Mulungu. Discute-se sobre o turismo como promotor de desenvolvimento ao mesmo tempo que se questiona como a comunidade local pode ser fortalecida nesse processo. Ademais, se busca fortalecer e divulgar o debate sobre a inclusão de pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida em ambientes de hospedagem e educacional no espaço rural como o hotel-escola.

Intitulado **DESIGUALDADE DE GÊNERO NO TURISMO RURAL: Revisão Integrativa de Literatura em periódicos Qualis A**, o terceiro capítulo, de autoria de Oliveira, tem por objetivo sistematizar o conhecimento científico produzido sobre gênero e turismo rural em periódicos brasileiros de Turismo e Hospitalidade Qualis A. A pesquisa

tem caráter descritivo e exploratório e resulta de uma Revisão Integrativa de Literatura (RIL). Os trabalhos foram analisados em suas desigualdades de gênero citadas a partir do documento *Desigualdades de género en el mercado laboral turístico*, da *Alba Sud*, o que mostrou como os *negócios familiares aumentam a carga de trabalho* de mulheres no turismo rural e ainda que há uma forte *segmentação por gênero* pelo fato das trabalhadoras terem o papel de recepcionar, acolher, cozinhar e cuidar na nova atividade, algo que é historicamente vinculado ao feminino. O trabalho finaliza sugerindo novas pesquisas em períodos de outras áreas a fim de compreender o real interesse na discussão sobre gênero e turismo rural.

Rebello, discute a transformação do turismo rural no capítulo **TRANSFORMATION OF RURAL TOURISM: THE CASE OF THE AVE VALLEY IN PORTUGAL (Transformação do turismo rural: O caso do Ave Valley em Portugal)**. O capítulo 4 assim, explora a evolução do turismo rural na região focando nos desafios enfrentados pelo setor, desde os impactos da crise financeira de 2011 até as mudanças trazidas pelas plataformas digitais e as práticas sustentáveis de turismo. Ao adaptar-se às novas tendências, promover o património local e abraçar a sustentabilidade, o local posicionou-se como um destino promissor tanto para viajantes urbanos como para nômades digitais. Através de investimentos estratégicos e esforços de colaboração, a região pretende alcançar um crescimento equilibrado que preserve o seu encanto rural, promovendo ao mesmo tempo o desenvolvimento econômico e o envolvimento comunitário.

No capítulo 5, Rebelo, nos traz uma reflexão importante sobre a turbulência e as oportunidades trazidas pelo turismo rural. Com o título **TURBULENCE AND OPPORTUNITIES: THE IMPACT ON RURAL TOURISM (Turbulência e oportunidades: o impacto do turismo rural)**, o estudo explora as relações intrínsecas entre o mercado imobiliário, o investimento estrangeiro e o turismo rural, enfatizando a importância crítica da rentabilidade e da sustentabilidade para o desenvolvimento das áreas rurais. À medida que os investidores estrangeiros, especialmente os atraídos pelos programas de vistos gold, inflacionam os preços das propriedades rurais, as comunidades locais enfrentam desafios significativos que ameaçam a sua estabilidade econômica e o seu patrimônio cultural. As conclusões apontam para a necessidade de políticas equilibradas que promovam o desenvolvimento econômico, salvaguardando ao mesmo tempo as comunidades locais e os seus ambientes, destacando a necessidade urgente de repensar os conceitos existentes em torno do turismo rural, particularmente à luz das pressões exercidas pelo mercado imobiliário e pelo investimento estrangeiro. O autor aponta para a adoção de estratégias inovadoras que promovam o envolvimento comunitário, práticas sustentáveis e resiliência contra crises externas, garantindo que o turismo rural possa prosperar sem comprometer a riqueza cultural e natural destas regiões.

As autoras Carvalho, Castro, Lima, Neves, Souza, Santos e Tabai, escrevem sobre a experiência do Projeto de Educação Alimentar e Nutricional (EAN) com ênfase na gastronomia funcional na disciplina de Alimentos e Bebidas. O capítulo intitulado **GASTRONOMIA**

**FUNCIONAL COMO ESTRATÉGIA AO TURISMO RURAL: alimentos agroecológicos nas aulas do curso de hospedagem do colégio técnico- UFRRJ**, foi elaborado através de um estudo de caso, com foco nas aulas práticas e vivências de campo realizadas à Feira da Agricultura Familiar da UFRRJ e a Fazendinha Agroecológica de 4 turmas da disciplina Alimentos e Bebidas 1- Cozinha, do curso Técnico em Hospedagem. Dentre essas ações destacou-se o projeto intitulado “Ações de educação alimentar em que recursos advindos de um programa da Fundação Britânica *Be The Earth*, foram destinados à compra de alimentos da produção agroecológica de produtores familiares locais, utilizados no preparo de receitas inovadoras, que combinam ingredientes locais, saberes e fazeres tradicionais e novas abordagens gastronômicas valorizando a cultura alimentar local, a sustentabilidade na produção de alimentos e a saúde dos comensais. Essas ações contribuem para a construção da identidade e autonomia alimentar dos discentes da disciplina.

O Turismo de Base Comunitária (TBC), insere a comunidade local no centro dos processos das atividades, por isso, é essencial que suas iniciativas sejam realizadas em colaboração com diversos atores. Essa é a proposta de Abreu, Carvalho e Walkowski no capítulo **REDES COLABORATIVAS NO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA: Um elo para o desenvolvimento rural da Colônia Murici-PR**. Os autores explicam que o estudo tem como objetivo compreender de que forma as redes colaborativas auxiliam no processo de consolidação da iniciativa rural da Colônia Murici, localizada em São José dos Pinhais/PR. Com o progresso da pesquisa, observou-se o papel central das mulheres

nas iniciativas rurais e a importância fundamental das redes colaborativas em parceria com a comunidade. Identificou-se a necessidade de formação pedagógica em TBC para construir uma base sólida em relação aos conceitos e princípios do TBC. Para pesquisas futuras, sugere-se a realização de uma pesquisa empírica com os visitantes dessa iniciativa rural, com o objetivo de identificar e entender suas motivações diante da experiência.

O livro finaliza com o capítulo **UM ENSAIO SOBRE O PAPEL DOS EVENTOS NA PROMOÇÃO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: O CASO DO SUDESTE BRASILEIRO** que trata da relação entre eventos, turismo e Indicações Geográficas (IGs) no Brasil, com foco na Região Sudeste. As IGs representam uma ferramenta para diferenciar produtos com base em sua origem geográfica, promovendo o desenvolvimento econômico e a valorização cultural. Os autores D’Onofre, Lavandoski, Elicher e Fontoura investigam como os eventos podem impulsionar as IGs, analisando seu potencial para promover produtos certificados e fortalecer as cadeias produtivas locais. Os resultados revelam que os eventos são estratégicos para promover as IGs, com a maioria sendo organizada por associações ligadas aos produtos certificados. No entanto, há uma necessidade de maior articulação entre o poder público e as associações para maximizar o impacto desses eventos. Assim, os autores concluem que os eventos têm o potencial de impulsionar o desenvolvimento das IGs, fortalecendo a economia regional e promovendo a valorização do patrimônio cultural.

Ao concluir esta publicação, espera-se ter contribuído para evidenciar a relevância dos estudos sobre as atividades turísticas e hoteleiras no espaço rural, destacando a interdependência entre desenvolvimento econômico, inclusão social e preservação cultural. Os capítulos aqui apresentados oferecem não apenas análises teóricas, mas também propostas práticas que buscam inspirar novos caminhos para o fortalecimento do setor. Ao explorar os desafios e as oportunidades do turismo rural em diferentes contextos, o livro convida pesquisadores, gestores e comunidades a refletirem sobre o papel estratégico do turismo e da hotelaria no desenvolvimento das áreas rurais, consolidando-se como uma contribuição indispensável para o avanço das discussões científicas e práticas.

**Francinete da Silva Guilherme**

*Bacharel em Turismo e em Ciências contábeis  
pós-graduada em Turismo, Hotelaria e Eventos*

# SUMÁRIO

**REFLEXÕES, ATRAVÉS DO TURISMO, SOBRE O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE SANTOS DUMONT, MINAS GERAIS..... 18**

SILVA, Daiko Lima  
SANTOS, Samuel Ribeiro  
ALVES, Varlene Cléa Saldanha  
CERQUEIRA, Erika Morais  
FERNANDES, Ailson Silva

**HOTEL-ESCOLA DE MULUNGU - CE: UMA FORMA ACESSÍVEL DE HOSPEDAR..... 49**

ROCHA, Carlos Bruno Oliveira  
SANTIAGO, Zilsa Maria Pinto

**DESIGUALDADE DE GÊNERO NO TURISMO RURAL: REVISÃO INTEGRATIVA DE LITERATURA EM PERIÓDICOS QUALIS A..... 87**

OLIVEIRA, Natália Araújo de

**TRANSFORMATION OF RURAL TOURISM: THE CASE OF THE AVE VALLEY IN PORTUGAL..... 108**

REBELO, António Manuel Leite

**TURBULENCE AND OPPORTUNITIES: THE IMPACT ON RURAL TOURISM..... 143**

REBELO, António Manuel Leite

**GASTRONOMIA FUNCIONAL COMO ESTRATÉGIA AO TURISMO RURAL: ALIMENTOS AGROECOLÓGICOS NAS AULAS DO CURSO DE HOSPEDAGEM DO COLÉGIO TÉCNICO -UFRRJ 179**

CARVALHO, Natália Pains Nunes  
CASTRO, Fernanda Travassos  
LIMA, Elaine Cristina Souza  
NEVES, Daniele Custódio Gonçalves  
SOUZA, Márcia Luiza de Oliveira Albuquerque  
SANTOS, Milena Matteini  
TABAI, Katia Cilene

**REDES COLABORATIVAS NO TURISMO DE BASE  
COMUNITÁRIA: UM ELO PARA O DESENVOLVIMENTO RURAL  
DA COLÔNIA MURICI-PR ..... 218**

ABREU, Leonilo Alves

CARVALHO, Lucivan Macena

WALKOWSKI, Marinês da Conceição

**UM ENSAIO SOBRE O PAPEL DOS EVENTOS NA  
PROMOÇÃO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: O CASO  
DO SUDESTE BRASILEIRO ..... 243**

D'ONOFRE, Dan Gabriel

LAVANDOSKI, Joice

ELICHER, Maria Jaqueline

FONTOURA, Gabriel Giglio

01

REFLEXÕES, ATRAVÉS DO  
TURISMO, SOBRE O  
DESENVOLVIMENTO  
SOCIOECONÔMICO DO  
MUNICÍPIO DE SANTOS  
DUMONT, MINAS GERAIS

Daiko Lima e Silva

Samuel Ribeiro Santos

Varlene Cléa SaldanhaAlves

Erika Moraes Cerqueira

Ailson Silva Fernandes

# **REFLEXÕES, ATRAVÉS DO TURISMO, SOBRE O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE SANTOS DUMONT, MINAS GERAIS**

SILVA, Daiko Lima

SANTOS, Samuel Ribeiro

ALVES, Varlene Cléa Saldanha

CERQUEIRA, Erika Morais

FERNANDES, Ailson Silva

O turismo tem se consolidado cada vez mais como alternativa de desenvolvimento para diferentes territórios. Neste sentido, a investigação teve como objeto de estudo o município de Santos Dumont, em Minas Gerais (MG). Cidade com cerca de 640 km<sup>2</sup>, é situada na Zona da Mata Mineira, Sudeste de MG, localizada a aproximadamente 200 km da capital Belo Horizonte e na Microrregião de Juiz de Fora (IBGE, 2024).

No momento da pesquisa, o município fazia parte da Região Turística (RT) “Caminho Novo”, segundo o Programa de Regionalização do Turismo (PRT) do Ministério do Turismo – MTUR (Brasil, 2024). Destacou-se que, durante a realização da pesquisa, a respectiva RT possuía apenas quatro municípios habilitados no PRT, sendo eles: Juiz de Fora, Simão Pereira, Matias Barbosa e Santos Dumont (Brasil, 2024).

Com clima de temperaturas amenas e localizado às margens da rodovia BR-040, o município possui relevância histórica e econômica em virtude de aspectos como a criação do ramal ferroviário da Estrada de

—•••—  
Ferro D. Pedro II entre os anos de 1860 e 1875, o nascimento de Alberto Santos Dumont em 1873 e o pioneirismo na produção de laticínios na América do Sul, iniciado por volta de 1888 e com grande destaque por volta de 1921 (Branco, 1988).

Ainda, outros fatos continuam a contribuir para o seu desenvolvimento. O turismo é apontado como um dos eixos mais promissores ao desenvolvimento socioeconômico local e, coincidentemente, características locais mostraram inclinação para determinados segmentos turísticos (Oliveira, 2021). Considerando que cerca de 90% de sua extensão territorial é composta por áreas não urbanizadas (IBGE, 2019), o turismo rural é um segmento emergente. Além disso, outras atividades que discorrem no ambiente rural são favorecidas e se complementam, podendo, eventualmente, agregar valor ao turismo rural (Brasil, 2010).

Assim, a investigação objetivou responder a seguinte pergunta de pesquisa: Como se deram as transformações socioeconômicas de Santos Dumont (MG) e qual o papel do turismo nesse processo e na valorização do patrimônio? Ao passo em que estimulou reflexões sobre algumas das principais transformações que ocorreram ao longo dos anos na perspectiva socioeconômica de Santos Dumont (MG), a investigação também propôs discussões sobre as principais fases do desenvolvimento do município, especialmente quanto aos setores de turismo e serviços.

## **Revisão de Literatura**

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município de Santos Dumont teve origem com a abertura do “Caminho

Novo”, que foi utilizado como espinha dorsal para o escoamento dos metais preciosos extraídos da antiga capital (Ouro Preto) e como um dos pontos de apoio àqueles que desbravaram esse território em busca de riquezas (IBGE, 2024).

Entre a primeira e a terceira década do século XVIII (1709 e 1728), as primeiras partes de terra foram concedidas a Domingos Gonçalves Ramos e João Gomes Martins, nas quais surgiram os primórdios das atividades econômicas que renderam o apelido Roça de João Gomes, nome pelo qual os territórios ficaram conhecidos por aqueles que ali residiam e por ali passavam (IBGE, 2024).

Já no ano de 1889, Arraial de João Gomes foi desmembrado do território de Barbacena e elevado à categoria de município por meio da Lei Provincial n. 3.712, de 27 de julho (Minas Gerais, 1889). Em 1890, após nova determinação, o então território se tornou sede municipal sob o Decreto Estadual n. 25, de 4 de março, e passou a ter o nome de Palmyra, filha de João Gomes (Minas Gerais, 1890).

Em 1932, por força da eventual morte do inventor Santos Dumont, foi criado o Decreto Estadual n. 10.447, de 31 de julho, onde foi instituído que Palmyra passaria a se chamar Santos Dumont em honra ao homem que ali nasceu (Minas Gerais, 1932).

O município formou-se ao longo do tempo por áreas rurais e urbanas, compostas pelos distritos de Conceição do Formoso, Dores do Paraibuna, Mantiqueira e São João da Serra. Ademais, outros bairros, aglomerados e logradouros localizados proximamente a estes distritos completaram a extensão rural do município, tais como Campo Alegre,

Recém-vindo, Patrimônio dos Paivas, Patrimônio da Serra e Posses (IBGE, 2024; Santos Dumont, 2021).

## **O desenvolvimento de Santos Dumont e o turismo**

O município possui diversos recursos e atrativos turísticos ligados à história da própria cidade e a figura de Alberto Santos Dumont, por meio da construção da ferrovia. Esse patrimônio está diretamente ligado à história de ambos, pois Henrique Dumont, pai de Alberto, foi responsável pela construção de um ramal da antiga Estrada de Ferro Dom Pedro II. No entanto, o patrimônio da cidade não se restringe à ferrovia, já que também inclui recursos naturais como cachoeiras, quedas d'água, lagoas e recursos construídos, como fazendas centenárias, entre outros potenciais que podem ser trabalhados pelo poder público e pela iniciativa privada.

A seguir são descritos alguns dos bens físicos que fazem parte do patrimônio do município e compõe parte da diversidade de atrativos e recursos turísticos que lhe conferem um possível diferencial de atratividade e competitividade em comparação com outros destinos, agregando valor ao território por meio da regionalização do turismo (PRT).

O primeiro recurso descrito é a Fazenda da Mantiqueira (Figura 1), uma edificação centenária que possui grande valor histórico. Localizada no distrito de Patrimônio dos Paivas, constitui-se em um potencial atrativo voltado ao turismo rural, com o prestígio de ter pertencido ao Inconfidente José Aires Gomes, que, além desta, possuía muitas propriedades na redondeza (Rodrigues; Aguiar, 2019).

Figura 1 - Fazenda da Mantiqueira



Fonte: Portal Minas Gerais - SECULT (MG) (2024).

A partir de 1770, quando o Inconfidente adquiriu a posse das propriedades que pertenceram a seu sogro, ele continuou a desenvolver a agricultura e, conseqüentemente, a pagar grandes quantias de dízimos (Rodrigues, 2003). Entretanto, após seu falecimento, a viúva do Inconfidente apresentou à Fazenda Real um relatório dos rendimentos de plantações existentes nas propriedades, referente ao período de 1791 a 1796, quando estas ainda estavam sob confisco (Rodrigues; Aguiar, 2019).

Além da importância histórica ligada ao antigo proprietário, a Fazenda da Mantiqueira configurou-se como um recurso turístico que remeteu ao passado da região, especialmente após a exploração aurífera. Esse legado, que se desenvolveu ao longo das décadas, ainda consegue refletir de maneira fiel a principal forma de subsistência das famílias nos distritos de Santos Dumont, especialmente nas áreas rurais.

Atualmente, existem outras propriedades que também se apresentam como potenciais recursos para o desenvolvimento do turismo

cultural e rural no município. Entre elas, destacam-se o Hotel Fazenda Alvorada, em Dores do Paraibuna, o Centro Equestre Santa Maria, às margens da BR-040, no km 737, entre alternativas para turismo e lazer.

O segundo recurso discutido se relaciona com o patrimônio ferroviário, sendo as antigas Estação Central de Palmyra (1877) (Figura 2), e a Estação Ferroviária da Mantiqueira (1878) (Figura 3). A construção da Estrada de Ferro Dom Pedro II chegou a Palmyra por volta de 1867, trazendo progresso e empregando a mão de obra local (Fontes, 2022). Isso conferiu à ferrovia um lugar de destaque na memória e no patrimônio da cidade, pois continuou a impulsionar a economia local e a empregar cidadãos em diversos ofícios ligados ao desenvolvimento do município e da própria ferrovia, mesmo após mudanças administrativas, como novas concessões e privatizações (Gomes, 2013).

**Figura 2** - Antiga Estação Ferroviária Central de Palmyra



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Localizada na região central, a antiga Estação Central de Palmyra (Figura 2) foi inaugurada em 1º de fevereiro de 1877 e recebia trens de carga das capitais Rio de Janeiro (RJ) e Belo Horizonte (MG), que

transportavam mercadorias e suprimentos a serem distribuídos pela região. Ao mesmo tempo, esses trens eram carregados com a produção local da época e transportados principalmente para o Rio de Janeiro (Fontes, 2002).

No entanto, com o asfaltamento da BR-040, o transporte ferroviário de cargas foi descontinuado na década de 1950 (Fontes, 2002). A preferência pelo transporte automobilístico reduziu os investimentos na construção de ferrovias no país, tornando-as inviáveis como empresas estatais rentáveis (Gomes, 2013).

**Figura 3** - Antiga Estação Ferroviária de Mantiqueira



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

A antiga Estação Ferroviária da Mantiqueira (Figura 3) também se apresentou como um importante patrimônio a ser trabalhado pelo turismo. Inaugurada em 1878, funcionou como parada intermediária para embarque e desembarque de passageiros, recebimento e despacho da produção local e transporte de mercadorias para moradores e empreendimentos locais, como a fábrica de laticínios “Alberto Boeke”

(Kingma, 2018). Entretanto, seu funcionamento se estendeu até a década de 1960, quando foi desativada em razão do fim do transporte de carga na década de 1950 e da diminuição do transporte de passageiros (Fontes, 2002). Esse fator levou muitos dos bens patrimoniais da ferrovia, como a Estação Ferroviária de Mantiqueira (Figura 3), ao estado de ruína.

O terceiro bem a ser descrito são as primeiras fábricas de laticínios da América Latina (Figura 4), que tiveram seu surgimento em Palmyra. Essa fase também foi importante para o desenvolvimento local, por representar o pioneirismo na produção de laticínios, em que registros apontam que Alberto chegou a estabelecer relações comerciais com as produções de algumas das extintas fábricas. Assim, a Mantiqueira se tornou berço da indústria de laticínios do Brasil e da América Latina quando o médico e pecuarista Dr. Carlos Pereira de Sá Fortes, ao lado de Alberto Boeke e Gaspar Jong, construíram a fábrica de Laticínios da Mantiqueira (Figura 4 e 5), em 1888 (Kingma, 2018).

**Figura 4** - Primeira fábrica de laticínios da América do Sul (Fábrica de Laticínios da Mantiqueira)



Fonte: Kingma (2018).

**Figura 5** - Rótulo do primeiro queijo industrializado do Brasil, produzido na fábrica de Laticínios da Mantiqueira e registrado no Arquivo Nacional, em 1888



Fonte: Kingma (2018).

Nas décadas seguintes, a expansão da produção de laticínios local foi continuada. Em 1907, Alberto Boeke e Gaspar Jong fundaram a “Alberto Boeke, Jong & Cia”, que depois ficou conhecida como “Cia Boeke”, após o fim da sociedade entre Boeke e Jong em 1921. Entretanto, o carro chefe da Cia, o queijo do reino “Borboleta” (Figura 6), já era apreciado em todo o país (Kingma, 2018).

**Figura 6** - Embalagens do queijo do reino (Marcas Borboleta e Palmyra) e doce de leite Borboleta



Fonte: Ribeiro Fonseca Laticínios S/A adaptado pelos autores (2024).

Outros investidores, como Ribeiro e Fonseca, continuaram a produção por mais de um século, destacando-se nacionalmente com os melhores queijos (Figura 7).

**Figura 7** - Mapa ilustrativo da localização do município de Santos Dumont



Fonte: Ribeiro Fonseca Laticínios S/A adaptado pelos autores (2024).

O mapa ilustrativo da localização do município de Santos Dumont (MG) entre as capitais do sudeste brasileiro, criado na década de 1970 (Figura 7), demonstrou, também, como a localização da terra do Pai da aviação favorecia o escoamento da produção. O queijo do reino feito em Palmyra era tão disputado que ficou conhecido como queijo palmyra antes mesmo da marca ser registrada em 1920 (Kingma, 2018). Na década de 1910 já circulavam notícias sobre os laticínios produzidos na Mantiqueira (Figura 8). Eram produtos de altíssima qualidade em virtude de rigorosas questões sanitárias e técnicas empregadas na produção (Leitura Para Todos, 1905).

**Figura 8** - Informe sobre a Companhia de Laticínios da Mantiqueira publicado no jornal *Leitura Para Todos*, em 1905, no Rio de Janeiro



Fonte: *Leitura Para Todos* (RJ) (1905)

## **O Museu de Cabangu, o personagem Alberto Santos Dumont e os conceitos de turismo**

O quarto recurso patrimonial que se destaca na cidade é o Museu de Casa de Cabangu (Figura 9). Originado de um canteiro de obras ao lado da antiga ferrovia Estrada de Ferro Dom Pedro II, o engenheiro Henrique Dumont, pai de Alberto, se estabeleceu com a família na década de 1870, onde foi o lugar de nascimento de Santos Dumont (1873). Alberto retornou ao local em 1918, após sua fama internacional, reconhecendo-o como sua casa natal, onde se tornou fazendeiro e, por testamento, a devolveu à União (IEPHA/MG, 2014; Frazão, 2021).

**Figura 9** - Museu de Cabangu



Fonte: Portal Minas Gerais - SECULT (MG) (2024).

Composto por uma casa de aspecto colonial, três pavilhões de exposição, reserva técnica, lago, cascata, árvores centenárias e área de lazer, a área total estimada do Parque Cabangu corresponde a aproximadamente 36 hectares (IEPHA/MG, 2014). O berço do “Pai da aviação” abriga um valioso acervo documental e bibliográfico pessoal do

inventor e de sua família, constituído por cartas, fotografias e objetos pessoais, como roupas, cartolas e o famoso chapéu panamá (Santos Dumont, 2024). Elementos que, elencados ao lado do colarinho, da bengala, entre outros objetos, constituem a alegoria em torno da imagem de Santos Dumont representada até o presente.

Desta forma, é possível constatar que a cidade de Santos Dumont possui atrativos e recursos turísticos que lhe conferem grande potencial de oferta turística, podendo ser empregados à disposição de diversos segmentos, como turismo rural, turismo cultural, turismo de aventura, entre alternativas.

Destaca-se que, para o estudo, foram adotados o conceito de turismo da Organização Mundial do Turismo (OMT) e de turismo rural os conceitos do MTUR e de autores como Silva, Balsadi e Del Grossi (1997). O turismo abrange as ações que indivíduos desempenham enquanto viajam e permanecem em locais distintos do seu ambiente usual, por um período contínuo menor que um ano, com propósitos de recreação e outros fins (OMT, 2001).

Em relação ao conceito de turismo rural, cabe destacar que existem muitas definições que enfatizam a importância de diferenciar os conceitos de espaços urbanos e rurais, pois os conceitos já formulados são atravessados por questões administrativas e geográficas que se sobrepõem ao serem definidas as características dos territórios (Brasil, 2010).

No conceito de turismo rural apresentado pelo MTUR (Brasil, 2010), incluem-se as ações realizadas fora do ambiente urbano, que englobam atividades recreativas no meio rural em diversas formas,

definidas conforme a oferta: Turismo Rural, Ecoturismo, Aventura, entre outras, as quais podem se complementar ou não.

Já o entendimento acerca do conceito de turismo rural, para autores como Silva, Balsadi e Del Grossi (1997), é que esse se constitui de ações que criam ocupações adicionais às atividades agrícolas e continuam a integrar o dia a dia da propriedade rural, em diferentes graus de intensidade, devendo ser vistas como parte de um processo de adição de serviços aos produtos agrícolas e de valorização dos bens intangíveis das propriedades rurais, como a paisagem (Silva; Balsadi; Del Grossi, 1997).

## **Metodologia**

Este estudo é um desdobramento de investigações prévias realizadas sobre o município, a qual tinha como ênfase o diferencial de atratividade turística que a imagem do “Pai da aviação”, Alberto Santos Dumont, enquanto “fazendeiro”, poderia proporcionar ao desenvolvimento local e regional.

Trata-se de uma pesquisa de natureza exploratória, com abordagem qualitativa e descritiva, pautada em dados bibliográficos, documentais, fontes oficiais na internet e em dados primários obtidos em pesquisas de campo.

Na coleta de dados de campo foram aplicados questionários estruturados e entrevistas semiestruturadas junto a atores envolvidos no turismo local e regional, coletados entre agosto e novembro de 2023. As entrevistas e questionários objetivaram dimensionar a demanda de turistas

e visitantes, bem como as percepções dos atores do turismo sobre a imagem de Alberto Santos Dumont.

Moradores, visitantes, turistas, empreendedores do setor de hospedagem e alimentação, turismólogos, representantes da sociedade civil organizada, membros do poder público (Executivo e Legislativo), produtores rurais, entre outros atores do turismo local e regional, fizeram parte da amostra por acessibilidade da pesquisa. Assim, totalizaram-se 47 entrevistas semiestruturadas (divididas entre dois públicos: 1. *trade* turístico; e 2. moradores, visitantes e turistas), que foram gravadas em áudio e transcritas manualmente, e 27 questionários estruturados de demanda turística do Museu de Cabangu. Cabe destacar que os entrevistados não foram identificados.

Os métodos documental e bibliográfico foram usados na pesquisa como recurso complementar, com base em cartas, documentos de órgãos oficiais, livros, artigos científicos, entre outras fontes. Os resultados foram obtidos por meio de amostra por acessibilidade e análise das narrativas coletadas nas diferentes fontes, que permitiram compreender características das atividades econômicas, da identidade histórica, cultural e do desenvolvimento socioeconômico local.

## **Discussão de Resultados**

Os resultados da pesquisa possibilitaram identificar diferentes fases do processo de desenvolvimento socioeconômico do município, a começar com seu surgimento como ponto de apoio a viajantes entre o litoral (Rio de Janeiro) e as minas de ouro e diamantes das Minas Gerais

(Caminho Novo), entre os séculos XVII e XVIII, projeto oficial da Coroa Portuguesa.

Fato que repercutiu até os dias atuais de diferentes formas, como o nome da Região Turística a qual o município está inserido no PRT (Caminho Novo) e a participação no projeto da Rota da Estrada Real, uma das maiores Rotas Turísticas do país, com mais de 1.630 km de extensão, que atravessa os estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo, tendo um trecho de trilha com cerca de 3 km entre os municípios de Santos Dumont e Ewbank da Câmara (Instituto Estrada Real, 2021).

Posteriormente ao período da exploração aurífera, ao final do século XVIII, a atual região da Zona da Mata mineira manteve-se economicamente ativa em torno da produção agropecuária, tendo como símbolo desse período as grandes propriedades de terra, como as fazendas do Inconfidente José Aires Gomes, um dos maiores fazendeiros da época (Rodrigues; Aguiar, 2019).

Em seguida, a pesquisa evidenciou aspectos relacionados à construção da Estrada de Ferro D. Pedro II (1867) e à produção de laticínios (1888). Fatos que possibilitaram tanto o nascimento de Santos Dumont (1873) como avanços econômicos e tecnológicos significativos ao desenvolvimento da cidade.

Nesse contexto, o retorno de Alberto Santos Dumont em 1919 também se destacou, quando recebeu como doação do governo federal as terras que correspondiam a sua casa natal, após tê-las reconhecido (1914). No entanto, Alberto já havia voltado à cidade natal em 1903, como destacam Pequeno e Bara (2007, p. 14), ao afirmar que “figura

mundialmente famosa, desembarca na pacata cidadezinha de Palmyra em busca de suas origens”.

Ainda em relação ao destaque da pequena Palmyra nos cenários local e regional da época, mesmo antes da tradicional marca ser oficialmente registrada, em 1920, o queijo palmyra já fora apreciado nacionalmente (Kingma, 2018).

Através da análise de cartas dispostas no Museu de Cabangu e da literatura consultada, identificou-se que Alberto foi destemido ao dedicar-se à criação de gado. Fatos diversos demonstraram sua preocupação com a Fazenda, com os animais e como era sua relação com amigos e negociantes locais (Pequeno; Bara, 2007).

Na busca pela compreensão do desenvolvimento socioeconômico local, identificaram-se mecanismos que impactaram a economia e fatores que alteraram a dinâmica espacial e político-administrativa do território, resultando na queda da produção de laticínios e na desvalorização da memória coletiva.

Retratado o contexto histórico do desenvolvimento local, algumas reflexões sobre o presente e alternativas de futuro também são pertinentes. Como visto, seu surgimento se deu através da necessidade de acolhida daqueles que escoavam metais preciosos. Portanto, desde seu surgimento, há forte relação do território com o turismo. Perceberam-se também aspectos histórico-culturais, como o passado da produção agropecuária e a ferrovia. Todas essas fases foram ilustradas a seguir (Figura 10).

**Figura 10** - O Desenvolvimento Socioeconômico de Santos Dumont-MG.



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Ao analisar o município em um contexto atual, identificou-se a existência de índices significativos de desemprego e informalidade, uma vez que, em média, cerca de 80% da população local não estava formalmente ocupada (IBGE, 2024). Ainda conforme o IBGE (2024), a população local teve uma redução aproximada de 10% nos últimos 15 anos, passando de 46.289 para 42.406 habitantes. Em contrapartida, Oliveira (2021) apontou que os setores de serviços e turismo são promissores para o desenvolvimento socioeconômico de Santos Dumont. Segundo o apontamento de Silva, Balsadi e Del Grossi (1997):

O turismo rural se constitui de ações que criam ocupações adicionais às atividades agrícolas e continuam a integrar o dia a dia da propriedade rural, em diferentes graus de intensidade, devendo ser vistas como parte de um processo de adição de serviços aos produtos agrícolas e de valorização dos bens intangíveis das propriedades rurais, como a paisagem.

Portanto, entendeu-se que o município apresenta grande potencial para o desenvolvimento de segmentos turísticos, como o rural e histórico-cultural. Tanto a partir de recursos e atrativos apresentados como também dos não citados, a exemplo da Cachoeira da Fumaça, do Pontilhão Três Arcos, do Queijo do Reino, da Represa da Ponte Preta, de chafarizes centenários que serviram de apoio aos viajantes, entre outros.

Ao interpretar os dados de campo, surgiram elementos importantes para o estudo, como a posição de um representante do setor turístico, que, ao ser entrevistado, foi indagado sobre possíveis formas de resgatar e preservar o patrimônio histórico local em torno do pioneirismo na produção de laticínios. A partir disso, ele afirmou que:

A perda desta memória se deve ao fato de a cidade ter mudado sua economia. Santos Dumont era forte na produção de laticínios e hoje não é mais. Com o passar do tempo, outras formas de desenvolvimento da cidade ocorreram, como o comércio e a prestação de serviços. Faltaram também políticas públicas com investimento no resgate desta memória e até em incentivar a volta da produção de laticínios.

Uma ocorrência que demonstrou certa responsabilidade por parte dos pioneiros da produção de laticínios no Brasil naquela época – e que corrobora com o depoimento acima destacado – foi a implementação de uma contrapartida social pela Companhia de Laticínios da Mantiqueira. Segundo Branco (1988), leite esterilizado para alimentação infantil era distribuído diária e gratuitamente.

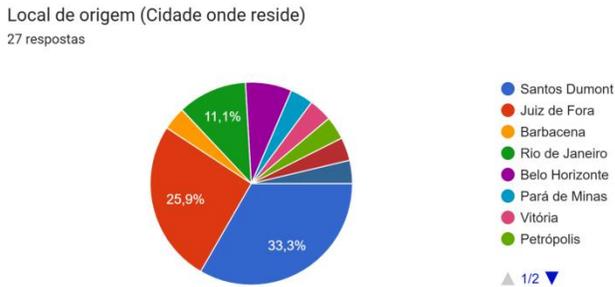
Por sua vez, no que tange ao desenvolvimento do turismo local, conforme o art. 22 da Lei n. 4.241/2012, que instituiu as diretrizes da política municipal de turismo no Plano Diretor Municipal, algumas das ferramentas identificadas pelo estudo foram: integração entre meio ambiente e cultura; garantia na qualidade do atendimento; disponibilização de informações turísticas; capacitação de mão de obra local; entre outras (Santos Dumont, 2012).

No entanto, apenas algumas dessas ferramentas foram reconhecidas na prática, como a organização da pasta de turismo integrada às divisões de meio ambiente, esportes e lazer. Ademais, a capacitação da mão de obra local pôde ser lida mediante ações realizadas, como cursos de empreendedorismo no espaço rural, oferecidos pela Prefeitura Municipal (PMSD) em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR (Santos Dumont, 2024). Outro ponto de destaque identificado foi a arrecadação do Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços (ICMS), que alcançou índices positivos em 2023 (Minas Gerais, 2023).

Procurando compreender a origem das pessoas que visitavam a antiga casa de Alberto, foi realizado um levantamento durante o período de coleta de dados no Museu de Cabangu (Figura 11). Observou-se que a maioria do público (27 respondentes) que frequentou o local à época foi formada por “visitantes locais”, com cerca de 33% sendo sandumonenses e algo em torno de 26% juiz-foranos. Ainda, pessoas oriundas de outras cidades mineiras, que totalizaram cerca de 80% dos visitantes e turistas. Isso indicou que houve uma possibilidade real de gestores, tanto públicos

como privados do turismo, trabalharemos um turismo de baixo impacto, como o escapismo.

**Figura 11** - Pesquisa estruturada (Origem do Público do Museu de Cabangu)

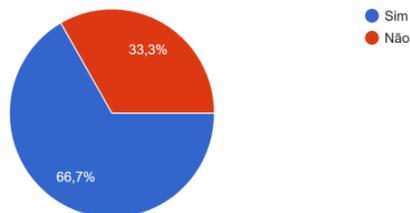


Fonte: Santos (2023).

A seguir estão descritos resultados da entrevista semiestruturada (Figuras 12 e 13), que visaram mensurar aspectos e percepções sobre a imagem de Alberto Santos Dumont, além de questões relacionadas à história do município, a partir da perspectiva de moradores, visitantes e turistas (32 entrevistados), assim como de atores dos setores público e privado do setor (15 entrevistados).

**Figura 12** - Entrevista semiestruturada (Dados de Atores Públicos e Privados do Turismo)

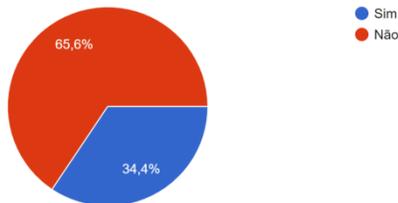
Você sabia que Alberto Santos=Dumont voltou a Santos Dumont/MG na vida adulta?  
15 respostas



Fonte: Santos (2023).

**Figura 13** - Entrevista semiestruturada (Dados de Moradores, Visitantes e Turistas)

Você sabia que Alberto Santos=Dumont voltou a Santos Dumont/MG na vida adulta?  
32 respostas



Fonte: Santos (2023).

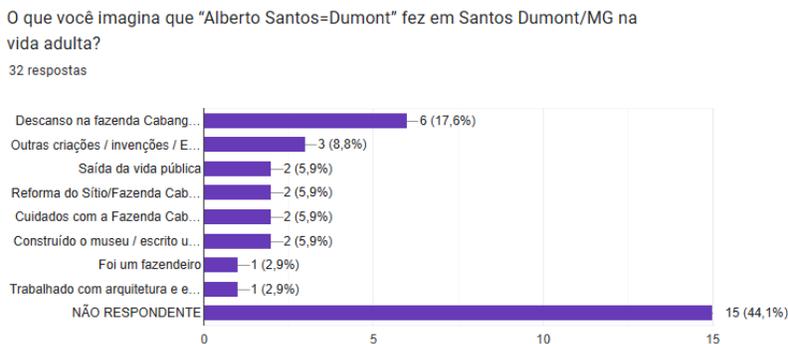
Foi identificado que, entre os dois públicos-alvo entrevistados, cerca de 66% dos moradores, visitantes e turistas (Figura 13) desconheciam que Alberto retornou à cidade de Palmyra na vida adulta, enquanto cerca de 67% dos atores do turismo (Figura 12) confirmaram ter ciência desse fato. Fato que pode indicar relativo engajamento e consciência daqueles que operam e gerenciam a atividade no território.

Esses grupos também foram indagados sobre aspectos de Alberto pouco comentados e, surpreendentemente, grande parte apontou desvalorização ou não retratação da história de Alberto Santos Dumont no âmbito escolar, com 18 repetições entre os públicos. Fato que demonstrou um cenário onde a maioria dos entrevistados (Figuras 12 e 13) conheciam pouco a história do inventor.

Os entrevistados ainda foram indagados sobre a atuação de Alberto na antiga Palmyra (Figuras 14 e 15). As respostas apontaram uma repetição de palavras e expressões, dentre as quais se destacam termos como “descanso na fazenda, pecuária, equitação, fazenda, criação do

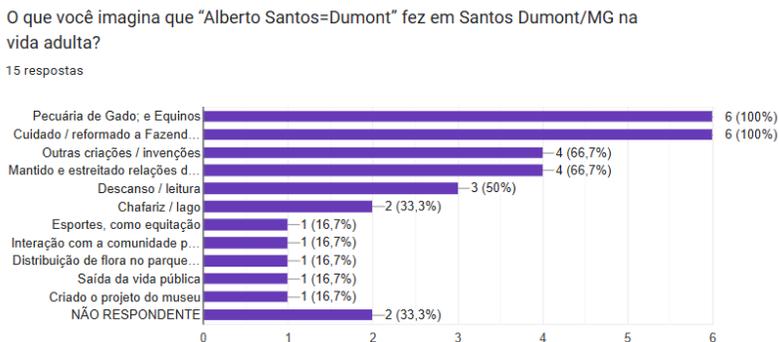
museu, chafariz, descanso”, entre outros, somando mais de 30 aparições em comum, como ilustrado a seguir (Figuras 14 e 15).

**Figura 14** - Entrevista semiestruturada (Dados de Moradores, Visitantes e Turistas)



Fonte: Santos (2023).

**Figura 15** - Entrevista semiestruturada (Dados de Atores Públicos e Privados do Turismo)



Fonte: Santos (2023).

Assim, os entrevistados demonstraram reconhecimento da relação íntima entre Alberto e Santos Dumont (seu local de nascimento), destacando um aspecto fidedigno e pouco conhecido: o Alberto Santos Dumont fazendeiro.

Os entrevistados também foram indagados a respeito de possíveis influências de Alberto na economia local, a partir de sua dedicação à pecuária. Um dos entrevistados do trade turístico disse que: “Houve certo pioneirismo dos produtores locais da época na produção de laticínios, e acredito na influência de sua figura para o aumento da produção”.

Um entrevistado do grupo de moradores, visitantes ou turistas disse: “Desacredito no impacto causado apenas por Alberto, mas, na coletividade junto dos demais fazendeiros da região, a fabricação de coalho e a exportação de queijos e doces tradicionais que não são mais fabricados, sim, promoveram uma considerável ascensão econômica para a região”.

Assim, entendeu-se que, apesar das discordâncias, ambos os grupos concordaram com possíveis impactos no cenário local, seja pela influência da figura de Alberto, seja pelo impacto econômico de sua atividade na pecuária, entre outras formas, como o turismo.

Para Oliveira (2021), o turismo é um dos setores econômicos mais promissores do município. Isso tanto por suas riquezas histórico-culturais como por suas características geográficas e sua extensão territorial, que contava com cerca de 91 km<sup>2</sup> de áreas não urbanizadas (IBGE, 2019). Essa característica fez com que o turismo rural se apresentasse com forte potencial.

Conforme alguns autores, o turismo rural é composto de atividades que geram ocupações complementares às atividades agrícolas e continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade rural, em menor ou maior intensidade (Silva; Balsadi; Del Grossi, 1997). O MTUR (Brasil, 2010) complementa que o turismo rural engloba atividades praticadas no

meio não urbano, em várias modalidades, definidas com base na oferta de diversos segmentos e atividades turísticas.

Nesse contexto, os atores do *trade* turístico foram abordados sobre o pioneirismo local na produção de laticínios. Não obstante, cerca de 30% dos entrevistados afirmaram desconhecer esse fato histórico. Portanto, em um cenário em que parte considerável dos entrevistados afirmavam desconhecer um fato tão relevante, segmentos turísticos, como o histórico-cultural, o rural e outros, podem ser trabalhados como uma via promissora ao resgate da memória coletiva e ao desenvolvimento socioeconômico local a partir do turismo.

### **Considerações finais**

A investigação evidenciou que, desde seu surgimento, o município teve relação direta com as áreas de turismo e serviços, especialmente os transportes, uma vez que o turismo se relaciona com deslocamentos e a cidade surgiu como opção de apoio para viajantes que atravessavam o Caminho Novo ao longo dos séculos XVII e XVIII, vindo a se estabelecerem pela região e continuando a desenvolvê-la, também, por meio de práticas agropecuárias, até a construção da ferrovia no século XIX.

Percebeu-se, ainda, que a ferrovia se constituiu em um elemento-chave do patrimônio histórico local ao ter possibilitado o nascimento do Pai da aviação na cidade. Fatos que perduraram e se refletem no atual nome do município, no Museu de Cabangu, bem como na existência de um contingente significativo de bens ligados ao patrimônio ferroviário.

Sendo assim, foram identificadas no estudo cinco fases do desenvolvimento socioeconômico local, sendo elas: a abertura do Caminho Novo (séculos XVII e XVIII), as grandes fazendas (século XVIII), a construção da ferrovia (século XIX), a produção de laticínios (séculos XIX e XX) e, para o século XXI, a pesquisa indicou oportunidades significativas de desenvolvimento dos setores de turismo e serviços. Oportunidades de desenvolvimento estas que Oliveira (2021) atestou em sua dissertação.

Em vista da aparente escassez de material bibliográfico em torno da história econômica da cidade de Santos Dumont, espera-se que esta pesquisa contribua significativamente para a construção de trabalhos que tenham a história e o desenvolvimento socioeconômico do município como objetos de estudo. E que ainda possa contribuir com a atuação de profissionais das áreas de turismo e patrimônio na perspectiva empírica, uma vez que foram fornecidos dados primários de demanda, além da descrição de atrativos, recursos e outras possibilidades de complementação da oferta turística local.

## Referências

BRANCO, Oswaldo H. Castello. **Uma cidade à beira do Caminho Novo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1988.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estatísticas e Indicadores**. Brasil, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/estatisticas-e-indicadores>. Acesso em: 28 mar. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Segmentação. **Turismo rural**: orientações básicas. 2. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010.

CIÊNCIA DO LEITE. **Primeira Fábrica de Coalho da América do Sul**. 26 fev. 2021. Disponível em: <https://ciencia долеite.com.br/noticia/4963/primeira-fabrica-de-coalho-da-america-do-sul>. Acesso em: 30 fev. 2024.

FONTES, Marisa. **Dossiê de tombamento da estação ferroviária central**. Santos Dumont, MG: [s.n.], 2002.

FONTES, Marisa. **Dossiê de tombamento da estação ferroviária de Mantiqueira**. Santos Dumont, MG: [s.n.], 2022.

FRAZÃO, Dilva. Biografia de Santos Dumont. **Ebiografia**, 20 set. 2021. Disponível em: [https://www.ebiografia.com/santos\\_dumont/](https://www.ebiografia.com/santos_dumont/). Acesso em: 19 fev. 2024.

GOMES, Patricia Morais. **Transporte e reprodução do espaço**: o papel da Estrada de Ferro Central do Brasil na dinâmica do espaço urbano de Santos Dumont. 2013. 206 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/4090>. Acesso em: 9 ago. 2024.

IEPHA/MG – Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais. **Guia dos Bens Tombados**. Belo Horizonte, MG: IEPHA/MG, 2014. v. 1. Disponível em: <https://iepha.mg.gov.br/index.php/publicacoes/guia-dos-bens-tombados/Publication/4-Guia-dos-Bens-Tombados-Volume-1/>. Acesso em: 9 ago. 2024.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e Estados**: Santos Dumont (MG). Brasília, DF: 2019. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/santos-dumont/panorama>. Acesso em: 19 fev. 2024.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e Estados**: Santos Dumont (MG). Brasília, DF: 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mg/santos-dumont.html>. Acesso em: 19 fev. 2024.

INSTITUTO Estrada Real. **Caminho Novo**. Belo Horizonte, 2021. Disponível em: <https://institutoestradaREAL.com.br/caminhos/caminho-novo>. Acesso em: 9 abr. 2024.

KINGMA, Víctor. **Mantiqueira**: berço de pioneirismo. Juiz de Fora, MG: Editar, 2018.

LEITURA Para Todos (RJ). **1905 a 1930**. 1905. Disponível em: [https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=348074&pesq="lacticinios"&pagfis=145](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=348074&pesq=). Acesso em: 9 ago. 2024.

MINAS GERAIS. **Decreto n. 25, 4 de março de 1890**. Eleva a vila de Palmira à categoria de cidade e contém outras medidas de estatística. Ouro Preto, MG: Coleção das Leis Mineiras, 1890. Disponível em: <https://www.almg.gov.br/legislacao-mineira/texto/DEC/25/1890/>. Acesso em: 5 ago. 2024.

MINAS GERAIS. **Decreto n. 10.447, de 31 de julho de 1932**. Muda para Santos Dumont o nome da cidade, do município, do termo e comarca de Palmira. Palmira, MG: Coleção das Leis Mineiras, 1932. Disponível em: <https://www.almg.gov.br/legislacao-mineira/texto/DEL/10447/1932/>. Acesso em: 5 ago. 2024.

MINAS GERAIS. **Lei n. 3.712, de 27 de julho de 1889**. Cria os municípios de Abre Campo, Cambuí e Palmira. Ouro Preto, MG: Coleção das Leis Mineiras, 1889. Disponível em: <https://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:minas.gerais:estadual:lei:1889-07-27;3712>. Acesso em: 5 ago. 2024.

MINAS GERAIS (Estado). **Observatório do Turismo de Minas Gerais**. 2023. Disponível em: <https://www.observatorioturismo.mg.gov.br>. Acesso em: 28 mar. 2024.

MINAS GERAIS (Estado). Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais. **Valores dos Índices definitivos de Investimento em Turismo dos municípios (iit) e de participação para fins de distribuição da parcela de icms pelo critério turismo em 2023, ano-referência 2021, nos termos do artigo 9º, § 5º, da Lei Estadual n. 18.030, de 12 de janeiro de 2009**. Belo Horizonte, MG: SECULT, 2022. Disponível em: <https://www.secult.mg.gov.br/download/category/10-icms-turismo?download=2825:retificacao-definitivos-abr-2022>. Acesso em: 9 ago. 2024.

MINAS GERAIS. **Turismo em Minas Gerais**: Santos Dumont. Belo Horizonte, 2023. Disponível em: <https://www.minasgerais.com.br/pt/destinos/santos-dumont>. Acesso em: 19 fev. 2024.

OLIVEIRA, Gabriel Marcos Ferreira de. **Desenvolvimento local do microterritório de Santos Dumont - MG**. 2021. 113 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração Pública) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2021. Disponível em: <http://repositorio.ufla.br/jspui/handle/1/49499>. Acesso em: 28 mar. 2024.

OMT – Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao turismo**. São Paulo, SP: Roca, 2001.

PEQUENO, Izabel; BARA, Sergio. **Santos Dumont: retorno às origens – a vida do pai da aviação em sua terra natal**. Juiz de Fora, MG: San Antonio Studios, 2007.

RODRIGUES, André Figueiredo. Os sertões proibidos da Mantiqueira: desbravamento, ocupação da terra e as observações do governador dom Rodrigo José de Meneses. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 23, n. 46, p. 253-270, 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbh/a/JKnyDCGyd6RwHYMwdTJdtNz/>. Acesso em: 25 mar. 2024.

RODRIGUES, André Figueiredo; AGUIAR, José Otávio. Práticas agrícolas nas propriedades dos participantes da Inconfidência Mineira (Minas Gerais, comarca do Rio das Mortes, segunda metade do século XVIII). **Patrimônio e Memória**, Assis, v. 15, n. 1, p. 114-133, jan./jun. 2019. Disponível em: <https://pem.assis.unesp.br/index.php/pem/article/view/956/1074>. Acesso em: 25 mar. 2024.

SANTOS DUMONT (MG). Inscrições para curso de empreendedorismo no espaço rural se esgotam em menos de 24h. **Notícias**, 23 jun. 2021. Disponível em: [www.santosdumont.mg.gov.br/noticiasInterna/inscricoes-para-curso-de-empreendedorismo-no-espaco-rural-se-esgotam-em-menos-de-24h](http://www.santosdumont.mg.gov.br/noticiasInterna/inscricoes-para-curso-de-empreendedorismo-no-espaco-rural-se-esgotam-em-menos-de-24h). Acesso em: 9 ago. 2024.

SANTOS DUMONT (MG). **Lei n. 4.241/2012**. Dispõe sobre o Plano Diretor Participativo do Município de Santos Dumont, nos termos do capítulo III da Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2001 – Estatuto das Cidades: Sistema de Leis Municipais, 2012. Disponível em: [www.santosdumont.mg.gov.br/portais-portal-servicos-plano-diretor](http://www.santosdumont.mg.gov.br/portais-portal-servicos-plano-diretor). Acesso em: 7 abr. 2024.

SANTOS DUMONT (MG). **Turismo e Lazer (PMSD)**. 2024. Disponível em: <http://www.santosdumont.mg.gov.br/cidade-turismo>. Acesso em: 31 mar. 2024.

SANTOS, Samuel Ribeiro dos. **A imagem do Fazendeiro como fator diferencial de atratividade turística diante da figura do Inventor**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Gestão de Turismo) – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais, Barbacena, 2023.

SILVA, José Graziano da; BALSADI, Otavio Valentim; DEL GROSSI, Mauro Eduardo. O emprego rural e a mercantilização do espaço agrário. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 50-64, abr./jun. 1997. Disponível em: <http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/index.php?men=rev&cod=2055>. Acesso em: 5 ago. 2024



02

HOTEL-ESCOLA DE  
MULUNGU - CE: uma forma  
acessível de hospedar

Carlos Bruno Oliveira Rocha  
Zilsa Maria Pinto Santiago

# **HOTEL-ESCOLA DE MULUNGU - CE: UMA FORMA ACESSÍVEL DE HOSPEDAR**

ROCHA, Carlos Bruno Oliveira  
SANTIAGO, Zilsa Maria Pinto

O espaço rural apresenta princípios e conceitos que abrangem setores não exclusivos à lógica da agricultura, o que evidencia o dinamismo nas relações estabelecidas com o urbano. Sua conceituação é direcionada por sua ocupação territorial e paisagem que, tratando do Ceará como exemplo, engloba territórios do litoral, sertões e serras, ambos com populações e fluxos transeuntes entre zonas urbanas e rurais. O foco deste estudo é a região serrana do Maciço de Baturité, especialmente o município de Mulungu, e o desenvolvimento do turismo em sua área rural, entendendo que o município pode se beneficiar do patrimônio natural da região, dos eventos culturais e religiosos das cidades vizinhas e de suas qualidades específicas.

Busca-se mostrar possíveis caminhos para a retenção populacional desta bucólica cidade a partir da ampliação de habilidades humanas, tendo em vista que significativa parcela de jovens e adultos dessa região serrana buscam formação profissional em cidades vizinhas e em Fortaleza, deslocando-se diariamente ou passando a morar de vez e, ainda, há cidadãos que não conseguem arcar com as despesas de uma formação técnica. É interessante a reflexão acerca dos esforços que podem ser feitos pela democratização do ensino superior que beneficie moradores do interior do Ceará. Neste capítulo é pretendido demonstrar ser bastante



enriquecedor para o arquiteto e urbanista o exercício de perceber possibilidades, respeitando a conjuntura ambiental e costumes locais, que fortaleçam a comunidade através do investimento econômico, cultural e social em cidadãos de Mulungu.

É relevante a discussão acerca da dinâmica do meio de hospedagem hotel-escola, pois a edificação possibilita a troca de conhecimento entre professores e alunos enquanto acolhe o turista: os cursos de hotelaria, gastronomia e artesanato seriam ministrados e os alunos aprenderiam em situação real de trabalho, possibilitando gerar novas possibilidades de escolha para os habitantes de um espaço rural: se desejarem podem obter formação para trabalhar na rede de hospedagem da região, em restaurantes e, ainda, abrir seus próprios negócios. Buscando embasamento para a valorização do espaço rural, a eficiência da proposta para o município de Mulungu se mostra promissora, já que o desenvolvimento rural está vinculado à melhoria econômica e social de uma população, respeitando sua paisagem. Interessante refletir também acerca do livre acesso e uso do hotel-escola por qualquer indivíduo, assumindo que a hospitalidade está interligada ao acolhimento da diversidade. Dessa forma, estudantes, professores, funcionários e turistas com deficiência e/ou mobilidade reduzida teriam, através do desenho universal, meios de utilizar plenamente a edificação.

A profissionalização é um potente provedor de renda e a conjuntura ambiental da região serrana do Maciço de Baturité é grande atrativo turístico e possível gerador da dinamização da economia familiar, também podendo mudar os aspectos infraestruturais do município de Mulungu.

O presente trabalho tem como objetivo contribuir com o debate sobre turismo no espaço rural e apresentar um projeto de um equipamento institucional que pode ser associado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), somando-se aos outros campi presentes no Maciço de Baturité, como os de Baturité e Guaramiranga, que hospeda enquanto prepara profissionais, expandindo as opções para moradores do município de Mulungu, na busca de frear a evasão populacional causada pela inexistência de oferta de capacitação social gratuita no município. Influenciado pelo Hotel-Escola de Guaramiranga, ao mesmo tempo que expande a rede de hospedagem da região, pretende impulsionar e criar atividades turísticas e, ainda, estimular o intercâmbio de fluxos entre cidades dessa região serrana, para assim fortalecer laços comunitários pela promoção da cultura, educação e economia regional.

Neste sentido, é discutida a proposta de um Hotel-Escola em Mulungu, que visa fortalecer a rede hoteleira local com alto padrão de hospitalidade, criar empregos, formar profissionais capacitados e reinvestir os lucros no município. O projeto arquitetônico idealizado foi implantado na comunidade Lameirão, um local valorizado pela vista para o pôr-do-sol e potencial para atividades turísticas que atraem visitantes em busca de tranquilidade e contato com a natureza.

### **Metodologia e alguns resultados da pesquisa prévia com cidadãos de Mulungu**

No processo de pesquisa bibliográfica para a fundamentação teórica, logo ficou clara a importância do estudo do espaço rural como partida, seguindo do turismo no espaço rural e a importância de fortalecer



socialmente os habitantes de pequenas cidades turísticas. Foram estudados também conceitos relacionados à democratização dos espaços para rebatê-los no projeto arquitetônico acessível.

Além da revisão de literatura, neste artigo é apresentado um projeto do Hotel-Escola de Mulungu, como forma de contribuir sobre as discussões do desenvolvimento do espaço rural, e a potência de um meio de hospedagem acessível e que capacite em situação real de trabalho.

Um dos principais motivadores da escolha do tema deste trabalho foi a problemática da inexistência da formação profissional gratuita no município de Mulungu, o que influencia a evasão de jovens e adultos que buscam em cidades vizinhas, em Fortaleza e outros centros urbanos, capacitação de qualidade.

Mesmo havendo em Baturité e Guaramiranga cursos ofertados pelo IFCE, há moradores que não podem arcar com as despesas de locomoção e/ou precisam permanecer na cidade para trabalhar. Buscando maior aproximação da realidade social do mulunguense, foi elaborado um questionário por meio da plataforma Formulários do Google, que pudesse ser respondido de forma online devido o contexto de distanciamento social referente à pandemia com perguntas sobre as experiências e sentimentos vividos em Mulungu e também relacionadas à transição causada pela finalização do Ensino Médio.

Foram captadas 58 respostas de pessoas com idades entre 14 e 61 anos para entendimento do nível de receptividade de um Hotel-Escola em Mulungu pelos próprios mulunguenses, deixando claro que o trabalho teria apenas fins acadêmicos.

Os primeiros dados já apresentam relevante importância, já que 81% destas pessoas finalizaram o Ensino Médio e 72,8% precisaram se mudar de Mulungu ou se deslocar diariamente para outra cidade para cursar o Ensino Superior. As pessoas que não vivenciaram ou não vivenciam o Ensino Superior justificam principalmente a falta de oportunidade em Mulungu e condições financeiras que impedem que saiam do município. Dentre os resultados, 49 pessoas preferem continuar em Mulungu, devido à família, ao clima, à calma, maior qualidade da habitação, comodidade e, mais uma vez, o sentimento de segurança, nesse caso devido às menores taxas de infecção apresentadas pela cidade no período da pandemia da Covid- 19.

Interessante perceber como mulunguenses enxergam a atual conjuntura do turismo da cidade: 98,3% afirmaram que a atividade turística pode expandir e 53,4% não acreditam que os cidadãos se beneficiam de forma satisfatória do turismo da região.

Nas perguntas direcionadas à possibilidade do Ensino Superior em Mulungu o nível de receptividade é bastante positivo: 84,5% dos entrevistados afirmam que usufruíram da oferta em Mulungu aliada à existência de cursos de seu interesse e a boa qualidade do ensino. Nas respostas pode-se perceber a avaliação para a introdução de um espaço em que se ensine hotelaria, gastronomia, artesanato, entre outros, e a grande maioria das respostas foram positivas, entendendo como importante para formação profissional de jovens e adultos que não podem e ou não querem sair da cidade.

Finalmente, foi questionada a possibilidade de um Hotel-Escola em Mulungu gerido pelos próprios mulunguenses, onde se receberia turistas para desenvolvimento do turismo da região. Importante perceber uma consciência geral de que Mulungu precisa de investimentos no setor turístico para aproveitamento de seu potencial e o hotel-escola poderia ajudar a estabelecê-lo como atrativo e incrementar sua economia. Também foi mencionado em respostas a importância da preservação ambiental e a tomada de ações sustentáveis em respeito à Área de Preservação Ambiental, além de estudos que prevejam o impacto do projeto.

De maneira geral, a experiência do questionário foi bastante positiva devido à possibilidade de perceber a receptividade do hotel-escola e se configura uma demanda coletiva, além de humanizar o processo de projeto, mesmo havendo diversas limitações.

## **O Espaço Rural e Produção Arquitetônica Regional**

Essa etapa se aproxima de conceitos científicos acerca do espaço rural contemporâneo e seu desenvolvimento, evidenciando sua dinâmica e potencialidades. O espaço aqui será entendido a partir da definição de Milton Santos (2002), que o conceitua como um conjunto de elementos fixos e de fluxos:

Os elementos fixos, fixados em cada lugar, permitem ações que modificam o próprio lugar, fluxos novos ou renovados que recriam as condições ambientais e as condições sociais, e redefinem cada lugar. Os fluxos são um resultado direto ou indireto das ações e atravessam ou se instalam nos fixos, modificando a sua significação e o seu valor, ao mesmo tempo em que, também, se modificam (Santos, 2002, p. 38).



Há conjunturas sociais, econômicas e naturais a partir da lógica do rural, atribuindo a esse espaço condição plural devido às modificações em seus definidores através do tempo. A agricultura foi modernizada, diferentes formas de renda são buscadas por seus habitantes e interações com o urbano se modificam constantemente, incrementando funções necessárias às cidades. De todo modo, é possível caracterizar o espaço rural, facilitando sua identificação. Defendendo que o princípio de ruralidade é de natureza territorial e não setorial, isto é, não definida por seu caráter agrícola, Abramovey (2003) destaca as seguintes propriedades: (i) relação com a natureza (biodiversidade e a paisagem natural como valor a ser agregado para geração de desenvolvimento sustentável), (ii) dependência da relação com cidades (para dinamismo nas rendas das populações rurais) e, (iii) relativa dispersão em sua ocupação (que estimula conjunto de laços afetivos entre habitantes, valorizando relações de proximidade). O fato do grau de importância da atividade agrícola para o rural ter se transformado estabelece novas dinâmicas, intervindo em suas funções. Em busca de uma conceituação corrente, Kageyama (2004) elucida acerca do rural o que segue:

a) rural não é sinônimo de agrícola e nem tem exclusividade sobre este; b) o rural é multissetorial (pluriatividade) e multifuncional (funções produtiva, ambiental, ecológica, social); c) as áreas rurais têm densidade populacional relativamente baixa; d) não há um isolamento absoluto entre os espaços rurais e as áreas urbanas. Redes mercantis, sociais e institucionais se estabelecem entre o rural e as cidades e vilas adjacentes (Kageyama, 2004, p. 382).



O espaço rural proporciona maior fruição da paisagem natural devido à singela densidade populacional, dessa forma, as trocas de experiências e vivências culturais são diferentes das do urbano, assim como as de trabalho. Os povoados e vilarejos constituem a ambiência interiorana, bem como as plantações de grãos, hortaliças e frutas para consumo humano e seu processo da preparação: da capinagem à colheita. São predominantes habitações integradas ao natural para desfruto das afabilidades da vida em comunidade, que estabelece fortes vínculos entre moradores e, conseqüentemente, diminuem as sensações de anonimato e solidão, sentimentos frequentes na vida urbana. Os habitantes rurais procuram formas alternativas e compensatórias de lucro e para isso beneficiam-se de produtos e serviços conseqüentes do espaço rural: artesanato, manufatura, manifestações populares, arquitetura característica, ecoturismo, entre outros. O que salienta que os fluxos causados pela interação com o urbano são essenciais para geração de desenvolvimento.

Interessante mencionar a exposição “Countryside, The Future”, organizada pelo arquiteto Rem Koolhaas e colaboradores, que estreou em fevereiro de 2020 no Museu Solomon Guggenheim, em Nova York, porém fechada no mês seguinte devido à pandemia causada pelo coronavírus. Na pesquisa apresentada, contrariando qualquer ideia de atraso, o campo é defendido como espaço em que são desenvolvidas tecnologias, onde aspectos culturais se fortalecem e que está inserido no âmbito econômico global, assim, arquitetas e arquitetos devem tomar consciência dessa outra frente de possibilidades (Martins, 2020).



Ainda, uma das ideias defendidas na exposição foi a da importância do campo como espaço de reassentamento, o que, coincidentemente, dialoga com o interesse de quem ocupa grandes cidades e que busca evitar aglomerações e, ainda, pode realizar trabalhos à distância por computador, algo ainda mais relevante no contexto da pandemia causada pelo COVID-19 em 2020. Por dispor de mais áreas abertas, com ampla distribuição da ventilação e incidência solar, além de menores índices populacionais, o espaço rural pode frear a disseminação do vírus, facilitando a efetivação de medidas de prevenção sugeridas pela Organização Mundial da Saúde (OMS), como o distanciamento social e a salubridade dos ambientes.

O aumento da procura por habitações no campo já pode ser percebido: segundo dados publicados pela Folha de S. Paulo, a imobiliária de alto padrão Bossa Nova Sotheby's viu a busca por casas de campo e no litoral de São Paulo crescer mais de 600% e o preço dos imóveis nesses lugares aumentar entre 20% e 40% desde o começo da quarentena (Neiva, 2020). Esse movimento de busca por casas no campo acontece em algumas das principais capitais do país, como São Paulo, Rio de Janeiro, Fortaleza e Natal, tendo como dois dos principais fatores a possibilidade de maior espaço e conforto diante de possíveis novos períodos de isolamento e o menor custo de vida (Batista; Matsuura, 2021). Mesmo que seja uma possibilidade de movimento que mais se assemelha às realidades das classes abastadas, é interessante mencionar esse desejo pelo espaço rural diante de novos condicionantes sociais.



Ressaltando a interdependência entre urbano e rural, suas relações apresentam características diversas, em que muitas das vezes os limites oficiais não consideram suas realidades sociais, diminuindo a eficácia de políticas públicas que trariam desenvolvimento e redução de desigualdades territoriais. Atento à essa problemática, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2017, p. 15) busca por definições para as categorias rural e urbano adequadas às transformações que vêm sendo operadas em ambos, não sendo possível limitá-los em uma única abordagem: “o rural e o urbano precisam ser compreendidos em sua diversidade, que podem ser avaliados de forma plural em abordagens como a morfológica, a demográfica, a cultural, a econômica, entre tantas outras. A utilização de qualquer uma delas, de forma isolada ou combinada, deve ser vista como uma aproximação parcial da realidade”.

Na busca pelo desenvolvimento, é preciso que fiquem claras as potencialidades desse espaço, por isso a importância de conceituações que distanciam o espaço rural do atraso. O que é defendido por Abramovey (2000), ao salientar que “se o rural for apenas a expressão, sempre minguada, do que vai restando das concentrações urbanas, ele se credencia, no máximo, a receber políticas sociais que compensam sua inevitável decadência e pobreza”. Diferente do caso de as regiões rurais conseguirem exercer atribuições vitais às suas comunidades, tendo como consequência o progresso.

Mas, como desempenhar essas funções? Busca-se neste momento discutir o conceito de desenvolvimento na realidade rural. Pode-se partir de que se deve contemplar o aspecto econômico e o social,



proporcionando estabilidade financeira no núcleo familiar e ampliação das capacidades e oportunidades humanas atreladas ao respeito e proteção à biodiversidade existente. Isso é conquistado a partir da diversificação de atividades geradoras de renda, como explica Kageyama (2004), ao defender que o desenvolvimento rural além de multissetorial, deve ser multifuncional, interagindo setores produtivos e de apoio. Nesses setores, diferentes funções são desempenhadas: a função produtiva se expande ao artesanato, processamento de produtos naturais, turismo rural e conservação ambiental; a função populacional requer infraestrutura, serviços e ofertas de empregos para retenção de sujeitos; a função ambiental demanda proteção de bens, como florestas e meio ambientes diversos.

O resultado do desenvolvimento pode ser entendido como acréscimo de escolhas para os cidadãos, com a possibilidade de adquirir formação técnica e científica, diferentes formas de geração de renda, acesso à serviços públicos que garantam vida social digna, fortalecimento de costumes locais, o acesso à cultura e informação, etc. A possibilidade de permanecer no espaço rural devido à sua capacidade de expandir os talentos dos próprios habitantes. Veiga (2001) traz conceitos que se aproximam dessas ideias, ao corresponder o desenvolvimento às oportunidades de expansão das potencialidades humanas que dependem de fatores sócio-culturais, como saúde, educação, comunicação, direitos e liberdade.

Nesse ponto, fica clara a necessidade da dinamização de geração de renda para pessoas e municípios em regiões rurais para o progresso e



retenção populacional. Dessa forma, o turismo ganha relevância como possibilidade de geração de renda. É capaz de gerar empregos para a população local, impulsionar a capacitação de profissionais, valorizar o patrimônio natural, cultural e histórico, atrair investimentos privados, estimular negócios locais vinculados à culinária, hospedagem etc.

Ao discutir o espaço rural, progresso e arquitetura, é interessante ressaltar que não significa necessariamente percorrer o mesmo caminho que países desenvolvidos, que utilizam conceitos de avanço e tecnologia com materiais e práticas específicas às suas condições ambientais e mão de obra existente. Ao discutir o conceito de regionalismo e o que se enquadraria como “tecnologia avançada” na arquitetura para países latino-americanos e, conseqüentemente, seu desenvolvimento, Waisman (2013) afirma que:

Em uma primeira aproximação, pode-se dizer que tecnologia avançada é aquela que permite, com base nos recursos humanos e materiais acessíveis, alcançar, mediante seu aperfeiçoamento e desenvolvimento, o mais alto grau de produtividade para conseguir um habitat adequado a cada região e seus modos de vida, tanto em qualidade como em quantidade. (Waisman, 2013, p.93).

Ainda utilizando das ideias de Marina Waisman (2013), é interessante sua conceituação de região como substituta de termos como “margem” e “periferia” – referindo-se à produção arquitetônica de países considerados marginais econômica, política e culturalmente, como os latino-americanos - pois não aconteceria mais uma subordinação do “centro” – produção arquitetônica de países considerados desenvolvidos - : pois nesse sistema centro/periferia, o primeiro é encarregado pelo



quadro das ações no periférico. Waisman (2013) afirma que a “ideia de região, contrariamente à de periferia, situa cada cultura em um sistema que tem como base, precisamente, a pluralidade de regiões, sistema no qual nenhuma delas exerce hegemonia, nem pode, portanto, erigir-se em modelo de validade universal”.

Dois pontos importantes podem ser destacados a partir dessa discussão. O primeiro é a aplicação das premissas do conceito de região no espaço rural para seu desenvolvimento, entendendo que possui características próprias e diversas, como as que aqui foram levantadas, para, parafraseando Waisman, desenvolver, a partir daquilo que se é, aquilo se pode chegar a ser. O outro ponto é a produção arquitetônica que contemple os recursos ambientais, culturais, econômicos, materiais e humanos das diferentes ruralidades, com projetos que busquem caminhos apropriados à realidade regional.

No próximo item, poderemos ampliar a visão do que significa o turismo no espaço rural e o turismo rural, bem como o turismo pode contribuir para o desenvolvimento de áreas rurais.

### **Turismo no Espaço Rural e o Turismo Rural**

Agora tratando o rural como modalidade de turismo, que se desenvolve em diferentes regiões brasileiras e que as impacta econômica e socialmente. As transformações mencionadas ocorridas no espaço rural, principalmente as de produção e trabalho, somadas à valorização da manutenção da paisagem natural, tem propiciado o crescimento de atividades turísticas. O desenvolvimento através do turismo pode impactar



as ruralidades com revitalização econômica, enobrecer o patrimônio e a produção local, conservação do meio ambiente, dentre outros.

Para entendimento do rural no âmbito turístico, o Ministério do Turismo (2008) admite uma diferenciação entre o turismo rural e o turismo no espaço rural. O turismo no espaço rural é conceituado como as atividades turísticas praticadas no meio não urbano, daí surgem modalidades de acordo com a oferta: Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Cultural, o próprio Turismo Rural, entre outros. Ao mesmo tempo, o Turismo Rural é restrito às particularidades do meio rural comprometidas com produção agropecuária, promovendo sua cultura, comunidade e paisagem. As atividades de turismo rural contemplam ofertas de serviços, equipamentos e produtos: operação e agenciamento, transporte, hospedagem, alimentação, recepção à visitação em propriedades rurais, eventos, recreação, entretenimento e atividades pedagógicas vinculadas ao contexto rural.

Características acerca do turismo no espaço rural levantadas por Graziano (1998) devem ser especialmente consideradas, como a importância do turismo no meio rural na gestão do território, devido a sua capacidade de estimular o aproveitamento do potencial de desenvolvimento endógeno de um determinado local e, ainda, o fato de estar presente de forma preponderante no território nacional e em regiões mais próximas de centros urbanos, o que aumenta as chances de fruição de turistas fora das convencionais épocas de férias brasileiras.

Os movimentos turísticos rurais também são identificados fora das propriedades e seu desempenho está vinculado aos atributos da



paisagem externa, enquanto agente de acréscimo de atratividade e da formação da identidade da região. O Ministério do Turismo (2008) enfatiza que essa é uma das razões pela qual esse segmento turístico beneficia a comunidade na qual se insere, na forma de passeios a atrativos naturais e artificiais nas redondezas, motivando a conservação desta, e na utilização de equipamentos e serviços (hotéis, restaurantes, feiras, postos de informações, quiosques, etc.), tanto na sede dos municípios rurais como nas regiões turísticas. Essas informações são de grande valor para validação da proposta aqui apresentada.

### **Região Serrana do Maciço de Baturité**

O Maciço de Baturité, junto da Serra da Ibiapaba e o Litoral Leste, são regiões do Ceará que recebem investimentos do Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) Nacional, o que compõe estratégias para fomentação de polos de desenvolvimento da atividade turística. O documento do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Maciço de Baturité (2014) apresenta diferentes parâmetros sociais, culturais e econômicos da região, direcionando seu desenvolvimento a partir do turismo.

O Maciço de Baturité abrange o total de 13 municípios: Acarape, Aracoiaba, Aratuba, Barreira, Baturité, Capistrano, Guaramiranga, Itapiúna, Mulungu, Palmácia, Pacoti, Redenção e Ocara. O Maciço se destaca entre as demais serras do Ceará devido à proximidade à região metropolitana de Fortaleza, cerca de 100 km de distância de seu principal mercado emissor.



Parte do Maciço de Baturité compõe a Área de Proteção Ambiental (APA) da Serra de Baturité, a primeira e mais extensa APA criada pelo Governo do Estado do Ceará, instituída através do Decreto Estadual N° 20.956, de 18 de setembro de 1990 (no ano de 2020 completou 30 anos da criação dessa regulamentação), alterado pelo Decreto N° 27.290, de 15 de dezembro de 2003. Abrange uma área de 32.690 hectares e é delimitada pela cota 600 (seiscentos) metros, com altura máxima de 1.115m, abrangendo os municípios de Aratuba, Baturité, Capistrano, Guaramiranga, Mulungu, Pacoti, Caridade e Redenção, segundo dados da Superintendência Estadual do Meio Ambiente (SEMACE). A proteção e respeito à biodiversidade presente é fundamental por ser considerada Mata Atlântica, tendo espécies endêmicas e ameaçadas de extinção, sendo igualmente importante para manutenção da bacia hidrográfica que abastece o próprio maciço e a região metropolitana de Fortaleza.

Devido às maiores chances de integração de movimentações comerciais e turísticas entre a área de intervenção e cidades vizinhas, o foco são os municípios que configuram as áreas mais elevadas da região serrana, composta por parte do município de Aratuba e a totalidade territorial de Guaramiranga, Mulungu e Pacoti e, ainda, o município de Baturité, localizado no pé-de-serra.

A região serrana do Maciço de Baturité possui elevados índices de chuva, com temperaturas que variam entre 19° e 22°. Os picos de precipitação ocorrem nos meses de março e/ou abril, enquanto setembro, outubro e novembro compõem o trimestre menos chuvoso. Os



municípios no topo da serra compõem boa parte da APA, sendo privilegiados pelo clima agradável diante do contexto do semiárido cearense. Baturité é parte dos pés-de-serra, com temperaturas que se aproximam dos sertões vizinhos, com média anual de 23,6°, podendo oscilar entre 26° e 28,5° nos meses de dezembro a junho.

A base da economia do Maciço são os serviços e comércio, ambos ocupando mais de 50% da atividade econômica de alguns municípios, destacando-se Baturité e Guarimiranga como principais focos de desenvolvimento local, tendo infraestrutura hoteleira melhor desenvolvida. A região de maneira geral é beneficiada por significativos atrativos, com acesso fácil por rodovias estaduais à florestas, picos, trilhas, cachoeiras, patrimônio arquitetônico histórico, artesanato e culinária locais, festas populares, etc. Porém, pontos e atividades bastante conhecidos, como o Mosteiro dos Jesuítas e o Guarapark em Baturité, bem como os festivais de *Jazz & Blues* e o Festival Nordeste de Teatro realizados em Guarimiranga, atraem turistas todos os anos.

Interessante destacar que a oferta tende a expandir à medida que os municípios trabalhem suas potencialidades turísticas, já que apresentam condições favoráveis ao desenvolvimento do turismo no espaço rural (conceito utilizado como qualquer atividade turística realizada fora de contextos urbanos), dinamizando assim suas economias, para superar a barreira do turismo apenas como renda complementar. O que têm relevância ao se tratar de prefeituras com recursos advindos de verbas federais e que lidam com despesas rígidas, não havendo como investir em infraestrutura com recursos próprios. É o caso das cidades do Maciço de



Baturité que, de acordo com Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Maciço de Baturité (2014): “o maior volume de captação de recursos de alguns municípios ainda é baseado em transferências federais, notadamente do Fundo de Participação dos Municípios (FDM), Bolsa Família e aposentadorias. Essa situação mostra a precariedade financeira desses municípios e o indicativo de sua reduzida atividade produtiva”. Assim, como principal fator para gerar melhor distribuição da renda advinda do turismo entre as comunidades locais, deve-se considerar a integração entre municípios: incrementar os empreendimentos turísticos das demais localidades, como Mulungu, para poder desenvolver seus atrativos turísticos particulares.

O Maciço de Baturité, com clima ameno, uma rica vegetação remanescente de Mata Atlântica em meio ao sertão cearense e, ainda, um dos pontos mais altos do Ceará com cerca de 1.150 m acima do nível do mar, compõem atrativos para visitação em qualquer época do ano. A cidade de Guarimiranga se destaca como principal foco turístico da região, tendo forte apelo em sua imagem a ambiência serrana e como promotora de eventos culturais, em contraposi o ao agitado litoral cearense. Por compartilhar dessas características,   viável que Mulungu, município vizinho, usufrua de um fluxo de turistas constante durante todo o ano ao incrementar e investir em suas atividades turísticas. Sua ambiência bucólica e a atratividade de seu entorno devem ser englobadas no discurso do desenvolvimento do turismo do município, expressando sua identidade como produto turístico da região, garantindo que o turista/consumidor se sinta incluído em um roteiro e desfrute de todas as atividades possíveis advindas da paisagem e cultura locais.



## **Hotel-Escola, Hospitalidade e Acessibilidade**

O hotel-escola contextualiza a educação da sala de aula na realidade do ambiente de trabalho com o objetivo de que os alunos obtenham o conhecimento e experiência necessária para que sejam futuros profissionais que se destaquem e sejam requisitados no mercado de trabalho:

A prática é uma ferramenta para qualificar o aprendizado dos alunos e proporcionar a aplicação dos conhecimentos adquiridos em sala de aula. Deste modo, agrega valor ao processo de ensino-aprendizagem, como também possibilita a troca de conhecimentos e experiências com os funcionários e instrutores do hotel-escola (Cabuci, Almeida, Dalta, 2017, p. 03).

A atuação do hotel-escola consiste em unir o plano pedagógico com a dinâmica do hotel em plena atividade, integrando a equipe operacional com a equipe educacional, aplicando situações reais no desenvolvimento dos alunos para se tornarem aptos a atuar no setor de turismo e hospitalidade. Essa didática se torna um diferencial, como é salientado por Silveira:

O hotel-escola, reconhecido como o espaço de aprendizagem para formar ou aperfeiçoar profissionais que fazem parte do acolhimento junto ao setor hoteleiro, se tornou um diferencial pela didática utilizada, a qual tem como modelo pedagógico a teoria somada à prática, em que o discente tem a oportunidade de desenvolver o saber/fazer em um ambiente real de hotelaria (Silveira, 2019, p. 17).

A proposta apresentada neste trabalho é de um hotel-escola que ofereça cursos de hotelaria, gastronomia e artesanato, com sua setORIZAÇÃO



contemplando as aulas teóricas e práticas, ao mesmo tempo em que recebe e atende os hóspedes. Silveira entende essa integração como potencializadora da qualidade na formação de profissionais:

Em razão disso, os discentes vivenciam o dia-a-dia de um hotel, interagindo com os clientes e os profissionais que fazem parte da equipe do hotel, aliando à formação teórica a efetiva prática profissional, cujo desenvolvimento pode ser um grande diferencial no mercado de trabalho (Silveira, 2019, p. 48).

Devido ao hotel-escola promover relações interpessoais entre anfitriões e uma diversidade de turistas, é relevante a discussão acerca do acolhimento dos hóspedes, pressupondo que exista a intenção em recebê-los satisfatória e democraticamente. Assim, serão estudados conceitos acerca da hospitalidade que, no âmbito do turismo, conforme Oliveira e Santos (2010) a hospitalidade mostra-se

como um dos eixos principais, visto que, sem desprezar dimensões econômicas e de cunho mais pragmático, o fenômeno assenta-se especialmente em sua dimensão humana, cujo cerne está nas relações e experiências vividas pelo sujeito turístico. Este se desloca em busca de conhecer o outro lugar, o novo, mas é por meio da hospitalidade, pelo processo de interação social, pelas trocas realizadas entre anfitrião e hóspede, que a prática turística se efetiva e se potencializa (Oliveira e Santos, 2010, p. 11).

Existe importante interação entre quem recebe e quem é recebido, por isso a importância de que o anfitrião forneça segurança e tranquilidade através da qualidade do espaço construído e por uma dinâmica de reciprocidade ao definir, renovar e fortalecer vínculos sociais:



Desta forma, entende-se que a hospitalidade revela-se como um sentimento que se estabelece através da relação, permite elevar o seu conceito a um estágio de satisfação intrínseca a cada ser humano, o que está relacionado diretamente à sua essência, atos que expirem prazer e contentamento ao hóspede (Duarte e Oliveira, 2018, p. 06).

A hospitalidade constitui diferentes alianças, se opondo à exclusão, o que é possível devido respeito às diferenças ao acolher em diversos contextos. É necessário detectar possíveis situações que instigam a exclusão para que sejam evitadas:

Analisando seu aspecto qualitativo pode-se dizer que o turismo proporciona traços entre visitante e visitado, cuja tolerância em relação às diferenças é fundamental. A diferenciação não pode ser entendida, por ambas as partes, como exceção e sim como regra. Estas diferenças devem ser respeitadas por ambas as partes, neste sentido, a hospitalidade surge de forma agregadora (Franzen e Reis, 2013, p. 253).

Nesse contexto, entende-se a importância da hospitalidade atrelada à intenção da acessibilidade, para possibilitar o uso dos espaços por todos os grupos de pessoas sem qualquer restrição, democratizando seu uso. Nesse sentido, é fundamental que hotéis estejam aptos a receber pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida, bem como idosos e crianças.

No trabalho “Estudo comparado de dois hotéis executivos em Fortaleza-Brasil”, de autoria de Lima, Rocha e Santiago (2020) são indicados parâmetros que devem ser atendidos para garantia da acessibilidade em hotéis: a qualidade de acesso ao hotel considerando o tipo de piso, o nivelamento e se existe inclinação transversal adequada; a



existência de sinalização visual, compondo uma rota acessível por toda a edificação, para que o usuário possa locomover-se de forma independente, passando pela recepção até as suítes e áreas comuns; circulações horizontais e verticais devem estar conectadas por sinalização visual, pisos direcionais e/ou guias edificadas, com dimensões estabelecidos pela ABNT NBR 9050/2020 e ABNT NBR 16537/2024, de forma que atendam as diretrizes do Decreto n. 5.296/2004. Portas, guarda-corpos, mobiliários, elevadores, sanitários, entre outros, devem ter medidas adequadas para que possam ser utilizados igualmente por pessoas com deficiência, obesos, idosos, gestantes e crianças.

Garantir o uso democrático do hotel-escola o torna competitivo numa realidade de mercado em que os serviços precisam estar cada vez mais especializados para atender com qualidade seus consumidores, o que precisa ser rebatido na qualidade dos projetos arquitetônicos e urbanísticos.

### **Hotel-Escola de Mulungu - CE: uma forma acessível de hospedar**

Para fomentar a discussão acerca do meio de hospedagem hotel-escola inserido no espaço rural, a seguir são apresentados alguns aspectos do projeto do Arquiteto Carlos Bruno Oliveira Rocha, que tratou sobre turismo e acessibilidade no seu projeto arquitetônico de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado em abril de 2021 no Curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Ceará.



O terreno escolhido para a intervenção projetual integra o espaço rural de Mulungu (Figura 1), localizado entre o Centro da cidade e a comunidade de Lameirão. Com maior parcela de sua vegetação desmatada, foi escolhido devido às excelentes possibilidades de geração de visuais e a preocupação com o reflorestamento, além da ambiência serrana, rural e tranquila.

**Figura 1:** Imagem de Satélite - terreno em linha tracejada - terreno na área rural de Mulungu



Fonte: Google maps, adaptado, 2021.

A distância do terreno até o Centro de Mulungu é de cerca de 5 km, e a distância até a comunidade Lameirão é de menos de 2 km, sendo a CE 065 a via de acesso que interliga esses pontos. Importante mencionar



a distância de 17 km, também pela CE 065, até o Centro de Guaramiranga, principal ponto turístico da região, já que é interessante que o visitante se sinta incluído numa rota turística do Maciço de Baturité.

Em terreno de formato irregular, com área total de 26.238,00 m<sup>2</sup>, sendo permitida, de acordo com a SEMACE, uma taxa de ocupação equivalente a 10%, cerca de 2.623,80 m<sup>2</sup>, o que dialoga com as áreas previstas no programa de necessidades. A frente do terreno, de acesso pela CE - 065 e com vista para o pôr-do-sol, mede cerca de 240 metros, tendo ainda comprimento máximo de 179 metros. De maneira geral, foram ocupados 2.590 m<sup>2</sup> do terreno, o que resulta numa taxa de ocupação de 09,80%, número inferior aos 10% estabelecidos pela legislação.

Na composição do partido arquitetônico, a forte inclinação do terreno influenciou todo o processo, sendo bastante natural a divisão dos setores em níveis (Figura 2). Ainda, foi pensando em escalonar os pisos, o que é presente no bloco das suítes - no qual há pavimentos semienterrados com iluminação de corredores feita pelas laterais - e, de maneira mais sutil no restante da edificação. Para melhor proveito da acentuada inclinação e dos níveis dos pisos, são distribuídos pontos de observação do entorno, sendo essa uma das principais estratégias utilizadas e presente nas suítes, terraço, solarium, no restaurante, piscina e mirante. Ainda, houve a preocupação com o estabelecimento de uma rota acessível, pela qual pessoas com deficiência possam se locomover livremente pela edificação,



sendo os desníveis vencidos por rampas e elevadores, além de percursos com corredores amplos.

No térreo, mesmo pavimento de recepção e lobby, há ambientes exclusivos aos alunos: biblioteca, dormitórios, sala de informática, pátio interno e vestiários. No entanto, as salas multifuncionais, situadas no primeiro pavimento, foram pensadas para que sejam utilizadas por estudantes e turistas, o que acontece devido diferença de fluxo explicada anteriormente: as aulas e palestras podem ser ministradas durante a semana, enquanto que conferências e seminários voltados para visitantes podem ocorrer nos fins de semana. O mirante (Figura 9), no mesmo pavimento das salas multifuncionais, por ser um amplo espaço aberto também pode sediar eventos de pequeno porte, tendo como apoio imediato um bar e café.

**Figura 2:** Vista panorâmica do hotel implantado

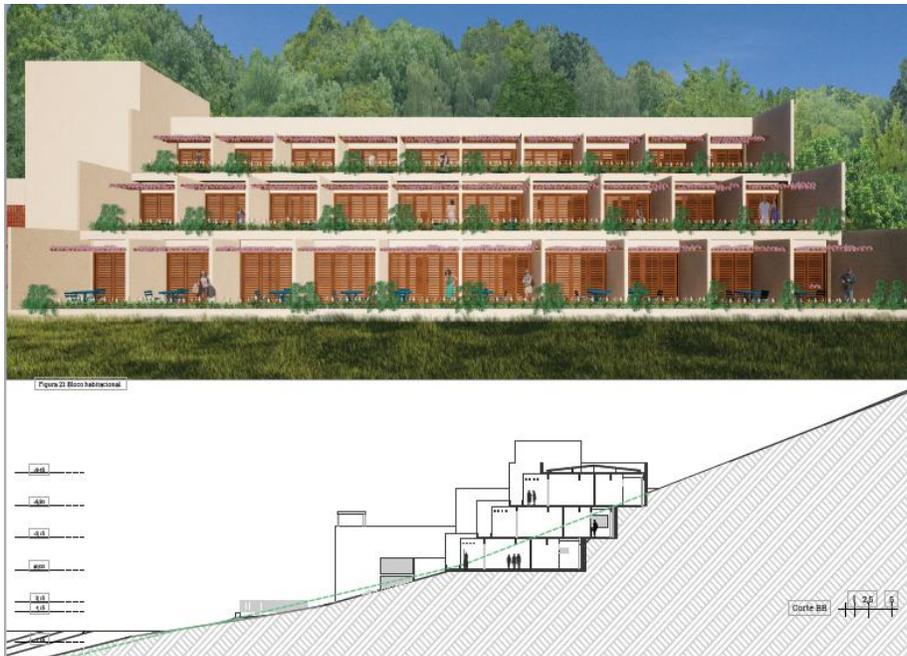


Fonte: Rocha, 2021.



Com três pavimentos, o setor de hospedagem se destaca do restante da edificação, priorizando a tranquilidade do visitante (Figura 3 e 4). Sobre as suítes, tendo como diretriz a procura por decisões projetuais que possibilitem futuras alterações na edificação, com modulação de 3,60m x 7,20m, a parte infraestrutural foi definida e posicionada para maior liberdade de reconfiguração dos espaços internos (Figura 4).

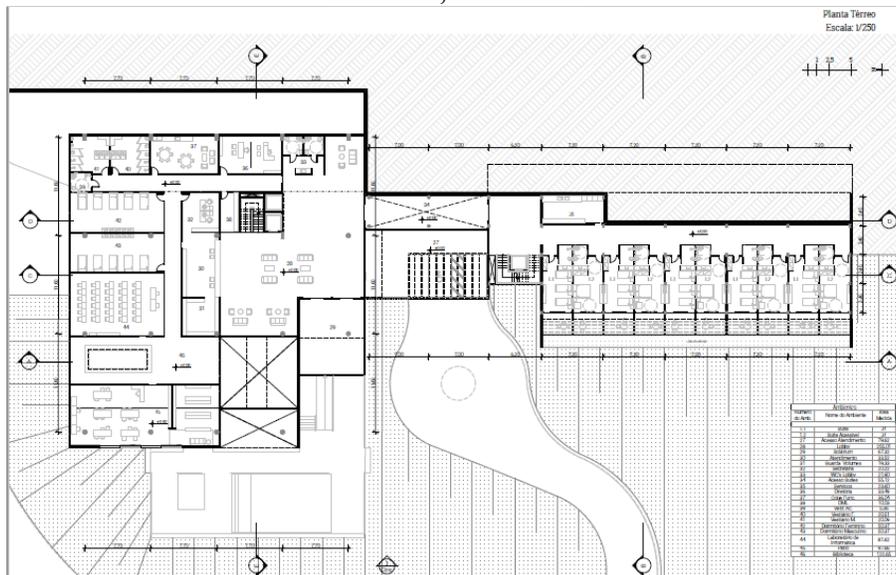
**Figura 3:** Vista (Setor de hospedagem) Bloco de Unidades Habitacionais em bloco escalonado



Fonte: Rocha, 2021.



**Figura 4:** Planta nível setor de hospedagem, lobby, dormitórios alunos, biblioteca, laboratório.

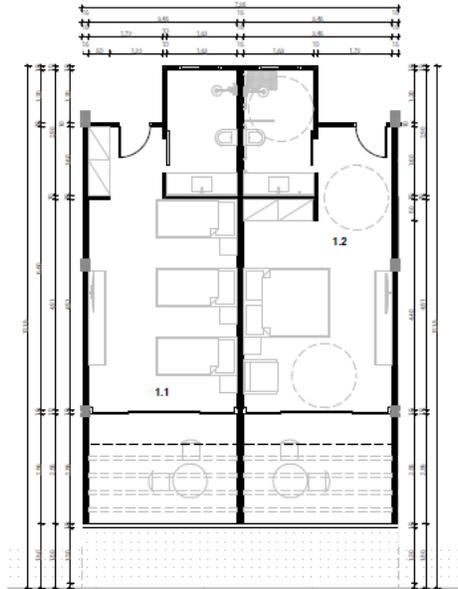


Fonte: Rocha, 2021.

Algo que pode ser percebido nos banheiros, dos quais metade das trinta suítes são desenhadas para pessoas com deficiência e a outra metade são potencialmente acessíveis (Figura 5), sendo necessárias apenas pequenas alterações. Ainda, caso sejam necessárias reformas mais amplas, tendo que suprimir divisórias entre suítes e ampliar espaços, a estrutura não será comprometida.



**Figura 5:** Planta Suítes (Esc: 1/100) Unidades Habitacionais Acessíveis



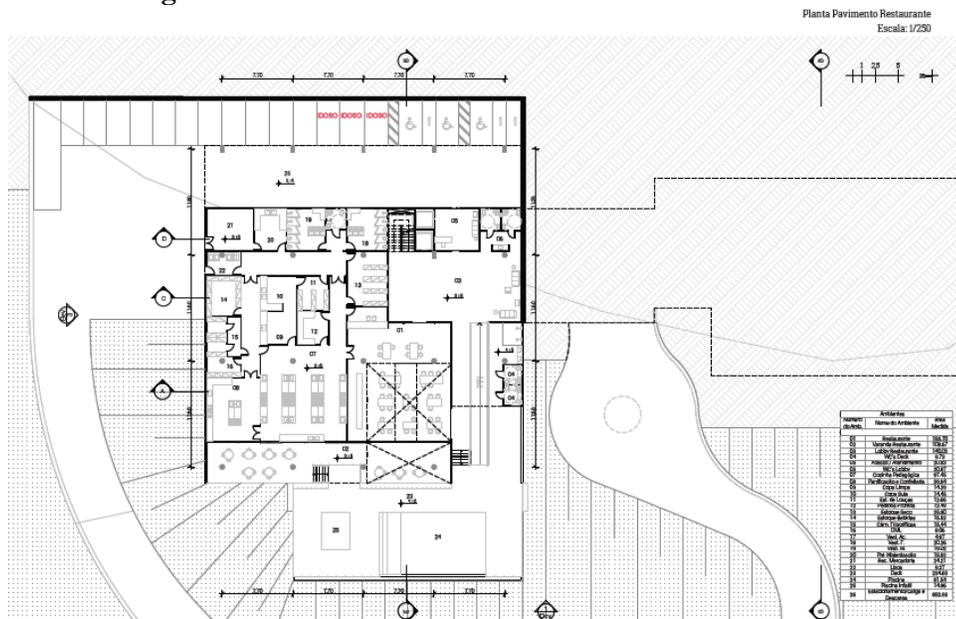
Fonte: Rocha, 2021.

O mesmo acontece no outro bloco, com estrutura independente dos ambientes, com modulação de 7,70m x 11,60m, sendo utilizadas lajes nervuradas, diferente das maciças do setor habitacional. No restaurante, de pé-direito duplo, e no pátio interno para estudantes, estão presentes claraboias para iluminação interna e que também servem como bancos no mirante. As claraboias foram adaptadas à estrutura e posicionadas de acordo com a modulação das nervuras da laje, 77cm x 77cm, auxiliadas por vigas de bordo.

No setor restaurante estão inseridas as cozinhas educacionais (Figura 6) e todos os ambientes necessários para a garantia do bom funcionamento e aprendizado dos estudantes. É possível ter acesso ao deck com piscinas, sendo esse acesso também possibilitado por rampa no

lobby do restaurante. O estacionamento (Figura 6), aberto e com piso semipermeável para que sua área não seja contada no cálculo da taxa de permeabilidade, com vagas para carros, motos e ônibus, também dá acesso a uma segunda e menor recepção - ambiente inserido para filtrar e direcionar o fluxo do estacionamento para o restante da edificação.

**Figura 6:** Planta baixa nível restaurante e estacionamento



Fonte: Rocha, 2021.

Na imagem externa do bloco de diversos serviços (Figura 7) é possível perceber os diferentes pontos de observação. O uso de venezianas italianas nas esquadrias foi natural, já que é bastante utilizado na região e se mostra eficiente para filtrar a incidência solar. O que se mescla as texturas claras do restante da edificação, sendo os revestimentos de cimento os mais utilizados. Na piscina é utilizada pedra hijau, unida à



madeira no piso do deck e varanda do restaurante, o que intensifica a sensação de conforto e acolhimento.

Visualizando a área externa do deck, restaurante, solarium, mirante e acesso à recepção (Figura 8), é importante destacar a possibilidade de os visitantes caminharem por todo o terreno livre, inexistindo barreiras de acesso. Por já ter sido desmatado, pretende-se reflorestar os espaços livres com espécies nativas e possibilitar contato maior do visitante com a natureza.

Na imagem externa do espaço de lazer, restaurante (Figura 7 e 8) e mirante (Figura 9 e 10), as piscinas foram posicionadas para maior aproveitamento de incidência solar durante a tarde, algo importante na região serrana já que a existência de sombras diminui bastante a sensação térmica do ambiente de banho. Nessa parte da implantação a inclinação do terreno continua intensa, assim, o nível da piscina é um metro abaixo do nível do restaurante, vencido por rampa de suave inclinação.

**Figura 7:** Bloco de diversos serviços



Fonte: Rocha, 2021.



**Figura 8:** Acesso ao restaurante e área de piscina



Fonte: Rocha, 2021.

**Figura 9:** Vista Mirante

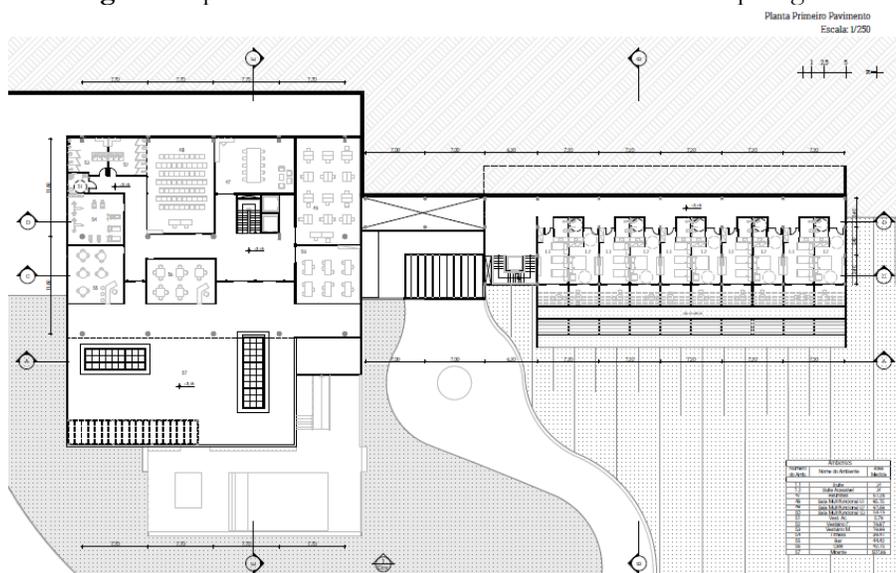


Fonte: Rocha, 2021.

No restaurante (Figura 11), foi pensado o pé-direito duplo rodeado de esquadrias e claraboias no teto, para transmitir ao hóspede a sensação de amplitude e conexão com a natureza existente no espaço externo, o que exige uma estrutura mais robusta, por isso foi utilizado o concreto armado, o que já acontece em algumas edificações locais como a sede do Centro cultural do Município de mulungu em 2019.

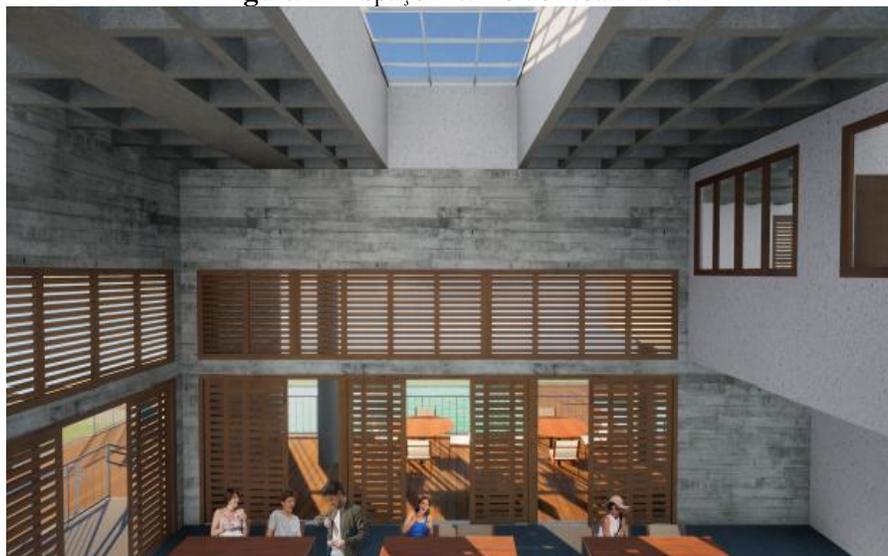


**Figura 10:** planta nível mirante e 1º andar do setor de Hospedagem



Fonte: Rocha, 2021.

**Figura 11:** Espaço interno do restaurante



Fonte: Rocha, 2021.

Este trabalho, desde a pesquisa científica até as decisões projetuais, busca ser coerente, entendendo o potencial social mulunguense e sua conjuntura ambiental. O projeto é entendido como uma alternativa idealizada a partir de uma ânsia imediata, quase automática. Por isso, o principal guia foram as pessoas e a possibilidade de maximizar suas opções, visando a liberdade, a inclusão e a inserção do turismo no espaço rural.

### **Considerações Finais**

O espaço rural apresenta diversas nuances e seu desenvolvimento atrelado ao respeito à cultura local são metas desta pesquisa e exercício de projeto. A possibilidade da arquitetura como geradora de expansão de capacidade humana foi a ferramenta utilizada como ponto de partida.

Com o objetivo de contribuir com o debate sobre turismo no espaço rural, foi apresentado o projeto de um equipamento institucional, Hotel-Escola de Mulungu, na expectativa de ao mesmo tempo expandir a rede de hospedagem da região, impulsionar e criar novas atividades turísticas e, ainda, estimular o intercâmbio de fluxos entre cidades dessa região serrana, para fortalecer laços comunitários pela promoção da cultura, educação e economia regional.

Buscou-se elaborar uma edificação que comporte um sistema de relações que pode sofrer alterações a depender da época do ano ou das diferentes conjunturas sociais. É interessante também perceber esse projeto como incentivo a mais estudos no interior do Ceará, como forma de entender melhor as dinâmicas de suas zonas urbanas e rurais, assim

ROCHA, C.B.O.; SANTIAGO, Z.M.P. HOTEL-ESCOLA DE MULUNGU - CE: uma forma acessível de hospedar. In:



como aprofundar pesquisas sobre as relações de turismo e meios de hospedagem em espaços rurais.



## Referência

ABRAMOVEY, Ricardo. **Funções e medidas da ruralidade no desenvolvimento contemporâneo**. Rio de Janeiro, 2000.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 9050**: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Rio de Janeiro: ABNT, 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 16537**: Acessibilidade – Sinalização tátil no piso – Diretrizes para elaboração de projetos e instalação. Rio de Janeiro: ABNT, 2016.

BATISTA, Henrique Gomes; MATSUURA, Sérgio. **A fuga da Classe A para o interior**. Disponível em: <[https://epoca.globo.com/sociedade/a-fuga-da-classe-para-interior-1-24889132?%3Futm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=post&fbclid=IwAR1KdsI1xLaefIxtaskRzyWY3GF2VF9zIEWC0SUiedDlxM1akvz4EAspck](https://epoca.globo.com/sociedade/a-fuga-da-classe-para-interior-1-24889132?%3Futm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=post&fbclid=IwAR1KdsI1xLaefIxtaskRzyWY3GF2VF9zIEWC0SUiedDlxM1akvz4EAspck)>

BRASIL. **Decreto Nº 5.296**, de 2 de dezembro de 2004. Regulamenta as Leis nos 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que específica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo rural**: orientações básicas. Brasília, 2008.

CABUCI Leila de Assis; Almeida, Lucas Gamonal Barra de; Dalt, Thaís Oliveira da. O hotel SENAC Grogotó como ambiente pedagógico para estudantes de hotelaria. **IX SEMINTUR, II COPEH Hospitalidade em colóquio**: pesquisa e ensino. Caxias do Sul, 2017.

CEARÁ. Governo do Estado. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável Pólo Maciço de Baturité**. Fortaleza, 2014.

DUARTE, Donário Coelho; OLIVEIRA, Gleiton Alves de. **Potencialidade para o turismo rural acessível**: um levantamento na região de Planaltina - Distrito Federal. Revista Hospitalidade, agosto de 2018.

FRANZEN, Letícia Indart; REIS, Tatiane Brum de Oliveira. **Turismo e hospitalidade**: um estudo sobre o atendimento ao turista deficiente e com mobilidade reduzida em hotéis de Santa Maria/RS, Brasil. Revista Hospitalidade, dezembro de 2013.

Hotel do mar. Disponível em: <<https://restosdecolecção.blogspot.com/2013/07/hotel-do-mar.ht>>.

ROCHA, C.B.O.; SANTIAGO, Z.M.P. HOTEL-ESCOLA DE MULUNGU - CE: uma forma acessível de hospedar. In:



INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Classificação e caracterização dos espaços rurais e urbanos do Brasil: uma primeira aproximação. Rio de Janeiro, 2017. ISBN 978-85-240-4421-2.

IBGE - Instituto Brasileiro De Geografia E Estatística -. Longevidade: viver bem e cada vez mais. **Retrato, a revista do IBGE**. Fevereiro de 2019.

KAGEYAMA, Angela. Desenvolvimento rural: conceito e medida. Brasília, 2004.

LIMA, Manuela de Castro Mendonça; ROCHA, Carlos Bruno Olivera; SANTIAGO, Zilsa Maria Pinto. Hotéis executivos acessíveis: estudo comparado de dois hotéis em Fortaleza-Brasil. **VIII Encontro Nacional sobre Ergonomia do Ambiente Construído, IX Seminário Brasileiro de Acessibilidade Integral**, Natal, 2020.

MARTINS, Patrícia. **Countryside, the future ou Countryside, now?** Disponível em: <<https://vitruvius.com.br/index.php/revistas/read/resenhasonline/19.224/7864>>

OLIVEIRA, Ana Carolina; SANTOS, Marcia M. Cappellano dos. In: **Anais do VI Seminário de pesquisa em Turismo do Mercosul – Semintur: Saberes e fazeres no turismo – interfaces**. Caxias do Sul: UCS, 2010. ISSN 18060447

ROCHA, Carlos Bruno Oliveira. **Hotel-Escola de Mulungu-CE: uma forma acessível de hospedar**. Fortaleza, 2021.

SILVEIRA, Bianca Resende Campos. **Formação profissional, hotelaria e acolhimento turístico: possíveis inter-relações no campo do hotel-escola**. Brasília, 2019.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo, 2006.

SANTIAGO, Zilsa Maria Pinto; ROCHA, Carlos Bruno Oliveira; Araújo, Renata Melo; SILVA, Sabrina Caetano da. Hotéis acessíveis: estudo comparado em rede de hotéis nas cidades de Fortaleza, no Brasil, e Lima, no Peru. **VIII Encontro Nacional sobre Ergonomia do Ambiente Construído, IX Seminário Brasileiro de Acessibilidade Integral**, Natal, 2020.

VEIGA, José Eli da. **O Brasil rural ainda não encontrou seu eixo de desenvolvimento**. Estudos Avançados vol.15. São Paulo, 2001.

WAISMAN, Marina. **O interior da história: historiografia arquitetônica para uso de latino-americanos**. São Paulo, 2013.



03

DESIGUALDADE DE GÊNERO NO  
TURISMO RURAL: Revisão  
Integrativa de Literatura em  
periódicos Qualis A

Natália Araújo de Oliveira

# DESIGUALDADE DE GÊNERO NO TURISMO RURAL: REVISÃO INTEGRATIVA DE LITERATURA EM PERIÓDICOS QUALIS A

OLIVEIRA, Natália Araújo de

O turismo rural - aqui visto como o “conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária [...]” (Brasil, 2010, p. 18), abarca diferentes denominações - como agroturismo, turismo no espaço rural, turismo no meio rural etc. - e sua criação advém do chamado “novo rural”, processo que começa na década de 1980 e é decorrente da modernização tecnológica do campo, que resultou em famílias pluriativas que combinam atividades agrícolas e não agrícolas - sendo o turismo rural um dos caminhos escolhidos.

A fim de adentrar neste segmento turístico, muitas famílias rurais abriram as portas de seus sítios e fazendas para visitantes, alterando a dinâmica familiar anteriormente estabelecida e fazendo com que pesquisadores interessados em discutir gênero também se voltassem à temática, buscando entender o papel da mulher na atividade ou ainda como se dão as relações de gênero neste local que agora a passa a se tornar um espaço de labor do turismo.

Ao analisarem as principais temáticas de estudos sobre turismo rural e mulheres, Santos et al. (2021) encontraram 51 artigos no período de 1997 a 2017 na base de dados Scopus, mostrando que os tópicos de interesse das pesquisas encontradas eram, principalmente, comportamento da demanda e dos residentes, papel das mulheres e empreendedorismo. De acordo com as autoras, a maioria dos artigos aborda a divisão sexual de trabalho, de modo a refletir sobre os papéis de gênero na atividade turística, visto que esta costuma reforçar estereótipos e

colocar mulheres em tarefas vinculadas ao cuidado e à limpeza e homens em atividades pensantes e de gestão.

Ao investigarem as dissertações e teses de Programas de Pós-graduação na área de Turismo, Oliveira e Silva (2021) perceberam que, das 1.618 dissertações defendidas entre os anos 2000 a 2020, cinco discutiam o papel de mulheres no turismo rural e todas reforçavam o debate, também suscitado por Santos et al. (2021) no que se refere às atividades vinculadas aos papéis de gênero. Contudo, há outras questões que também são pontuadas na literatura quando as desigualdades de gênero no mercado de trabalho do turismo são observadas, conforme o documento Desigualdades de gênero en el mercado laboral turístico, lançado em 2021 pelo projeto Plataforma de investigación en turismo, derechos humanos y equidad de género sobre América Latina da Alba Sud (Calvet et al., 2021). No documento, 15 discriminações por gênero no mercado de trabalho do turismo são discutidas, sendo apresentadas posteriormente.

Dito isto, a presente pesquisa questiona: discriminações por gênero são analisadas no campo de estudos do turismo rural? Nesse sentido, o texto tem o objetivo de realizar um mapeamento das pesquisas científicas sobre turismo rural e gênero em revistas brasileiras Qualis A em Turismo e Hospitalidade, investigando as desigualdades de gênero ali discutidas. De caráter descritivo e exploratório, o estudo está fundamentado em dados resultantes de uma Revisão Integrativa de Literatura - técnica metodológica que tem como foco a sistematização do conhecimento científico e se mostra essencial para a compreensão do entendimento do campo de pesquisa de gênero e turismo rural.

O estudo parte de um universo de 2.989 artigos publicados em seis periódicos nacionais: Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (Qualis A3); Turismo Visão e Ação (Qualis A3); Caderno Virtual de Turismo (Qualis A4); Revista de Turismo Contemporâneo (Qualis A4); Revista Turismo em Análise

(Qualis A4); Revista Hospitalidade (Qualis A4). O texto está estruturado da seguinte maneira: inicialmente o referencial teórico é apresentado, trazendo conceitos chave para a análise proposta, com explicações a respeito das 15 discriminações por gênero que ocorrem no mercado de trabalho turístico a partir do já citado documento. Em seguida, os procedimentos metodológicos usados para a RIL são abordados. O próximo tópico revela os resultados encontrados, agregado à literatura consolidada da área. Por fim, as considerações finais são apresentadas.

### **Fundamentação teórica**

Ainda que sempre traga números vultosos, o turismo é conhecido por ser um setor de trabalho precarizado (Cañada, 2020), que reforça estereótipos de gênero e que tem em sua base uma profunda desigualdade entre homens e mulheres, seguindo os padrões de desigualdade sistemática existente na sociedade atual. No turismo, os papéis de gênero são reforçados, de modo que às identidades femininas são outorgadas tarefas vinculadas ao cuidado e à limpeza.

Apesar do conhecimento dessa fragilidade do turismo, o tema ainda é pouco abordado na academia nacional. É na década de 1980 que as investigações que abordam gênero no turismo começaram a ser realizadas, tendo foco inicialmente no mercado de trabalho, na problemática do turismo sexual e na produção de imagens turísticas (Piscitelli, 2006), com agregação de novos temas mais recentemente – como consumo e lazer feminino e também saberes e ofícios vinculados ao sagrado feminino, além de investigações voltadas à comunidade LGBTQIA+ (Silva; Oliveira; Spolle, 2020).

A mulher no mercado de trabalho do turismo segue sendo o tema mais investigado nas pesquisas de gênero no âmbito das dissertações em Turismo no Brasil (Silva; Oliveira; Spolle, 2020) e o interesse pelo tema advém de diferentes fatores que mostram como homens e mulheres são tratados de maneira dispare na atividade. Alves e Moreira (2016), Guimarães e Silva (2016) e Silveira e Medaglia (2020), por diferentes fontes, mostram que mulheres recebem menos que os homens no setor, ainda que exerçam as mesmas atividades. Além de questões financeiras, no turismo papéis de gênero são reforçados, de modo a designar para mulheres atividades supostamente femininas.

Em 2021, foi lançado o informe Desigualdades de gênero en el mercado laboral turístico pela Alba Sud. No documento, 15 discriminações por gênero no mercado de trabalho do turismo são apresentadas (Calvet et al., 2021). A primeira delas, dupla presença, faz referência ao fato de as mulheres serem responsáveis pelos serviços domésticos além de trabalharem fora de casa. A segmentação por gênero e raça alude a precarização do trabalho turístico a partir de práticas que exploram principalmente a mão de obra feminina e que colocam mulheres em postos específicos pelo fato de serem mulheres.

O tópico discriminação salarial diz respeito ao fato de as mulheres receberem menos em atividades vinculadas ao turismo, ainda que exerçam o mesmo trabalho. Sobre contratações atípicas, outra categoria, é fato que a maioria dos trabalhos em tempo parcial e por temporada do turismo são realizados por mulheres, embora muitas vezes isso seja mostrado como uma vantagem para elas “disporem de mais tempo” para si e para suas

famílias, reforçando mais uma vez o sexismo presente na atividade (Calvet et al., 2021). Do mesmo modo, as mulheres são maioria nos trabalhos informais do setor, como explicam Moreno e Cañada (2018), o que leva a uma maior pobreza e vulnerabilidade social.

O item teto de vidro discute a barreira, simbólica, que impede que mulheres prosperem na carreira. O próximo item, piso pegajoso, é uma metáfora que faz alusão a um padrão de emprego discriminatório que mantém mulheres nos escalões inferiores da carreira profissional, com baixa mobilidade e barreiras invisíveis à progressão (Calvet et al., 2021; European Institute for Gender Equality, 2021).

A discriminação por imposições de padrões físicos discute como o turismo incorpora os padrões de beleza da sociedade ocidental, de forma a preterir mulheres que nele não se enquadrem. O assédio sexual, próximo item, é recorrente no turismo, ainda que nem sempre seja denunciado. A exploração sexual está vinculada ao debate da coisificação da mulher no turismo – que passa uma imagem hiperssexualizada e acompanhada de diversos estereótipos racistas (Calvet et al., 2021). A desvalorização social e invisibilização diz respeito ao fato de os trabalhos considerados femininos – como o cuidado com a casa e com as pessoas – quando trasladados para o mercado de trabalho, são desvalorizados (Moreno & Cañada, 2018).

A saúde laboral discute danos relacionados ao trabalho que se manifestem como doença patológica ou lesão, que podem ser agrupadas em riscos ambientais; riscos ergonômicos; riscos psicossociais. A insuficiente atenção nas agendas sindicais é apontada pelos autores como

discriminação por gênero pelo fato de as mulheres serem minorias nestes espaços e seus problemas não serem contemplados nas pautas das categorias. A oposição social e familiar para ascender no trabalho concerne às barreiras, encontradas dentro de casa, para entrar no mundo do trabalho do turismo procedentes de situações de machismo que as mulheres sofrem no dia a dia, como o fato dos homens se acharem “menos homens” quando as mulheres começam a “trabalhar fora” ou mesmo sentirem ciúmes. Por fim, a discussão sobre negócios familiares que aumentam a carga de trabalho mostra como as mulheres ficam sobrecarregadas quando suas famílias atuam no turismo, muitas vezes não sendo reconhecidas pelo serviço prestado ou mesmo remuneradas (Calvet et al., 2021).

No turismo rural, tema aqui investigado, as relações trabalho/família/lazer são alteradas com a introdução da atividade turística. Embora seja apontado que esta insere as mulheres no mundo do trabalho produtivo e valoriza o trabalho feminino - com aumento da autoestima, autonomia financeira, melhoria da qualidade de vida, empoderamento feminino e outros fatores importantes (Cabral, 2017; Carvalho, 2013; Lunardi, 2010; Mororó, 2018; Nascimento, 2013), há autores que pontuam que, ainda que empreendedora, a mulher do turismo rural não teve sua condição de vida melhorada e sua carga de trabalho foi aumentada a partir da tríade lar – lavoura – pousada/ quartos coloniais (Lunardi, 2012; Slapnicka, 2008; Uller, 2005).

Além disso, é possível notar a reprodução da forma tradicional da divisão sexual do trabalho, pois às mulheres são atrelados o recepcionar, acolher, cuidar, acompanhar, antes voltados ao núcleo familiar e agora

direcionados também aos turistas (Carvalho, 2013; Lunardi, 2012). Com a implantação da atividade, há a necessidade de reorganização das tarefas domésticas e produtivas, afetando especialmente o trabalho feminino, visto que uma nova dinâmica é provocada (Lunardi, 2010).

Cabe então questionar que outras desigualdades de gênero no trabalho do turismo são encontradas no contexto rural nas pesquisas publicadas em revistas Qualis A nacionais. A fim de responder esta pergunta, o artigo explica agora a metodologia da pesquisa e em seguida os resultados encontrados.

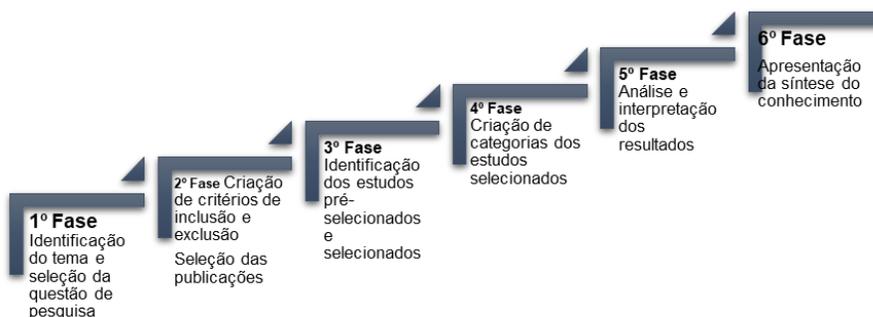
## **Metodologia**

Holanda, Widmer e Leal (2014) explicam que investigações voltadas à análise da produção científica são essenciais para o avanço do conhecimento visto que levam a um cenário geral de determinada área. No turismo, estudos já analisaram teses e dissertações do setor, tanto em um panorama amplo (Fedrizzi, 2014; Momm; Santos, 2010; Rejowski, 1995) como em análises voltadas ao debate de gênero (Silva; Oliveira; Spolle, 2020) ou à desigualdade de gênero no turismo rural (Oliveira; Silva, 2021), no entanto, investigações que triangulem o que já foi pesquisado sobre gênero e turismo rural em periódicos brasileiros Qualis A de Turismo e Hospitalidade ainda é escasso, o que sinaliza a importância desse estudo. Com esse intuito, a presente investigação analisa periódicos classificados pela Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), no quadriênio 2017-2020, como Qualis A (em uma escala que vai de A1, mais elevado, A2; A3; A4; B1; B2; B3; B4; C – peso

zero). De acordo com a Capes (2023), o Qualis é um dos instrumentos utilizados para avaliar a produção intelectual de professores, estudantes e egressos dos cursos de mestrado e doutorado.

O estudo foi realizado a partir de uma Revisão Integrativa da Literatura (RIL), uma técnica metodológica inserida na revisão bibliográfica sistemática que analisa produções teóricas e empíricas com o intuito de sistematizar o conhecimento científico para que o pesquisador se aproxime da temática de interesse, produzindo uma visão geral sobre a produção científica daquela área a fim de perceber a evolução do tema e assim verificar oportunidades de pesquisa (Ânima, 2014; Botelho et al., 2011). A RIL, mais que uma revisão bibliográfica narrativa, traz uma sequência de etapas pré-definidas em que a metodologia é especificada com técnicas padronizadas (Ânima, 2014; Botelho et al., 2011), possuindo seis fases, que serão mostradas na figura 1.

**Figura 1:** Fases de construção de uma RIL



Fonte: Adaptado de Botelho, Cunha e Macedo (2011).

Na 1º fase o tema foi identificado – turismo rural e gênero – e, em seguida (fase 2), foi buscada na Plataforma Sucupira, da Capes, os dados

cadastrais de revistas brasileiras que tivessem no título a palavra turismo ou hospitalidade cujo o Qualis fosse A (A1, A2, A3 e A4) na área de avaliação Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo. O resultado, mostrado no quadro 1, revela que foram encontrados seis periódicos e nenhum destes era Qualis A1 ou Qualis A2. O quadro traz ainda quantos artigos já foram publicados em cada revista e o ano de lançamento dos periódicos. Foram considerados apenas os artigos completos, não foram contabilizados ensaios, entrevistas ou resenhas e a coleta de dados foi realizada no mês de julho de 2024.

**Quadro 1:** Periódicos da área de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo analisados

Periódico	Qualis	Início	Total de artigos publicados
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTUR)	A3	2007	436
Turismo: Visão e Ação (TVA)	A3	1998	603
Caderno Virtual de Turismo (CVT)	A4	2001	618
Revista de Turismo Contemporâneo (RTC)	A4	2013	217
Revista Turismo em Análise (RTA)	A4	1990	741
Revista Hospitalidade (Hosp)	A4	2004	374
<b>TOTAL</b>			<b>2.989</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Posterior ao levantamento de informações gerais sobre as revistas foram digitadas, no campo de pesquisa dos sites das revistas, as palavras-chave rural e agroturismo, compondo a fase 3 da RIL. O quadro 2 revela o resultado quantitativo encontrado na busca:

**Quadro 2:** Resultado busca inicial termos da pesquisa

<b>Periódico</b>	<b>Rural</b>	<b>Agroturismo</b>
RBTUR	40	3
TVA	27	1
CVT	60	6
RTC	19	1
RTA	61	5
Hosp	14	0
<b>TOTAL</b>	<b>221</b>	<b>16</b>

Fonte: Elaborado pela autora

Na fase 4 o material encontrado foi lido e organizado em planilhas e tabelas criadas com o software Excel, no qual se verificou se os trabalhos tinham aderência à temática analisada. Ainda que a busca inicial tenha retornado com número significativo de pesquisas, não necessariamente os artigos eram sobre turismo rural, o que foi percebido após a leitura dos títulos, dos resumos e das palavras-chave. Para a descrição e análise dos resultados, isto é, na fase 5, foram consideradas caracterização geral dos artigos (revista, edição e ano) e a aderência à discussão de gênero no âmbito do turismo rural. Os trabalhos que discutiram gênero no turismo rural foram lidos a fim de realizar a análise das desigualdades ali relatadas, que consta na fase 6, com os resultados encontrados e que será apresentada a seguir.

## **Resultados e discussões**

A busca inicial pelos termos rural e agroturismo trouxe um montante de 237 artigos, não obstante, a leitura mais atenta dos títulos e palavras-chave dos resumos mostrou que, destes, 135 realmente versavam sobre o tópico. A partir deste número deu-se a leitura dos resumos a fim

de perceber em quantos havia alguma discussão de gênero. Como resultado, o trabalho encontrou apenas quatro artigos interessados na temática, que foram lidos em sua integralidade. Destes, dois foram publicados na Revista Turismo em Análise, um na Turismo Visão e Ação e um na Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, como pode ser notado no quadro 3.

**Quadro 3:** Artigos que discutem turismo rural e gênero em periódicos nacionais de Turismo e Hospitalidade Qualis A

Periódico	Título	Edição	Palavras-chave do resumo	Autores
RTA	Participação e decisão no turismo rural: uma análise a partir da perspectiva de gênero	v.26, n.2, 2015	Turismo; gênero; trabalho; meio rural	Raquel Lunardi; Marcelino de Souza; Fátima Perurena
RTA	Gestão familiar no agroturismo em Santa Catarina: a experiência da Acolhida na Colônia	v.26, n.4, 2015	Gestão familiar; agroturismo; acolhida na Colônia	Anandra Gorges Martendal; Marialva Tomio
TVA	O trabalho de homens e mulheres no turismo rural em São José dos Ausentes: o "leve" e o "pesado"	v.17, n.1, 2015	Turismo rural; trabalho; gênero	Raquel Lunardi; Marcelino de Souza; Fátima Perurena
RBTUR	O papel da mulher no turismo rural: um estudo no circuito Rajadinha de Planaltina - Distrito Federal	v.12, n.3, 2018	Turismo no espaço rural; turismo rural; estudos de gênero.	Donária Coelho Duarte; Ana Darc Jesus Pereira

Fonte: Elaborado pela autora

Como é possível notar no quadro 3, os artigos não são recentes e estão concentrados, quase todos, no ano de 2015. Dos dez autores que



assinam os quatro artigos, três se repetem. Acerca do conteúdo dos trabalhos, Duarte e Pereira (2018), no artigo “O papel da mulher no turismo rural: um estudo no circuito Rajadinha de Planaltina - Distrito Federal”, têm por objetivo investigar a realidade das mulheres que trabalham no turismo rural da região de Planaltina (DF). No texto, resultante de um estudo de caso qualitativo que fez uso de entrevistas, as autoras reforçam a modificação, com a atuação no turismo rural, na vida das mulheres entrevistadas, haja vista elas se sentirem empoderadas, com maior autoestima e desenvoltura no falar, além de entenderem que agora se sentem reconhecidas pelo seu trabalho – o que não ocorria antes do envolvimento da propriedade no turismo rural. Além disso, o artigo também traz o otimismo das mulheres trabalhadoras do turismo rural com o futuro, com perspectiva de estudo e capacitação na atividade.

Acerca das desigualdades de gênero, Duarte e Pereira (2018) revelam que as mulheres disseram se sentirem mais atarefadas, às vezes com menos dinheiro, com dificuldades para conciliar filhos e trabalho e ainda entenderem que têm pouca valorização do que fazem. Colocando os termos na discussão realizada por Calvet et al. (2021), vista na fundamentação teórica da pesquisa, é possível perceber que, ainda que sejam apontados os benefícios da atividade na vida das mulheres agrícolas, ainda assim as categorias desvalorização social e invisibilização, negócios familiares aumentarem a carga de trabalho e a dupla presença foram percebidos. As autoras do estudo apontam que, embora existam desigualdades entre os gêneros que compõem a força de trabalho, o turismo rural “(...) possibilita uma atuação de forma mais igualitária entre

os gêneros, no qual mulheres mesmo com baixa escolaridade conseguem se inserir” (...) e também que este é “(...) eficiente economicamente e socialmente, pois (...) as mulheres entrevistadas mostram-se realizadas” (Duarte; Pereira, 2018, p. 98).

Já no escrito “O trabalho de homens e mulheres no turismo rural em São José dos Ausentes: o ‘leve’ e o ‘pesado’”, Lunardi, Souza e Perurena (2015a) têm o intuito de estudar as relações de trabalho na atividade turística do município citado no título do estudo e, para tanto, a partir de uma abordagem qualitativa, realizaram observação não participante e 21 entrevistas. Os autores apontam que é necessário reconhecer que o turismo rural possibilita maior inserção das mulheres no mundo do trabalho produtivo e, conseqüentemente, maior valorização do trabalho feminino, resultando em aumento da autoestima, melhoria da qualidade de vida, maior autonomia financeira, ampliação do ambiente de socialização e ainda que há uma maior valorização, pelos homens, das atividades realizadas por elas dentro da propriedade. Apesar disso, apontam que as mudanças advindas da introdução do turismo rural, isto é, a reorganização do trabalho familiar, seguem dentro da estrutura da divisão sexual do trabalho – que tem como base o patriarcado. Neste esquema, a pecuária é “coisa de homem” e o turismo é “coisa de mulher”. Com a empreitada no turismo, estas mulheres passam a ter mais uma identidade – empresárias do turismo rural, todavia, isso pouco muda a posição/participação dentro da família – continua dona de casa e desempenhando trabalhos domésticos enquanto o homem segue como provedor da propriedade.

No que se refere às desigualdades de gênero no trabalho no turismo, vistas no texto da Alba Sud (Calvet et al., 2021), Lunardi, Souza e Perurena (2015a) explicam que o trabalho do contato com o turista – o atender e o servir – características fundamentais da hospitalidade – são responsabilidade das mulheres, o que remete à categoria segmentação por gênero e raça. É possível também perceber a questão dos trabalhos informais quando os autores explicam que os conhecimentos adquiridos no trabalho doméstico feminino são aproveitados em uma atividade profissional que as insere o mercado de trabalho rural, porém “(...) no mercado de trabalho informal e arraigado na divisão sexual tradicional, ou seja, o que está ocorrendo é uma repaginação do trabalho das mulheres” (Lunardi; Souza; Perurena, 2015a, p. 200). Os autores ainda explicam que, quando há necessidades de as mulheres contratarem ajuda para a atividade, são realizadas contratações atípicas de outras mulheres – o que mostra como a maioria dos trabalhos em tempo parcial e por temporada no turismo são realizadas por mulheres (Calvet et al., 2021). Finalizando a análise deste texto, assim como no anterior foi percebido como negócios familiares aumentam a carga de trabalho mostrando como as mulheres ficam sobrecarregadas quando suas famílias atuam no turismo, de tal maneira que foi relatado, aos pesquisadores, que as tarefas relacionadas ao turismo ocupavam aproximadamente quinze horas diárias de trabalho.

No outro texto dos autores, “Participação e decisão no turismo rural: uma análise a partir da perspectiva de gênero”, Lunardi, Souza e Perurena (2015b) têm o objetivo de compreender as relações de poder de famílias que trabalham em empreendimentos de turismo rural, o fazendo

por meio de pesquisa qualitativa realizada a partir de entrevistas junto a sete famílias pluriativas residentes em São José dos Ausentes (RS). Os autores esclarecem que reconhecem as alterações positivas advindas da entrada da família no trabalho do turismo rural, resultando em maior autoestima, segurança na vida pública e coletiva e envolvimento em discussões antes não possíveis para as mulheres, entretanto, ressaltam que isto não resulta em mudanças de comportamento quanto ao poder de decisões sobre os recursos da família pois “(...) seja na atividade agrícola, seja no turismo, quem decide são os homens, provando, mais uma vez, que os sistemas de gênero patriarcais persistem, contudo, mascarados ou rearranjados” (Lunardi; Souza; Perurena, 2015b, p. 356).

Quanto às desigualdades aqui analisadas, os autores notaram como negócios familiares aumentam a carga de trabalho e ainda desvalorização social e invisibilização pois “(...) as mulheres não se sentem, na mesma proporção que os homens, valorizadas pelo seu trabalho” (Lunardi; Souza; Perurena, 2015b, p. 353).

Por fim, o último trabalho encontrado, intitulado “Gestão familiar no agroturismo em Santa Catarina: a experiência da Acolhida na Colônia”, de autoria de Mantental e Tomio (2015), teve o objetivo de analisar a gestão familiar das propriedades rurais ligadas à Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia, fazendo-o por meio de uma abordagem qualitativa que pesquisou duas propriedades. De acordo com as autoras, o processo de tomadas de decisões nas propriedades estudadas é realizado em conjunto, porém, a organização do trabalho é determinada pelo gênero, logo, os afazeres domésticos são direcionados às mulheres e

o trabalho externo à casa é direcionado aos homens – que remete à segmentação por gênero e raça, vista no documento destrinchado.

### **Considerações finais**

Por meio de uma RIL foi realizado um mapeamento da produção científica brasileira sobre turismo rural e gênero em revistas nacionais de Turismo e Hospitalidade Qualis A. Na busca inicial foram encontrados 237 trabalhos, porém a análise minuciosa revelou que somente 135 realmente discutiam turismo rural e a leitura dos resumos mostrou que apenas quatro adentram ao debate das relações de gênero no turismo rural.

Os artigos não são recentes, estando concentrados no ano de 2015 (3) e 2018 (1) e são frutos de pesquisas qualitativas com uso de entrevistas e observação não participante, o que é comum nas ciências sociais aplicadas – como o turismo. Os autores que assinam os quatro artigos se repetem em dois trabalhos, revelando como o tema é investigado por poucos pesquisadores.

Acerca das desigualdades de gênero no mercado de trabalho do turismo classificadas a partir do texto da Alba Sud, foi notado que em todas as pesquisas se relatou como os negócios familiares aumentam a carga de trabalho. Ainda que as tarefas advindas da implantação do turismo possam ser compartilhadas, permanece uma sobrecarga na mulher. Ademais, a dupla presença também foi notada haja vista a necessidade de atuação junto ao turismo sem se desvincular dos serviços domésticos. Também foi notada a segmentação por gênero pelo fato

dessas trabalhadoras terem o papel de recepcionar, acolher, cozinhar e cuidar na nova atividade, algo que é historicamente vinculado ao feminino.

Os resultados encontrados vão ao encontro dos achados de Santos et al. (2021) e de Oliveira e Silva (2021) visto que a maioria dos artigos aborda a divisão sexual de trabalho, de modo a refletir sobre os papéis de gênero na atividade turística.

Por fim, é importante destacar que o trabalho analisa somente revistas nacionais de Turismo e Hospitalidade e com Qualis A, havendo, no entanto, trabalhos publicados em outras áreas do conhecimento que se correlacionam ao conceito multidisciplinar de turismo e do tema abordado. Por conseguinte, uma investigação em outras áreas e outros periódicos daria uma dimensão maior da importância da temática na academia.

## Referências

ALVES, K. dos S.; MOREIRA, M. I. C. M. Trabalho em turismo e relações de gênero. In: ALVES, K. dos S. (ed.). Turismo, trabalho e gênero: uma abordagem interdisciplinar. Ouro Preto: UFOP, 2016, p. 16–29.

ÂNIMA. Manual de Revisão Bibliográfica Sistemática Integrativa: a pesquisa baseada em evidências. Belo Horizonte: Ânima Educação, 2014.

BOTELHO, L. L. R.; CUNHA, C. C. de; MACEDO, M. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. *Gestão e Sociedade*, v. 5, n. 11, p. 121–136, 2011.

BRASIL. Turismo rural: orientações básicas. 2. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CABRAL, D. S. Turismo rural comunitário e a questão de gênero: o caso das assentadas rurais de Chapadinha-DF. 2017. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

CALVET, N. A. et al. Desigualdades de gênero en el mercado laboral turístico. Barcelona. Disponível em: <https://www.albasud.org/noticia/es/1299/desigualdades-de-genero-en-el-mercado-laboral-turistico>. Acesso em: 1 mar. 2021.

CAÑADA, E. Trabalho turístico e precariedade. *Revista Turismo Estudos & Práticas*, v. 9, n. Dossiê Temático 2, p. 1–21, 2020.

CAPES. CAPES publica metodologia do Qualis. Disponível em: <https://www.gov.br/capes/pt-br/assuntos/noticias/capes-publica-metodologia-do-qualis>. Acesso em: 4 jun. 2024.

CARVALHO, M. S. de. O impacto social do turismo rural no papel das mulheres camponesas. 2013. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

DUARTE, D. C.; PEREIRA, A. D. J. O papel da mulher no turismo rural: um estudo no circuito Rajadinha de Planaltina - Distrito Federal. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 12, n. 3, p. 81–103, 2018.

EUROPEAN INSTITUTE FOR GENDER EQUALITY. Piso pegajoso. Disponível em: <https://eige.europa.eu/publications-resources/thesaurus/terms/1374?lang=pt>. Acesso em: 7 mar 2021.

FEDRIZZI, V. L. F. Dissertações de mestrado dos Programas de Pós-Graduação em Turismo: análise das temáticas e citações. 2014. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

GUIMARÃES, C. R. F.; SILVA, J. R. Pay gap by gender in the tourism industry of Brazil. *Tourism Management*, v. 52, p. 440–450, 2016.

HOLANDA, L. A. de; WIDMER, G. M.; LEAL, S. A produção científica em turismo no Brasil: reflexões e proposições a partir de um estudo revisional. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, v. 4, n. 1, p. 72–79, 2014.

LUNARDI, R. Mulher, turismo e desenvolvimento rural: o trabalho feminino na atividade turística. In: SANTOS, E. de O.; SOUZA, M. de (eds.). *Teoria e prática do turismo no espaço rural*. Barueri: Manole, 2010. p. 243–258.

LUNARDI, R. Mudanças nas relações de trabalho e gênero no turismo rural. 2012. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

LUNARDI, R.; SOUZA, M. de; PERURENA, F. O trabalho de homens e mulheres no turismo rural em São José dos Ausentes: o “leve” e o “pesado”. *Turismo - Visão e Ação*, v. 17, n. 1, p. 179–209, 2015a.

LUNARDI, R.; SOUZA, M. de; PERURENA, F. Participação e decisão no turismo rural: uma análise a partir da perspectiva de gênero. *Revista Turismo em Análise*, v. 26, n. 2, p. 334–357, 2015b.

MARTENDAL, A. G.; TOMIO, M. Gestão familiar no agroturismo em Santa Catarina: a experiência da Acolhida na Colônia. *Revista Turismo em Análise*, v. 26, n. 2, p. 334–357, 2015.

MOMM, C. F.; SANTOS, R. N. M. dos. Conhecimento científico produzido nos cursos de Pós-Graduação (stricto sensu) em turismo e áreas correlatas no Brasil no período de 2000 a 2006. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 4, n. 2, p. 64–85, 2010.

MORENO, D. A.; CAÑADA, E. Editorial. In: *Dimensiones de género del trabajo turístico*. Barcelona: Alba Sud editorial, 2018.

MORORÓ, V. M. de A. Práticas e representações de jovens rurais frente ao turismo em Três Picos - Nova Friburgo (RJ). 2018. Dissertação (Mestrado em Turismo) –

Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

NASCIMENTO, P. F. do. Turismo rural nas montanhas capixabas: como vivem e trabalham mulheres e homens em um campo em transformação. 2013. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) – Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2013.

OLIVEIRA, N. A. de; SILVA, P. T. da. Desigualdade de gênero e trabalho no turismo rural: uma Revisão Integrativa da Literatura em dissertações e teses defendidas em Programas de Pós-Graduação da área do Turismo no Brasil. In: SEMINÁRIO VIRTUAL PERSPECTIVAS CRÍTICAS SOBRE O TRABALHO NO TURISMO, 2, 2021. Anais [...], 2021. Disponível em: < <https://repositorio.uft.edu.br/bitstream/11612/3435/1/II%20Seminar%20a%20rio%20virtual%20-%20Perspectivas%20cr%20aditicas%20sobre%20o%20trabalho%20no%20turismo.pdf> >. Acesso em: 8 jul. 2024.

PISCITELLI, A. Gênero, turismo, desigualdades. In: MINISTÉRIO DO TURISMO. Turismo social: diálogos do turismo - uma viagem de inclusão. Rio de Janeiro: IBAM, 2006, p. 205–245.

REJOWSKI, M. Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional x realidade brasileira. Campinas: Papirus, 1995.

SANTOS, I. S. dos et al. Turismo rural e as mulheres: uma análise da produção científica. Revista Territorial, v. 9, n. 2, p. 70–88, 2021.

SILVA, P. T. da; OLIVEIRA, N. A. de; SPOLLE, M. V. Gênero e Turismo: um estudo exploratório-descritivo nos Programas de Pós-Graduação da área do Turismo no Brasil. SEMINÁRIO DA ANPTUR, 17, 2020. Anais [...], 2020. Disponível em: < [www.anptur.org.br/anais/anais/files/17/1869.pdf](http://www.anptur.org.br/anais/anais/files/17/1869.pdf) >. Acesso em: 2 fev. 2021

SLAPNICKA, M. Z. O agroturismo em Santa Rosa de Lima: transformações sócio-culturais na dinâmica de organização do trabalho nas famílias agricultoras. 2008. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2008.

ULLER, C. D. O agroturismo de Santa Rosa de Lima – SC: características e singularidades da hospedagem familiar. 2005. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2005.

04

TRANSFORMATION OF RURAL  
TOURISM: THE CASE OF THE  
AVE VALLEY IN PORTUGAL

António Manuel Leite Rebelo

# **TRANSFORMATION OF RURAL TOURISM: THE CASE OF THE AVE VALLEY IN PORTUGAL**

REBELO, António Manuel Leite

The Ave Valley has seen significant growth in rural tourism since the 1990s, driven by infrastructure investments and shifting tourist preferences. This has led to increased interest in local accommodations and tourism promotion.

The 2011 financial crisis significantly impacted rural tourism in the Ave Valley. Reduced purchasing power led to lower spending on travel, affecting demand for rural services and accommodations. Tourists increasingly chose more affordable, urban destinations for shorter stays.

Rural tourism in the Ave Valley has adapted to new sector dynamics despite challenges. Investments, supported by public policies and local partnerships, have gained momentum since the 2000s. The creation of themed routes, like the Romanesque and Vinho Verde Routes, has helped attract visitors to lesser-known areas.

Digital marketing has expanded the Ave Valley's reach to a broader audience. The rise of a new tourist profile seeking authentic, sustainable experiences has created both challenges and opportunities. This shift has driven the need for adaptation and innovation in local tourism services.

Rural tourism in the Ave Valley faces challenges like seasonality and sustainability, along with concerns about preserving resources and

traditions. The region is addressing these through strengthened promotion, infrastructure investment, and inclusive partnerships for balanced development.

This chapter explores how government policies and European funds have supported rural tourism development in the Ave Valley, fostering sustainability and innovation. It also analyzes the evolving tourist profile, highlighting trends shaping visitor preferences and behavior.

The chapter examines how the financial crisis impacted rural tourism in the Ave Valley, affecting investment, credit access, and marketing support. It also explores strategies adopted by local operators and lessons learned during this challenging period.

## **Objective**

The main objective of the article is to provide information on the development of rural tourism in the Vale do Ave region of Portugal, highlighting the changes in tourist profiles, the integration of local communities, the importance of sustainability and innovation in the sector, as well as the challenges and benefits brought about by the increase in tourism in the region. Also, in a more specific approach:

- Analyze the impact of government policies and European funds on the development of rural tourism in the Ave Valley, and how these initiatives contribute to the sustainability and innovation of the sector;
- Highlight the challenges faced by rural tourism in the Ave Valley during the financial crisis, including reduced investment and lack of access to credit, and how this has

impacted the economic, social and environmental sustainability of the region.

### **Characterization of the Vale do Ave region**

The Ave Valley, in northern Portugal, spans 1 452.9 km<sup>2</sup> across Braga and Porto districts. According to the 2021 Census, it has 418,455 inhabitants, with a population density of 288 people per km<sup>2</sup>.

The Ave NUTS III sub-region borders Cávado to the north, Alto Tâmega to the east, and Douro to the southeast. To the south and southwest, its neighbors Tâmega e Sousa and the Porto Metropolitan Area.

The Ave Valley is made up of eight municipalities and 189 parishes, according to Law no.11-A/2013, of January 28, of the Portuguese Republic. Guimarães, with its 54,178 inhabitants within the city limits and 156,849 inhabitants in the entire municipality, is the largest municipality and the administrative center of the sub-region.

However, in 1989 this Vale do Ave region began with just six municipalities: Fafe, Guimarães, Póvoa de Lanhoso, Vieira do Minho, Vila Nova de Famalicão and Santo Tirso. As established by Decree-Law no. 46/89, of February 15, of the Portuguese Republic.

In 2002, Decree-Law no. 244/2002, of November 5, of the Portuguese Republic incorporated the municipalities of Trofa and Vizela, created in 1999. Later, in 2008, by Decree-Law no. 68/2008, of April 14, the municipalities of Cabeceiras de Basto and Mondim de Basto were integrated into this region, while the municipalities of Trofa and Santo

Tirso became part of the Greater Porto territorial unit, as they are also part of the Porto District.

The Vale do Ave region, the most industrialized part, is very well known, especially in the textile and clothing sectors, which were the mainstays of the local economy in the 20th century and continue to be so today.

Rural tourism in the Ave Valley has gained prominence in the past as an alternative to urban and mass tourism, taking advantage of the region's rich cultural, historical and natural heritage. The region is characterized by beautiful rural landscapes, with hills, valleys and rivers that provide a peaceful and relaxing environment for visitors. There are several protected natural areas and parks that offer trails for hiking, cycling and other outdoor activities.

Guimarães offers a well-preserved historic center with castles, churches, and medieval streets, attracting history and architecture enthusiasts. Traditional festivals like Nicolinas Festivities and Saint John also draw many visitors to the region.

In terms of rural accommodation, many owners of old farms and country houses have converted their properties into tourist accommodation and offer an authentic experience of rural life (Fons; Fierro; Patiño, 2011). Like many European regions, the Ave Valley has embraced rural tourism trends. Villages like Aldeia de Agra, locate in the parish of Rossas, in Vieira do Minho, district of Braga have been revitalized to offer rural stays. Visitors can enjoy the countryside and participate in traditional agricultural and craft activities.



Tourists can savor rich local cuisine, featuring dishes like veal, sausages, and regional sweets, made with traditional recipes. The region also boasts vineyards offering quality wines, tastings, and guided tours.

The region offers agri-tourism experiences, including harvesting and agricultural activities, allowing visitors to experience rural life. Tourists can also join traditional craft workshops in ceramics, weaving, and basketry. Outdoor activities like hiking, biking, horseback riding, and canoeing attract nature and sports enthusiasts.

Local development initiatives, such as funding and support programs for rural tourism, have been implemented to improve tourism infrastructure and services (Casais; Fernandes; Sarmento, 2020; Stors, 2020). Partnerships and cooperation programs between public and private entities and local communities have also been created to promote the sustainable development of rural tourism. However, seasonality is a challenge, with a greater influx of tourists in the summer months (end of June, July, August and  $\frac{3}{4}$  of September) and lower occupancy during the winter.

Global events, such as wars and pirate attacks, have driven inflation and increased rural-to-urban migration, raising concerns about financial, environmental, and cultural sustainability. These challenges also highlight the need to preserve natural resources and local traditions.

Tourism in the Ave Valley has thrived through initiatives like the Romanesque and Vinho Verde Routes, attracting visitors to key sites. Promotional campaigns, both national and international, have boosted the region's visibility as a rural tourism destination.

Rural tourism in the Ave Valley is growing, offering a mix of nature, culture, and history for a memorable experience. However, changes in tourist profiles are challenging establishments located away from urban centers.

### **The emergence of rural tourism in the Ave Valley**

The Ave Valley's textile industry crisis in the 1980s and 1990s prompted the need for economic diversification. Rural tourism emerged as a solution to revitalize rural areas and generate income. Investment in this sector gained momentum from the 1990s, focusing on economic diversification and promoting the region's heritage.

The Portuguese government, together with the European Union, launched several rural development programs that included funds and incentives for rural tourism. Programs such as LEADER - Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale and others were crucial to financing local projects. The National Spatial Planning Policy Program (PNPOT) was also created in the 2000s to promote sustainable development, including rural tourism.

In 2001, Guimarães was designated a UNESCO World Heritage Site, boosting attention and investment in the Ave Valley. Municipalities invested in restoring historic buildings, nature trails, and rural infrastructure to attract tourists.

Many owners of farms and country houses saw rural tourism as a business opportunity and began converting their properties into tourist accommodation (Getz; Carlsen, 2000). They also took the opportunity to

restore vacant properties and those in ruins, regardless of whether they were historically significant or not (Long; Lane, 2000).

Rural tourism cooperatives and associations were also formed to promote the region and offer integrated tourist packages, such as the Sol do Ave Association (aimed at economic development and training in the Vale do Ave region) and ADERE Peneda-Gerês (aimed at developing the municipalities that are covered by the Peneda-Gerês mountain range and additionally, despite not belonging to that region but being neighboring municipalities, covers the municipality of Vieira do Minho and Póvoa de Lanhoso, which are part of the Vale do Ave region).

The creation of themed routes, such as the Romanesque Route and the Vinho Verde Route, has helped to structure rural tourism and attract visitors to lesser-known areas (Figueira, 2013). Participation in tourism fairs and promotional events, both nationally and internationally, has increased the visibility of the Vale do Ave region as a tourist destination.

The municipalities, in partnership with Sol do Ave, developed training programs for rural tourism entrepreneurs to improve service quality. Universities and research institutes also contributed with studies and pilot projects for the sector.

Since the early 2000s, rural tourism in the Ave Valley has continued to grow, with new projects and investments every year. Sustainability and innovation are now the main focuses, aiming to ensure that rural tourism remains a viable source of economic development for

the region (Lane; Kastenholz, 2018; Streimikiene; Svagzdiene; Jasinskas; Simanavicius, 2021).

In summary, investment in rural tourism in the Ave Valley grew in the 1990s, driven by government policies, European funds, local initiatives, and the focus on preserving cultural and natural heritage.

### **Investment in rural tourism**

Investment in rural tourism in the Vale do Ave region has intensified over the last two decades, with several notable initiatives and developments helping to position the region as an attractive destination for rural tourism.

The concept of rural tourism began to gain attention in Portugal in the 1990s (Schmidt, 2008), but it was in the 2000s that the Vale do Ave region began to explore this aspect more seriously. The support of public policies and community incentives helped drive this movement.

Many old farms and country houses were renovated and adapted to welcome tourists (Getz; Carlsen, 2000). This was facilitated by financial support programs, such as European funds for rural development, for example PRODER - Rural Development Program and LEADER - Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale.

In the first half of the 2010s, there was a significant increase in the number of partnerships between local authorities, private entities and local associations. This includes initiatives such as the creation of themed tourist routes and the promotion of cultural and gastronomic events (Figueira, 2013). It has also led to improvements in tourist infrastructure,

such as the creation of signposts, improved access and the development of tourist support services, which have been key to attracting visitors.

Universities and polytechnic institutes supported incubation programs for rural tourism and agri-tourism startups, encouraging new investment. These initiatives helped the sector cope with the economic crisis in Portugal, exacerbated by the IMF - International Monetary Fund bailout.

In the second half of the 2010s, despite the financial crisis and IMF assistance, the Vale do Ave region promoted rural and sustainable tourism, gaining visibility at national and international events. This investment led to diversified tourism offerings, such as wine, nature, and gastronomic tourism, attracting varied tourist profiles.

In the second half of the 2010s, Ave Valley tourism operators recognized the need for sustainable practices due to the financial crisis. This shift focused on balancing tourism development with preserving natural and cultural resources. It ensured economic growth without harming the environment and provided a more stable income source. It has also allowed operators to realize that sustainable tourism in the context of rural tourism is multiple and significant:

1. Environmental preservation - by implementing sustainable tourism practices, rural areas can protect their unique ecosystems, flora and fauna. This includes adopting ecological farming techniques, responsible waste management, water and energy conservation, as well as promoting activities that minimize environmental impact (Carlsen; Getz; Ali-Knight, 2001).



2. Cultural appreciation - sustainable rural tourism also emphasizes the preservation and appreciation of the cultural heritage of local communities. This involves promoting traditions, crafts, typical cuisine and local festivities, which are important for maintaining cultural identity and attracting tourists interested in authentic experiences (Krone, 2014).
3. Local economic development - by focusing on sustainable practices, rural tourism can provide lasting economic benefits to local communities (Machado, 2019). This includes job creation, income generation through tourism services and the development of small local businesses such as guesthouses, restaurants and craft stores.
4. Education and awareness - sustainable tourism projects often include educational components that sensitize both tourists and residents to the importance of environmental and cultural conservation (Cárdenas; Byrd; Duffy, 2015). This can lead to more responsible and conscious behavior on the part of visitors and the adoption of sustainable practices by residents.
5. Enriching tourist experience - tourists who take part in sustainable rural tourism activities tend to have a more authentic and meaningful experience (Jepson; Sharpley, 2018; Kastenholz; Carneiro; Marques, 2012). They can get involved in activities such as visits to organic farms, nature trails, local craft workshops and participation in cultural events, which provides a deeper connection with the destination and its communities.
6. Promotion of Public Policies - the success of sustainable tourism projects can influence the formulation of public policies that encourage responsible tourism development practices (Simpson, 2001). Local and national governments can adopt regulations that promote environmental conservation, offer incentives for sustainable practices and set quality standards for the sector.

In the first part of the 2020s, rural tourism continues to be a strategic focus, with innovation, technology and sustainability initiatives. Digitalization and online marketing have been used to promote the Vale do Ave region as an emerging tourist destination, reaching a wider and more diverse audience.

In addition to the growth in tourism, there has been a significant change in tourist profiles. The new rural tourist profile seeks more personalized and authentic experiences, prioritizes sustainability and direct contact with nature and local cultures. This new behavior has also created many difficulties for establishments that are close to urban centers, as they face logistical and infrastructure challenges to meet the expectations of these new visitors. Some because they are in the center of cities and towns, so they don't have direct contact with nature, others because they don't have the means to satisfy their customers' needs.

On the other hand, the more urban tourist seeks to explore and experience the characteristics and attractions of cities, namely culture and history, gastronomy, shopping, architecture, nightlife, green spaces, local experiences, technology and innovation (Kay Smith; Pinke-Sziva; Berezvai; Buczkowska-Gołąbek, 2022). For these tourists, staying outside urban centers is not very viable.

The integration of local communities in the development of rural tourism has been increasingly valued in the first part of the 2020s. Initiatives that involve the active participation of local residents in tourism activities not only promote more inclusive tourism, but also enrich the experience of tourists, who can interact directly with local culture and traditions (Scheyvens; Biddulph, 2018). This community involvement

fosters an environment of cooperation and sustainable growth, benefiting both tourists and residents.

In the first half of the 2020s, sustainability is a fundamental pillar of this new tourism model. Environmental conservation programs, the use of renewable energies and sustainable agricultural practices are promoted to ensure that tourism growth does not compromise the natural resources and environment in the Ave Valley region. This approach contributes to more responsible and conscious tourism, in line with the expectations of the new tourist profile.

Thus, in this first half of the 2020s, rural tourism in the Ave Valley is on the rise, driven by innovation and sustainability strategies, and supported by digitalization and online marketing. Changing tourist profiles and the integration of local communities are shaping a more inclusive and challenging tourism landscape, especially for establishments within urban centers, which need to adapt to these new dynamics in order to thrive.

In summary, investment in rural tourism in the Ave Valley began timidly in the 2000s, but has gained momentum over the years, especially with the support of public policies, community incentives and local partnerships, becoming an important part of the region's development strategy.

### **The demand for rural accommodation**

The demand for rural accommodation in the Ave Valley, as in many other regions of Portugal, has evolved significantly from the 1990s to the present day.

In the 1990s, the concept of rural tourism and rural accommodation was still in its infancy in Portugal. Demand for this type of accommodation was relatively low, with most tourists preferring traditional hotels or vacation homes. The Vale do Ave region, with its strong industrial tradition, was no exception.

The region was best known for historical tourism in cities such as Guimarães and Vila Nova de Famalicão, but rural accommodation had yet to gain significant popularity.

In the 2000s, with Portugal's entry into the European Economic Community in 1986 and the increase in EU funds earmarked for rural development, more investment in tourist infrastructure, including rural accommodation, began to appear. There was a gradual increase in demand for rural tourism, with tourists looking for more authentic experiences and contact with nature. The Ave Valley began to benefit from this movement, albeit timidly.

The early 2010s marked a period of significant growth in demand for accommodation and rural tourism, but there were also difficult times when the financial crisis took hold in Portugal.

There was a great diversification of the offer, more properties were renovated and converted into local accommodation, including farms, country houses and small inns, regardless of whether they were located in a rural or urban environment (Machado; Vareiro; Caldas; Sousa, 2021). Many of these initiatives, especially because of the financial crisis, were without state or community support and without supervision from the

relevant tourism bodies. The owners were looking for extra income to make ends meet.

In the early 2020s, demand for local accommodation continued to grow, driven by global tourism trends that value authenticity, sustainability and personalized experiences. However, the COVID-19 pandemic had a significant impact on global tourism, but it also brought about a rediscovery of domestic and rural tourism, as tourists sought out less crowded, outdoor destinations. This has benefited the Vale do Ave region, increasing demand for rural accommodation.

In summary, demand for local and rural accommodation in the Vale do Ave region has evolved significantly since the 1990s, with more marked growth from the 2010s onwards, driven by investments in infrastructure, tourism promotion and changes in tourist preferences.

### **The financial crisis of 2011 and beyond**

The financial crisis has had a significant impact on rural tourism in Portugal's Vale do Ave region. This area, known for its picturesque landscapes, cultural and historical heritage, and outdoor activities, has suffered several challenges due to the economic crisis.

The financial crisis has reduced families' purchasing power, resulting in less willingness to spend on travel and tourism. This has directly affected demand for rural services and accommodation. Tourists stopped making long bookings of two to three weeks (Rebello, 2010) and started making bookings of one week on average.



Many Portuguese tourists opted for cheaper destinations or reduced the frequency and duration of their vacations, which had a negative impact on rural tourism. Foreign tourists began to opt for more urban accommodation because it was cheaper and for shorter periods (Barata-Salgueiro, 2017).

Economic uncertainty led to a decrease in investment in rural tourism infrastructure, with the exception of entrepreneurs who had savings and took the opportunity to invest and earn extra income to cope with the financial crisis. The lack of income also affected the maintenance and upkeep of rural properties and natural spaces, compromising the quality of facilities and the tourist experience.

The crisis has led to the closure of some rural tourism businesses and job cuts, which has impacted the local economy and increased unemployment in the region (Costa; Malta; Martins, 2023). It also affected communities that relied heavily on rural tourism, many of which saw a significant decrease in their income, which affected other local economic sectors, such as commerce and services.

Financial institutions became more restrictive when it came to granting credit, which made it difficult for owners of rural accommodation and entrepreneurs in the tourism sector to obtain financing for the maintenance, expansion or innovation of their businesses (Vicente, 2024). In addition, many support programs for rural development and tourism have been reduced or suspended, which has further limited the opportunities for growth and recovery in the sector.

Limited financial resources led private entrepreneurs to reduce marketing efforts, lowering the region's visibility. This increased competition among tourist destinations. However, Ave Valley leaders launched successful campaigns at fairs, attracting more tourists than regions with more aggressive marketing.

The decrease in investment supported by European funds has affected the environmental and cultural sustainability of the region. The conservation of natural landscapes and cultural heritage has become more difficult, compromising the long-term attractiveness of rural tourism. Essential infrastructure development projects, such as roads, signage and tourist support services, have been postponed or canceled, limiting access and the visitor experience.

In short, the financial crisis has profoundly affected rural tourism in the Ave Valley, creating a series of challenges that have impacted the economic, social and environmental sustainability of the region. Full recovery will require time, strategic investments and a coordinated effort between the government, the local community and stakeholders in the tourism sector.

### **The rural exodus**

As can be seen in table 1, the 2021 Census data shows that the Vale do Ave region had 418,455 inhabitants, 6,956 fewer than in the 2011 Census. Of the eight municipalities, only Vizela recorded an increase in inhabitants. The decrease in inhabitants in the Vale do Ave region was around 1.6%.



**Table 1 - Population change from 2011 to 2021**

Municipalities	Area (km <sup>2</sup> )	Inhabitants (2011)	Inhabitants (2021)	Variation
Cabeceiras de Basto	241,82	16.710	15.558	-6.9%
Fafe	219,08	50.633	48.497	-4.2%
Vila Nova de Famalicão	201,59	133.832	133.534	-0.2%
Guimarães	240,95	158.124	156.830	-0.8%
Mondim de Basto	172,08	7.493	6.410	-14.5%
Póvoa de Lanhoso	134,65	21.886	21.775	-0.5%
Vieira do Minho	218,05	12.997	11.955	-8.0%
Vizela	24,70	23.736	23.896	+0.7%
<b>Total</b>	<b>1.452,92</b>	<b>425.411</b>	<b>418.455</b>	<b>-1.6%</b>

Source: INE (2022)

The rural exodus has significantly impacted the Ave Valley and influenced both the local economy and the social and cultural dynamics of the region. This migratory movement, which intensified even more after 2011, has led to young people and qualified people leaving for urban areas and abroad (Rebelo, 2013), which has resulted in a considerable decrease in the active population in the Ave Valley (mainly in the more rural municipalities, as is visible in the table, where the negative variation is highest, Mondim de Basto, Vieira do Minho, Cabeceiras de Basto and Fafe despite having a strong industrial component). This situation had already been identified by Rebelo (2013), when analyzing the 2011 CENSUS on a broader scale. To make matters worse, after 2021, the exodus has intensified. The reduction in the workforce has caused difficulties for local businesses, including factories, rural tourism, agriculture and small family enterprises, affecting the maintenance of operations and productivity.

The shortage of skilled workers and the decrease in the active population have a direct impact on the profitability of local businesses. Entrepreneurs face high operating costs, as they need to offer higher salaries and additional benefits to attract and retain employees (Cunha; Silva; Fonseca; Caldas, 2023; Patrício, 2024). In addition, the lack of qualified staff undermines the quality of the services offered, which can diminish the attractiveness of the Ave Valley as a tourist destination (Lusa, 2023).

The rising cost of living in the region, coupled with the low supply of well-paid jobs, forces many residents to seek better opportunities elsewhere. This not only accelerates the rural exodus, but also increases the pressure on local businesses and especially those related to rural activities, which face difficulties in passing on high operating costs to their customers without losing competitiveness (Cunha; Silva; Fonseca; Caldas, 2023).

The economy of the Ave Valley region, which is industrialized in the major centers and heavily dependent on rural tourism and agriculture in rural areas, faces major challenges during low season periods or in crises such as natural disasters or pandemics (Mauritti; Nunes; Emílio Alves; Diogo, 2019). The reduction in population and economic activities leads to the devaluation of many rural properties. The lack of interest and investment in these properties results in the abandonment of land and buildings, affecting the local landscape and reducing opportunities for development and income generation in the area.

The rural exodus results in a loss of cultural traditions and local knowledge as young people leave. Fewer people are available to continue traditional practices and events, weakening regional identity. This cultural erosion diminishes the appeal of authentic tourism experiences.

### **The impact of gold visas**

Gold visas, introduced in Portugal in 2012, have been a significant factor in transforming the real estate market, especially in regions such as Vale do Ave. These visas offer foreign investors the possibility of obtaining residency in Portugal by making real estate investments, among other criteria.

The manor houses and farms in the Ave Valley, with their traditional architecture, vast plots of land and potential for renovation, are highly attractive to foreign investors. These properties offer a rural and exclusive lifestyle that is valued by many investors seeking refuge or a second home in Portugal.

Gold visas require a minimum investment in real estate, which often translates into purchases of high-value properties such as manor houses and farms. The demand for properties that meet the requirements of gold visas has increased significantly, directing interest towards these luxury properties (Sousa, 2024).

Growing demand from foreign investors has put pressure on the limited supply of manor houses and estates. This pressure results in rising prices, as supply cannot keep up with demand, leading to an unrealistic inflation of real estate values (Relvas, 2022).



Local owners and real estate sellers notice the high demand and adjust prices upwards, hoping to make higher profits from foreign investors. This appreciation often does not reflect the intrinsic value or the traditional market of the region, but rather the ability of foreign investors to pay (Caves, 1971).

Many owners of manor houses and farms saw an opportunity to make a significant profit by selling their properties to foreign investors. This prospect of a quick and high profit is a strong incentive to sell, especially for owners who may be facing economic difficulties.

When sold to foreign investors, these properties often cease to be used for rural tourism and are instead used as private housing. This results in many properties being withdrawn from the rural tourism market, reducing the supply of tourist accommodation in the region.

With the conversion of rural tourism properties into private residences, there is a decrease in the availability of accommodation for tourists, as can be seen in Table 2. This has a negative impact on the rural tourism sector, which depends on the diversity and quantity of accommodation on offer.

**Table 2** - Rural tourism in the Ave Valley region – N° of establishments

2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
69	72	79	64	67	66	66

source: INE (2024b)

The reduction in the supply of rural tourism has changed the tourist profile of the region, driving away tourists looking for authentic experiences in traditional properties. The transformation of the use of properties can lead to a homogenization of the tourist offer, reducing the



cultural and historical diversity available to visitors (Reisinger; Dimanche, 2010).

However, in urban areas, many properties have been and are still being bought by foreign investors. Many investors turn these properties into urban local accommodation, which has increased the supply in cities and decreased it in rural areas, Table 2 and Table 3. This attracts more tourists to the urban areas where these accommodations are located. In addition, urban accommodation is more affordable because of economies of scale than rural accommodation.

**Table 3** - Hotel and local accommodation establishments in urban localities of the Vale do Ave region

Type of establishment	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Hospitality	25	28	91	28	32	32	31
Local accommodation	58	30	56	41	54	58	68
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>58</b>	<b>75</b>	<b>69</b>	<b>85</b>	<b>90</b>	<b>99</b>

Source: INE (2024a)

Thus, the gold visas have had a significant impact on the Ave Valley real estate market, increasing demand and inflating the prices of manor houses and farms. This situation encourages the sale of these properties and their conversion from rural tourism units to private dwellings, with substantial implications for the rural tourism sector and the local economy.

### Digital platforms

Digital accommodation platforms such as Airbnb, Booking.com and others have played a key role in transforming tourism in the Ave Valley region. Through these platforms, the visibility and accessibility of

accommodation in the region has increased significantly, contributing to an increase in the number of tourists and to changes in the profile of visitors and their stay preferences (Darcy, 2010).

Platforms have enabled property owners in the Ave Valley to list accommodations for a global audience. The region's natural and historical beauty now enjoys greater visibility. Booking hotels, hostels, and rural properties has become easier, attracting tourists seeking convenience. Families and groups can also find suitable stays in rural and manor properties.

The platforms invest in digital marketing campaigns, which increase the exposure of the Vale do Ave region through targeted ads, Search Engine Optimization (SEO) and special promotions. Partnerships with influencers and promotion on social networks also extend the reach, attracting tourists looking for new experiences.

The platforms offer easy-to-use online booking systems, with ratings and comments from other guests, which increases tourists' confidence in exploring lesser-known destinations (Andrade, 2023). This has favored the Vale do Ave region. Security in the payment process and the possibility of flexible cancellation are other attractions that encourage bookings.

Easy access to online bookings and the promotion of short breaks attract urban tourists and digital nomads, who prefer these stays to explore different destinations in (Poulaki; Mavragani; Kaziani; Chatzimichali, 2023). Many urban tourists take advantage of long weekends to visit the

Ave Valley, encouraged by last-minute offers and the ease of access promoted by the platforms.

Although the Ave Valley is a mostly rural region, the promotion of its historic villages, cultural festivals and local events through digital platforms attracts tourists looking for a combination of rural and urban experiences. Activities such as day trips, short hikes and visits to local sights have become popular, in contrast to the extended stays typical of traditional rural tourists (Bel; Lacroix; Lyser; Rambonilaza *et al.*, 2015).

Owners adapt their properties to attract urban tourists, offering modern amenities and short-term packages. Platforms allow owners to adjust prices dynamically, attracting tourists during off-season periods with promotions and special offers.

The sudden increase in the number of tourists has put pressure on local infrastructure, including transportation, public services and tourist attractions. The changing profile of tourists can lead to challenges in maintaining sustainable tourism that preserves the rural and authentic character of the Ave Valley. Increased tourism brings economic benefits, such as job creation and revenue generation for the local economy, but it also requires strategies to manage growth in a balanced way (Barros, 2007).

In summary, digital lodging platforms have been catalysts in the increase of tourists in the Ave Valley, promoting the region globally and attracting a new type of tourist, less rural and more urban who are interested in short-term stays. This phenomenon transforms the dynamics of rural tourism, bringing economic benefits but also challenges that require careful management.

## **Changing tourist profile**

The profile of tourists in Portugal's Vale do Ave region has undergone a significant change in recent decades. This transformation is characterized by the transition from predominantly rural tourism to more urban tourism. Several factors explain this change, and many of them are interconnected.

The financial crisis that hit Portugal in 2011 had a profound impact on the country's economy and, consequently, on the tourism sector. The crisis reduced the purchasing power of Portuguese and foreign tourists, leading them to look for more affordable tourism options. Urban areas often offer more budget accommodation options, such as hostels and apartments for rent, compared to rural areas that can rely on niche tourism and more expensive accommodation (Berriane, 2011).

The crisis has also resulted in budget cuts that have affected investment in infrastructure in rural areas. The lack of investment in roads, public transportation and services can make rural areas less attractive to tourists (Faresin; Haag, 2016).

The decrease in the length of stay of tourists is also a relevant factor in changing the tourist profile. Tourists who plan shorter stays prefer places that are easily accessible and have a higher concentration of attractions, which is more common in urban areas (Streimikiene; Svagzdiene; Jasinskas; Simanavicius, 2021). Rural areas, which often require more time to explore due to their length and dispersal of attractions, become less attractive for these short stays.

High inflation has had a negative impact on tourist establishments, especially those located outside urban centers (Krippendorf, 1987). High inflation increases operating costs for hotels, restaurants and other tourist attractions, especially in rural areas where resources can be more limited and more expensive to transport (Tamang, 2014). These additional costs are often passed on to tourists, making rural areas less competitive in terms of price.

Urban areas, on the other hand, benefit from economies of scale and greater competition, which can help mitigate some of the effects of inflation (Barros, 2007). This makes urban areas more attractive to tourists looking to save money. These are factors that attract a growing number of tourists, especially among the younger generations.

Thus, the change in the profile of tourists in the Ave Valley region, from rural to more urban tourism, is the result of a combination of economic factors, immigration and investment policies, changes in tourist preferences, and the difference in infrastructure and services offered between urban and rural areas. The 2011 financial crisis and gold visas played crucial roles in influencing the real estate market and the availability of accommodation. High inflation and a preference for shorter stays have also contributed to making urban areas more attractive. These interlinked factors continue to shape the profile of tourism in the region.

## **Conclusion**

Rural tourism, which began to gain prominence in the Ave Valley region in the 2000s, has evolved into a dynamic and multifaceted sector,

driven by a combination of factors, including the growing demand for authentic and sustainable experiences from tourists, digitalization and innovation in marketing strategies.

The integration of local communities in tourism development has proved to be a fundamental pillar for the success of this transformation. The active participation of residents not only enriches the visitor experience, but also strengthens the social and cultural fabric of the region, promoting more inclusive and responsible tourism. Initiatives involving collaboration between public and private entities and the community have been essential in creating an environment conducive to sustainable growth, ensuring that the benefits of tourism are widely shared.

In addition, an emphasis on sustainability has become a priority, reflecting the expectations of the new profile of tourists who seek not only leisure, but also a commitment to the preservation of natural and cultural resources. The implementation of conservation practices and the promotion of environmentally friendly activities are examples of how the Ave Valley is positioning itself as a model of responsible tourism.

However, the sector still faces significant challenges, such as the need to adapt to new market dynamics and overcoming logistical and infrastructure difficulties, especially for establishments located in urban areas because they lack rural characteristics and rural areas because they are losing establishments to become luxury residences. The financial crisis and recent global events have also highlighted the vulnerability of rural tourism, requiring continued resilience and innovation.



The future of rural tourism in the Ave Valley looks promising, but requires a continued commitment to sustainability, innovation and collaboration between all stakeholders. The region has the opportunity to consolidate itself as an emerging tourist destination that not only attracts visitors, but also values and preserves its cultural and natural identity. The success of this model will depend on the ability of everyone involved to work together to face the challenges and seize the opportunities that arise in this constantly evolving scenario.

So, several considerations can be made for the future of rural tourism in the Ave Valley. Sustained commitment to sustainability is essential for tourism growth, requiring eco-friendly practices and conservation to preserve natural and cultural resources. The tourism sector must adapt to market trends by embracing digital tools like marketing and online booking to meet changing tourist demands. Investing in infrastructure is key to supporting increased visitors while maintaining the region's rural character. Engaging local communities in planning fosters authentic experiences and strengthens local pride. Diversifying tourism offerings, such as cultural, outdoor, and culinary activities, helps attract varied tourists and reduces seasonality. Providing education and training for local operators improves service quality and competitiveness, focusing on sustainability, customer service, and digital marketing. Monitoring tourism's impact on the economy, environment, and community ensures informed policies for sustainable development. Collaboration among stakeholders, including government and businesses,

enhances tourism initiatives. Preparing for crises ensures the sector's resilience and stability in the face of disruptions.

With sustained collaboration, innovation, and a commitment to sustainability, the Ave Valley is poised to become a prominent destination that preserves its cultural and natural identity while offering enriching experiences for visitors.

Rural tourism in the Ave Valley has undergone significant transformation, evolving into a vibrant sector driven by community involvement, sustainability, and innovative practices. While challenges such as market adaptation, infrastructure limitations, and the impact of global crises persist, the region's commitment to collaboration and resilience offers a solid foundation for future growth.

By continuing to prioritize sustainability, embracing digital tools, and fostering diverse tourism experiences, the Ave Valley can position itself as a leading destination that not only attracts visitors but also preserves its unique cultural and natural heritage. The success of this endeavor will depend on the collective efforts of all stakeholders, ensuring a balanced approach to development that benefits both the community and the environment. This trajectory highlights the region's potential to serve as a model for responsible tourism, combining authenticity, innovation, and inclusivity.

### **Future investigations**

Research on rural tourism could focus on the environmental and cultural sustainability in the Ave Valley, exploring conservation and



heritage preservation. A comparative study with other regions could identify best practices and shared challenges. Examining the impact of digital marketing and new technologies on rural tourism would reveal innovative promotional strategies. Additionally, analyzing the role of public-private partnerships and community involvement could highlight the benefits of collaboration and effective governance in tourism development.



## Bibliography

ANDRADE, Matheus Borba de. **Redes sociais e o comportamento nas viagens: Uma análise do impacto do facebook e instagram na tomada de decisões dos residentes no estado de são paulo**. Advisor: SILVA, Rafael Henrique Teixeira da. 2023. (Bacharelador) - Faculdade de Engenharia e Ciências - Câmpus de Rosana, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, São Paulo, SP - Brazil.

BARATA-SALGUEIRO, Teresa. Alojamentos turísticos em lisboa. **Scripta Nova - Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, vol. 21, 2017.

BARROS, José Manuel da Veiga de. **Impacte do turismo no desenvolvimento socioeconómico: O caso da Ilha do Sal**. Advisor: COSTA, Carlos. 2007. (Master) - Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industria, Universidade de Aveiro, Aveiro - Portugal.

BEL, François; LACROIX, Anne; LYSER, Sandrine; RAMBONILAZA, Tina *et al.* Domestic demand for tourism in rural areas: Insights from summer stays in three french regions. **Tourism management**, vol. 46, p. 562-570, 2015.

BERRIANE, Mohamed. **Profil de durabilité dans quelques destinations touristiques méditerranéennes - La destination du littoral de Tétouan au Maroc**. Plan Bleu Centre d'Activités Régionales PNUE/PAM, 2011.

CÁRDENAS, David A.; BYRD, Erick T.; DUFFY, Lauren N. An exploratory study of community awareness of impacts and agreement to sustainable tourism development principles. **Tourism and Hospitality Research**, vol. 15, n. 4, p. 254-266, 2015.

CARLSEN, Jack; GETZ, Donald; ALI-KNIGHT, Jane. The environmental attitudes and practices of family businesses in the rural tourism and hospitality sectors. **Journal of Sustainable Tourism**, vol. 9, n. 4, p. 281-297, 2001.

CASAI, Beatriz; FERNANDES, Juliana; SARMENTO, Mariana. Tourism innovation through relationship marketing and value co-creation: A study on peer-to-peer online platforms for sharing accommodation. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, vol. 42, p. 51-57, 2020.

CAVES, Richard E. International corporations: The industrial economics of foreign investment. **Economica**, vol. 38, n. 149, p. 1-27, 1971.

COSTA, Carlos; MALTA, Ana; MARTINS, Mariana. **Estudo de mercado de trabalho para o setor do turismo**. Aveiro - Portugal: Universidade de Aveiro, 2023.



CUNHA, Cristiano; SILVA, Mariana; FONSECA, Lurdes; CALDAS, Paulo.  
Envolvente empresarial - Análise da conjuntura. PINTO, João Costa. Lisboa - Portugal:  
CIP - Confederação Empresarial de Portugal. 3º trimestre, 2023.

DARCY, Simon. Inherent complexity: Disability, accessible tourism and  
accommodation information preferences. **Tourism Management**, vol. 31, n. 6, p. 816-  
826, 2010.

FARESIN, Roseli; HAAG, Áureo Leandro. **O turismo rural como instrumento para  
o desenvolvimento sustentável no município de quilombo**, sc. 2016. Universidade  
Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, SC - Brazil.

FIGUEIRA, Luís Mota. **Manual para elaboração de roteiros de turismo cultural**.  
Tomar - Portugal: Instituto Politécnico de Tomar, 2013. ISBN: 978-972-9473-66-1.

FONS, M. Victoria Sanagustín; FIERRO, José A. Moseñe; PATIÑO, María Gómez.  
Rural tourism: A sustainable alternative. **Applied Energy**, vol. 88, n. 2, p. 551-557,  
2011.

GETZ, Donald; CARLSEN, Jack. Characteristics and goals of family and owner-  
operated businesses in the rural tourism and hospitality sectors. **Tourism  
management**, vol. 21, n. 6, p. 547-560, 2000.

INE. **Censos 2021**. Lisboa - Portugal, 2022. Available at: [www.ine.pt](http://www.ine.pt). Accessed on:  
2024-06-23.

INE. **Alojamento Local e Hotelaria - Vale do Ave**. Lisboa - Portugal, 2024a.  
Available at: [www.ine.pt](http://www.ine.pt). Accessed on: 2024-07-14.

INE. **Turismo em Espaço Rural - Vale do Ave**. Lisboa - Portugal, 2024b. Available  
at: [www.ine.pt](http://www.ine.pt). Accessed on: 2024-07-14.

JEPSON, Deborah; SHARPLEY, Richard. More than sense of place? Exploring the  
emotional dimension of rural tourism experiences. In: **Rural Tourism**: Routledge,  
2018. p. 25-46.

KASTENHOLZ, Elisabeth; CARNEIRO, Maria João Aibéo; MARQUES, Carlos  
Peixeira. Marketing the rural tourism experience. In: TSIOTSOU, Rodoula H. and  
GOLDSMITH, Ronald E. (Ed.). **Strategic marketing in tourism services**. Bingley -  
UK: Emerald Group Publishing Limited, 2012. p. 247-264.

KAY SMITH, Melanie; PINKE-SZIVA, Ivett; BEREZVAI, Zombor;  
BUCZKOWSKA-GOŁĄBEK, Karolina. The changing nature of the cultural tourist:



Motivations, profiles and experiences of cultural tourists in budapest. **Journal of Tourism and Cultural Change**, vol. 20, n. 1-2, p. 1-19, 2022.

KRIPPENDORF, Jost. **Les vacances, et après?: Pour une nouvelle compréhension des loisirs et des voyages**. Torossa, 1987.

KRONE, Evander Eloí. **Comida, memória e patrimônio cultural: A construção da pomeraneidade no extremo sul do brasil**. 2014. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS - Brazil.

LANE, Bernard; KASTENHOLZ, Elisabeth. Rural tourism: The evolution of practice and research approaches—towards a new generation concept? *In: Rural tourism*: Routledge, 2018. p. 1-24.

LONG, Patick; LANE, Bernard. Rural tourism development. *In: CAB International 2000. Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism*, 2000, n. 27. p. 299-308.

LUSA. Empresários esperam mais dificuldades para contratação de trabalho qualificado. **eco**, Lisboa - Portugal, 2023-02-13, 2023. Available at: <https://eco.sapo.pt/2023/02/13/empresarios-esperam-mais-dificuldades-para-contratacao-de-trabalho-qualificado/>. Accessed on: 2023-08-30.

MACHADO, Florisvaldo. **Proposição de práticas sustentáveis para turismo no contexto da agricultura familiar**. Advisor: SARTORI, Micheline and KANGERSKI, Fabiana Agapito. 2019. (Graduate), Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Garopaba, Garopaba - Brazil.

MACHADO, Hugo; VAREIRO, Laurentina; CALDAS, Idalina; SOUSA, Bruno, 2021, **Supply diversification and coepetition in rural tourism**. Springer. 192-206.

MAURITTI, Rosário; NUNES, Nuno; ALVES, João Emilio; DIOGO, Fernando. Desigualdades sociais e desenvolvimento em portugal: Um olhar à escala regional e aos territórios de baixa densidade. **Sociologia on Line**, n. 19, p. 102-126, 2019.

PATRÍCIO, Isabel. Custos das empresas com salários dos trabalhadores aumentam mais de 6%. **eco**, Lisboa - Portugal, vol. 2024-05-13 2024. Available at: <https://eco.sapo.pt/2024/05/13/custos-das-empresas-com-salarios-dos-trabalhadores-aumentam-mais-de-6/>. Accessed on: 2024-06-14.

POULAKI, Ioulia; MAVRAGANI, Eleni; KAZIANI, Alexandra; CHATZIMICHALI, Eleftheria. Digital nomads: Advances in hospitality and destination attractiveness. **Tourism and Hospitality**, vol. 4, n. 3, p. 483-498, 2023.



REBELO, António Manuel Leite. **Turismo de habitação em contexto rural: Um estudo de caso.** Advisor: VIEIRA, José Manuel Silva Carvalho and SERRA, Elisabete de Magalhães. 2010. 169 f. (Master) - Marketing, ISMAI - Instituto Superior da Maia, Castelo da Maia - Portugal. Available at: [https://www.academia.edu/121624033/Turismo\\_de\\_Habita%C3%A7%C3%A3o\\_em\\_Contexto\\_Rural\\_um\\_Estudo\\_de\\_Caso](https://www.academia.edu/121624033/Turismo_de_Habita%C3%A7%C3%A3o_em_Contexto_Rural_um_Estudo_de_Caso). Accessed on: 2024-04-25.

REBELO, António Manuel Leite. Place branding captador de investimentos. **BrandTrend Journal**, vol. 3, p. 7-22, 2013.

REISINGER, Yvette; DIMANCHE, Frederic. **International tourism.** Routledge, 2010. 0080941281.

RELVAS, Rafacla Burd. Imobiliário vira-se para estrangeiros e agrava escassez de oferta para nacionais. **Público**, Lisboa - Portugal, 2022. Available at: <https://www.publico.pt/2022/11/20/economia/noticia/imobiliario-virase-estrangeiros-agrava-escassez-oferta-nacionais-2028265>. Accessed on: 2024-05-02.

SCHEYVENS, Regin; BIDDULPH, Robin. Inclusive tourism development. **Tourism Geographies**, vol. 20, n. 4, p. 589-609, 2018.

SCHMIDT, Luísa. Ambiente e políticas ambientais: Escalas e desajustes. **Itinerários: a investigação**, vol. n. 25, p. 285-314, 2008.

SIMPSON, Ken. Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development. **Current issues in Tourism**, vol. 4, n. 1, p. 3-41, 2001.

SOUSA, Vanessa. Casa de luxo em portugal: Fim dos vistos gold afasta estrangeiros. **Idealista news**, Lisboa - Portugal, vol. 2024-07-02 2024. Available at: <https://www.idealista.pt/news/imobiliario/habitacao/2024/04/18/63560-casas-de-luxo-em-portugal-fim-dos-vistos-gold-afasta-estrangeiros>.

STORS, Natalie. Constructing new urban tourism space through airbnb. **Tourism Geographies**, vol. 24, n. 4-5, p. 692-715, 2020.

STREIMIKIENE, Dalia; SVAGZDIENE, Biruta; JASINSKAS, Edmundas; SIMANAVICIUS, Arturas. Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. **Sustainable development**, vol. 29, n. 1, p. 259-271, 2021.

TAMANG, Kalpana Nesur. **Destinations touristiques d'excellence?** Advisor: DAMIEN, Marie-Madeleine. 2014. 113 f. (Master), Université de Lille, Lille - France.



VICENTE, Isabel. Bancos reportam ambiente mais restritivo no crédito ao consumo e recuo da procura nas empresas e na compra de casa. **Expresso**, Lisboa - Portugal, vol. 2024-01-23 2024. Available at: <https://expresso.pt/economia/sistema-financieiro/2024-01-23-Bancos-reportam-ambiente-mais-restritivo-no-credito-ao-consumo-e-recuo-da-procura-nas-empresas-e-na-compra-de-casa-54ef978e>. Accessed on: 2024-02-26.

05

TURBULENCE AND  
OPPORTUNITIES: THE IMPACT  
ON RURAL TOURISM

António Manuel Leite Rebelo

# **TURBULENCE AND OPPORTUNITIES: THE IMPACT ON RURAL TOURISM**

REBELO, António Manuel Leite

The rural environment has changed, bringing challenges for its inhabitants. Rural tourism supports them by preserving cultural and natural resources and generating local income.

Rural tourism brings benefits but faces challenges like rising property prices and insufficient public policies. Increased foreign investment adds pressure, making sustainable practices essential. This investment also impacts local economies, needing a balance between growth and environmental preservation. Additionally, rural tourism is vulnerable to crises like population decline, gold visa effects, and rising costs. These vulnerabilities threaten the sector's long-term sustainability.

Of particular note is the impact of the property market and foreign investment in rural tourism, as well as the growing importance of rural areas and the attraction of tourists. Rural tourism attracts foreign investors interested in business and living in picturesque locations.

The link between the property market, foreign investment, and rural tourism creates challenges and opportunities for local communities. Profitable rural tourism is key for sustainable growth, supporting infrastructure, innovation, and destination promotion (Idziak; Majewski; Zmyslony, 2018).



On the other hand, tourism drives growth by creating jobs and attracting investment. However, it remains a sensitive sector, reliant on destination appeal and safety conditions (Fourie; Rosselló-Nadal; Santana-Gallego, 2020).

In the context of rural tourism, the need for profitability is even more evident. often far from large urban centers (Costa, 2010). For sustainability, rural tourism businesses must be profitable; without it, many will close, taking opportunities with them.

Profitability in rural tourism enables continuous investment in infrastructure, services, and attractions (Almeida; Machado, 2021). This includes preserving heritage and enhancing the visitor experience (Mira, 2006). Without strong finances, these improvements are unsustainable, affecting service quality and tourist appeal.

Financial sustainability is crucial for promoting rural tourism destinations (Quaranta; Citro; Salvia, 2016). In a competitive market, effective marketing is essential to attract visitors. Without sufficient resources, visibility decreases, impacting tourist flow and revenue (Quaranta; Citro; Salvia, 2016). Poor promotion creates a cycle that harms business sustainability in rural tourism (Wernick, 1991).

In recent years, digital platforms like Airbnb, Booking.com and Expedia have transformed how tourists book accommodation, benefiting rural tourism by increasing property visibility. These platforms make rural properties more accessible, but also pose significant challenges.

Rural tourism studies must adapt to evolving challenges like rising property prices, inadequate policies, and foreign investment. Balancing



growth with sustainability and preservation is essential. The real estate market and crisis vulnerabilities require deeper analysis of local impacts. Additionally, the rise of platforms like Airbnb demands study of their effect on rural tourism promotion.

So, research needs to keep pace with these changes to offer effective solutions, ensuring profitability and the preservation of local resources, while attracting investors and visitors in a sustainable way.

This research examines the relationship between real estate, foreign investment, and rural tourism, focusing on sustainability and economic growth. It looks at how property appreciation and foreign demand influence owners' decisions to sell. It also examines the impact of gold visa programs on the real estate market and rural tourism, bringing benefits and challenges to local communities, such as price inflation that encourages the sale of properties (Surak; Tsuzuki, 2021).

It highlights the importance of the profitability of rural tourism businesses for long-term sustainability (Idziak; Majewski; Zmysłony, 2018), enabling investment in infrastructure and services, attracting tourists, promoting destinations and developing local communities (Handiman; Rachbini; Chan; Riyanto, 2024; Surak; Tsuzuki, 2021). The analysis includes the need for effective marketing strategies, maintaining quality standards and creating partnerships to boost the sector in a sustainable way.

This research analyzes the challenges and opportunities in rural tourism, focusing on real estate, foreign investment, and financial

sustainability. It underscores the need for balanced policies that support rural economic growth while protecting local communities.

This study examines the economic and social impacts of rural tourism, focusing on issues like population loss, sustainability, and gold visas. It explores challenges in profitability, the role of local communities, and the impact of infrastructure on tourism. The research also looks at strategies to cope with external crises, such as the pandemic, to promote sustainable rural development.

A narrative literature review was carried out, chosen for its ability to provide a broad and comprehensive overview of the various aspects of rural tourism. This method made it possible to explore and synthesize different theoretical and practical perspectives, allowing for a critical approach. The following databases were consulted Science Direct, Taylor & Francis Online, SAGE Journals and Google Scholar.

## **Rural tourism**

The ability to innovate and adapt to new market demands is also closely linked to profitability. Rural tourism constantly needs to reinvent itself in order to offer authentic and differentiated experiences that attract different tourist profiles. Without profitability, innovation and adaptation initiatives are compromised, which can lead to stagnation and loss of competitiveness (Wrzochalska, 2014).

Another important point is collaboration with other players in the local community. Profitability allows rural tourism businesses to establish partnerships with rural producers, artisans and small service businesses,



creating a network of cooperation that strengthens the local economy. These interdependent businesses benefit each other and promote regional economic development in an integrated and sustainable way (Quaranta; Citro; Salvia, 2016; Radnić; Milojica; Drpić, 2012).

The lack of profitability in rural tourism not only affects the entrepreneurs, but also the entire community involved (Utami; Dhewanto; Lestari, 2023). The loss of a rural tourism enterprise can mean the loss of an important cultural meeting point, an environmental preservation site and a crucial source of income for many families (Št'astná; Vaishar; Brychta; Tuzová et al., 2020). Therefore, the quest for profitability is not only a matter of business survival, but also of preserving a cultural and natural heritage that belongs to the entire community.

On the other hand, digital accommodation platforms, as well as being partners for rural tourism, have opened the door to other types of accommodation in urban locations (Casais; Fernandes; Sarmiento, 2020; Stors, 2020). This is changing consumer preferences, who tend to opt for shorter stays in each location. The ease of finding attractive and affordable urban accommodation can draw tourists' attention away from rural areas, increasing competitiveness and the need for innovation and quality in the services offered by rural tourism (Casais; Fernandes; Sarmiento, 2020).

One of the main changes caused by these digital accommodation platforms is the change in consumer preferences. With the vast supply of accommodation in cities, tourists have more options for urban stays at competitive prices (Lane; Kastenholz; Carneiro, 2022). The convenience of being close to urban attractions, shopping centers, restaurants and



nightlife means that many travelers prefer to spend less time in each location, so they opt for shorter stays and more dynamic itineraries. This means that while rural tourism still attracts many visitors, it faces increasing competition from urban areas, which offer a diverse range of experiences and amenities (Lane; Kastenholz; Carneiro, 2022).

The ease of finding and booking attractive and affordable urban accommodation through these digital platforms has diverted tourists' attention away from rural areas. This is because cities tend to have a more developed tourist infrastructure and a greater concentration of points of interest, making them popular destinations for tourists looking for convenience and variety in their trips (Ebejer, 2021). In addition, the promotions and discounts often offered on digital platforms have made urban stays more economically attractive.

This change in consumer behavior poses new challenges for rural tourism and increases competitiveness in the sector. To remain relevant and attractive, rural tourism businesses need to invest in innovation and quality in the services they offer (Genari; Santos Meira, 2007). This includes creating unique and authentic experiences that cannot be found in urban environments (Sant'anna; Fratucci, 2024), such as ecological tours, agricultural activities, local cuisine and cultural immersion. Differentiation is essential to attract tourists looking for something more than the hustle and bustle of cities.

On the other hand, rural tourism enterprises have focused on continuously improving the quality of service and facilities (Genari; Santos Meira, 2007; Sant'anna; Fratucci, 2024). In some cases, this involves



everything from modernizing accommodation to forming partnerships with other local attractions and offering integrated tourist packages (Casais; Fernandes; Sarmiento, 2020). Environmental sustainability and the preservation of cultural heritage are also important factors that can be used as competitive differentiators (Quaranta; Citro; Salvia, 2016).

Rural tourism businesses must leverage digital platforms to enhance their competitiveness. By using digital marketing, social media, and influencer collaborations, they can boost visibility and attract a larger audience.

Digital accommodation platforms offer opportunities for rural tourism but require ongoing adaptation. Local entrepreneurs must stay updated on trends and offer unique, high-quality experiences. This is key to competing with urban destinations and ensuring sustainability and growth.

### **Population exodus and reduced profitability**

Rural tourism is an essential economic activity for many regions, promoting sustainable development and the preservation of cultural traditions and the environment. However, various factors have reduced profitability, threatening local businesses.

One of the main factors affecting the profitability of rural tourism is the increasing movement of people from rural to urban areas or abroad (Li; Li; Liu, 2021; Rebelo, 2013). This rural exodus is motivated by several factors, mainly the search for better job opportunities, access to quality health services and education (Bollman, 2007; Golgher, 2004; Rebelo,



2013), and a more active social life. The lack of young, qualified people in the countryside means that many rural tourism properties and businesses face difficulties in operating efficiently and attractively.

As the rural population shrinks, there is a reduction in the labor force available to work in tourism and related activities, such as agriculture, hospitality, and tour guide services. In addition, the shortage of qualified labor is a critical problem that affects the profitability of rural tourism (He; Wang; Tuo; Du, 2022).

Labor shortages hinder rural enterprises' growth, raise costs, and reduce service quality. This affects both the tourist experience and the destination's reputation.

The rising cost of living is another factor that has a negative impact on the profitability of rural tourism. With the prices of goods and services continually rising, the operating costs of rural businesses also increase (Bollman, 2007). This includes energy, transportation, food and facilities maintenance costs. Rural entrepreneurs often find it difficult to pass on these additional costs to tourists without damaging demand. In addition, the rising cost of living directly affects local residents (Bollman, 2007), who may be forced to seek employment elsewhere, further contributing to the rural exodus.

The lack of economic diversification in many rural areas means that there is a shortage of job offers outside of the agricultural sector and tourism. This limitation causes young people and skilled workers to migrate to cities and abroad, where there is a greater variety of job opportunities (Dumont; Bravo, 2020; Golgher, 2004; Rebelo, 2013). The



lack of other sources of income and employment in rural areas means that the local economy is extremely dependent on tourism. In periods of low season or in crisis situations, such as natural disasters or pandemics, the lack of economic alternatives can lead to business closures and job losses, as well as further aggravating the region's economic situation.

Rising taxes are a significant challenge for the profitability of rural tourism. High taxes on property, services and tourism products reduce the profit margin of local businesses. Many local businesses, in the current economic situation, already operate on slim margins, and the increase in taxes, seen recently everywhere, has been the decisive factor that makes operation unviable for many operators. In addition, high taxes have discouraged new investment in the sector, making it difficult to innovate and expand existing businesses. The tax burden has been passed on to tourists, raising prices and potentially reducing the competitiveness of rural destinations compared to urban ones.

To meet these challenges, an integrated approach involving public policies to encourage rural development, investment in infrastructure and education, and the promotion of partnerships between the public and private sectors is crucial (Almeida; Machado, 2021; Ciolac; Csoz; Petroman; Petroman et al., 2013; Quaranta; Citro; Salvia, 2016). Innovation and economic diversification are key to creating new job opportunities and profitability. In addition, the implementation of more favorable tax policies can ease the tax burden on rural businesses, which will allow them to invest in improving their services and attracting more tourists. Only with coordinated and strategic action will it be possible to



guarantee the sustainability and profitability of rural tourism and preserve the cultural and natural wealth of these regions.

### **The negative impact of gold visas on rural tourism**

In recent years, many countries have introduced gold visa programs as a way of attracting foreign investment and stimulating their economies. These programs offer residency or citizenship to foreign investors in exchange for a significant investment, often in the real estate sector (Surak; Tsuzuki, 2021). While these programs have brought economic benefits, they have also created complex consequences, especially in the real estate market and rural tourism (Handiman; Rachbini; Chan; Riyanto, 2024; Surak; Tsuzuki, 2021).

The introduction of gold visas has significantly inflated the value of real estate in many regions (Montezuma; MCGarrigle, 2019). Foreign investors, attracted by the possibility of gaining residency or citizenship, often buy properties in high-value areas or move into apartments, which increases demand and, consequently, property prices (Montezuma; MCGarrigle, 2019; Surak; Tsuzuki, 2021). These investors have great purchasing power and are willing to pay high prices, so they easily exceed the budgets of local buyers.

This phenomenon is particularly evident in large cities and popular tourist destinations, where property prices have skyrocketed. However, real estate inflation is not limited to urban areas. The growing demand for real estate has also spread to rural areas and outlying regions, as investors

look for more affordable alternatives or quieter, more picturesque locations for second homes or investments.

Foreign investors who obtain gold visas often look for country houses, which offer a peaceful retreat and a more authentic experience of rural life. These rural properties not only fulfill the desire of many foreigners for a more serene life connected to nature, but also represent lucrative investments, given the potential appreciation of rural properties and the possibility of exploiting them for rural tourism or seasonal rentals in the latter case (Kastenholz; Sparrer, 2009). This increased demand for country houses has led to a significant appreciation in the value of rural properties, making them attractive targets for investment. Many foreigners prefer to invest in rural properties that offer ample space, privacy and the opportunity to develop agricultural, winemaking or ecological tourism projects, all of which can be highly profitable (Nemes; Tomay, 2022; Tomay; Tuboly, 2022).

The increase in demand for rural properties and the resulting price inflation have led many local owners to reconsider their rural tourism activities (Allé; Navarre, 2015). Previously, these owners relied on rural tourism as an important source of income, providing accommodation, tours and authentic experiences to tourists looking to escape urban life (Lane; Kastenholz; Carneiro, 2022). However, with the rise in property values, many owners are realizing that they can make an immediate and significant profit by selling their country houses to foreign investors (Caves, 1971; Surak; Tsuzuki, 2021).



Selling rural properties has become a very attractive option for several reasons. Firstly, rising property prices mean that owners can sell their properties for much higher prices than they would have been able to previously. Secondly, operating rural tourism businesses can be challenging and require a constant effort to maintain and innovate in order to attract tourists. The possibility of making a large profit from the sale, without the ongoing responsibilities and challenges of running a tourism business, is a deciding factor for many owners.

Thus, the combination of high foreign demand and inflated prices has boosted the sale of rural houses. Owners who were once committed to rural tourism are now choosing to sell their properties, capitalize on the increase in value and avoid the operational challenges of maintaining a tourism business. This movement is being driven by a number of factors:

1. Increased real estate value - The significant increase in rural property prices offers a lucrative opportunity for owners to sell and make a substantial return on their initial investments (Brooks; Lamport; Padachi; Sannassee et al., 2017).
2. Foreign demand - The high demand from foreign investors, who are willing to pay high prices for country houses, makes selling an attractive option (Caves, 1971; Wells Jr, 1993).
3. Operational challenges - Running a rural tourism enterprise can be demanding, requiring time, effort and resources to ensure a high-quality experience for visitors



(Saner; Yiu; Filadoro, 2019). Selling the property eliminates these responsibilities.

4. Attraction to Alternative Investments - With the profits from the sale, many owners can look for other investment opportunities or even move to urban areas where employment opportunities and services are more plentiful (Rytkönen; Tunón, 2020).

Gold visa programs have had a profound impact on the real estate market and rural tourism. While they have brought an influx of foreign investment and property appreciation, they have also created significant challenges for local communities. Property price inflation and the high demand for country houses from foreigners are motivating many owners to stop operating rural tourism in favor of selling their properties. This phenomenon represents a significant change in the economic and social fabric of rural areas, which has highlighted the need for balanced policies that promote foreign investment without harming local communities and their economies.

### **The difficulties of rural tourism that affect sustainability**

Rural tourism, although full of potential, faces a number of difficulties that can restrict its development, success and profitability (Sharpley, 2002). These difficulties, which are often interrelated, require a holistic approach to overcome, ensuring sustainable and beneficial growth for local communities and visitors.



One of the main difficulties is inadequate infrastructure. Many rural areas suffer from difficult or poorly signposted access, as well as poor or non-existent public transport coverage (Zembri, 2004). Lack of internet and mobile network coverage are also common problems, which hinders both the operation of local businesses and the experience of tourists (Ferreirinha, 2017). Basic infrastructure, such as roads, electricity and sanitation, often does not meet the needs of tourism, which is a major limitation on the ability to offer quality services.

The training and education of the local workforce is another significant barrier (Simon, 1976). The lack of qualified professionals in hospitality and tourism management can compromise the quality of the services offered (Alnasser, 2020). In addition, there is a shortage of education and training programs for local residents, which makes it difficult to create a solid base of skilled workers who can sustain the growth of tourism in the region and help establishments become more profitable.

The promotion and marketing of rural destinations also faces challenges. Many of these areas lack visibility, making it difficult to attract a wider audience. Financial limitations to invest in effective advertising campaigns exacerbate the situation, leaving many rural destinations unknown to the general public.

Seasonality is a factor that directly influences the economic stability of rural tourism (Martín Martín; Salinas Fernández; Rodríguez Martín; Ostos Rey, 2019; Xie; Villace, 2020). The dependence on certain times of the year to attract visitors can cause periods of high and low



activity, making it difficult to maintain a constant flow of tourists. Diversifying attractions to ensure year-round visitation is a strategy that still faces obstacles.

Environmental challenges are also a constant concern. The need to balance tourism development with environmental preservation is crucial to avoid the degradation of natural and cultural resources (Radnić; Milojića; Drpić, 2012; Sharpley, 2002). The increased flow of tourists can lead to the overloading of fragile ecosystems, requiring sustainable tourism practices to mitigate negative impacts.

Public policies play a crucial role in the development of rural tourism, but there is often a lack of efficient government support. Inadequate policies and excessively bureaucratic regulations can hinder the operation of tourism businesses, impeding the sector's growth.

Innovation and the adoption of new technologies are additional challenges. Many rural areas find it difficult to implement technologies that could improve the tourist experience and the operational efficiency of businesses (Da Silva; Lobo, 2024). The need for investment in innovation is evident, but not always accessible to small local entrepreneurs.

Community interaction is another vital aspect for the success of rural tourism. Insufficient involvement of the local community in tourism planning and development can lead to conflicts and the perception that the benefits of tourism are not distributed fairly (Reindrawati, 2023). Ensuring the active participation of local residents and that they benefit economically is essential for the sustainability of tourism.



Finally, health crises, such as the COVID-19 pandemic, highlight the vulnerability of rural tourism to external events. The impact of these crises can be devastating, severely affecting the tourist flow and the local economy. Recovering from these crises and restoring tourist confidence pose additional challenges for the sector, ultimately leading to the closure of establishments.

Overcoming these difficulties requires close collaboration between governments, local communities, entrepreneurs and other stakeholders. Only through an integrated and strategic approach is it possible to promote sustainable and inclusive development of rural tourism that benefits both locals and visitors.

### **Sustainability and the development of rural tourism communities**

Effective management of rural tourism is crucial for the sustainability and development of the communities involved (Radnić; Milojica; Drpić, 2012). Rural tourism managers need to have the ability to create and maintain profitability with accommodation for a number of reasons.

One of the main reasons is financial sustainability. For rural tourism businesses to be sustainable in the long term, it is essential that the accommodation is profitable (Lane; Kastenholz; Carneiro, 2022). Profitability allows managers to invest in the maintenance and continuous improvement of facilities, ensuring that guests have a high-quality experience. Without a solid financial base, it is difficult to maintain high standards and attract tourists repeatedly. Thus, the profits made from



accommodation allow for reinvestment in infrastructure, such as modernizing rooms, improving common areas, and implementing technologies that increase operational efficiency (Casais; Fernandes; Sarmiento, 2020). This not only improves the guest experience, but can also reduce operating costs in the long term.

Another highly relevant reason is attracting and retaining visitors. The ability to create superior quality accommodation is key to attracting and retaining visitors. Tourists are looking for accommodation that offers comfort, security and a memorable experience (Anaba; Bodet; Bouchet, 2014). Managers who manage to offer all this have a significant competitive advantage in the market. Because profitability allows managers to invest in marketing and promotion, they extend the reach of their business (Wernick, 1991). Effective advertising campaigns, strategic partnerships and presence on online booking platforms are essential for attracting new visitors and increasing the occupancy rate of accommodation (Bollman, 2007; Wernick, 1991).

In addition, the development of the local community is also relevant and important for rural tourism. The creation of profitable accommodation in rural tourism creates direct and indirect jobs. Employees in hotels, guesthouses and related services, such as cleaning, maintenance and customer service, benefit directly. In addition, there are indirect jobs in areas such as food supply, transportation and entertainment. Thus, tourists who stay in local accommodation tend to spend money in restaurants, stores and attractions in the area. This



stimulates the local economy, creating a virtuous cycle of economic development and improved quality of life for residents.

Furthermore, environmental and cultural sustainability is highly relevant (Lane; Kastenholz; Carneiro, 2022). Profitable managers can invest in sustainable tourism practices, such as the use of renewable energy, efficient waste management and water conservation. This not only reduces environmental impact, but also attracts conscious tourists who value sustainability. Rural tourism must therefore often involve the promotion and preservation of cultural and historical aspects of the region. Profitability allows managers to support cultural initiatives such as events, festivals and the maintenance of historical heritage, enriching the visitor experience and preserving the community's cultural identity (Đurkin; Perić; Šebrek, 2017).

The ability to innovate is essential for long-term sustainability. Profitability enables managers to diversify services, such as recreational activities, tour packages, and gastronomic experiences. Thus, innovating and adapting to new market trends is key to maintaining the appeal of tourist destinations. Additionally, strong financial resources help businesses face crises like natural disasters or pandemics, enabling survival during low-demand periods and faster recovery.

The profitability of accommodation is essential for rural tourism managers' success. Beyond financial survival, it promotes sustainable community development, attracts visitors, preserves the environment and culture, and supports ongoing innovation to stay competitive globally. Without effective, profitable management, the economic, social, and



cultural benefits of rural tourism risk being compromised, impacting both businesses and dependent communities.

### **Promoting and sustaining the profitability of local accommodation**

Town halls, tourist offices and travel agencies play crucial roles in promoting and sustaining the profitability of local accommodation in rural tourism (Buhalis, 2000). The partnership between these actors can create synergies that boost tourism, benefiting both accommodation businesses and the local economy.

Local councils or municipalities can offer tax incentives, such as reduced property taxes and licensing fees, to tourism ventures (Dahles, 2002; Nepal; Nepal, 2021). This eases the financial burden on local accommodations and increases their investment capacity. Additionally, offering subsidies or funding for renovating and improving facilities can help accommodation maintain high quality standards, attracting more tourists.

By investing in infrastructure, such as roads, public transport, sanitation and lighting, local councils facilitate access and improve the experience for tourists, which makes areas more attractive (Bollman, 2007). As well as ensuring the safety and cleanliness of tourist areas increases visitor satisfaction and encourages returns.

On the other hand, local councils can organize marketing campaigns to promote the region as a tourist destination (Buhalis, 2000). This can include advertising in national and international media, participating in tourism fairs and developing promotional materials. As



well as sponsoring cultural events, sports and festivals can attract tourists to the area, increasing demand for local accommodation.

Tourist offices can and should provide information on accommodation, attractions, restaurants and local activities (Silva, 2021). They help tourists plan their stays and encourage exploration of the area, increasing demand for tourist services. Thus, the distribution of maps, tourist guides and brochures highlighting local accommodations and their special offers can direct more visitors to these establishments.

Tourist offices can also act as intermediaries in booking accommodation, offering an additional service to both tourists and accommodation owners (Law; Leung; Lo; Leung et al., 2015; Silva, 2021). Therefore, developing and promoting tourist packages that include accommodation, food and local activities can increase the occupancy rate of accommodation and extend the stay of visitors.

On the other hand, tourist offices can gather visitor feedback and data on preferences, helping accommodation managers improve services and adjust marketing strategies.

Travel agencies can include local accommodation in their travel packages and promote these establishments directly to their customers (Law; Leung; Lo; Leung et al., 2015). In addition to collaborating on marketing campaigns and promotions, this can increase the visibility of the accommodation and attract more tourists. Even creating travel packages that integrate accommodation, transportation, food and local activities can increase convenience for tourists and occupancy of accommodations. As well as offering personalized itineraries that highlight



authentic and exclusive experiences can attract tourists looking for a differentiated experience, benefiting local accommodation.

Travel agencies can facilitate direct bookings for local accommodation through their own platforms or partnerships with online booking systems (Henry, 2020). Offering services like transportation, excursions, and local activities adds value and attracts tourists to specific accommodations.

The synergies and common benefits that can result from partnerships between town halls, tourist offices and travel agencies should allow them to collaborate regularly and align their strategies and initiatives to ensure that promotion and development efforts are cohesive and effective. Creating rural tourism networks that include accommodation, restaurants, attractions and services can increase the cohesion of the tourism offer and provide an integrated experience for tourists (Gocer; Boyacioglu; Karahan; Shrestha, 2024).

On the other hand, the partnership between the various actors involved in rural tourism activities promotes local economic development, creates jobs, increases income and improves the quality of life of residents. A robust and well-managed rural tourism sector contributes to the sustainability and resilience of the local economy, especially in times of crisis.

Collaboration between town halls, tourist offices and travel agencies is fundamental to the profitability of local accommodation. Each of these actors plays a vital role in the development, promotion and operation of the tourism sector. Through tax incentives, improving



infrastructure, marketing promotion, facilitating bookings and creating attractive tourist packages, these partnerships can create an environment conducive to the sustainable growth of rural tourism. The synergy between these entities not only benefits accommodation businesses, but also contributes to the economic development and quality of life of local communities.

### **Place branding as an investment attractor and source of profitability**

Place branding is essential to create a unique and attractive identity for a place, be it a city, a region or a country (Rebelo, 2013). This concept is crucial for attracting tourists, attracting investment and being a source of profitability.

In a globalized market where many destinations compete for tourists' attention, having a unique identity helps a place stand out (Pinteu, 2011). Effective branding communicates what makes a destination special, be it its history, culture, natural landscapes or unique events. A place with a strong brand creates positive memories and emotional associations in visitors. This not only attracts tourists, but also encourages them to return and recommend the destination to others.

Place branding creates a cohesive experience for the tourist, where every element of the destination (from signage to tourist services) reflects the same identity and narrative (Rebelo, 2013). This improves visitor satisfaction and promotes destination loyalty. In addition, well-targeted branding can attract specific segments of tourists, such as ecotourists, food lovers, extreme sports enthusiasts or lovers of culture and history.



Solid place branding facilitates the creation of effective marketing campaigns (Rainisto, 2021). It provides a consistent basis for promotional materials, advertisements, websites and social media, increasing the effectiveness of marketing initiatives. A strong brand can facilitate partnerships with tourism companies, airlines, tour operators and digital influencers, extending the reach of promotional campaigns (Rainisto, 2021).

A strong brand for a place communicates stability, security and a favorable business environment. Investors are more likely to invest in places that have a positive and clear image. Therefore, place branding can attract foreign investment by highlighting the competitive advantages of the location, such as tax incentives, skilled labor, robust infrastructure and high quality of life (Metaxas, 2010).

On the other hand, promoting the location as a hub for certain sectors (technology, manufacturing, tourism, etc.) can attract companies and startups looking for synergies and networking opportunities (Van Winden; De Carvalho, 2015). Thus, a strong brand can influence governments and institutions to invest in infrastructure and local development, making the location even more attractive to investors (Snieska; Zykiene, 2015). Brands that emphasize sustainable practices and social responsibility can attract investors looking for sustainable and eco-friendly projects in line with global ESG (environmental, social and governance) trends.

The increase in the number of tourists generates direct revenue through spending on accommodation, food, transportation,



entertainment and shopping. Tourism growth drives the development of local infrastructure, such as hotels, restaurants, tourist attractions and transportation services, creating a virtuous cycle of investment and return.

A place with a strong and attractive brand tends to see an appreciation in real estate properties, benefiting local owners and attracting investors in the real estate sector. Increased tourism and investment can lead to development, improved infrastructure and public services, which in turn attracts more residents and businesses.

A strong place brand attracts businesses and creates jobs, diversifying the local economy. It also boosts demand for local products internationally, promoting exports and economic growth.

On the other hand, a well-branded place attracts international events, bringing revenue and global exposure. This influx of visitors boosts business for hotels, restaurants, and local services.

Place branding is more than a logo—it's a strategy that defines a place's identity and values. It helps attract tourism, investment, and sustained profitability. A cohesive brand unites residents, businesses, and governments around shared goals for development and prosperity.

### **What to consider when investing in rural tourism**

When investing in rural tourism, it is important to consider a number of factors to ensure the success and sustainability of ventures. Some of the main considerations include:

1. Market Analysis - Carry out a detailed analysis of the rural tourism market, identifying demand, competition, trends and



growth opportunities (Ritonga; Setiawan; El Fikri; Pramono et al., 2018).

2. Identifying the target audience - Knowing the profile of potential visitors and adapting the services and experiences offered to their preferences and needs (Carneiro; Lima; Silva, 2015).

3. Sustainability - Prioritize sustainable practices, both environmentally and socially, to preserve natural and cultural resources and ensure respect for the local community (An; Alarcón, 2020).

4. Quality of Services - Investing in the quality of the services offered, from accommodation to tourist activities, to provide a positive experience for visitors (Chin; Lo, 2017).

5. Innovation - Being attentive to new trends and market demands, constantly seeking to innovate and offer unique and differentiated experiences (Madanaguli; Kaur; Mazzoleni; Dhir, 2022).

6. Local Partnerships - Establish partnerships with local producers, artisans and small businesses to strengthen the local economy and promote regional development in a collaborative way (Qu; McCormick; Funck, 2022).

7. Marketing and Promotion - Invest in effective marketing and promotion strategies to increase the visibility of the tourist destination and attract new visitors (Tsang; Gong; Au, 2022).



8. Staff training - Ensure that staff are well trained and qualified to offer quality service and guarantee visitor satisfaction (Hardjosoekarto; Lawang, 2021).
9. Monitoring and Evaluation - Constantly monitoring results, evaluating business performance and identifying areas for improvement (Park; Yoon, 2011).

By considering these aspects and strategically planning investment in rural tourism, entrepreneurs can increase their chances of success, contributing to the economic and cultural development of the region and providing memorable experiences for visitors.

## **Conclusion**

This study summarizes the main findings and reflections on the complex relationship between the real estate market, foreign investment and rural tourism. It emphasizes that while rural tourism presents significant opportunities for the economic development of rural areas, it also faces substantial challenges that could jeopardize its long-term sustainability.

One of the central points addressed is the need for a delicate balance between economic growth and the preservation of natural and cultural resources. The increase in foreign investment, driven by gold visa programs, has generated a marked appreciation in the value of rural real estate, which, while attracting capital and promoting development, has also resulted in unsustainable pressure on local communities. This



dynamic has led to gentrification, where original residents move away due to rising prices.

Profitability is vital for the economic viability of rural tourism, enabling investment in infrastructure and innovation. It also plays a key role in promoting destinations and attracting tourists. To benefit local communities, proper public policies are needed to regulate the real estate market and protect residents' interests.

The research also highlights the need for a collaborative approach involving interaction between governments, entrepreneurs and communities. The creation of public-private partnerships can be an effective strategy for fostering the sustainable development of rural tourism, ensuring that economic benefits are distributed equitably and that the voices of local communities are heard and respected.

The future of rural tourism depends on understanding its vulnerabilities and building resilience. This involves crisis management, market adaptation, and leveraging digital platforms for promotion and bookings. By addressing these challenges, rural tourism can thrive, supporting sustainable development and preserving local culture and nature.

### **Future investigations**

There are some suggestions for future research that could be explored further to enrich the discussion on the impact of the real estate market and foreign investment on rural tourism, as well as to identify



possible solutions and approaches to address the challenges and promote the sustainable development of these regions:

1. The need for specific policies to regulate the real estate market in rural areas, in order to balance the interest of foreign investors with the preservation of local communities and the environment.
2. The possibility of public-private partnerships to invest in tourist infrastructure and promote the sustainable development of rural tourism, benefiting both local residents and visitors.



## Bibliography

- ALLÉ, C.; NAVARRE, F. Le Système Financier Local Et Ses Modèles: Quelle Production De Connaissances Au Cours Des 30 Années Passées. Constitution d'un État des Lieux, vol. 1, 2015.
- ALMEIDA, A.; MACHADO, L. P. Rural Development and Rural Tourism: The Impact of Infrastructure Investments. Peripheral territories, tourism, and regional development, vol. p. 1-16, 2021.
- ALNASSER, E. Le Développement du Tourisme et de l'Hôtellerie À Dubaï: De Nouveaux Enjeux pour les Managers de L'hôtellerie. Orientador: ALAIN, K. 2020. 284 f. (Doctorat) -, Université Paris-Saclay, Paris - France. Available at: <https://theses.hal.science/tel-03261898>.
- AN, W.; ALARCÓN, S. How Can Rural Tourism Be Sustainable? A Systematic Review. Sustainability, vol. 12, n. 18, p. 7758, 2020.
- ANABA, V.; BODET, G.; BOUCHET, P. L'écotourisme À L'épreuve Du Divertissement Sensoriel: Le Cas Des Hébergements Atypiques. Revue Interdisciplinaire sur le Management et l'Humanisme, vol. n. 1, p. 58-83, 2014.
- BOLLMAN, R. D. Les Facteurs Stimulant L'économie Rurale Canadienne. Statistique Canada Division de l'agriculture, vol. 83, n. 21, 2007.
- BROOKS, C.; LAMPORT, M.; PADACHI, K.; SANNASSE, V. et al. The Impact of Foreign Real Estate Investment on Land Prices: Evidence from Mauritius. Review of Development Economics, vol. 21, n. 4, p. e131-e146, 2017.
- BUHALIS, D. Marketing the Competitive Destination of the Future. Tourism management, vol. 21, n. 1, p. 97-116, 2000.
- CARNEIRO, M. J.; LIMA, J.; SILVA, A. L. Landscape and the Rural Tourism Experience: Identifying Key Elements, Addressing Potential, and Implications for the Future. Journal of sustainable Tourism, vol. 23, n. 8-9, p. 1217-1235, 2015.
- CASAI, B.; FERNANDES, J.; SARMENTO, M. Tourism Innovation through Relationship Marketing and Value Co-Creation: A Study on Peer-to-Peer Online Platforms for Sharing Accommodation. Journal of Hospitality and Tourism Management, vol. 42, p. 51-57, 2020.
- CAVES, R. E. International Corporations: The Industrial Economics of Foreign Investment. Economica, vol. 38, n. 149, p. 1-27, 1971.



CHIN, C.-H.; LO, M.-C. Rural Tourism Quality of Services: Fundamental Contributive Factors from Tourists' Perceptions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, vol. 22, n. 4, p. 465-479, 2017.

CIOLAC, R.; CSOSZ, I.; PETROMAN, C.; PETROMAN, I. et al. Public-Private Partnerships on Rural Tourism Field in Europe an Innovation for Rural Development-Achievements and Proposals. *Scientific Papers: Animal Science & Biotechnologies/ Lucrari Stiintifice: Zootehnie si Biotehnologii*, vol. 46, n. 2, 2013.

COSTA, D. D. C. M. F. D. Relação Entre Turismo e Desenvolvimento Local em Espaço Rural: O que Aprendemos com o Caso de Allariz. Orientador: FIGUEIRA, E. 2010. 134 f. (Master) - Departamento de Sociologia, Insituto Universitário de Lisboa, Lisboa - Portugal.

DA SILVA, J. A. P.; LOBO, Y. S. Turismo E Tecnologia: Desafios E Oportunidades. *Revista Aproximação*, vol. 6, n. 11, 2024.

DAHLES, H. Tourism, Small Enterprises and Community Development. In: *Tourism and Sustainable Community Development: Routledge*, 2002. p. 172-187.

DUMONT, G.-F.; BRAVO, A. Prospective Des Migrations Internationales À L'horizon 2050. Paris, Centre de prospective générale, FMSH [Fondation maison des sciences de l'homme] - Prospective, vol. 4, 2020.

ĐURKIN, J.; PERIĆ, M.; ŠEBREK, J. K. Addressing Organisational Challenges of Cultural Tourism in Rural Areas through Community-Based Tourism Model. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, vol. 4, p. 145-157, 2017.

EBEJER, J. Tourism in European Cities: The Visitor Experience of Architecture, Urban Spaces and City Attractions. Rowman & Littlefield, 2021. 1538160552.

FERREIRINHA, M. S. G. O Papel Das Aplicações Móveis No Turismo - O Caso Zarco. 2017. 107 f. (Master) - Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, Instituto Politecnico do Porto (Portugal), Porto - Portugal.

FOURIE, J.; ROSSELLÓ-NADAL, J.; SANTANA-GALLEGO, M. Fatal Attraction: How Security Threats Hurt Tourism. *Journal of Travel Research*, vol. 59, n. 2, p. 209-219, 2020.

GENARI, M. A.; SANTOS MEIRA, P. R. Desenvolvimento Do Turismo Rural Em Santo Antonio Da Patrulha. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, vol. 2, n. 2, 2007.



GOCER, O.; BOYACIOGLU, D.; KARAHAN, E. E.; SHRESTHA, P. Cultural Tourism and Rural Community Resilience: A Framework and Its Application. *Journal of Rural Studies*, vol. 107, 2024.

GOLGHER, A. B. *Fundamentos Da Migração*. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, vol. n. 231, 2004.

HANDIMAN, U. T.; RACHBINI, D. J.; CHAN, S.; RIYANTO, S. How to Increase Sustainable Rural Tourism Performance? An Empirical Study in Indonesia. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, vol. 52, n. 1, p. 150-164, 2024.

HARDJOSOEKARTO, S.; LAWANG, R. M. The Role of Local Government on Rural Tourism Development: Case Study of Desa Wisata Pujonkidul, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, vol. 16, n. 7, 2021.

HE, H.; WANG, S.; TUO, S.; DU, J. Analysis of the Effect of Rural Tourism in Promoting Farmers' Income and Its Influencing Factors—Based on Survey Data from Hanzhong in Southern Shaanxi. *Sustainability*, vol. 14, n. 3, 2022.

HENRY, M. *Comment Le Goût Du Voyage Pourrait-Il Attirer Les Internautas Dans Son Agence?* 2020. 78 f. (Bachelator) - Hatue École de Gestion & Tourism, Université de Fribourg, Fribourg - Suisse. Available at: [https://folia.unifr.ch/documents/317023/files/Henry\\_Manon\\_2020\\_TB\\_SANS\\_ANNEXES.pdf](https://folia.unifr.ch/documents/317023/files/Henry_Manon_2020_TB_SANS_ANNEXES.pdf). Accessed on: 2024-06-19.

IDZIAK, W.; MAJEWSKI, J.; ZMYŚLONY, P. Community Participation in Sustainable Rural Tourism Experience Creation: A Long-Term Appraisal and Lessons from a Thematic Villages Project in Poland. In: LANE, B. and KASTENHOLZ, E. (Ed.). *Rural Tourism - New Concepts, New Research, New Practice*. 1st Edition ed. London - UK: Routledge, 2018.

KASTENHOLZ, E.; SPARRER, M. Rural Dimensions of the Commercial Home. In: *Commercial Homes in Tourism*: Routledge, 2009. p. 158-170.

LANE, B.; KASTENHOLZ, E.; CARNEIRO, M. J. Rural Tourism and Sustainability: A Special Issue, Review and Update for the Opening Years of the Twenty-First Century. *Sustainability*, vol. 14, n. 10, 2022.

LAW, R.; LEUNG, R.; LO, A.; LEUNG, D. et al. Distribution Channel in Hospitality and Tourism: Revisiting Disintermediation from the Perspectives of Hotels and Travel Agencies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 27, n. 3, p. 431-452, 2015.



LI, T.; LI, Q.; LIU, J. The Spatial Mobility of Rural Tourism Workforce: A Case Study from the Micro Analytical Perspective. *Habitat International*, vol. 110, 2021.

MADANAGULI, A.; KAUR, P.; MAZZOLENI, A.; DHIR, A. The Innovation Ecosystem in Rural Tourism and Hospitality—a Systematic Review of Innovation in Rural Tourism. *Journal of Knowledge Management*, vol. 26, n. 7, p. 1732-1762, 2022.

MARTÍN MARTÍN, J. M.; SALINAS FERNÁNDEZ, J. A.; RODRÍGUEZ MARTÍN, J. A.; OSTOS REY, M. D. S. Analysis of Tourism Seasonality as a Factor Limiting the Sustainable Development of Rural Areas. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 44, n. 1, p. 45-75, 2019.

METAXAS, T. Place Marketing, Place Branding and Foreign Direct Investments: Defining Their Relationship in the Frame of Local Economic Development Process. *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 6, p. 228-243, 2010.

MIRA, R. S. A Interpretação Do Patrimônio Na Bahia: Um Instrumento De Desenvolvimento Local Através Do Turismo. Orientador: SILVA, J. A. S. 2006. 151 f. (Master) - UNIFACS Departamento de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade de Salvador, Salvador, BA - Brasil.

MONTEZUMA, J.; MCGARRIGLE, J. What Motivates International Homebuyers? Investor to Lifestyle 'Migrants' in a Tourist City. *Tourism Geographies*, vol. 21, n. 2, p. 214-234, 2019.

NEMES, G.; TOMAY, K. Split Realities – Dilemmas for Rural/Gastro Tourism in Territorial Development. *Regional Studies*, vol. p. 1-10, 2022.

NEPAL, R.; NEPAL, S. K. Managing Overtourism through Economic Taxation: Policy Lessons from Five Countries. *Tourism Geographies*, vol. 23, n. 5-6, p. 1094-1115, 2021.

PARK, D. B.; YOON, Y. S. Developing Sustainable Rural Tourism Evaluation Indicators. *International journal of tourism research*, vol. 13, n. 5, p. 401-415, 2011.

PINTEAU, F. M. Le Tourisme En Croatie: De La Création D'une Image Touristique À Son Instrumentalisation. 2011. -, Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand - France. Available at: <https://theses.hal.science/tel-00827311>.

QU, M.; MCCORMICK, A. D.; FUNCK, C. Community Resourcefulness and Partnerships in Rural Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 30, n. 10, p. 2371-2390, 2022.



QUARANTA, G.; CITRO, E.; SALVIA, R. Economic and Social Sustainable Synergies to Promote Innovations in Rural Tourism and Local Development. *Sustainability*, vol. 8, n. 7, p. 668, 2016.

RADNIĆ, R. A.; MILOJICA, V.; DRPIĆ, D. Sustainable Rural Tourism in Croatia and the Role of Cultural Resources. *Journal of International Scientific Publications: Economy & Business*, vol. 6, p. 254-264, 2012.

RAINISTO, S. K. Success Factors of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices in Northern Europe and the United States. In: BRAJE, I. N.; JAKOVIĆ, B., et al (Ed.). *Proceedings of Feb Zagreb 12th International Odyssey Conference on Economics and Business*. Šibenik - Croatia: Helsinki University of Technology, 2021.

REBELO, A. M. L. Place Branding Captador De Investimentos. *BrandTrend Journal*, vol. 3, p. 7-22, 2013.

REINDRAWATI, D. Y. Challenges of Community Participation in Tourism Planning in Developing Countries. *Cogent Social Sciences*, vol. 9, n. 1, 2023.

RITONGA, H. M.; SETIAWAN, N.; EL FIKRI, M.; PRAMONO, C. et al. Rural Tourism Marketing Strategy and Swot Analysis: A Case Study of Bandar Pasirmandoge Sub-District in North Sumatera. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, vol. 9, n. 9, p. 1617-1631, 2018.

RYTKÖNEN, P.; TUNÓN, H. Summer Farmers, Diversification and Rural Tourism—Challenges and Opportunities in the Wake of the Entrepreneurial Turn in Swedish Policies (1991–2019). *Sustainability*, vol. 12, n. 12, p. 5217, 2020.

SANER, R.; YIU, L.; FILADORO, M. Tourism Development in Least Developed Countries: Challenges and Opportunities. *Sustainable tourism: Breakthroughs in research and practice*, vol. p. 94-120, 2019.

SANT'ANNA, E. S.; FRATUCCI, A. C. O Papel Do Apego De Residentes Ao Lugar No Design De Experiências Turísticas No Espaço Rural. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, vol. 18, p. 2953-2953, 2024.

SHARPLEY, R. Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus. *Tourism management*, vol. 23, n. 3, p. 233-244, 2002.

SILVA, M. R. M. Os Postos De Turismo E a Importância Na Promoção Da Imagem De Um Destino: Estudo Aplicado À Região De Aveiro. Orientador: MOREIRA, C. C. O. 2021. 213 f. (Master) - Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra - Portugal.



SIMON, G. Industrialisation, Émigration Et Réinsertion De La Main-D'oeuvre Qualifiée Au Maghreb: Le Cas De La Tunisie Et De L'algérie. *Hommes & migrations*, vol. n. 902, p. 4-14, 1976.

SNIESKA, V.; ZYKIENE, I. City Attractiveness for Investment: Characteristics and Underlying Factors. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, vol. 213, p. 48-54, 2015.

ŠŤASTNÁ, M.; VAISHAR, A.; BRYCHTA, J.; TUZOVÁ, K. et al. Cultural Tourism as a Driver of Rural Development. Case Study: Southern Moravia. *Sustainability*, vol. 12, n. 21, 2020.

STORS, N. Constructing New Urban Tourism Space through Airbnb. *Tourism Geographies*, vol. 24, n. 4-5, p. 692-715, 2020.

SURAK, K.; TSUZUKI, Y. Are Golden Visas a Golden Opportunity? Assessing the Economic Origins and Outcomes of Residence by Investment Programmes in the Eu. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 47, n. 15, p. 3367-3389, 2021.

TOMAY, K.; TUBOLY, E. The Role of Social Capital and Trust in the Success of Local Wine Tourism and Rural Development. *Sociologia Ruralis*, vol. 63, n. 1, p. 200-222, 2022.

TSANG, N. K.; GONG, A.; AU, W. C. W. Rural Tourism Product Promotion: A Comparison of Message Framing Techniques. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 39, n. 7-9, p. 609-622, 2022.

UTAMI, D. D.; DHEWANTO, W.; LESTARI, Y. D. Rural Tourism Entrepreneurship Success Factors for Sustainable Tourism Village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, vol. 10, n. 1, 2023.

VAN WINDEN, W.; DE CARVALHO, L. New Urban Economies: How Can Cities Foster Economic Development and Develop 'New Urban Economies'. Saint Denis-France: URBACT European Programme for Sustainable Urban Development, May 2015.

WELLS JR, L. T. Mobile Exporters: New Foreign Investors in East Asia. In: *Foreign Direct Investment: University of Chicago Press*, 1993. p. 173-196.

WERNICK, A. Promotional Culture. *CTheory*, vol. 15, n. 1-3, p. 260-281, 1991.

WRZOCHALSKA, A. Rural Economies in Central Eastern European Countries after Eu Enlargement. Warszawa - Polska: Institute of Agricultural and Economic 2014. 978-83-7658-489-8.



XIE, J.; VILLACE, T. The Economic Determinants of Tourism Seasonality: A Case Study of the Norwegian Tourism Industry. *Cogent Business & Management*, vol. 7, n. 1, p. 1732111, 2020.

ZEMBRI, P. La Planification Des Transports Au Niveau Régional: Une Lecture Des Évolutions De Ces 25 Dernières Années. *Dossiers du CERTU*, vol. n. 155, 2004.

06

GASTRONOMIA FUNCIONAL COMO  
ESTRATÉGIA AO TURISMO RURAL:  
alimentos agroecológicos nas aulas do  
curso de hospedagem do Colégio  
Técnico -UFRRJ

Natália Pains Nunes de Carvalho

Fernanda Travassos de Castro

Elaine Cristina Souza Lima

Daniele Custódio Gonçalves das Neves

Márcia Luiza De Oliveira Albuquerque Souza

Milena Matteini dos Santos

Katia Cilene Tabai

# **GASTRONOMIA FUNCIONAL COMO ESTRATÉGIA AO TURISMO RURAL: ALIMENTOS AGROECOLÓGICOS NAS AULAS DO CURSO DE HOSPEDAGEM DO COLÉGIO TÉCNICO - UFRRJ**

CARVALHO, Natália Pains Nunes

CASTRO, Fernanda Travassos

LIMA, Elaine Cristina Souza

NEVES, Daniele Custódio Gonçalves

SOUZA, Márcia Luiza de Oliveira Albuquerque

SANTOS, Milena Matteini

TABAI, Katia Cilene

O presente capítulo é um relato de experiência das Ações de Educação Alimentar e Nutricional (EAN) desenvolvidas na disciplina Alimentos e Bebidas 1-cozinha (A&B1), do 4º módulo, do Curso Técnico em Hospedagem do Colégio Técnico da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CTUR) e seu caráter promotor da soberania e segurança alimentar e nutricional, por meio de abordagens e recursos educacionais problematizadores. Ao sistematizar essa experiência, parte-se do princípio de que o saber fazer e o conhecimento dos talentos locais são ativos intangíveis, mas concretos dos processos de desenvolvimento. As práticas de A&B1 foram analisadas e documentadas de forma a serem compartilhadas e divulgadas em outros contextos similares, onde possam ser aproveitadas para mudar realidades locais.



A EAN é um campo de conhecimento e prática inserido na Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) e no Direito Humano à Alimentação Adequada (DHAA). Seu objetivo é promover a prática autônoma e voluntária de hábitos alimentares saudáveis, por meio de ações permanentes, intersetoriais e transdisciplinares. A prática da EAN deve fazer uso de abordagens e recursos educacionais problematizadores e ativos que favoreçam o diálogo junto a indivíduos e grupos populacionais, considerando todas as fases do curso da vida, etapas do sistema alimentar e as interações e significados que compõe o comportamento alimentar, conforme conceituou o Marco de Referência de Educação Alimentar para as Políticas Públicas (Brasil, 2012). A EAN foi incluída como tema transversal no currículo escolar através da Lei 13.666/2018 (Brasil, 2018).

A disciplina Alimentos e Bebidas 1 (A&B1) destaca-se por utilizar ferramentas promotoras da EAN, fundamentando-se, especialmente, no Guia Alimentar para a População Brasileira (GAPB) (Castro et al., 2017; Wittmann et al., 2023; Brasil, 2014). O GAPB, serve como instrumento de apoio às ações de EAN, por construir diretrizes alimentares mais holísticas, levando em consideração os fatores determinantes das práticas alimentares, a complexidade e os desafios que envolvem os sistemas alimentares atuais. O Guia esclarece que a promoção da alimentação saudável, envolve também a defesa da biodiversidade, a valorização de alimentos de base agroecológica, o reconhecimento da herança cultural e o valor histórico dos alimentos (Brasil, 2014; Nascimento; Tabai, 2023).



A promoção de mudanças nas escolhas alimentares individuais e comunitárias exige uma abordagem multifacetada. A EAN desempenha um papel chave, possibilitando aos cidadãos tomar decisões autônomas mais informadas e conscientes em prol do autocuidado e saúde integral. Podendo ainda contruir para preferência em investir seus recursos como consumidores em produtos e experiências de origem local e territorial.

Um estudo recente investigou os critérios de escolha na compra de alimentos no Brasil durante a pandemia de Covid-19, destacando uma desconexão preocupante entre o consumo alimentar e a responsabilidade social. Os resultados mostraram que a adesão às diretrizes do GAPB foi insuficiente, influenciada por fatores socioeconômicos como a diminuição da renda e o desemprego em massa. Além disso, desigualdades sociais, incluindo o racismo ambiental, agravaram o acesso a alimentos adequados e nutritivos. O estudo destaca a necessidade de políticas públicas para promover a Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (SSAN), priorizando a educação alimentar e a acessibilidade para escolhas alimentares responsáveis e saudáveis (Lima et al., 2022).

Referindo-se a soberania alimentar, esse conceito surgiu do desejo de criar um paradigma alimentar que enfatizasse a soberania e a autodeterminação alimentar dos povos, como resposta crítica de movimentos sociais e camponeses a abordagem tradicional de Segurança Alimentar, que se limita a disponibilidade de alimentos, sem considerar condições de produção e distribuição e seus impactos socioambientais. Essa perspectiva tradicional favorece o agronegócio em detrimento dos pequenos produtores rurais, sem questionar questões como a

concentração de terra, as monoculturas, o uso excessivo de tecnologias, agrotóxicos, desmatamento, transgênicos (ABRANDH, 2013). O conceito de Soberania Alimentar tem se modificado ao longo do tempo e, em 2007, o Fórum Mundial Pela Soberania Alimentar definiu-o como:

“A soberania alimentar é o direito dos povos de decidir seu próprio sistema alimentar e produtivo, pautado em alimentos saudáveis e culturalmente adequados, produzidos de forma sustentável e ecológica, o que coloca aqueles que produzem, distribuem e consomem alimentos no coração dos sistemas e políticas alimentares, acima das exigências dos mercados e das empresas, além de defender os interesses e incluir as futuras gerações” (FMSA, 2007).

No Brasil, a Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) foi institucionalizada como uma política de Estado pela Lei Orgânica de Segurança Alimentar e Nutricional (LOSAN). Esta consiste no:

“acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades, baseando-se em práticas alimentares saudáveis que respeitem a diversidade cultural e que sejam sustentáveis em todas as dimensões” (Brasil, 2006, p. 2).

Neste sentido, para Schubert e Portilho (2023), a soberania e a SAN estão interligadas na busca por uma nova ordem alimentar, que abrange diversas práticas sociais, desde políticas públicas até hábitos alimentares. A adoção de novos comportamentos depende de fatores como educação alimentar, adaptação do paladar e habilidades culinárias.

Em A&B1, reconhece-se que o comportamento alimentar é moldado por uma série de fatores, e que o ambiente escolar é um espaço

crucial e exerce um papel de formação e fortalecimento para o desenvolvimento de bons hábitos alimentares e habilidades relacionadas à alimentação. A partir de reflexões críticas sobre as realidades do mundo globalizado capitalista e as condições nas quais os estudantes estão inseridos, a disciplina busca influenciar a consciência das escolhas individuais dos alunos. Estes, enquanto cidadãos oriundos de territórios contraditórios, futuros profissionais da área de alimentos e hospedagem, e jovens consumidores, possuem a legitimidade e competência para promover mudanças estruturais, institucionais e nas regras do mercado.

Para tanto, reproduzem-se receitas de família, estimulando o resgate de memórias afetivas e reforçando a sensação de pertencimento. Incentiva-se a experimentação de novos alimentos por meio da análise sensorial, do preparo e da degustação de pratos, incluindo ingredientes incomuns ao paladar brasileiro e regional. Isso permite que os educandos explorem novos sabores, ingredientes e técnicas, estimulando também o consumo de frutas e hortaliças. Explora-se o uso de temperos e ervas naturais nas preparações, informando aos alunos sobre seus benefícios funcionais e o potencial de sabor, em contraste com os temperos industrializados que podem prejudicar a saúde. Além disso, estimula-se a valorização do meio rural, e dos circuitos alimentares curtos, por meio de visitas a espaços de produção e comercialização da agricultura sustentável (Castro et al., 2023; Wittmann et al., 2023).

As aulas práticas desta disciplina, focadas no planejamento e na estruturação de estabelecimentos gastronômicos, com ênfase na gastronomia funcional como diferencial, ocorrem em uma cozinha

experimental. Nela, estudantes da educação profissional técnica de nível médio aprendem a preparar e apresentar menus gastronômicos temáticos para os meios de hospedagem (Neves; Castro; Tabai, 2017). Sendo assim, as ações de educação alimentar em A&B1 utilizam a gastronomia como campo central para promover diálogos e articular saberes (Castro et al., 2017). No contexto da EAN, a gastronomia tem o potencial de conectar o conhecimento e a prática aos saberes tradicionais (Bezerra, 2018). Segundo Sugizaki, Cortazzo (2019), a gastronomia configura-se como um campo abrangente e transdisciplinar, permitindo o diálogo e o reconhecimento de que os saberes gastronômicos e seus produtos são essenciais para a cultura alimentar de um povo, grupo ou comunidade.

Dentro desse contexto, a gastronomia funcional destaca-se como uma prática culinária que utiliza alimentos funcionais, os quais oferecem benefícios à saúde que vão além da nutrição básica. Esses alimentos são ricos em compostos bioativos que podem ajudar na prevenção de doenças crônicas, como câncer e diabetes, promovendo uma alimentação saudável e nutritiva. Surgida no início do século XXI, a gastronomia funcional enfatiza a importância da dieta na qualidade de vida e transforma a relação entre o sistema agroalimentar e a saúde pública, tradicionalmente dominada pela indústria farmacêutica. No Brasil, a legislação estabelece diretrizes para alegações de propriedades funcionais e de saúde, garantindo a segurança e a eficácia das informações fornecidas aos consumidores (Neves; Castro; Tabai, 2017; Castro et al., 2017; ANVISA, 2021). A gastronomia funcional, não deve ser enxergada como uma abordagem de caráter funcionalista ligada ao nutricionismo, e sim, uma perspectiva que

ao respeitar as diretrizes do GAPB, busca garantir as potencialidades da alimentação como um fator central de promoção a saúde.

Nossos modos globalizados de produzir, comercializar e consumir alimentos, através dos sistemas agroalimentares hegemônicos, são dominados por grandes corporações transnacionais e pelo mercado financeiro, que reduziram os alimentos e a alimentação a meras mercadorias. Isso limita as possibilidades de escolha do consumidor devido a fatores como condições econômicas e pouca acessibilidade. (Schubert; Portilho, 2023). No Brasil, é lamentável que 21,6 milhões de lares ainda não tenham garantia de uma alimentação adequada e saudável, sendo afetados pela insegurança alimentar. As últimas pesquisas sobre o acesso da população brasileira à alimentação confirmam que as violações dos Direitos Humanos à Alimentação Adequada (DHAA) continuam sendo impulsionadas por desigualdades sociais, econômicas e regionais. Essas desigualdades afetam especialmente grupos vulneráveis, como famílias de baixa renda, lares chefiados por mulheres, pessoas negras ou pardas, populações rurais e residentes das regiões Norte e Nordeste do país (IBGE, 2024).

A homogeneização da produção agrícola, que resulta em uma oferta predominante de alimentos ultraprocessados, ou seja, alimentos prontos para o consumo, frequentemente dependentes de poucos produtos agrícolas e enriquecidos com ingredientes químicos para torná-los mais atraentes aos consumidores, compromete a diversidade alimentar e, conseqüentemente, a saúde da população (Abramovay et al., 2024). Fatores como a desconexão entre a alimentação e as condições ecológicas

locais, a globalização e a desvalorização da cultura alimentar regional agravam essa situação. Da disponibilidade total de alimentos atualmente no Brasil (média de 1.092 gramas por dia), apenas 7,09 gramas são representados por alimentos da biodiversidade brasileira, dos quais 5,89 gramas são de frutas nativas e 1,20 gramas de hortaliças nativas (Silva et al., 2023). Outro elemento que o Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima (IPCC) alerta que já vem impactando significativamente a segurança alimentar, especialmente na produção de frutas e legumes, são as mudanças climáticas (IPCC, 2020).

A LOSAN enfatiza a necessidade de assegurar, vinculado à proteção da biodiversidade (Brasil, 2006). A perda da biodiversidade impacta diretamente a SAN, especialmente em comunidades vulneráveis, onde a diversidade cultural nas práticas alimentares é fundamental. Tradicionalmente, o conhecimento local e as práticas culinárias garantem dietas nutritivas que respeitam as identidades culturais, evidenciando a importância de uma alimentação que valorize tanto a saúde individual quanto a coletiva (Horwitz, Kretsch; 2015).

A promoção de sistemas alimentares saudáveis, sustentáveis e justos é essencial para enfrentar as desigualdades impostas pelos sistemas agroalimentares atuais, aumentar a diversidade cultural e melhorar o acesso a alimentos nutritivos. A comida tem um papel social significativo, refletindo identidades e territorialidades, conforme descrito por Banini e Tabai (2022). Costa (2021, p. 11) define a “comida de verdade” como aquela que, além de atender às necessidades nutricionais, carrega significados simbólicos, afetivos e sociais.



Guilherme, Carvalho, Tabai (2021) abordaram a relação da IA com o comprometimento dessa identidade, destacando a necessidade de uma análise mais aprofundada sobre as desigualdades nos sistemas alimentares. A pandemia de Covid-19 exacerbou retrocessos no acesso à alimentação, tornando urgente a adoção de abordagens interdisciplinares que promovam a intersetorialidade na busca pela soberania alimentar. O princípio ético da soberania alimentar é sustentado pela interculturalidade, que fomenta o diálogo entre culturas e valoriza a diversidade.

Neste sentido, a autonomia e as condições de vida e trabalho dos agricultores familiares importam à soberania alimentar. Essa autonomia está intimamente relacionada à produção de alimentos biodiversos, respeitando a característica ecológica dos territórios, preservação de sementes tradicionais (crioulas), à manutenção da biodiversidade agrícola e à valorização das culturas e hábitos alimentares de diversas populações.

No Brasil, 77% dos estabelecimentos agropecuários são da Agricultura Familiar (AF), ocupando apenas 23% da área total dos estabelecimentos agropecuários do país. No entanto, esse segmento é responsável por empregar 67% da mão de obra no meio rural. Atualmente, a AF é responsável por produzir até 50% dos produtos da cesta básica. No estado do Rio de Janeiro, 42,28% da produção agropecuária provêm da Agricultura Familiar. O segmento representa 67% do total de estabelecimentos rurais do estado, destacando-se pelo importante papel socioeconômico que desempenha (IBGE, 2019).

Na região metropolitana da capital do estado, o município de Seropédica possui uma área de 9.302 hectares ocupada por

estabelecimentos rurais, com 444 estabelecimentos (IBGE, 2019). Vianna (2020) discutiu os impactos significativos enfrentados pela AF nas últimas duas décadas no espaço rural de Seropédica, apesar de sua história de assentamentos e presença de instituições de ensino e pesquisa, a proximidade com a capital e a região portuária de Itaguaí impulsionou a especulação imobiliária e a construção do arco metropolitano, atraindo indústrias e condomínios logísticos. Essa dinâmica, caracterizada por intervenções não participativas, levou muitos agricultores familiares a abandonarem suas atividades. O crescimento econômico na região é visto como uma ameaça à identidade rural de Seropédica, resultando no êxodo rural e na fragilização do tecido sociocultural local. Do total da população do município, de 80.596 pessoas, apenas 1,5% (1.209 pessoas) estavam ocupadas em estabelecimentos agropecuários. Contudo, um potencial positivo é que 87% dos estabelecimentos não utilizavam agrotóxicos, revelando a viabilidade da agricultura sustentável no município (IBGE, 2023; IBGE, 2019).

O Turismo Rural (TR) surge como uma estratégia para o desenvolvimento territorial local, ajudando a reduzir desigualdades sociais e econômicas no campo, promovendo a pluriatividade nas propriedades rurais. Essa prática integra diferentes atores e serviços, como hospedagem, alimentação e lazer. Embora não haja consenso sobre sua definição, para este estudo, considera-se a definição do Ministério do Turismo (Brasil, 2010), que caracteriza o TR como um conjunto de atividades turísticas no meio rural, focado na produção agropecuária e na valorização do patrimônio cultural e natural da comunidade (Brasil, 2010, p. 18).

— • • • —

A implementação eficaz do TR, apoiada por políticas públicas, pode aumentar a autoestima das comunidades e fixar famílias camponesas no campo. A interação entre os ambientes rural e urbano onde elementos da vida rural, como manejo de criações e manifestações culturais e a oferta de alimentos frescos que atendem à demanda por uma alimentação consciente e sustentável, são fundamentais para atrair turistas (Furtado, Pereira; 2023).

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

### **Aspectos éticos da pesquisa**

Os projetos que fundamentam esta pesquisa foram aprovados pelo Comitê de Ética na Pesquisa com Seres Humanos da UFRRJ (CEP/UFRRJ), em conformidade com os princípios éticos estabelecidos pela Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde, por meio dos pareceres nº 797/2016 e nº 705/2016.

### **Universo da pesquisa**

A pesquisa foi realizada no Colégio Técnico da Universidade Rural (CTUR), que está vinculado à UFRRJ e faz parte da Rede Federal de Educação Profissional Científica e Tecnológica. Localizado no campus sede da universidade, em Seropédica, o CTUR é reconhecido pela qualidade do ensino, atraindo alunos de diversas cidades circunvizinhas. Entre os cursos oferecidos, destaca-se o Técnico em Hospedagem, com duração de dois anos, que é ministrado de forma concomitante ao Ensino Médio.

Seropédica, é um município localizado na Baixada Fluminense. O Índice de Desenvolvimento Humano municipal era de 0,713 em 2010. Conforme censo demográfico realizado em 2022, apresenta, uma população de 80.596 pessoas, e a sua área era de 265,189 km<sup>2</sup> (IBGE, 2023).

### **Métodos de obtenção de dados**

A pesquisa foi um estudo de caso, no CTUR. Cabe lembrar que o estudo de caso tem como propósito reunir informações detalhadas e sistemáticas sobre um fenômeno, sendo um importante procedimento metodológico que enfatiza entendimentos contextuais, respeitando a representatividade, como apontam alguns autores como Llewellyn; Northcott (2007) e Patton (2002).

A técnica de observação participante, discutida por autores como Minayo (2001), possibilita ao pesquisador contato direto com o objeto de estudo, permitindo acompanhar suas atividades cotidianas, atribuir significados às realidades observadas, obter dados empíricos de forma eficaz e promover uma compreensão aprofundada da realidade social.

Além da observação participante, também foi realizada uma análise documental para descrever e caracterizar a disciplina Alimentos e Bebidas 1, com informações coletadas a partir de arquivos e documentos fornecidos pela professora e seus estagiários. Foram adotados procedimentos técnicos, incluindo observação participante, análise documental e entrevistas exploratórias, para contextualizar as aulas, a preparação de menus, receitas, listas de compras e padrões dos alimentos adquiridos. As fotografias apresentadas são registros dessas observações,

— • • • —  
e todos os participantes consentiram com a sua utilização ao assinarem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

A coleta de dados foi realizada entre julho de 2022 e outubro de 2023, utilizando técnicas como observação participante e análise documental, tanto audiovisual quanto textual. O foco da coleta concentrou-se nas aulas práticas e nas experiências de campo realizadas por meio de visitas guiadas na Feira da Agricultura Familiar da UFRRJ, na Fazendinha Agroecológica e na Horta Agroecológica do colégio, abrangendo quatro turmas da disciplina Alimentos e Bebidas 1 - Cozinha, do curso Técnico em Hospedagem. Em 2022, três turmas participaram: uma com 8 alunos, outra com 16 alunos e uma terceira com 30 alunos. No ano de 2023, uma turma de 6 alunos foi estudada.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

### **Caracterização da Disciplina Alimentos e Bebidas 1- Cozinha no âmbito do Curso Técnico em Hospedagem do CTUR**

O curso Técnico em Hospedagem do CTUR é predominantemente frequentado por mulheres e tem como objetivo capacitar profissionais para atuar em diversos meios de hospedagem e serviços de alimentação. Dessa forma, o Técnico em Hospedagem é um profissional que pode desempenhar funções como recepção, governança, preparação de alimentos, bebidas e eventos atuar na administração, desenvolvimento e manutenção de serviços de hospitalidade, assumir cargos de administrador estratégico em empresas hoteleiras, gerenciar alimentos e bebidas em hotéis e serviços de alimentação, planejar eventos

•••••

e atividades de lazer, supervisionar estoques e realizar compras e vendas de suprimentos (CTUR, 2021).

No âmbito do Técnico em Hospedagem, a disciplina Alimentos e Bebidas 1 - Cozinha (A&B1) é era ofertada no quarto módulo; e explora o planejamento e estruturação do estabelecimento gastronômico. Oferecida em ambos os semestres do ano, a disciplina recebia duas turmas em cada período. Nas aulas práticas realizadas no laboratório A&B1, preparam-se receitas que vão desde a entrada até a sobremesa. Dessa forma, são abordadas técnicas de empratamento, montagem de mesa e apresentação do menu elaborado. A preparação desses menus requer a aquisição de uma ampla variedade de alimentos. Para isso, a UFRRJ disponibiliza dois cartões corporativos para o CTUR, que só podem ser utilizados por estabelecimentos que emitem nota fiscal eletrônica detalhada.

### **Ações Agroambientais Para A Promoção Da Alimentação Saudável No Ambiente Escolar**

A logística de abastecimento do laboratório de A&B1, com os ingredientes necessários à execução das receitas, foi alterada nos anos de 2022 e 2023, recebendo um grande incentivo e colaboração da Organização Não Governamental (ONG) Britânica *Be Earth Foundation*, para a compra de gêneros alimentícios que ampliaram e diversificaram as opções culinárias, elevando o padrão nutricional das preparações consumidas em aula.



Essa parceria, intermediada por uma docente ligada ao departamento de Economia Doméstica e Hotelaria da UFRRJ, uma ativista alimentar e doutoranda em Alimentos e Nutrição pela Faculdade de Engenharia de Alimentos da Universidade Estadual de Campinas, e uma docente do CTUR responsável pela disciplina de A&B1, resultou no “Projeto de Ações de Educação Alimentar e Nutricional”. Essa iniciativa, já noticiada no *site* da UFRRJ e nas redes sociais da Fundação Britânica, visa fomentar a agricultura familiar na região e ensinar aos estudantes, na prática, técnicas de preparo de alimentos saudáveis e sustentáveis, demonstrando sua relevância tanto no dia a dia quanto na carreira profissional. Para isso, todo o recurso recebido da Fundação Britânica é destinado exclusivamente à aquisição de gêneros alimentícios provenientes da AF, seguindo as recomendações do Guia Alimentar da População Brasileira (Brasil, 2014), adquiridos de pequenos produtores rurais locais e da Feira da Agricultura Familiar da UFRRJ, a FAF Rural (Castro; Neves, 2022).

Promovida desde 2016, a FAF Rural tem o objetivo de fortalecer a produção familiar em bases agroecológicas. A feira possibilita a comercialização e o consumo consciente de alimentos produzidos pela AF da região no campus Seropédica da UFRRJ. A FAF faz parte do modelo de cadeias agroalimentares curtas, incentivando a aproximação entre produtores e consumidores e a construção de relações de confiança. Contribui para a manutenção de práticas tradicionais, da biodiversidade e do uso de técnicas agroecológicas, gerando renda e novas perspectivas para as famílias, inclusive fomentando o turismo rural. Na FAF 69,5%

das feirantes eram mulheres. Mais de 80% declararam que houve diversificação dos produtos na propriedade a partir da sua inserção na Feira (Bilheiro et al., 2022).

Os recursos da Fundação têm financiado grande parte dos alimentos usados nas aulas. Os ingredientes são incorporados nos menus planejados pela professora. As compras são cuidadosamente planejadas e realizadas semanalmente no site da FAF, levando em conta a disponibilidade e sazonalidade dos alimentos, bem como a capacidade produtiva dos agricultores. Além disso, as receitas são elaboradas de forma a incluir a maior variedade possível de itens disponíveis na feira, priorizando sempre a compra direta dos produtores familiares. Isso, divulga para a comunidade escolar a riqueza da ruralidade que resiste na região.

Adquiriu-se cerca de 119 variedades de produtos de 14 feirantes da FAF durante o período de coleta de dados. Destes, apenas o mel e iogurte eram de origem animal. A lista contemplou: pães, bolos e biscoitos; frutas; verduras e legumes; Plantas Alimentícias Não Convencionais (PANCs); temperos, ervas aromáticas e especiarias; conservas, geleias e doces; farináceos; cereais, tubérculos e raízes; feijões; azeite, óleo e gordura de palma; kombuchas. Além disso, adquiriu-se cogumelos comestíveis e tomates de outros agricultores locais que não compõem o grupo da feira da rural.

Quanto ao sistema de produção, os itens, em sua maioria, eram orgânicos, agroecológicos ou em transição agroecológica. A Lei nº 10.831/2003 regulamenta o sistema orgânico de produção (Brasil, 2003).

Visando à promoção dos sistemas de produção abarcados pela referida lei, o Brasil instituiu em 2012, por meio do decreto n.º 7.794, a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PNAPO), com o objetivo de articular políticas indutoras da transição agroecológica e da produção orgânica e de base agroecológica no país (Brasil, 2012).

A transição para a agroecologia enfrenta desafios no contexto brasileiro, onde políticas públicas favorecem práticas convencionais, como o uso de agrotóxicos. Um estudo de intervenção no município de Queluz, São Paulo, destacou as dificuldades enfrentadas por grupos nessa transição e a importância da assistência técnica. Foi ressaltada a relevância da promoção de circuitos locais de alimentos agroecológicos na conexão entre produtores e consumidores, atendendo à demanda por alimentos frescos e livres de agrotóxicos nas áreas urbanas (Rodrigues; Bezerra; Tabai, 2022). O fortalecimento do meio rural e das práticas agrícolas sustentáveis depende de um esforço conjunto. Por isso, devemos lembrar o papel multifacetado das universidades e instituições de ensino em contribuir para a sociedade, não apenas na educação e pesquisa, mas também como agentes ativos na formulação e implementação de políticas públicas e na promoção de mudanças sociais (Pereira et al., 2019).

Dessa forma, essa iniciativa, ao se inserir neste circuito curto de comercialização, é uma demonstração concreta e inspiradora de incentivo ao abastecimento de estabelecimentos do setor de alimentos e bebidas com alimentos oriundos da agricultura familiar de base agroecológica. Além disso, de valorização das potencialidades do município de Seropédica para o fortalecimento do TR na região.



Um estudo de caso, que relaciona o fomento da gastronomia local com o TR revelou que a gastronomia da região é a principal incentivadora de mais dos 20% dos passeios propostos pelo roteiro turístico, tendo seus produtos alimentícios, predominantemente, da produção local nessas atividades de passeio. O que demonstra o potencial dos espaços rurais como promotores do desenvolvimento econômico regional. São turistas que buscam a interação com a terra, os animais, o preparo de pratos típicos, vegetação e seus frutos (Silva, Silva; 2024).

### **Os Alimentos, a Alimentação e a Culinária como Ferramenta de Educação Alimentar e Nutricional**

Para a definição dos menus executados, considerou-se a culinária brasileira e internacional, bem como a disponibilidade e sazonalidade dos alimentos e ocasiões especiais. Os temas abordados foram Culinária Mineira, Baiana, Feijoada e Pancs. Na Culinária Internacional, os temas foram Culinária Indiana, Italiana e Mexicana. A ocasião especial contemplada para a avaliação final foi o Natal. Dessa forma, uma variedade de receitas inovadoras foi executada, combinando ingredientes locais, técnicas culinárias tradicionais e novas abordagens gastronômicas. O objetivo era que a degustação fornecesse experiências únicas e memoráveis, promovesse a sustentabilidade na produção de alimentos e a saúde dos comensais, valorizando a cultura alimentar brasileira e de outros países que influenciaram a construção da nossa identidade alimentar. Além disso, destacava culinárias com prestígio e visibilidade internacional, como a mexicana, que é um Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade.



Cabe apontar o uso de Plantas Alimentícias Biodiversas (PAB) como fator de potencialidade da disciplina A&B1 na promoção do consumo de dieta sustentável. O conceito de PAB compreende variedades crioulas ou locais de plantas convencionais de uso extensivo (por exemplo, feijão, arroz e milho), bem como espécies não convencionais, geralmente nativas, muitas vezes negligenciadas e de uso cultural limitado, também chamadas de PANC (“Plantas Alimentícias Não Convencionais”) Define-se PANCs como aquelas espécies alimentícias com potencial subexplorado para contribuir com SAN, saúde e nutrição, geração de renda e integridade ambiental. Sua definição depende de aspectos geográficos, sociais, econômicos e temporais e incluía uma ampla gama de alimentos silvestres, tradicionais, indígenas e locais. A planta por si só não é convencional ou não convencional; é apenas uma planta (Jacob; Albuquerque, 2020).

As preparações elaboradas pelas turmas de A&B1 nos anos de 2022 e 2023 incorporaram ao menos 8 variedades de PANCs: chaya, João Gomes, ora-pro-nobis, taioba, jambu, vinagreira, *physalis* e bertalha. Além dessas, diversas frutas, hortaliças e cereais foram utilizados, como banana, tangerina, abacate da casca roxa, caqui, aipim, arroz vermelho, arroz negro, arroz cateto, batata-doce azul, quiabo, hortelã-pimenta, quinoa, gordura de palma, chia, linhaça, biomassa de banana, palmito pupunha, coentro selvagem e chicória.

Destaca-se ainda que, além dos alimentos adquiridos na feira da UFRRJ, a produção da horta agroecológica do CTUR e a fazendinha agroecológica colaboraram significativamente com alimentos que

enriqueceram as preparações. Essas três fontes de abastecimento agregaram variedades de espécies alimentícias e diversidade de cores aos pratos. Nesse sentido, as receitas inovadoras de A&B1 promoveram uma dieta rica e diversificada em suas cores, sendo este um indicador da presença de compostos bioativos. A variedade foi entendida e estimulada como um dos princípios norteadores da escolha dos alimentos em prol da alimentação saudável (Brasil, 2014).

Enfatiza-se o fato de essa ter sido a primeira ou uma das primeiras oportunidades que muitos desses alunos tiveram para se familiarizarem com alguns desses alimentos, considerando que anteriormente nunca tinham tido contato (Castro et al., 2023). Além de experimentá-los, eles também aprenderam a prepará-los, tornando essa experiência uma estratégia tangível de introdução de novos alimentos ao paladar destes jovens e de promoção do consumo de frutas e hortaliças. Isso contribuiu para a ampliação do seu repertório alimentar, em contraposição à padronização do paladar, e do imediatismo posto pelos produtos prontos para consumo.

Um alimento que, segundo Weintraub, Rodrigues e Tabai (2021), é subexplorado no país, apesar de sua versatilidade gastronômica e alta densidade calórica e nutricional, e que foi utilizado na disciplina de A&B1, é a polpa de jaca verde. Nesse contexto, contribui-se para disseminar o conhecimento sobre o uso culinário da jaca, que, segundo as autoras, devido à resistência e abundância da planta, torna-se um alimento propício para contribuir com a segurança alimentar e nutricional (SAN) em meio às mudanças climáticas e crises ambientais e econômicas. Adquirida na

FAF rural, a polpa de jaca verde foi utilizada no desenvolvimento de duas receitas: Coxinha de Batata-Doce com Recheio de Jaca (Figura 1) e Nhoque de Aipim com Ragu de Jaca com Jambu.

**Figura 1.** Coxinha de Batata Doce com Recheio de Jaca preparada em uma aula. Seropédica, 2022



As autoras enfatizam ainda o potencial da jaca verde na culinária como alternativa tecnológica à proteína animal, devido ao seu sabor neutro, adaptável aos temperos utilizados, e sua textura facilmente modificável, capaz de simular a textura de vários tipos de carne (Weintraub; Rodrigues; Tabai, 2021). Segue nas figuras 2 e 3 os registros fotográficos de 18 pratos com preparações salgadas e 10 sobremesas que compuseram os menus elaborados pelos discentes nas aulas práticas de A&B1, no período de coleta de dados.

Na figura 2 estão as preparações elaboradas nas aulas práticas de A&B1 do Curso Técnico em Hospedagem do CTUR.

Figura 2. Pratos elaborados no curso



- a) Bobó de Abóbora + Arroz de Coco; b) Feijoada + Arroz branco; c) Escondidinho de bacalhau + Salada de arroz; d) Arroz com nozes + Carne com Aligot; e) Arroz com cogumelos + Frango ao curry; f) Arroz negro com amendoim tostado + Frango com molho de laranja; g) Creme de milho com quiabo e barriga de porco; h) Feijão Tropicero + Couve Mineira;

i) Arroz verde + Ovo poché; j) Salada maravilha (alface, chicória coentro selvagem, jambu, quinoa, linhaça); k) Risoto de limão galego + Filé de merluza com molho de coentro e salsa; l) Creme de abóbora com chuchu e Shimeji.

**Figura 3.** Preparações elaboradas nas aulas práticas de A&B1 do Curso Técnico em Hospedagem do CTUR



- 
- a) Bolinho de feijoadá com ora-pro-nobis; b) Couve à mineira com taioba e mostarda; c) Salada de Quinoa com João Gomes; d) Salada de manga, folhas de cenoura e gorgonzola com molho mostarda e mel; e) Bruchetta de gorgonzola com pão de fermentação natural; f) Crostata de tapioca com sementes de linhaça e gergelim + g) Guacamole; Cheesecake de laranja Kikan; h) Tiramisu; i) Pudim de laranja; j) Mousse de chocolate com especiarias; k) Arroz doce indiano ou Kheer; l) Torta de maça verde com sorvete; m) Quindão; n) Panna Cotta com geléia artesanal de manga; o) Banoffe; p) Sorvete de banana com calda de goiabada e crumble de amendoim

### **Conversando sobre o sistema alimentar e suas múltiplas dimensões a partir da noção de sustentabilidade**

Pôde-se observar diversas ações nas quais temas referentes ao sistema alimentar eram abordados. Um exemplo disso é uma atividade desenvolvida com duas turmas do segundo semestre de 2022, onde o tema central foi o sistema alimentar. Na ocasião, foram debatidos os padrões do modelo heterogêneo de produção e consumo e os problemas socioambientais correlacionados a este modelo. Além disso, como alternativa, foi apresentado o potencial da Agroecologia e da Agricultura Familiar como instrumentos de produção sustentável, capazes de mitigar a miséria e a fome e otimizar a SSAN. Ao fim da atividade, foram servidos alimentos e preparações elaboradas com os gêneros da FAF Rural (Figura 4).

**Figura 4.** Café com conversa sobre Sistemas Alimentares. Sala azul. Seropédica, 2022.



Considerando a importância de saber a origem do que consumimos e da relação com quem os produz, a visita à feira da agricultura familiar, realizada às quartas-feiras no pavilhão central da UFRRJ, proporcionou uma oportunidade de aprendizado para os alunos de A&B1. Durante a atividade, os estudantes e as professoras interagiram com os produtores, explorando a variedade de alimentos disponíveis e escolhendo um item para um piquenique. A experiência foi enriquecida por uma roda de conversa com um agricultor e uma agricultora, que compartilharam suas vivências na produção agroecológica. Ao final, os alunos saborearam os alimentos em grupo, promovendo a valorização dos

circuitos alimentares curtos e incentivando o consumo consciente de produtos agroecológicos (Figura 5).

**Figura 5.** Grupo de alunos e professoras em visita à FAF Rural e piquenique, no Prédio Central da UFRRJ. Seropédica, 2023



Outra experiência interessante, foi a visita técnica realiza ao Sistema Integrado de Produção Agroecológica (SIPA), também conhecido como Fazendinha Agroecológica. Com uma abordagem sistêmica, a

Fazendinha é reconhecida pela sua diversidade produtiva, sendo a olericultura sua principal atividade, com produção de hortaliças, frutas, leite e ovos orgânicos. Através da atividade a turma conheceu *in loco* o manejo sustentável de espécies vegetais e animais, alguns destes preparados e consumidos em aula. O leite orgânico é um dos alimentos utilizados nas aulas de A&B1 para o preparo das receitas, além de ervas aromáticas, flores comestíveis, frutas e hortaliças (Figura 6).

**Figura 6.** Grupo de alunos e Professora em Visita à Fazendinha Agroecológica. Seropédica, 2023.



Da mesma forma, o CTUR possui uma ampla área destinada à produção vegetal e animal, sob a responsabilidade do Curso Técnico em Agroecologia. A produção de insumos agroecológicos do colégio é uma prática de EAN, visto que, no local, são vendidos, preparados e consumidos alimentos dessa natureza. O acesso é direcionado aos alunos

dos cursos de hospedagem e agroecologia (Wittmann et al., 2023). Dentre esses espaços produtivos, ressalta-se a horta agroecológica do colégio, que, além de fornecer alimentos agroecológicos e biodiversos para as aulas práticas de A&B1, também se insere no rol de espaços promotores da alimentação saudável e adequada visitados pelas turmas da disciplina de A&B1 (Figura 7).

**Figura 7.** Visita aos espaços de produção vegetal e animal do CTUR. Seropédica, 2023.



Durante as visitas, os discentes tiveram a oportunidade de aprender a identificar novas espécies alimentícias, o que contribui para evitar a cegueira botânica, um fenômeno cada vez mais comum principalmente entre os jovens devido à falta de interação com diferentes formas de vida. Esse termo se refere à incapacidade de perceber as plantas no ambiente (Salatino; Buckeridge, 2016), o que representa um sério risco para a conservação da biodiversidade. Afinal, as pessoas tendem a se



preocupar com aquilo que conhecem. Portanto, é crucial o conhecimento sobre as espécies, pois está diretamente relacionado a atitudes positivas em relação à preservação da fauna e da flora (Hooykaas et al., 2019).

Dentre os componentes curriculares da disciplina de A&B1 encontra-se o ensino de habilidades culinárias, a saber, técnicas dietéticas básicas utilizadas em serviços de alimentação, o conhecimento dos diversos grupos de alimentos no que diz respeito à sua composição, aquisição, recebimento, armazenamento, pré-preparo, preparo, utilização, alterações físico-químicas e sensoriais; além da análise das preparações do ponto de vista sensorial. O aprendizado dessas habilidades culinárias implica que as preparações baseadas em alimentos *in natura* ou minimamente processados possam se tornar mais saborosas. O que significa dizer que por meio da disciplina estes jovens em idade escolar adquirem habilidades culinárias que impactam positivamente em sua confiança e autonomia para preparar refeições baseadas em alimentos *in natura* e minimamente processados.

No refeitório do laboratório, após a preparação dos menus, os alunos organizam a mesa com todos os utensílios indispensáveis para uma refeição, como pratos, talheres, copos e adornos. Em grupo, seguem uma sequência de degustação do tour gastronômico, começando pela entrada, seguida pelo prato principal acompanhado por suco e finalizando com a sobremesa (Figura 8).

**Figura 8.** Aula prática de A&B1, alunos degustando em grupo preparações do menu elaborado. Seropédica, 2023.



Os achados descritos neste trabalho refletem os apontamentos de um estudo que avaliou o consumo e a aceitação de alimentos na disciplina A&B1, em 2017, utilizando a escala hedônica com estudantes do curso Técnico em Hospedagem nele evidenciou-se um bom consumo de vegetais pelos alunos, outrossim foi proposto estratégias para aumentar a aceitação de vegetais e hortaliças folhosas, sugerindo a utilização de preparações mais elaboradas e atraentes durante as aulas. Recomendou-se a continuidade dessas práticas e a implementação de novas receitas que promovessem a gastronomia funcional, rica em alimentos vegetais e

nutrientes essenciais, incentivando assim o consumo de frutas e hortaliças entre os alunos (Castro et al., 2017). O que demonstra que em A&B1 as ações de EAN são contundidas e permanentes.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Durante a pesquisa foi possível constatar que as aulas de gastronomia funcional são efetivas ferramentas promotoras de Educação Alimentar e Nutricional, bem como no apoio à segurança alimentar e nutricional dos estudantes do curso Técnico em Hospedagem do CTUR. Isso se deve ao entendimento de que o ambiente escolar deve ser um importante incentivador a adoção de hábitos mais saudáveis e sustentáveis.

Por meio da disciplina os discentes do curso Técnico em Hospedagem, visitam espaços de produção e comercialização da produção agroecológica local, ação que fomenta o potencial do TR na região, acessam comida de verdade, colorida e diversa, produzida localmente, respeitando seus hábitos e tradições que segundo o guia alimentar da população brasileira são indicadores de alimentação saudável. Além disso desenvolvem habilidades culinárias, o que implica no domínio do preparo de alimentos in natura, contribuindo para o consumo deste tipo de alimento, também são estimulados ao apreço por compartilhar as refeições.

Através das ações de EAN e do acesso à produção agroecológica, os alunos de A&B1 têm a oportunidade de refletir sobre suas escolhas alimentares e sua relação com a sustentabilidade ambiental, social e econômica da comunidade e a potencialidade do turismo rural, como

oportunidade de trabalho na região. Além disso, essas ações proporcionam o contato com experiências locais que buscam soluções para os desafios socioambientais atuais. Dessa forma, é possível afirmar que as ações de EAN da disciplina de A&B1 não apenas contribuem para o aprendizado sobre o assunto, mas também inspiram esperança e incentivam o engajamento da juventude em relação a essas questões urgentes.

Nesse contexto, cabe destacar que ações, como o fortalecimento do comércio de alimentos orgânicos e de base agroecológica, assim como o aproveitamento integral de alimentos, contribuem para a sobrevivência e expansão deste setor da economia. Preferir comerciantes que vendam alimentos in natura ou minimamente processados como forma de fomentar a alimentação saudável e sustentável fortalece a agricultura familiar local e contribui para a redução de impactos ambientais climáticos.

Espera-se que essas estratégias possam ser aplicadas em outras instituições, considerando as diferentes realidades e as potencialidades de cada local. Sugere-se ainda que parcerias com outras organizações, inclusive não governamentais, sejam viabilizadas para potencializar as ações de educação alimentar e nutricional, por meio das aulas de gastronomia funcional, no ambiente escolar.

---

**Referências**

- ABRAMOVAY, R.; BORTOLETTO MARTINS, A. P.; NUNES-GALBES, N. M.; SANSEVERINO, E. C.; TANGARI, J.; SARAN, S. Diversity in Agriculture and Consumption: The Basis for Healthy and Sustainable Eating. *In*: KANT, A.; SARAN, S. (Orgs.). **Bridging the Ingenuity Gap: Ideas for a Vibrant G20**. New Delhi: ORF and Global Policy Journal, 2024. 418p.
- AÇÃO BRASILEIRA PELA NUTRIÇÃO E DIREITOS HUMANOS (ABRANDH). **O direito humano à alimentação adequada e o sistema nacional de segurança alimentar e nutricional**. Leão, M. (Org.). Brasília: ABRANDH, 2013. 263 p.
- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). **Guia para avaliação de alegação de propriedade funcional e de saúde para substâncias bioativas presentes em alimentos e suplementos alimentares**. Guia nº 55/2021 – versão 1. Brasília-DF: Anvisa, 2021.
- BANINI, T.; TABAI, K. C. Between salubridade and saudade: food habits of Brazilians living in Italy. **Food Culture and Society**, 2022. doi.org/10.1080/15528014.2021.2012923. Acesso em: nov. 2023.
- BILHEIRO, L. C. R.; DIAS, A.; PORTILHO, E. S.; MELLO G. A. B.; MAJEROWICZ, N. Reflexões Sobre a Participação das Mulheres na Feira da Agricultura Familiar na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. **Ensino, pesquisa e extensão em agroecologia e agricultura orgânica: dez anos do Programa de Pós-graduação em Agricultura Orgânica (PPGAO)**. Seropédica: PPGA0, 2022.
- BRASIL. **Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006**. Cria o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional – SISAN, com vistas em assegurar o direito humano à alimentação adequada e dá outras providências. Brasília, DF: 2006. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2006/lei/111346.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111346.htm)>. Acesso em: 21 out. 2023.
- BRASIL. **Lei nº 13.666, de 16 de maio de 2018**. Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional), para incluir o tema transversal da educação alimentar e nutricional no currículo escolar. Brasília, 2018; 16 maio.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS). Secretaria Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional. **Marco de referência de educação alimentar e nutricional para as políticas públicas**. Brasília: MDS, 2012. 68 p. Disponível em: <[https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2017/03/marco\\_EAN.pdf](https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2017/03/marco_EAN.pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde (MS). Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2. ed., 1. reimpressão. Brasília: Ministério da Saúde, 2014. Disponível em: <[https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia\\_alimentar\\_populacao\\_brasileira\\_2ed.pdf](https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2022.

BRASIL. Ministério Do Turismo (MTur). Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Segmentação. **Turismo rural: orientações básicas**. 2. ed. Brasília: MTur, 2010. 68 p.

BEZERRA, J. A. **Educação alimentar e nutricional: articulação de saberes**. Fortaleza: Edições UFC, 2018. 120p.

CASTRO, F. T. de; ARAUJO, M. de A.; GOMES, F. de A. S.; BEZERRA, I. G. C.; BARBOSA, C. G.; TABAI, K. C. Consumo de alimentos e aceitação das preparações culinárias nas aulas de Alimentos & Bebidas do Colégio Técnico da UFRRJ. *In: LEITE, D.B.G; FRASSON, A. C. (orgs.). Desafios da ciência e tecnologia de alimentos*. Curitiba (PR): Atena, 2017. p. 57-76.

CASTRO, F. T.; NEVES, D. C. G. Relato de experiência sobre as ações de educação alimentar e nutricional no Colégio Técnico da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. *In: LIMA, E. C. S. (Org.). Boletim Integrativo Alimentação, Saúde e Meio Ambiente*, v. 2, n. 3, p. 32. 2022.

CASTRO, F. T.; SOUZA, M. L. O. A.; SANTOS, M. M.; CARVALHO, N. P. N.; LIMA, E. C. S.; TABAI, K. Práticas Sustentáveis na Gestão da Disciplina Alimentos e Bebidas Estratégia de Educação Alimentar e Nutricional Aos Alunos do Curso em Hospedagem do Colégio Técnico da UFRRJ. *In: Anais do Encontro de Hospitalidade da UFRRJ Chek in aberto: hotelaria na comunidade*, p. 207-222, 2023.

COLEGIO TÉCNICO DA UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO (CTUR). **Apresentação do Curso Técnico em Hospedagem**. CTUR, 2021. Disponível em: <<https://ctur.ufrj.br/curso-tecnico-em-hospedagem/hospedagem-apresentacao/>>. Acesso em: 20 mar. 2022.

COSTA, C. Comida de Verdade. *In: SANTOS, A. P. et al. Comida, memória e afeto: Minas Gerais 300 anos*. Belo Horizonte: Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável. Núcleo, MG. 2021. p. 11-15.

FORO MUNDIAL PELA SOBERANIA ALIMENTAR (FMSA). Malí. FMSA, 2007. **Declaração de Nyélény**. Disponível em: //nyeleni.org/en/declaracao-de-nyeleny-foro-mundial-pela-soberania-alimentar//. Acesso em: 11 set. 2024.

FURTADO, A. S.; PEREIRA, F. M. **Turismo rural como alternativa para o desenvolvimento de pequenos produtores**. Campinas: Embrapa Territorial, 2023. 148 p.

GUILHERME, R. A. M.; CARVALHO, E. P.; TABAI, K. C. O impacto da pandemia da Covid-19 na (in)segurança alimentar da população brasileira sob a ótica intercultural e interdisciplinar. **Faz. Ciência**, v. 23, p. 165-182, 2021. Disponível em: <<https://e-revista.unioeste.br/index.php/fazciencia/article/view/27024>>. Acesso em: 12 mar 2023.

HOOYKAAS, M. J. D.; SCHILTHUIZEN, M.; ATEN, C.; HEMELAAR, E. M.; ALBERS, C. J.; SMEETS, I. Identification skills in biodiversity professionals and laypeople: A gap in species literacy. **Biological Conservation**, v. 238, p. 108202, 2019.

HORWITZ, P.; KRETSCH, C. Contribution of biodiversity and green spaces to mental and physical fitness, and cultural dimensions of health. In: **Connecting Global Priorities: Biodiversity and Human Health A State of Knowledge Review**. World Health Organization. Genebra, 2015, 364p.

INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE (IPCC). **El cambio climático y la tierra. Informe especial del IPCC sobre el cambio climático, la desertificación, la degradación de las tierras, la gestión sostenible de las tierras, la seguridad alimentaria y los flujos de gases de efecto invernadero en los ecosistemas terrestres**. Genebra: IPCC, 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: segurança alimentar: 2023**; PNAD contínua: segurança alimentar: 2023. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. 26 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo agropecuário: resultados definitivos 2017**. v. 8, p.1-105, Rio de Janeiro: IBGE, 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Demográfico 2022: população e domicílios: primeiros resultados** / IBGE, 2023.

JACOB, M.; ALBUQUERQUE, U. Biodiverse food plants: which gaps do we need to address to promote sustainable diets? **Ethnobiology and Conservation**, v. 9, p. 1-6, 2020. Editorial.

LIMA, E. C. S.; LACAZ, L.; COUTINHO, L. B. G.; OLIVEIRA, T. I. S.; ANDRADE, A. O.; TABAI, K. C. Consumption and Responsibility: Sustainability of Brazilian Food Choices during the Covid-19 pandemic. In: International Conference on Sustainable Development, 2022, Estados Unidos. **Abstract Book International Conference on Sustainable Development 2022**, 2022.

—•••—  
LLEWELLYN, S.; NORTHCOTT, D. The “singular view” in management case studies. **Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal**, v. 2, n. 3, p. 194-207, 2007.

MINAYO, M. C. de S. **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

NASCIMENTO, A. S.; TABAI, K. C. Sustentabilidade e consumo de proteínas vegetais: orientações proteicas nos guias alimentares. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 18, n. 5, p. 347-362, 2023.

NEVES, D. C. G.; CASTRO, F. T. de; TABAI, K. C. Gastronomia funcional como estratégia de educação alimentar e nutricional aos alunos do Colégio Técnico da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CTUR/UFRRJ). In: LEITE, D. B. G. ; FRASSON, A. C. (orgs.). **Desafios da ciência e tecnologia de alimentos**. Curitiba (PR): Atena, 2017. p. 136-155.

PATTON, M. G. **Qualitative Research and Evaluation Methods**. 3. ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 2002.

PEREIRA, A. S.; LIMA, E. C. S.; SANTOS, C. R. B.; SERRA, G. M. A. Qual o papel da Universidade na saúde das pessoas e do planeta? In: **Isto não é (apenas) um livro de receitas... é um jeito de mudar o mundo**. 1ed.: 2019, p. 18.

RODRIGUES, D. D.; BEZERRA, C. G. I.; TABAI, K. C. Desenvolvimento local e sustentável da agricultura orgânica no município de Queluz/SP, em prol da soberania e segurança alimentar e nutricional no PNAE. In: DIAS, A.; ARAÚJO, F. de C. D. (org.). **Ensino, pesquisa e extensão em agroecologia e agricultura orgânica: dez anos do Programa de Pós-graduação em Agricultura Orgânica (PPGAO)**[recurso eletrônico]. Seropédica: PPGA O, 2022. p. 276-287.

SCHUBERT, M. N.; PORTILHO F. Ativismo alimentar e consumo político alimentar: uma análise a partir da Teoria das Práticas Sociais. In: SCHUBERT, M. N.; TONIN J.; SCHNEIDER, S.(org.) **Desafios e tendências da alimentação contemporânea: consumo, mercados e ação pública**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2023. 276 p.

SALATINO, A.; BUCKERIDGE M. “Mas de que te serve saber botânica?”. **Estudos Avançados**, v.30, p.177–196, 2016.

SILVA, M. A. L.; RODRIGUES, L. B.; DOMENE, S. M. A.; LOUZADA, M. L. C. Household availability of foods from Brazilian biodiversity. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 39, p.2-11 n. 6, 2023.

— • • • —

SILVA, M. T. F.; SILVA, T. F. “Terra mãe do Brasil, seus caminhos, segredos e sabores”: gastronomia, turismo em espaço rural, sustentabilidade. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v. 17, p. 124-133, n. 1. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://periodicos.unifesp.br/index.php/ecoturismo/article/view/16018/11437> Acesso em: 13 set. 2024.

SUGIZAKI, B. C.; CORTAZZO, M. V. Cultura alimentar: diálogos entre gastronomia e soberania e segurança alimentar e nutricional. In: **Anais do IV Encontro Nacional de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar**, 2019. Goiânia. [Anais eletrônicos] Campinas: Galoá, 2019.

VIANNA, M. A. As transformações no espaço rural no município de Seropédica-RJ nas últimas décadas. **Espaço e Economia**. v. 19, p. 1-20-2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4000/espacoeconomia.16651>. Acesso em: 14 set. 2024.

WEINTRAUB, K.; RODRIGUES, C. G. O.; TABAI, K. C. A Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) e a conservação dos ecossistemas: a intersetorialidade nas políticas públicas. **Faz Ciência**, v. 23, p. 56-78, 2021.

WITTMANN, E.B.B.; LACAZ, L.M.; CASTRO, F.T.; TABAI, K.C. Estratégias de educação alimentar e nutricional no Colégio Técnico da UFRRJ (CTUR). **Segurança Alimentar e Nutricional**, v. 30, p. 1-11, 2023. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/867>>. Acesso em: 01 jun. 2023.



07

REDES COLABORATIVAS NO  
TURISMO DE BASE  
COMUNITÁRIA: Um elo para o  
desenvolvimento rural da Colônia  
Murici-PR

Leonilo Alves de Abreu

Lucivan Macena de Carvalho

Marinês da Conceição Walkowski

# **REDES COLABORATIVAS NO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA: UM ELO PARA O DESENVOLVIMENTO RURAL DA COLÔNIA MURICI- PR**

ABREU, Leonilo Alves  
CARVALHO, Lucivan Macena  
WALKOWSKI, Marinês da Conceição

O turismo é uma atividade capaz de promover o desenvolvimento social e econômico de diversas localidades nas quais suas práticas são realizadas. Existem diversos modelos de segmentação do turismo em todo o mundo que atraem diversos públicos com objetivos diversos. Contudo, existem diversas formas de turismo mais social e sustentável, como o Turismo de Base Comunitária (TBC), que segundo Coriolano (2009) e Irving (2009), torna-se uma alternativa de se pensar e fazer o turismo, além de uma necessidade das comunidades locais contra o modelo de turismo convencional.

Esse modelo alternativo teve seu início no contexto rural dos países da América Central por volta da década de 1980, também conhecido como Turismo Rural Comunitário (TRC), e contou com apoio do Banco Internacional de Desenvolvimento (BID). Trata-se do movimento de turistas que buscavam contribuir para um desenvolvimento de um turismo mais responsável, com a preservação do meio ambiente e o respeito à identidade das comunidades tradicionais (Maldonado, 2009; Silva; Martins, 2012).



No contexto rural, para que aconteça um desenvolvimento é preciso que os aspectos econômicos e sociais venham proporcionar estabilidade e renda familiar, bem como uma qualidade de vida e inserção social. Esse desenvolvimento, sendo sustentável, proporciona a permanência das famílias no campo e oportuniza novas fontes de rendas (Kageyama, 2004).

Para uma organização da atividade turística desenvolvida pelas comunidades locais, considera-se as redes colaborativas como estratégia de organizar e planejar a atividade turística. Os autores Gómez et al., (2015), afirmam que a organização desses atores contribui para o sucesso dessas atividades. Dessa forma, as redes colaborativas são essenciais para o TBC, onde se pode criar um elo entre instituições governamentais, possibilitando a interação de outros atores com objetivos em comum (Burgos; Mertens, 2016).

A relevância da temático também se faz presente na Política Nacional de Turismo que segue os princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e do desenvolvimento socioeconômico justo e sustentável. Os objetivos da Política Nacional de Turismo, tratam sobre: inclusão social, participação e envolvimento das comunidades no planejamento do turismo e nos benefícios gerados pela atividade; preservação da natureza e da identidade cultural das comunidades tradicionais; e linhas de financiamento para pequenas e microempresas. Ainda, ressalta-se que o Brasil, ao adotar a Agenda 2030 e seus 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, compromete-se em viabilizar políticas para promover o turismo sustentável que gere



empregos e promova a cultura e os produtos locais (Brasil, 2023). O PNT 2024-2027, apresenta 10 pontos de convergência com os últimos planos, incluindo desenvolvimento sustentável, redução das desigualdades e geração de emprego. Busca uma abordagem inclusiva e sustentável, visando tornar o Brasil um destino turístico de referência na América do Sul até 2027.

Diante desse contexto, o presente estudo tem como objetivo compreender a forma como as redes colaborativas auxiliam no processo de consolidação da iniciativa rural da Colônia Murici localizada em São José dos Pinhais/PR.

A economia local da comunidade de rural da Colônia Murici é impulsionada principalmente pela agricultura familiar, com o cultivo de hortaliças, frutas e laticínios, enquanto a atividade industrial é limitada, composta por pequenas empresas de processamento de alimentos. O mercado de trabalho é dominado pela agricultura, seguido pelo comércio e serviços, porém, a formalização do emprego é baixa, com apenas 38,9% dos trabalhadores com carteira assinada (IBGE, 2024).

O Turismo emergiu como uma alternativa de sobrevivência para a comunidade, especialmente diante do impacto causado pela construção de uma barragem na bacia hidrográfica do Miringuava para o abastecimento público de água. Esta construção, iniciada pela SANEPAR (Companhia de Saneamento e Abastecimento do Paraná) em 2015, de certo modo, afetou significativamente a perspectiva da comunidade (Santos, 2023). Assim, o presente estudo justifica-se pela necessidade da comunidade rural Colônia Murici de fortalecer a sua oferta de atividades em seu território e

promover a formação do associativismo entre as principais propriedades para a consolidação do TBC em seu território.

### **Redes colaborativas no turismo de base comunitária**

O turismo como um fenômeno que abrange aspectos sociais, culturais e econômicos, tem o potencial de beneficiar várias regiões que pretendem implementar atividades turísticas em suas áreas. Desse modo, considera-se o TBC como uma forma alternativa de se pensar o turismo em um viés mais social e centrado nos recursos endógenos da comunidade e na dimensão humana (Irving, 2009; Carrelas, 2022).

Diversos autores das ciências sociais, têm se dedicado aos estudos sobre o TBC. De forma sistemática os variados conceitos do TBC são: protagonismo da comunidade local como elemento fundamental; autogestão para administração dos recursos naturais e culturais; empoderamento da comunidade; complemento de renda; preservação do meio ambiente e dos costumes culturais locais (Irving, 2009; Coriolano, 2009; Sampaio; Zamignan, 2012).

As comunidades que seguem os princípios do TBC, se destacam pelo contexto sociocultural e ambiental onde estão inseridas. Portanto, os conceitos entre elas não são uniformes e envolvem diferentes perspectivas para o desenvolvimento da atividade turística. Apesar dessas diferenças, existe um consenso entre os atores locais sobre a importância do protagonismo de todos os envolvidos com o turismo (Ozorio, 2022).

Nessa perspectiva, a adoção das redes colaborativas no TBC se faz importante, pois funcionam como uma ferramenta importante para a

consolidação do TBC. As redes têm como premissa: permitir que diferentes atores que estão envolvidos com o TBC, se relacionem e trabalhem de forma coletiva para o alcance do mesmo objetivo em comum (Burgos; Mertens, 2016; Urano; Nôbrega, 2020; Burgos).

A colaboração entre os envolvidos está intrinsecamente ligada ao reconhecimento de que as questões a serem resolvidas possuem relevância para a comunidade local. Além disso, alcançar benefícios significativos é o resultado direto do trabalho conjunto. Ao desempenhar atividades de forma coletiva, os membros da comunidade envolvidos com o TBC, têm a oportunidade de compartilhar informações e experiências, aprendendo de forma conjunta e buscando por resoluções de problemas para o bem coletivo. Neste sentido, a colaboração é fundamental para o sucesso da gestão no TBC (Aref; Gill; Aref, 2010; Burgos; Mertens, 2016).

Diante desse contexto, o planejamento da atividade turística no meio comunitário deve inserir e incorporar uma organização que envolva a participação de todos os envolvidos, para que os possíveis problemas sejam minimizados e essa cooperação garanta a continuidade da atividade (Landorf, 2009).

Burgos e Mertens (2016), enfatizam que é necessário que os membros da comunidade estejam dispostos e sejam capazes de trabalhar de forma colaborativa, inclusiva e horizontal. Ainda, para Burgos e Mertens (2016), as propriedades das redes colaborativas permitem quantificar as características estruturais que, por sua vez, podem revelar aspectos relevantes para a gestão participativa do TBC. Dessa forma, ajuda

—•••—  
a compreender como os atores estão interligados na rede e como essa  
dinâmica pode influenciar a troca de recursos ente eles.

Portanto, a relação do TBC com as redes colaborativas é uma  
forma de estarem trabalhando em conjunto, para uma organização e  
gestão dos serviços que podem contribuir para a qualidade do lazer e das  
atividades oferecidas pelos empreendimentos, bem como a consolidação  
das iniciativas do TBC em um viés sustentável e econômico (Okazaki,  
2008; Bursztyn; Bartholo, 2012).

### **Turismo e desenvolvimento rural no contexto brasileiro**

A dinâmica do espaço de uma localidade depende de diversos  
fatores, como: os naturais, sociais e econômicos, que juntos, contribuem  
para o desenvolvimento (Tardetti; Tonezer; Badalotti, 2022). Ainda, para  
Oliveira e Lima (2003, p. 40), “o desenvolvimento deve ser encarado como  
um processo complexo de mudanças e transformações de ordem  
econômica, política e, principalmente, humana e social.”

No contexto do desenvolvimento rural, os aspectos econômicos,  
sociais e a diversidade das atividades geram renda e novos produtos  
oriundos do meio rural movimentando toda a economia (Kageyma, 2004).  
De acordo com Ferrari e Oliveira (2019), o movimento rural no território  
brasileiro, é formado por diversos atores, entre eles: os agricultores  
familiares, os extrativistas, os seringueiros, os assentados da reforma  
agrária, os sem teto, os quilombolas, entre outros. Esses atores apresentam  
diversas necessidades para o desenvolvimento de suas localidades. Ainda,  
para os autores, o governo federal criou a partir do ano 2008, o Programa



Territórios de Cidadania (PTC), com intuito de atender às demandas dessas comunidades rurais, proporcionando a esses grupos a inclusão social e participação no desenvolvimento rural (Ferrari; Oliveira, 2019).

O turismo no meio rural é um instrumento eficaz para o progresso local e rural, mantendo uma conexão singular com a região devido às suas características distintas. Este tipo de turismo tem experimentado um aumento de adeptos de forma significativa. A atividade do turismo rural, surgiu em resposta à demanda que vem procurando por novas vivências e experiências, buscando por aspectos culturais, naturais e emocionais (Souza; Klein; Rodrigues, 2019). Contudo, para Nitsche (2019, p. 113), “o turismo rural envolve uma diversidade de práticas em pequenos, médios e grandes estabelecimentos com ou sem manutenção das atividades agrícolas”, que vão desde pequenas pousadas, hotéis, fazendas, restaurantes rurais, espaços para lazer e outros.

A dinâmica da atividade do turismo no meio rural envolve diversas modalidades, como o agroturismo, o turismo de aventura, o ecoturismo, entre outras. Essas atividades proporcionam uma nova forma de valorização do espaço e possibilitam uma alternativa econômica para o desenvolvimento local (Souza; Klein; Rodrigues, 2019; Corrêa; Mariani, 2011).

O turismo no meio rural desenvolve um papel positivo para a consolidação da economia em localidades onde, muitas vezes, a atividade agrícola se encontra em declínio, com salários baixos e com a expectativa da população diminuindo, acarretando a procura por grandes centros urbanos (Swarbrooke, 2000). Assim, corrobora com as ideias de

—•••—  
Abramovay (2003), onde no meio rural, busca-se alcançar a gestão dos recursos naturais, considerando a perspectivas da comunidade local, colaborando para um desenvolvimento sustentável e para a redução das desigualdades sociais. Portanto, como aponta Stefanuto (2019), para obter o desenvolvimento local é preciso levar em consideração o uso e ocupação do território, tendo em vista que qualquer atividade que seja planejada para o meio rural, precisa estar alinhada ao cuidado, manutenção e preservação dos recursos naturais e no bem-estar na população local.

## **Metodologia**

A metodologia desse estudo se caracteriza como uma pesquisa de campo com abordagem qualitativa e inseriu-se no contexto da disciplina intitulada “Turismo Comunitário”, oferecida pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Para tanto, foram realizadas visitas técnicas a três propriedades rurais: La Choupana, Estância Carmello e Racho Caminho das Águas. Ambas estão localizadas na Colônia Murici, em São José dos Pinhais/PR, no dia 21 de outubro de 2023.

Durante as visitas, foram realizadas observações diretas e entrevistas não estruturadas com as proprietárias, a fim de coletar dados qualitativos sobre as práticas de turismo comunitário desenvolvidas em cada local.

O tempo de duração das visitas para cada empreendimento, duraram em torno de 3 horas. Conforme Gil (2002), a pesquisa qualitativa permite avaliar através de observações e constatações, o problema a ser estudado por meio dos dados coletados. A pesquisa ainda se caracteriza

—•••—  
como exploratória, considerando fontes primárias, usando o método de observação e entrevista, que de acordo com Streck (2016), tem a sua lógica de acordo com os objetivos almejados, sendo aplicada nas três propriedades rurais, de modo que estas foram o objeto de estudo. A escolha dessas propriedades foi cuidadosamente considerada para maximizar a eficácia e a relevância da pesquisa.

Primeiro, as propriedades foram escolhidas por sua representatividade. Elas exemplificam as características típicas das propriedades na comunidade rural da Colônia Murici, incluindo tamanho, tipo de atividades desenvolvidas, tanto no cultivo e práticas agrícolas, quanto ao receptivo turístico local. Isso garante que os resultados da pesquisa sejam aplicáveis a um contexto mais amplo dentro da mesma comunidade.

Em segundo lugar, a acessibilidade foi um fator crucial na seleção das propriedades. A facilidade de acesso às propriedades e principalmente, a disposição dos proprietários em participar da pesquisa foram consideradas para garantir que a coleta de dados fosse realizada de maneira eficiente e eficaz. Por fim, a diversidade dentro da comunidade rural foi levada em consideração. As propriedades foram escolhidas para refletir a variedade de serviços presentes na comunidade. Isso permite uma compreensão mais completa e matizada do fenômeno em estudo.

A pesquisa considerada exploratória é utilizada para familiarizar-se com o fenômeno que está sendo investigado, de modo que pesquisas subsequentes possam ser concebidas com uma maior compreensão e precisão (Gil, 2011). Assim, a pesquisa combinou a revisão bibliográfica integrativa, fornecendo o embasamento teórico com a observação



participante in loco, permitindo a coleta de dados primários e uma análise mais aprofundada do contexto, no sentido de gerar o conhecimento (Streck, 2016). Na observação participante, um pesquisador se insere como observador de uma situação social com o propósito de realizar uma investigação científica, podendo ele fazer parte ou não do objeto pesquisado (Marconi e Lakatos, 2010; Gil, 2010; Minayo, 2013). Os pesquisadores participaram de um circuito turístico que iniciou na La Choupana, seguindo pela Estância Carmello e por fim, o Rancho Caminho das Águas, vivenciando as dinâmicas do turismo comunitário nas propriedades e aprofundando a compreensão sobre as redes colaborativas e a liderança feminina.

Considerou-se uma revisão da literatura para a construção do referencial teórico a partir de artigos científicos que abordam os seguintes temas: desenvolvimento rural e redes colaborativas especificamente no contexto do TBC. Tais produções bibliográficas foram consultadas em sites de periódicos nacionais e internacionais, biblioteca virtual da Universidade Federal do Paraná e Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), durante os meses de setembro 2023 e outubro 2023

## **Resultados e discussões**

A Colônia Murici está localizada na zona rural de São José dos Pinhais/PR, aproximadamente 10 km do centro da cidade e 30 km da capital Curitiba/PR. Trata-se de um Distrito com uma população de cerca de 1.811 habitantes, com a maioria vivendo em áreas rurais, representando aproximadamente 67,4% do total.



A comunidade rural está situada na margem esquerda da bacia hidrográfica do Alto Iguaçu, onde se encontra a bacia do Rio Miringuava, na qual está inserida a Colônia Murici, entre a área de captação de água e a barragem, região onde é desenvolvida agricultura para subsistência das famílias (Andreoli et al., 1999). No entanto, a Colônia Murici é considerada a maior comunidade da bacia (Tourinho, 2005).

**Figura 1:** localização da colônia murici



Fonte: Google Mapas extraído do site da Prefeitura Municipal de São José de Pinhais (2023)

A Colônia Murici é uma comunidade rica em cultura e tradição, com uma forte influência polonesa evidente em sua arquitetura, gastronomia e seu modo de vida. As tradições passadas de geração em

.....

geração na região por meio de danças, comidas típicas e ensinamentos comportamentais. Além disso, muitas estradas da região receberam nomes de origem polonesa (Paula, 2015).

A agricultura é um dos principais pilares econômicos da Colônia Murici. A região é responsável por cerca de 80% da produção de hortaliças da região metropolitana de Curitiba (SÃO JOSÉ DOS PINHAIS, 2024). Durante a visita, foi possível observar os métodos de cultivo utilizados, uma combinação de técnicas tradicionais e modernas.

Após a realização da pesquisa de campo nas propriedades rurais da Colônia Murici, localizadas na zona rural do município de São José dos Pinhais/Paraná, identificou-se que elas se encontram associadas à Associação dos Proprietários, Moradores, Criadores e Agricultores da Bacia do Rio Miringuava (ASSOPRAM).

A pesquisa de campo aconteceu em três propriedades locais, sendo elas: La Choupana, Estância Carmello e por último, o Rancho Caminho das Águas.

Na primeira, La Choupana, a anfitriã número 1 humildemente apresentou suas instalações. Entre diversas atividades na localidade, um destaque é o “colhe e pague”, que se refere a produção de morangos orgânicos, cultivados pela própria família. Além de oferecer café da manhã, os insumos são todos produzidos no próprio local. A anfitriã relatou que com a atividade do turismo, fez com que suas duas filhas desenvolvessem o interesse em trabalhar em conjunto com os pais. As atividades realizadas na propriedade fizeram com que elas, passassem a planejar o futuro e continuar no meio rural com a recepção de visitantes.



Desse modo, esse desejo das filhas da anfitriã vai ao encontro com o que afirmam Riva e Bertolin (2016), onde o turismo no meio rural é uma forma de contribuir para a geração de renda, proporcionando uma qualidade de vida para os familiares e também contribui para a permanência dos jovens no meio rural. A anfitriã ressaltou que seu maior talento é na produção dos morangos e na elaboração artesanal de pães e doces, enquanto a parte da gestão do negócio fica a cargo dos demais membros da família. Em casos de alta demanda contrata-se mão de obra avulsa. Dito isso, a anfitriã afirmou que deseja a integração com os demais produtores no sentido de que todos possam se desenvolver igualmente, tanto na agricultura quanto no receptivo turístico local.

Na segunda propriedade, Estância Carmello, a anfitriã número 2 calorosamente deu as boas-vindas com música regional ao fundo, simplicidade e comunicação são os pontos forte dela. O gerenciamento da ecopousada, em meio a mata atlântica, é realizado por ela e pelo esposo, ambos aposentados. A satisfação na acolhida e receptividade é transparente e nota-se que gostam do que fazem. A anfitriã fez questão de repetir por várias vezes que não gosta quando os visitantes vão embora. O turismo desenvolvido no espaço rural (especialmente com potencial para o TBC), tende a ser um modelo de turismo que favorece a coesão, o laço social e o sentido coletivo da vida em sociedade, à medida que promove a qualidade de vida, o senso de inclusão, a valorização da cultura local e o sentimento de pertencimento dos indivíduos (Irving, 2009).

Durante a explicação sobre a natureza do empreendimento, a anfitriã declarou que diante do potencial local, assumiu a diretoria da ASSOPRAM, com o objetivo de aproximar todos os moradores e

.....●.....

produtores da região vislumbrando o desenvolvimento turístico responsável local. No entanto, encontrou muitos obstáculos e desconfianças, ou seja, o processo ainda está em andamento. Porém, estava claro o seu conhecimento sobre a essência do TBC, haja vista que, o que tornam singulares as experiências de TBC são a organização e a participação social da comunidade, assim como o predomínio das relações sociais colaborativas nos serviços turísticos implementados (Hall, 2001; Fabrino; Costa; Nascimento, 2012). Também, no seu discurso, pode-se inferir que existe a consciência de que a região ainda não está consolidada como TBC, mas que almejam torna-se em algum momento.

Nesta perspectiva, vale ressaltar que o TBC consiste em uma forma de organização baseada em autogestão dos recursos patrimoniais comunitários e em práticas democráticas e solidárias no trabalho e na distribuição dos benefícios gerados (Maldonado, 2009; Palacios, 2016).

A anfitriã mencionou que costuma consultar o gestor da Vinícola Araucária quando possui desconhecimento ou dúvidas sobre determinado assunto local. De todo modo, a relação entre atores presente na Colônia Murici mostra o papel de um trabalho colaborativo como estratégia que envolve inúmeros mecanismos para governar, direcionar, regular e mobilizar a ação (Bramwell; Lane, 2011).

Na terceira propriedade, o Rancho Caminho das Águas, a anfitriã número 3, gentilmente preparou um café colonial para a recepção, no sentido de explicar sua proposta de turismo pedagógico - projeto que faz o receptivo de estudantes de escolas da região metropolitana de Curitiba, no sentido de vivenciarem a vida no campo e meio ambiente, conhecendo a produção de alimentos orgânicos e o universo rural. Ficou evidente que



a propriedade é a que mais trabalha de forma independente, no entanto, a anfitriã também relatou que gostaria de ter mais entrosamento entre a comunidade, transformando o turismo local em rede. Conforme aborda Brambatti e Nitsche (2018, p. 72), “com a introdução do turismo através de roteiros rurais, os agricultores e empreendedores buscam atuar de forma coletiva, diferentemente do meio urbano”. Contudo, a relação da anfitriã e a comunidade escolar que realizam as atividades pedagógicas, é uma forma da valorização dos modos tradicionais, o trabalho no meio rural e o contato diretamente com o meio ambiente (Riva; Bertolin, 2017).

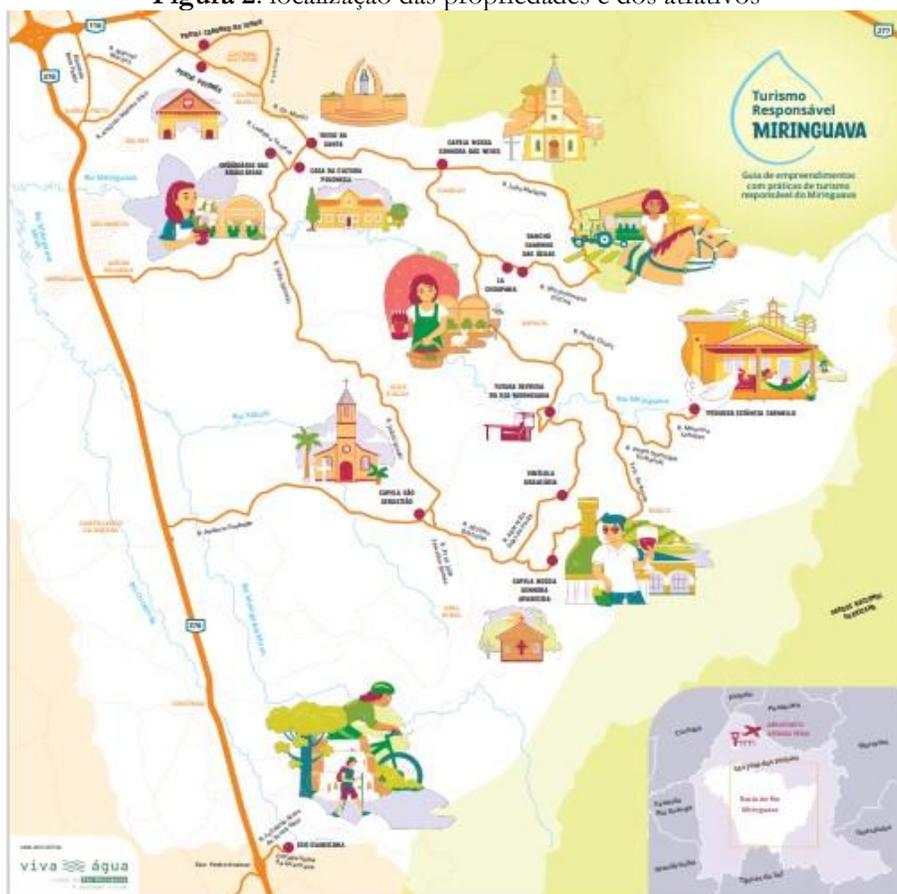
Sendo assim, percebe-se que as declarações das anfitriãs e observação dos espaços corroboram com outros estudos no meio rural. Os agricultores têm procurado complementar sua renda familiar através do turismo, integrando-o ao contexto histórico, cultural e arquitetônico presente em seu território (Guzzatti, Turnes, 2011). Dessa forma, ao analisar as necessidades e características específicas da região em questão, Santos (2023), aponta que a utilização e ocupação adequada do do território com respeito ao solo e os recursos naturais presente na localizado asseguram a proteção ambiental. Isso promove o desenvolvimento econômico e social e sustentável, resultando em uma melhoria na qualidade de vida da comunidade local. Essas afirmações estão presentes nos depoimentos coletados por parte das anfitriãs dos empreendimentos visitados na comunidade da Colônia Murici – PR.

Tendo em vista todas as falas das três anfitriãs, elas declararam que obteve assistência da consultoria da Locavorista através do projeto “Viva Água” da Fundação Boticário e que o Sebrae também colaborou no diagnóstico para o desenvolvimento local, eles receberam capacitações e

orientações em relação ao desenvolvimento da atividade local. Vale ressaltar que o governo do Estado do Paraná se fez presente na comunidade envolvida diretamente no projeto de desenvolvimento da barragem na bacia do Miringuava, através da Invest Paraná.

A figura 2, representa um mapeamento das propriedades e dos atrativos, elaborado pela Fundação O Boticário em parceria com a consultoria da Locavorista.

**Figura 2:** localização das propriedades e dos atrativos



Fonte: Fundação O Boticário e Locavorista (2022)



Percebe-se que as redes colaborativas são um componente vital para o desenvolvimento da iniciativa rural de TBC na comunidade rural Colônia Murici, servindo como um meio para os diversos intervenientes se comunicarem e colaborarem em prol de um objetivo comum. Segundo González (2014), essas colaborações no turismo são uma ferramenta eficaz para resolver conflitos de interesse, estimular a inovação social e dar suporte aos participantes mais vulneráveis.

Os discursos das anfitriãs vão de encontro com o que preconiza Brambatti e Nitsche (2018, p. 71) “o planejamento e gestão de roteiros em ambientes coletivos, por associações que envolvam empreendedores e comunidades, é um paradigma emergente no turismo com o foco no desenvolvimento sustentável”. Embora o trabalho das redes colaborativas possa ser um desafio, é um passo indispensável para o êxito do TBC.

Dado o exposto, fica evidente que as propriedades rurais analisadas estão buscando por um futuro melhor, promovendo um turismo mais responsável, com respeito ao meio ambiente e com todos os envolvidos na atividade. Dessa forma, elas estão caminhando para um desenvolvimento sustentável, pois seus princípios estão alinhados com o conceito de Benatti e Silva (2015, p. 187), onde “a ideia de desenvolvimento sustentável nasce perante à perspectiva de todos possuírem o direito de viver em um ambiente de qualidade, e na constatação de que as gerações futuras poderão sofrer influências dos atos e práticas atuais.”

---

**Considerações finais**

O Turismo de Base Comunitária (TBC), tem emergido como uma abordagem inovadora para o desenvolvimento do turismo, colocando a comunidade local no centro da atividade turística em seu próprio território. Este modelo de turismo reconhece a comunidade local como o principal ator e beneficiário do turismo, promovendo a sustentabilidade econômica, social e ambiental.

Diversos atores desempenham papéis cruciais para garantir a eficácia do TBC. Entre eles, as redes colaborativas se destacam como um elemento vital. Elas fornecem uma plataforma para a troca de ideias, recursos e apoio mútuo, facilitando a cooperação entre diferentes partes interessadas e contribuindo para a resiliência e sustentabilidade do TBC.

Este estudo, se propôs a compreender a forma como as redes colaborativas auxiliam no processo de consolidação da iniciativa rural da Colônia Murici, localizada em São José dos Pinhais/PR. A pesquisa revelou que a presença feminina à frente dos três empreendimentos estudados foi predominante. Isso não apenas destaca o papel crucial das mulheres no TBC, mas também mostra como o TBC pode contribuir para a meta do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 5 - igualdade de gênero, conforme proposto pela Agenda 2030.

A região da Colônia Murici é dotada de uma rica cultura e tradição, além da qualidade dos produtos agrícolas produzidos. Esses elementos, combinados com o compromisso da comunidade local e o apoio das redes colaborativas, indicam um futuro promissor para a consolidação da região como um destino de TBC.



No entanto, o estudo também identificou a necessidade de formação em TBC para as proprietárias e familiares, bem como para os demais envolvidos com a atividade turística. Isso é crucial para construir uma base sólida em relação aos conceitos e princípios do TBC, garantindo que todos os envolvidos compreendam e estejam alinhados com a visão e os objetivos do TBC.

Para futuros estudos, sugere-se a realização de uma pesquisa empírica com os visitantes que frequentam essas propriedades rurais. Isso permitirá identificar e compreender suas motivações e experiências, fornecendo insights valiosos para melhorar e refinar ainda mais a abordagem do TBC na região. Essa pesquisa também pode contribuir para a literatura existente sobre TBC, fornecendo um estudo de caso detalhado de uma iniciativa rural bem-sucedida.

---

**Referências**

- ABRAMOVAY, R. **O Futuro das Regiões Rurais**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, Porto Alegre. 2003.
- ANDREOLI, C. V.; Dalarmi, O.; Lara, A. I.; Rodrigues, E. M.; Andreoli, F. D. N. Os mananciais de abastecimento do sistema integrado da região metropolitana de Curitiba – RMC. Sanare – **Revista Técnica da Sanepar, Curitiba**, v. 12, n. 12, jul. a dez. 1999.
- AREF, F.; GILL, S. S.; AREF, F. Tourism development in local communities: As a community development approach. **Journal of american Science**, v. 6, n. 2, p. 155-161, 2010.
- BENATTI, C.; DA SILVA, R. T. PATRIMÔNIO CULTURAL: Desafios para o desenvolvimento sustentável. **Estudos Geográficos: Revista Eletrônica de Geografia**, v. 13, p. 178-196, 2015.
- BRAMBATTI, L. E.; NITSCHKE, L. B. Associativismo e Participação Comunitária: O Roteiro Rural Caminhos de Guajuvira, Araucária-PR, Brasil. **Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**. 10. 71-84. 2018. Disponível em: <10.18226/21789061.v10i1p71>. Acesso em: 24 mar 2024.
- BRAMWELL, B.; LANE, B. Critical research on the governance of tourism and sustainability. **Journal of Sustainable Tourism**. 19(4-5), p. 411-421, 2011.
- BURGOS, A.; MERTENS, F. As redes de colaboração no turismo de base comunitária: implicações para a gestão participativa. **Tourism & Management Studies**, 12(2), 2016. Disponível em: <DOI: 10.18089/tms.2016.12203>. Acesso em: 12 mar. 2024.
- BURSZTYN, I.; BARTHOLO, R. O processo de comercialização do turismo de base comunitária no Brasil: desafios, potencialidades e perspectivas. **Sustentabilidade em Debate**, 3(1), p. 97-116, 2012.
- CARRELAS, D. C. **Atrativos turísticos e turismo de base comunitária a partir do lugar: estudo de caso de Florianópolis (Brasil)**. Portugal: Tese de Doutorado em Geografia Especialidade em Estudos da Paisagem, Universidade do Minho, 2022.
- CORIOLO, L. N. **O turismo comunitário no nordeste brasileiro**. In: BARTHOLO, R.; SANZOLO, D.; G; BURSZTYN. I. (Orgs) Turismo de base comunitária. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009. p. 277-288.

————— ●●● —————  
CORRÊA, C. C.; MARIANI, M. P. A. A importância da atividade do turismo no  
espaço rural para o desenvolvimento regional e local. **Revista Científica da Ajes**, v. 2,  
n. 4, 2011.

DE SOUZA, M.; KLEIN, Â. L.; RODRIGUES, R. G. **Turismo rural: conceitos,  
tipologias e funções**. In SOUZA, Marcelino. (Org.). Turismo rural: fundamentos e  
reflexões. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 23, 2019.

FABRINO, N. H., COSTA, H. A.; NASCIMENTO, E. P. Turismo de Base  
Comunitária (TBC): elementos chaves para aferir seu desempenho na perspectiva da  
sustentabilidade. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, 5(3): 546-559. 2012.

FERRARI, L. M. G. B.; OLIVEIRA, A. F. de. Políticas territoriais de desenvolvimento  
rural: o programa territórios da cidadania. Estudos Geográficos: **Revista Eletrônica de  
Geografia**, v. 17, n. ESP, 2019. Disponível em: [https://doi.org/10.5016/estgeo.v17i\(ESP\).14271](https://doi.org/10.5016/estgeo.v17i(ESP).14271) . Acesso em: 05 nov. 2023.

Gil, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. Sexta edição. São Paulo: Atlas.  
2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GÓMEZ, C. R. P.; FALCÃO, M. C.; CASTILLO, L. A. G.; CORREIA, S. N.;  
OLIVEIRA, V. M. Turismo de Base Comunitária como Inovação Social: congruência  
entre os constructos. PASOS. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Revista  
de Turismo y Patrimonio Cultural**, 13(5), 2015. 1213–1227. Disponível em:  
<<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.082>>. Acesso em: 25 out. 2023.

GONZÁLEZ, M. V. Gobernanza turística: ¿Políticas públicas innovadoras a retórica  
banal? Governança. **Caderno Virtual de Turismo**, 14(supl.1), 9–22. 2014. Disponível  
em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/1023>>.  
Acesso em: 05 abr. 2024.

GUZZATTI, T. C.; TURNES, V. A. O papel da Associação de Agroturismo. Acolhida  
na Colônia (SC) na construção de políticas públicas de turismo focadas no  
desenvolvimento rural e na promoção da agricultura familiar. ENAPGS – **Encontro  
Nacional de Pesquisadores de Gestão Social**, 5., 2011, Florianópolis. Anais,  
Florianópolis – SC, 2011.

HALL, M. C. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São  
Paulo: Contexto, 2001.



Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Cidades e Estados**. 2024.  
Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pr/sao-jose-dos-pinhais.html>>. Acesso em: 04 de abr. 2024.

IRVING, M. A. Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária. In:  
ROBERTO, B., SAN SOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de base  
comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro:  
Letra e Imagem, 2009, p. 108-121.

KAGEYAMA, A. Desenvolvimento Rural: Conceito e Medida. **Cadernos de Ciência  
& Tecnologia**, Brasília, v. 21, n. 3, p. 379-408, set./dez. 2004.

LANDORF, C. Managing for sustainable tourism a review of six cultural world  
heritage sites. **Journal of Sustainable Tourism**, 17(1), p. 53-70, 2009.

MALDONADO, C. O turismo rural comunitário na América Latina: gênese,  
características e políticas. In: BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D. G.; BURSZTYN, I.  
(orgs.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências  
brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 25-44.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed.  
São Paulo: Atlas, 2010.

Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2024-2027: O turismo como  
protagonista do desenvolvimento sustentável e socialmente inclusivo. Brasília-DF.  
2023. (Minuta preliminar submetida para apreciação do Conselho Nacional de Turismo.  
Versão – 19.01.2024). (na imprensa).

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 33. ed.  
Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

NITSCHKE, L. B. Aspectos do turismo rural: vertentes a partir da produção agrícola e  
da produção do turismo. In: GOMES, Bruno Martins Augusto; BAHL, Miguel (orgs.).  
**Turismo e Sociedade: aspectos teóricos**. São Paulo: All Print Editora, 2019. p. 113-  
132.

OKAZAKI, E. A community-based tourism model: Its conception and use. **Journal of  
sustainable tourism**, v. 16, n. 5, p. 511-529, 2008.

OLIVEIRA, G. B.; LIMA, J. E. S. Elementos Endógenos do Desenvolvimento  
Regional: considerações sobre o papel da sociedade local no processo de  
desenvolvimento sustentável. **Revista FAE**. Curitiba, v. 6, n. 2, p. 29-37, mai/dez.  
2003.

————— ●●● —————  
OZORIO, R. Z. Turismo de base comunitária e resiliência socioecológica em espaços  
territoriais protegidos e adjacências: uma revisão de metodologias aplicadas. **Cadernos  
de Geografia**, n. 46, p. 65-76, 2022.

PALACIOS, C. G. **Turismo comunitário em Ecuador: ¿Quo Vadis?** Estudios y  
Perspectivas em Turismo, 25(4), 2016, p. 597-614.

PAULA, A. M. M. **Situação da conservação do solo em propriedades com cultivo  
de hortaliças na Colônia Murici-São José dos Pinhais/PR.** 2015.

RIVA, G.; BERTOLINI, G. R. F. 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: <[https://doi.org/  
10.21527/2237-6453.2017.38.197-227](https://doi.org/10.21527/2237-6453.2017.38.197-227)>. Acesso em: 04 abr. 2024.

SAMPAIO, C. A. C.; ZAMIGNAN, G. Estudo da demanda turística: experiência de  
turismo comunitário da Microbacia do Rio Sagrado, Morretes (PR). **CULTUR:  
Revista de Cultura e Turismo**, v. 6, n. 1, p. 25-39, 2012.

SANTOS, B. D. N. Análise ambiental integrada da bacia hidrográfica do Rio  
Miringuava: um estudo de caso dos impactos ambientais locais. **Brazilian Journal of  
Development**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 6256–6275, 2023. DOI: 10.34117/bjdv9n2-006.  
Disponível em: [https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/  
article/  
view/  
56988](https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/56988). Acesso em: 05 abr. 2024.

SÃO JOSÉ DOS PINHAIS. **Turismo. 2024.** Disponível em: <Turismo - Prefeitura de  
São José dos PinhaisPrefeitura de São José dos Pinhais ([sjp.pr.gov.br](http://sjp.pr.gov.br))> Acesso em: 25  
mar. 2024.

SILVA, F. de P. S.; MARTINS, L. C. de A. Mergulhando em memórias, tecendo  
culturas e construindo histórias: o diálogo entre a história e o turismo de base  
comunitária. **Sustentabilidade Em Debate**, 3(2), 2012. p. 61– 70.

STEFANUTO, E. B. **Análise da dinâmica erosiva linear e seu potencial evolutivo  
em ambiente agrícola.** 2019. Dissertação (Mestrado em geografia) – Universidade  
Estadual Paulista, Rio Claro, 2019.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável: setor público e cenários geográficos.**  
Aleph, 2000.

STRECK, D. R. Metodologias participativas de pesquisa e educação popular: reflexões  
sobre critérios de qualidade. **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, v. 20, n.  
58, p. 537–547, jul. 2016. <https://doi.org/10.1590/1807-57622015.0443>.



TARDETTI, L. D.; TONEZER, C.; BADALOTTI, R. M. Turismo e desenvolvimento rural no município de Quilombo-SC. **COLÓQUIO-Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 19, n. Edição Especial 1 (SOBER), p. 229-251, 2022.

TOURINHO, L. A. M. **O código florestal na pequena propriedade rural: um estudo de caso em três propriedades na microbacia do Rio Miringuava**. 82 f. Dissertação (mestrado em Análise e Gestão Ambiental) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2005.

URANO, D. G.; NOBREGA, W. R. de M. Turismo de base comunitária e redes: análise das relações de colaboração na Rede Tucum, Brasil. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**; (9) 3, p. 408-434, 2020.

08

UM ENSAIO SOBRE O PAPEL DOS  
EVENTOS NA PROMOÇÃO DAS  
INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: o  
caso do sudeste brasileiro

Dan Gabriel D'onofre

Joice Lavandoski

Maria Jaqueline Elicher

Gabriel Giglio Fontoura

# **UM ENSAIO SOBRE O PAPEL DOS EVENTOS NA PROMOÇÃO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: O CASO DO SUDESTE BRASILEIRO**

D'ONOFRE, Dan Gabriel  
LAVANDOSKI, Joice  
ELICHER, Maria Jaqueline  
FONTOURA, Gabriel Giglio

**A**s Indicações Geográficas (IGs) representam uma ferramenta poderosa para diferenciar e promover produtos e serviços com base em sua origem geográfica e características únicas. No contexto brasileiro, o potencial das IGs para impulsionar o desenvolvimento econômico e promover a valorização de territórios ainda está em processo de consolidação. Em países em desenvolvimento, como o Brasil, compreender o papel das IGs e explorar seu potencial é essencial para fortalecer as cadeias produtivas locais e promover a inserção competitiva desses produtos nos mercados nacional e internacional.

A fim de aproximar a discussão sobre como os Eventos podem atuar na promoção das Indicações Geográficas, o presente artigo apresenta um debate sobre a relação entre essas temáticas: os eventos e as Indicações Geográficas. Dada a escassez de materiais que se dediquem à compreensão dos Eventos na conjuntura da promoção das Indicações Geográficas, enquanto um ensaio, o presente artigo se constitui como um convite à reflexão sobre ambas temáticas, construído sob abordagem quali-quantitativa.

Assim, este estudo se propõe a analisar o papel dos Eventos na promoção das Indicações Geográficas no Brasil, com foco na Região Sudeste. Ao investigar a relação entre Eventos, turismo e IGs, buscamos compreender como esses Eventos podem contribuir para o desenvolvimento econômico regional, a valorização cultural e a promoção dos produtos certificados. Para tanto, abordaremos não apenas o panorama das IGs na região, mas também a importância dos Eventos como estratégia de promoção e difusão das IGs, bem como os desafios e oportunidades associados a essa abordagem.

Partindo de uma revisão da literatura sobre o tema, explora-se o potencial dos Eventos para promover as IGs, destacando as iniciativas existentes e propondo reflexões sobre como fortalecer essa relação. Além disso, apresentaremos os resultados de uma pesquisa empírica que mapeia os Eventos relacionados às IGs na Região Sudeste, analisando sua organização, características e impacto potencial. Ao final, discutiremos as conclusões do estudo e apontaremos direções futuras para a pesquisa e prática no campo das IGs e Eventos no Brasil.

O objetivo geral deste trabalho é refletir sobre como os Eventos se manifestam enquanto estratégia sinérgica de desenvolvimento e promoção da cadeia produtiva das IGs no Brasil. Já os objetivos específicos são: a) revisar a literatura sobre IG, Eventos e Desenvolvimento; b) realizar um mapeamento dos Eventos associados aos produtos agroalimentares com IGs na região Sudeste do Brasil; c) discutir de que forma os Eventos com IGs contribuem para o desenvolvimento dos territórios de países em desenvolvimento. Portanto,

este artigo tem a pretensão de apontar a existência de uma ferramenta sinérgica que atravessa os três vetores de análise apontados acima, que seria a realização de Eventos que têm a função de promoção dos territórios e seus produtos para além das fronteiras.

### **Compreendendo o potencial de desenvolvimento das IGs no Brasil**

Ao analisar as potencialidades e desafios relativos às Indicações Geográficas em países em desenvolvimento, Mascarenhas e Wilkinson (2014) se dedicam ao caso brasileiro tendo como paralelo comparativo a experiência de países integrantes da União Europeia. Aqui, cabe destacar, que tais autores compreendem a concepção de desenvolvimento atribuído ao processo de fortalecimento de cadeias produtivas relativas a produtos e serviços com lastro em territórios, nomeados enquanto IG, sendo estes capazes de diferenciarem-se diante ao público consumidor.

À época do desenvolvimento do material, os autores recorreram às pesquisas de Giovannucci (2008) que davam conta da disparidade dos registros das IG em países do Norte Global (países desenvolvidos) quando comparados aos países do Sul (em desenvolvimento, segundo Mascarenhas, Wilkinson, 2014), posto que estes possuem menos de 10% da totalidade dos registros. Partindo de um contexto pautado tanto nos aspectos de produção e consumo, os autores fundamentam suas visões para destacar alguns elementos centrais para compreensão tanto das Indicações Geográficas enquanto diferenciação comercial de produtos, como também as analisam enquanto posicionamento ético e político ao consumo, sobretudo, de alimentos. Segundo os autores,

————— ●●● —————  
Num ambiente de crescente competição no setor agroalimentar, com o domínio de grandes cadeias de varejo, a presença de pequenos produtores só se viabiliza a partir da diferenciação de seus produtos e da diversificação dos seus canais de venda (Mascarenhas; Wilkinson, 2014: p. 104).

Entretanto, as disparidades relativas às realidades entre Norte e Sul globais, impõem desafios outros no que diz respeito às Indicações Geográficas (IG). Se as IG oportunizam novas relações entre os aspectos produtivos, a reinvenção e o resgate de tradições, da mesma maneira que impactam em estratégias de valorização do local e de territórios, tais processos se encontram incipientes em suas oportunidades em localidades como o Brasil.

De acordo com Mascarenhas e Wilkinson (2014), há alguns elementos que caracterizam as dificuldades encontradas no Sul Global para o baixo número de Indicações Geográficas. Algumas delas podem ser identificadas como o desconhecimento das IG por parte da população, a inexistência ou insuficiência de aparato legal, falta de infraestrutura institucional voltada para o reconhecimento e registro, inexistência de políticas de suporte ao reconhecimento e manutenção, e a baixa propensão a consumir tais produtos por causa de seus preços diferenciados.

Nesse sentido, aponta-se que a proposta elaborada por Mascarenhas e Wilkinson (2014) visando o fortalecimento das IG enquanto estratégia de desenvolvimento dialogam com a promoção de Eventos, posto seu caráter transversal enquanto ação. Para estes autores, a valorização de produtos com IG, além do desenvolvimento de mercados

consumidores interno e internacional para tais, demandam uma ação sinérgica em três níveis, a saber:

a) da cadeia produtiva, com a negociação de alianças verticais e horizontais; b) do setor IG, por meio da sua organização, visando ao aperfeiçoamento, adequação e promoção desses signos distintivos em âmbito nacional e internacional; e c) do Estado, por meio do suporte a essas iniciativas, da promoção do conceito em nível nacional e da promoção dos produtos no mercado internacional” (Mascarenhas; Wilkinson, 2014: p. 105).

No que diz respeito aos aspectos econômicos das IGs, Mascarenhas e Wilkinson (2014) chamam atenção que mediante à assimetria de informações relativas aos produtos com IG, onde os produtores detêm maior quantidade de elementos que fundamentam seus aspectos qualitativos, há que se planejar as estratégias que permitam a tomada de conhecimento por parte dos consumidores. Afinal de contas, apenas através da posse de informações sobre como os produtos com IG detêm qualidades relativas às suas múltiplas formas de consumo, é que os consumidores podem se engajar na aquisição dos mesmos, fomentando mercados. Nesse sentido, a promoção de Eventos contribui em grande parte para promover produtos através de palestras, demonstrações, degustações e venda direta.

Entretanto, sabe-se que a execução destes Eventos traz em si custos, demandando articulação de atores sociais múltiplos para sua consecução. Dado que, ainda que Mascarenhas e Wilkinson (2014) não indiquem diretamente os Eventos enquanto ferramenta para promoção de produtos de IG, os autores ressaltam que para a formação destes

mercados, a valorização impõe que haja a divulgação dos conceitos que estruturam tais produtos. Sobre estes conceitos, os autores revelam que

No caso do conceito, a divulgação necessita pelo menos que os consumidores compreendam o significado e os benefícios potenciais de uma indicação geográfica, preparando-os para reconhecerem os signos distintivos e os priorizarem, em mercados crescentemente caracterizados pela diversidade de signos distintivos, padrões, certificações, marcas diversas (Mascarenhas; Wilkinson, 2014: p. 106).

Ao acionar outras pesquisas, estes autores reiteram que a continuidade ou fidelização desses consumidores é fundamental para a continuidade dos mercados, podendo, a partir dessas indicações, haver uma correlação entre promoção de Eventos sobre os produtos com IG. Assim, avançando sobre a perspectiva de Mascarenhas e Wilkinson (2014), defende-se que os Eventos são estratégias não apenas para conquistar novos consumidores, como também possibilitar a fidelização de quem já os conhece.

Das premissas defendidas sobre o fortalecimento de alianças tanto verticais (cadeia produtiva), como as horizontais (relativas aos custos de transação e de produção) ressaltadas pelos já supracitados autores, infere-se que os Eventos podem amalgamar o fortalecimento sinérgico de ambas modalidades de alianças. Isso se deve, pois, para além de possibilitar um maior envolvimento de diversos atores da cadeia produtiva das IG, as quais por sua vez tendem a promover o território e sua cultura, permite o encontro de atores que atuam diretamente na formação de mercados, como o caso de redes de varejo e atacado, órgãos governamentais e

empresariais que reduzem o custo de transação de produtos (*Convention Bureaux*, Associações, etc.).

Nesse sentido, cabe aqui contribuir que os Eventos possuem um nítido potencial de amalgamar ações sinérgicas entre níveis que estruturam o desenvolvimento de IG. Com relação à organização do setor de Indicações Geográficas, Mascarenhas e Wilkinson (2014: p. 12) destaca que ações coletivas devem ser acionadas para

o financiamento em bases diferenciadas nas fases de reconhecimento e pós-registro, a adequação da legislação brasileira ao contexto socioeconômico nacional, maior harmonização no âmbito internacional e, principalmente, estratégias de divulgação do conceito (em parceria com o Estado) e dos produtos, nesse caso em nível nacional e internacional.

Ou seja, mais uma iniciativa que permite visualizar os Eventos como estratégia de divulgação de conceitos. Aqui, cabe ressaltar que os Eventos são ferramentas que podem tanto ocorrer no território ao qual abarca da IG, como também pode ser promovido em outras localidades, junto a novos públicos, enquanto promoção fora de domicílio.

Por fim, a última ação indicada por Mascarenhas e Wilkinson prevê o papel do Estado diante às IG. Nesse sentido, os autores justificam o apoio às IG em quatro frentes, a saber: proteção, apoio às micro e pequenas empresas, desenvolvimento territorial sustentável e comércio internacional (Mascarenhas; Wilkinson, 2014, p. 112-113). Isto é, são iniciativas que não divergem sobre como os Eventos podem tanto ser estruturados, como estruturar, desde a proteção à propriedade intelectual

que fundamentam as IGs, da possibilidade de integrar micro e pequenas empresas que solitariamente não conseguiriam promover Eventos, da mesma forma como contribuir ao desenvolvimento pela dinamização das economias locais, do fomento ao turismo e da valorização de recursos locais. Não menos importante, dada a envergadura do Estado, também ele, por meio de Eventos internacionais, pode contribuir para com o fomento em âmbito do comércio internacional.

Aqui, reitera-se que embora Mascarenhas e Wilkinson (2014) não dediquem análises à forma como os Eventos podem sinergicamente agir em prol da promoção das IGs no caso de países do Sul Global, tais ações indicadas pelos mesmos permitem compreender a importância dos Eventos enquanto ação sinérgica envolvendo os três níveis indicados pelos mesmos. Portanto, compreender a dinâmica dos Eventos que promovem tanto junto ao território que abarca a IG, como fora dele, instrumentaliza seu potencial enquanto ferramenta para agregar valor e inserir mercadologicamente seus produtos sob a égide dessa proteção intelectual.

### **A importância dos Eventos para o Turismo e sua relação às Indicações Geográficas**

Diversos autores definem “Eventos” como acontecimentos planejados e organizados antecipadamente. Estes, por sua vez, reúnem pessoas ligadas a interesses comuns, sob uma série de motivações, para o desenvolvimento de sua concepção, planejamento, execução e avaliação (Brenol, 2007; Mallen e Adams, 2013; Matias, 2013, 2014; Tenan, 2002).

Conforme apontado no estudo de Britto e Fontes (2002), o âmbito dos Eventos vai além da simples noção de celebração festiva, encontro entre amigos ou comemoração de aniversário. De acordo com as autoras, os Eventos podem assumir as seguintes características:

- 1) Conjunto de iniciativas profissionais voltadas para alcançar resultados qualitativos e quantitativos junto ao público-alvo.
- 2) Conjunto de atividades profissionais direcionadas a alcançar seu público-alvo através do lançamento de produtos, apresentação de indivíduos, empresas ou entidades, com o objetivo de estabelecer ou recuperar sua imagem.
- 3) Realização de um ato comemorativo, com ou sem intenção mercadológica, visando apresentar, conquistar ou recuperar sua imagem.
- 4) Ação profissional que envolve pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implementação de um projeto, visando atingir seu público-alvo com medidas concretas e resultados planejados.

Por conta desse processo de caracterização dos Eventos, advindo de Britto e Fontes (2002), compreende-se que os quatro tópicos desenvolvidos pelas autoras corroboram com a visão sobre como eles podem vir a promover e celebrar as IGs Brasil afora. Ademais, é impossível não correlacionar que, tal estratégia, também vai na direção da sua relação para com o Turismo. A relação de Eventos e Turismo se mostra tão antiga e dinâmica, já que desde muitos séculos atrás, as pessoas

.....  
são motivadas por viajar e participar de atividades organizadas (Britto e Fontes, 2002; Mallen e Adams, 2013; Matias, 2013; 2014).

Eventos e Turismo dependem, essencialmente, de avanços com relação ao desenvolvimento de maneira planejada e de longo prazo. Nesse sentido, a nível local, regional e nacional, ambos devem estar em sintonia com o direcionamento estratégico e as ações governamentais dos municípios, como exemplo, a Política Pública de Turismo e o Plano Nacional de Turismo (Gayer, 2017). A título de exemplo aplicado ao contexto brasileiro, o estudo de Gayer (2017) compreende como o setor de Eventos tem sido incentivado por meio de políticas públicas que dão base às ações voltadas para o desenvolvimento do segmento “Turismo de Eventos”.

Gayer (2017, p. 13) salienta que “(...) não há um referencial ideológico, legislativo e instrumental voltado exclusivamente para o desenvolvimento dos Eventos no cenário nacional”. Na visão da autora, o setor de Eventos depende das políticas de turismo devido às características e à importância dos Eventos geradores de fluxo turístico.

Gayer (2017) identifica diferentes focos das ações governamentais a partir da existência do Ministério do Turismo (2003), até o ano de 2016, que compreendem:

- a) no período entre 2003 e 2007, a captação Eventos internacionais;
- b) no período entre 2007 e 2012, o incentivo à sua produção nacional em Eventos;

- c) no período entre 2013 e 2016, na realização de megaEventos (Copa das Confederações, Copa do Mundo e Olimpíadas), e na geração de divisas oriundas do fluxo internacional de turistas;
- d) ainda no ano de 2016, o Ministério do Turismo lançou o Calendário Nacional de Eventos Turísticos, com o objetivo de ajudar a demanda no planejamento de viagens tendo em vista as principais festividades programadas nos municípios brasileiros.

Após o Golpe de 2016 (Bastos, 2017), somado aos anos do Governo Bolsonaro e a Pandemia da COVID 19 (Lopes, Panosso Netto, 2023), a descontinuidade das ações governamentais no âmbito da promoção de Eventos, desencadeou um processo de acanhamento. Quando comparada à visão de Gayer (2017), o Brasil passou a enfrentar dificuldades no âmbito da correlação política ao Turismo, fato evidenciado na redução do fluxo de visitantes, seja pela questão pandêmica, seja pela forma como a política de Turismo nos anos 2018-22 se sucedeu (Lopes, Panosso Netto, 2023).

Depreendendo o cenário descrito pelos autores supracitados, é importante salientar que mesmo diante todas as potencialidades que os Eventos possuem frente à sua correlação com o Turismo e sua política, a condução governamental influencia diretamente a maior ou menor integração destes ao processo de desenvolvimento.

Adicionalmente, e sobretudo a nível nacional e internacional, os Eventos e o turismo também devem seguir as orientações globais, como

os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) propostos na Agenda 2030 pela Organização das Nações Unidas (ONU) (UN, 2015). A existência de uma articulação público-privada e de direcionamentos convergentes entre as ações voltadas ao turismo e aos Eventos, podem impactar positivamente no desenvolvimento de ambos.

Os Eventos são multiplicadores de negócios por conta de seu potencial para a geração de novos fluxos de visitantes e do dinamismo econômico originado (Andrade, 1999). Nesse sentido, a capacidade de articulação dos Eventos para o Turismo, caminha *pari passu* ao que se propõe na condição de meio e fim para a promoção das IGs.

Estas, por sua vez, enquanto propriedade intelectual com intrínseca relação ao território, pode ser um potente indutor da promoção de Eventos articulados ao Turismo. A fim de dar conta de como há Eventos em curso que tem como finalidade de promover uma ou mais IGs brasileiras, apresenta-se uma proposta de categorização de Eventos que ocorrem no Brasil.

### **Aspectos Metodológicos da Pesquisa**

Enquanto uma iniciativa ensaística, a presente comunicação constitui-se por uma abordagem quali-quantitativa visando relacionar temáticas ainda não aprofundadas junto à produção científica brasileira. Para tanto, aciona-se o levantamento bibliográfico, associando pesquisas sobre Indicações Geográficas, Desenvolvimento Rural e Eventos com vistas a compreender suas dinâmicas e potencialidades. Dessa maneira, durante o primeiro semestre do ano de 2023, junto aos bancos de dados

como Google Acadêmico e o SciELO, foram buscados os termos lusófonos “Indicações Geográficas”, “Desenvolvimento Rural” e “Eventos” para encontrar artigos científicos publicados entre os anos de 2019 a 2023, enquanto critérios de inclusão.

No último banco, não foram encontradas quaisquer publicações em formato de artigos científicos e capítulos de livros. Já junto ao Google Acadêmico, encontraram-se 88 resultados, dos quais alguns artigos repetidos, embora, em leitura de seus resumos, nenhum se dedicava a investigar a correlação entre Eventos, Indicações Geográficas e Desenvolvimento Rural.

A partir desses procedimentos, pesquisas que se voltavam a compreender as associações que desvelam ferramentas para o fortalecimento das Indicações Geográficas no contexto brasileiro, foram acionadas enquanto margens de compreensão sobre como os Eventos podem atuar enquanto tais. Nesse sentido, destaca-se a pesquisa de Mascarenhas e Wilkinson (2014), a qual embasa tanto análises sobre os porquês do acanhamento das Indicações Geográficas junto à realidade brasileira, da mesma maneira como indica possibilidades de seu desenvolvimento, apresentando forte inclinação a compreensão dos Eventos enquanto meio e fim para tal. Da mesma maneira, recorreu-se às análises sobre a relação entre Eventos e Turismo, posto seu potencial gerador de desenvolvimento.

Com vistas a dar o dimensionamento da relação entre as IGs e os Eventos que, direta ou indiretamente se voltam às tais, a pesquisa também contabilizou todos os registros de IGs na Região Sudeste brasileira, dando

conta de caracterizar quais as IGs estão presentes nos Eventos, se a modalidade destes é presencial ou online, o número da edição, bem como se sua motivação é majoritariamente científica ou comercial, e quem promove tais Eventos. Os resultados são apresentados por meio de quadros que esquematizam tais informações, cujos dados são trabalhados por uma perspectiva estatística. A partir da compilação destes dados secundários organizados desta maneira supracitada, a pesquisa propõe uma reflexão sobre como tais Eventos podem ser meio e fim para a promoção das IGs.

### **Resultados e Discussão: Eventos com IGs no Sudeste**

Em termos econômicos e populacionais, a Região Sudeste do Brasil desempenha um papel crucial na economia e na demografia brasileira. Com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Sudeste concentra a maior parte da população brasileira. De acordo com o IBGE, em 2020, a região tinha uma população estimada em cerca de 89,9 milhões de pessoas, o que representa aproximadamente 42% da população total do Brasil.

Em termos econômicos, o Sudeste é a região mais rica e industrializada do Brasil. De acordo com o IBGE, em 2019, o Produto Interno Bruto (PIB) da região representou aproximadamente 54% do PIB nacional. Isso se deve à presença de grandes centros urbanos, indústrias, serviços financeiros e tecnologia, como São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Entretanto, quando comparado às demais regiões brasileiras,

outras se destacam no que diz respeito à proporção de IGs dada a projeção que o Sudeste poderia ter.

Principal polo industrial e de serviços do Brasil, o Sudeste apresenta grandes empresas dos setores automobilístico, metalúrgico, químico, farmacêutico, entre outros. No quesito Infraestrutura, a região possui uma extensa rede de rodovias, ferrovias, portos e aeroportos, facilitando o transporte de mercadorias e pessoas dentro e fora do país.

Além de sua importância econômica, o Sudeste também é conhecido por sua diversidade cultural e turística. A região abriga importantes patrimônios históricos, como o Centro Histórico de Ouro Preto e o Parque Nacional da Serra da Capivara, além de atrativos turísticos como as praias do Rio de Janeiro e as cidades históricas de Minas Gerais. Há também importantes Unidades de Conservação, com destaque ao Parque Estadual da Pedra Branca, uma das maiores reservas em área urbana no mundo, bem como a Floresta Nacional da Tijuca, também no Rio de Janeiro.

Até o ano de 2023, a Região Sudeste do Brasil contava com o registro de 27 Indicações Geográficas. A fim de sistematizar o estado da arte sobre as IGs no Sudeste, o quadro a seguir apresenta para além da nomenclatura das IGs, a Associação que a detém, bem como sua espécie, data de registro, Unidade da Federação de vínculo, sua natureza (produto natural ou gastronômico, bem como quais serviços e/ou produtos se encaixam nestas modalidades de registros de propriedade de IG.

**Quadro 1.** Indicações Geográficas da Região Sudeste do Brasil, até o ano de 2023.

Nome da IG	Associação	Espécie da IG	Data do Registro	UF	Natureza	Produto/Serviço
<b>Região do Cerrado Mineiro</b>	Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado	Indicação de Procedência	14/04/2005	MG	Produto Natural	Café
<b>Paraty</b>	Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty - APACAP	Indicação de Procedência	10/07/2007	RJ	Produto Gastronômico	Produção de Aguardentes, dos tipos, cachaça e aguardente composta azulada
<b>Serro</b>	Associação dos Produtores Artesanais de Queijo Do Serro – APAQS	Indicação de Procedência	13/12/2011	MG	Produto Gastronômico	Queijo Minas Artesanal do Serro
<b>Canastra</b>	Associação do Produtores do Queijo Canastra - APROCAN	Indicação de Procedência	13/03/2012	MG	Produto Gastronômico	Queijo
<b>Linhares</b>	Associação dos Cacauicultores de Linhares - ACAL	Indicação de Procedência	31/07/2012	ES	Produto Natural	Cacau em amêndoas
<b>Região de Salinas</b>	Associação dos Produtores Artesanais de Cachaça de Salinas – APACS	Indicação de Procedência	16/10/2012	MG	Produto Gastronômico	Aguardente de cana tipo cachaça
<b>São Tiago</b>	Associação São-Tiaguense dos Produtores de Biscoito	Indicação de Procedência	05/02/2013	MG	Produto Gastronômico	Biscoito
<b>Alta Mogiana</b>	Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana	Indicação de Procedência	17/09/2013	SP	Produto Natural	Café

**Quadro 1.** Indicações Geográficas da Região Sudeste do Brasil, até o ano de 2023 (continuação)

Nome da IG	Associação	Espécie da IG	Data do Registro	UF	Natureza	Produto/ Serviço
<b>Região do Cerrado Mineiro</b>	Federação dos Cafeicultores do Cerrado	Denominação de Origem	31/12/2013	MG	Produto Gastronômico	Café verde em grão e café industrializado torrado em grão ou moído
<b>Região de Pinhal</b>	Conselho do Café da Mogiana de Pinhal - COCAMPI	Indicação de Procedência	19/07/2016	SP	Produto Gastronômico	Café Verde e Café Torrado e Moído
<b>Região da Própolis Verde de Minas Gerais</b>	FEMAP – Federação Mineira de Apicultura	Denominação de Origem	06/09/2016	MG	Produto Natural	Própolis Verde
<b>Região São Bento de Urânia</b>	Associação dos Produtores de Inhame São Bento do Espírito Santo – APISBES	Indicação de Procedência	20/09/2016	ES	Produto Natural	Inhame
<b>Venda Nova do Imigrante</b>	Associação dos Produtores de Socol de Venda Nova do Imigrante - ASSOCOL	Indicação de Procedência	12/06/2018	ES	Produto Gastronômico	Socol
<b>Sabará</b>	Associação dos Produtores de Derivados de Jabuticaba de Sabará	Indicação de Procedência	23/10/2018	MG	Produto Gastronômico	Derivados de jabuticaba: licor, geleia, molho, casca cristalizada e compota
<b>Mantiqueira de Minas</b>	Associação dos Produtores de Café da Mantiqueira – APROCAM	Denominação de Origem	09/06/2020	MG	Produto Gastronômico	Café verde em grão e café industrializado torrado em grão ou moído

**Quadro 1.** Indicações Geográficas da Região Sudeste do Brasil, até o ano de 2023 (continuação)

Nome da IG	Associação	Espécie da IG	Data do Registro	UF	Natureza	Produto/ Serviço
<b>Campo das Vertentes</b>	Associação dos Cafeicultores do Campo das Vertentes	Indicação de Procedência	24/11/2020	MG	Produto Gastronômico	Café em grão verde, café industrializado na condição de torrado em grão e moído
<b>Matas de Minas</b>	Conselho das Entidades do Café das Matas de Minas	Indicação de Procedência	15/12/2020	MG	Produto Gastronômico	Café em grãos crus, beneficiados, torrados e torrados e moídos
<b>Caparaó</b>	Associação de Produtores de Cafés Especiais do Caparaó - APEC	Denominação de Origem	2/2/2021	ES e MG	Produto Gastronômico	Café da espécie <i>Coffea arabica</i> : em grãos verde (café cru), industrializado na condição de torrado e/ou torrado e moído
<b>Montanhas do Espírito Santo</b>	Associação de Produtores de Cafés Especiais das Montanhas do Espírito Santo	Denominação de Origem	04/05/2021	ES	Produto Natural	Café
<b>Espírito Santo (Café)</b>	Federação dos Cafés do Estado do Espírito Santo – FECAFÉS	Indicação de Procedência	11/05/2021	ES	Produto Natural	Café <i>comilon</i>
<b>Norte de Minas</b>	CODEANM – Conselho de Desenvolvimento da Agricultura Norte Mineira	Denominação de Origem	01/02/2022	MG	Produto Natural	Mel de abelha <i>Apis mellifera</i> L. produzido a partir da aroeira <i>Myracrodruon urundeuva</i> Allemão e de <i>honeydew</i>
<b>Região Tanguá</b>	Associação dos Citricultores e Produtores Rurais de Tanguá - ACIPIA	Denominação de Origem	26/07/2022	RJ	Produto Natural	Laranjas da espécie <i>Citrus sinensis</i> das variedades Seleta, Natal Folha Murcha, Natal Comum.

<b>Região de São Gotardo</b>	Conselho da Região de São Gotardo	Indicação de Procedência	23/08/2022	MG	Produto Natural	Hortifrútiis: abacate, alho, batata e cenoura
<b>Região do Jaíba</b>	ABANORTE - Associação Central dos Fruticultores do Norte de Minas	Indicação de Procedência	27/09/2022	MG	Produto Natural	Frutas: banana, manga, mamão e lima ácida tahiti
<b>Espírito Santo (Pimenta do Reino)</b>	Associação dos Pipericultores do Espírito Santo – APES	Indicação de Procedência	08/11/2022	ES	Produto Natural	Pimenta-do-reino
<b>Região de Garça</b>	Conselho do Café da Região de Garça - SP (CONGARÇA)	Indicação de Procedência	22/11/2022	SP	Produto Natural	Café da espécie <i>Coffea arabica</i> nas seguintes condições: em grãos verdes (café cru), em grãos torrados e em grãos torrados e moídos.
<b>Jundiáhy</b>	Associação Agrícola de Jundiáí	Indicação de Procedência	04/04/2023	SP	Produto Natural	Uva Niagara Rosada

Fonte: dos Autores, 2024.

O cenário das IGs no Sudeste aponta que todas elas tiveram como data de registro ainda o início do século XXI. Excetuando a IG do Caparaó, comungada entre os estados de Minas Gerais e Espírito Santo (representado na cor amarela, junto ao Quadro 1), todas as demais se concentram em apenas uma única unidade da federação sudestina, onde das 26 IG, Minas Gerais concentra 14 delas (54%, em branco), o Espírito

.....●.....  
Santo com 6 (23%, em róseo), São Paulo detém 4 (15%, em preto) e o Rio de Janeiro, apenas (8%, em azul).

Nesse sentido, dadas as características econômicas agropastoris dos estados de Minas Gerais e do Espírito Santo, evidencia-se que ambos concentram mais de  $\frac{3}{4}$  das IGs sudestinas, consolidando a proximidade que tais certificações possuem no conjunto das iniciativas do Desenvolvimento Rural. No que diz respeito à natureza das IGs sudestinas, há um bom equilíbrio entre as possíveis classificações, pois, dos 27 registros, 14 são Produtos Naturais (52%) e 13 são Produtos Gastronômicos (48%). Sobre a Espécie das IGs, 20 são Indicações de Procedência (74%), enquanto 7 são Denominações de Origem (26%). No que diz respeito à IG Mantiqueira de Minas Gerais, foi inicialmente reconhecida como Indicação de Procedência "Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais" em 31/05/2011, tendo sido Alterada em 09/06/2020 para Denominação de Origem.

Mediante o cenário supracitado do estado das IGs sudestinas, realizou-se um levantamento sobre Eventos que articulam uma ou mais destas para o público em geral. A metodologia empregada sobre a buscas destes Eventos, deu-se mediante tanto junto aos sites das Associações que detêm a organização das IGs, bem como em páginas de órgãos turísticos das regiões que são detentoras dos registros compilados (ver Quadro 2).



**Quadro 2.** Eventos que promovem IGs do Sudeste Brasileiro, até o ano de 2023.

Nome da IG	Produto	Nome do Evento Programado	Cidade de realização	Data de realização	Edições	Organização pública (governamental) ou privada (empresarial/mercadológica)	Tipologia do evento
IGs de Paraty e Salinas	Cachaça	Festival da Cachaça	Paraty - RJ	17 a 20 de agosto de 2023	41ª	Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty - APACAP	Comercial
Várias IGs do Brasil e França	Várias IGs do Brasil e França	Workshop Brasil-França - Selo Nacional e Europeu de Indicações Geográficas	Online	08 de agosto de 2021	1ª	Sebrac	Científico
Várias IGs do Brasil e Mercosul	Várias IGs do Brasil e Mercosul	Seminário de Indicações Geográficas – Acordo Mercosul e União Europeia	Belo Horizonte, MG	10 e 11 de março de 2020	1ª	Pública	Científico
Várias IGs do Brasil	Várias IGs do Brasil	Evento Internacional de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas	Belo Horizonte, MG	29 e 30 de outubro de 2014	1ª	Pública	Científico
Várias IGs do Brasil	Várias IGs do Brasil	II Evento Internacional de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas	Florianópolis, SC	31 de agosto a 2 de setembro de 2016	2ª	Pública	Científico
Várias IGs do Brasil	Várias IGs do Brasil	III Evento Internacional de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas	Belo Horizonte, MG	9 a 11 de agosto de 2018	3ª	Pública	Científico
Várias IGs do Brasil	Várias IGs do Brasil	IV Evento Internacional de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas	Brasília, DF	8 e 9 de dezembro de 2021	4ª	Pública	Científico

Várias IGs do Brasil	Várias IGs do Brasil	V Evento Internacional de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas	Curitiba, PR	8 a 10 de dezembro de 2022	5°	Pública	Científico
Várias IGs do Brasil	Várias IGs do Brasil	Feira da Agricultura Familiar – AGRIMINAS	Belo Horizonte, MG	31 de agosto a 3 de setembro de 2023	15°	Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado de Minas Gerais (FETAEMG)	Comercial
Várias IGs de Café do Brasil	Várias IGs de Café do Brasil	Semana Internacional do Café	Belo Horizonte, MG	8 a 10 de novembro de 2023	11°	FAEMG (Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Minas Gerais) + SEBRAE + Governo do Estado de Minas	Comercial

**Quadro 2.** Eventos que promovem IGs do Sudeste Brasileiro, até o ano de 2023 (continuação)

Nome da IG	Produto	Nome do Evento Programado	Cidade de realização	Data de realização	Edições	Organização pública (governamental) ou privada (empresarial/mercado lógica)	Tipologia do evento
Região do Cerrado Mineiro	Café	Concurso Campeões Expocaccer 2020	Patrocínio, MG	15 de outubro de 2020	4°	Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado	Comercial
Linhares	Cacau em amêndoas	Cacau Fest	Linhares, ES	21 de maio de 2023	1°	Associação dos Cacaicultores do Espírito Santo - ACAU	Comercial
Região de Salinas	Aguardente de cana tino	Festival Mundial da Cachaça	Salinas - MG	15, 16 e 17 de julho de 2023	19°	Associação dos Produtores Artesanais de Cachaça de Salinas – APACS	Comercial

D'ONOFRE, D.G.; LAVANDOSKI, J.; ELICHER, M.J.; FONTOURA, G.G. UM ENSAIO SOBRE O PAPEL DOS EVENTOS NA PROMOÇÃO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: o caso do sudeste brasileiro. In:

Alta Mogiana	Café	FamCafé	Franca - SP	8 a 10 de outubro de 2020		Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana	Comercial
Alta Mogiana	Café	Concurso de Qualidade do Café	Franca - SP	Setembro e outubro de 2020. Festa de Premiação 05/11/2020	18°	Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana	Comercial
Alta Mogiana	Café	Fórum de Qualidade	Franca - SP	4 de abril de 2023	8°	Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana	Científico
Região do Cerrado Mineiro	Café	Abertura da Safra Mineira de Café	Araguari - MG	1 de junho de 2023		Cooacer Arigui	Comercial
Região do Cerrado Mineiro	Café	Prêmio da Região do Cerrado Mineiro	Online + Uberlândia - MG	20 de julho de 2023	11°	Federação dos Cafeicultores do Cerrado	Comercial
Sabará	Derivados de Jabuticaba	Festival da Jabuticaba	Sabará - MG	24 a 27 de novembro de 2022	36°	Secretaria Especial da Cultura + Ministério do Turismo	Comercial
Campo das Vertentes	Café em grão verde, café	Fórum do Café	Santo Antônio de Amparo - MG	8 a 9 de dezembro de 2021	1°	Associação dos Cafeicultores do Campo das Vertentes	Comercial
Região do Jaíba	Fruitas: banana, manga, mamão	Abanorte Fruit Connections	Janauá - MG	13 a 14 de setembro de 2018	4°	ABANORTE - Associação Central dos Fruticultores do Norte de Minas	Comercial

Jundiáhy	Uva Niagara Rosada	Festa da Uva de Jundiáí	Jundiáí - SP	17, 18, 19, 20, 25, 26 e de janeiro 27   1, 2 e 3 de fevereiro de 2019	36°	Associação Agrícola de Jundiáí	Comercial
----------	--------------------	-------------------------	--------------	--	-----	--------------------------------	-----------

Fonte: dos autores, 2024.

Por ser uma iniciativa pioneira, a dificuldade de ter uma coincidência de variáveis que são caras para a organização e os estudos dos Eventos, colocaram para a equipe do trabalho alguns desafios que, neste momento, não serão possíveis de serem superados. Ainda assim, junto ao quadro 2, há a compilação de 22 Eventos que se dedicam a, também, promover as IGs sudestinas.

Do total de Eventos, 13 deles (59%) se voltaram especificamente às IGs de seu território, sendo sediados também nas regiões de origem das IGs. Já os demais 9 Eventos (41%), para além de promoverem não somente as IGs sudestinas, como até mesmo de outros países, têm por característica a constante mudança de suas sedes, ocorrendo até mesmo fora do Sudeste, como é o caso de 3 destes Eventos (cerca de 14% do total de 22 Eventos compilados). Houve também um evento (5%) na modalidade online, justamente enquanto o Brasil se encontrava sob contexto pandêmico.

Sobre as entidades que organizam os Eventos, notou-se que quando os Eventos tendem a serem organizados para promoção de mais de uma IG, o poder público costuma ser a liderança do processo, da mesma maneira que o mesmo assume mais o caráter científico, tendo

ocorrido em 27% do total de Eventos a simbiose entre organização do poder público com caráter científico. Estes mesmos Eventos de caráter científicos, organizados pelo poder público, costumam até o presente momento não possuir mais de 5 edições, indicando ser recente o movimento do Estado articular-se em torno das IGs pelo viés de sua promoção em Eventos.

Os Eventos organizados pelas Associações que administram as IGs são preponderantes, concentrando cerca de 55% dos Eventos, onde deste total, 92% possuem caráter comercial (11 Eventos). Há poucos Eventos que articulam iniciativas do Poder Público com as Associações, apenas 2 deles, os quais ocorreram justamente em Minas Gerais, unidade da federação sudestina com maior concentração de IGs.

Aqui se indica que, mediante todos os desafios para dar um panorama sobre os Eventos, há algumas lacunas que demandam o desdobramento desta pesquisa. Destaca-se que para além de compilar mais dados sobre os impactos da concepção, organização e avaliação (número da força de trabalho voltada direta e indiretamente, número de participantes, montante de renda gerado, impacto no setor de turismo, etc.) dos Eventos supracitados, é factível desvelar ao conjunto de pesquisadoras e pesquisadores sobre a importância prática e política dos Eventos no conjunto da promoção das IGs.

## **Considerações Finais**

A análise do potencial de desenvolvimento das Indicações Geográficas (IGs) no Brasil, em paralelo com a importância dos Eventos

para o turismo e sua relação com as IGs, revela uma interconexão significativa entre esses dois domínios. A compreensão das IGs como ferramentas de diferenciação comercial, aliada à sua promoção através de Eventos, destaca-se como uma estratégia promissora para impulsionar o desenvolvimento socioeconômico em diversas regiões do país.

Os estudos de Mascarenhas e Wilkinson (2014) oferecem insights valiosos sobre os desafios e oportunidades enfrentados pelas IGs no contexto brasileiro, destacando a necessidade de uma abordagem sinérgica envolvendo a cadeia produtiva, o setor das IGs e o Estado. A promoção de Eventos emerge como uma estratégia transversal que pode fortalecer a identidade territorial, promover a diversidade cultural e estimular o turismo, contribuindo para a valorização dos produtos certificados.

A análise da situação das IGs na Região Sudeste do Brasil revela um cenário rico em potencialidades, com 27 registros distribuídos principalmente entre Minas Gerais e Espírito Santo. A concentração dessas certificações em áreas agropastoris ressalta a importância do território na produção de produtos distintivos e de qualidade reconhecida. Além disso, a relação entre Eventos e IGs demonstra-se relevante, com diversos Eventos dedicados à promoção desses produtos, tanto no âmbito local quanto nacional e internacional.

A articulação entre Eventos, turismo e IGs emerge como uma estratégia promissora para impulsionar o desenvolvimento regional de forma sustentável. A promoção de Eventos que destacam a riqueza cultural e gastronômica das regiões certificadas pode atrair visitantes, estimular o consumo de produtos locais e fortalecer a identidade

territorial. No entanto, é fundamental um maior engajamento do poder público e das associações responsáveis pelas IGs na organização e promoção desses Eventos, visando maximizar seu impacto e alcance.

Diante dos desafios identificados e das lacunas de pesquisa, destaca-se a necessidade de aprofundar o estudo sobre os Eventos relacionados às IGs, considerando não apenas sua organização e impacto econômico, mas também seu papel na promoção da sustentabilidade, inclusão social e valorização do patrimônio cultural. A colaboração entre diferentes atores, incluindo o poder público, instituições de pesquisa, associações locais e comunidades, é essencial para o sucesso dessas iniciativas e para o fortalecimento das Indicações Geográficas como instrumentos de desenvolvimento regional.

Essas considerações finais apontam para a importância estratégica dos Eventos na promoção das IGs e no desenvolvimento socioeconômico das regiões, ressaltando a necessidade de uma abordagem integrada e colaborativa para maximizar seu impacto e potencializar os benefícios para as comunidades locais.

## Referências

ANDRADE, R. B. **Manual de eventos**. Caxias do Sul: EDUCS, 1999.

BASTOS, P. P. Z. Ascensão e crise do Governo Dilma Rousseff e o Golpe de 2016: poder estrutural, contradição e ideologia. **Revista de Economia Contemporânea**, [S.L.], v. 21, n. 2, p. 1-63, 21 dez. 2017. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/198055272129>.

BRITTO, J.; FONTE, N. **Estratégia para Eventos**: uma ótica do marketing do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

BRENOL, R. **Manual de eventos**. 3. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2007.

GAYER, P. Políticas públicas em turismo de eventos: instrumentos normativos de apoio ao desenvolvimento do setor. **Cenário**, 5(9),12-22, 2017.

GIOVANNUCCI, D. **The new 'local'**: linking geographical indications and organics. Geneva: International Trade Center, 2008. 3 p.

LOPES, M. M.; PANOSSO NETTO, A. O turismo no governo de Jair Bolsonaro: políticas públicas e discursos ideológicos. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S. L.], v. 17, p. 2777, 2023. DOI: 10.7784/rbtur.v17.2777. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/2777>. Acesso em: 7 abr. 2024.

MALLEN, C.; ADAMS, L. J. **Gestão de eventos esportivos, recreativos e turísticos: dimensões teóricas e práticas**. São Paulo: Manole, 2013.

MATIAS, M. **A arte de receber em eventos**. Barueri: Manole, 2014.

MATIAS, M. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. 6a.ed. Barueri: Manole, 2013.

MASCARENHAS, G.; WILKINSON, J. Indicações geográficas em países em desenvolvimento: potencialidades e desafios. **Revista de Política Agrícola**, [s. l.], v. 2, p. 103-115, abr. 2014. Disponível em: <https://seer.sede.embrapa.br/index.php/RPA/article/view/918>. Acesso em: 08 ago. 2023.

TENAN, I. P. S. **Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.

UN (United Nations). **Transforming our World**: The 2030 Agenda for Sustainable Development, 2015. Disponível em: <<https://sdgs.un.org/sites/default/files/publications/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2024.



# ORGANIZADORES

## ADRIANA BRAMBILLA



Doutora pelas Universidades de Aveiro e do Minho (Portugal). Graduada em Administração de Empresas pela FAAP (Fundação Armando Álvares Penteado -SP), Mestre em Administração pela UFPB (Universidade Federal da Paraíba) e Professora do Departamento de Turismo e Hotelaria da UFPB, coordenadora do GCET-Grupo de Cultura e Estudos em Turismo e colaboradora do Grupo de Pesquisa CLLC da Universidade de Aveiro (Portugal).

## ELÍDIO VANZELLA



Doutor em modelos de decisão em saúde (Estatística) pela UFPB, mestrado em modelos de decisão em saúde, especialista em gestão de pessoas e graduado em administração. Professor na Unifuturo, orientador para o Programa de Mestrado em Educação da Florida Christian University nos EUA e em 2018 aderiu ao Education Without Borders Program como “Professor Sem Fronteiras”. Pesquisador do GCET-Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (base CNPq). e-mail: [evanzella@yahoo.com.br](mailto:evanzella@yahoo.com.br)

## DAN GABRIEL D'ONOFRE



Doutor em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Mestre em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Técnico em Agropecuária Orgânica pelo Colégio Técnico da UFRRJ. É Professor Adjunto no Departamento de Hotelaria e Serviço Social (DHSS) da UFRRJ, Pesquisador Docente permanente dos Programas de Pós Graduação em Ecoturismo e Conservação (UNIRIO) e em Educação Agrícola (UFRRJ). Líder do Grupo de Pesquisa de Estudos Sociais em Hospitalidade e Lazer (DHSS/UFRRJ).

## PATRÍCIA DE FREITAS



Realizou Pós-Doutorado em Estudos da Criança, área de especialização em Sociologia da Infância, pela Universidade do Minho (UMinho), Braga/Portugal. Doutora em Educação pela Universidade Federal Fluminense - UFF. Professora do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, atuando com o curso de Hotelaria. Atua em ações de Pesquisa e Extensão nas seguintes linhas: Estudos do Consumo; Comportamento do consumidor; Criança, Consumo e Turismo e Publicidade, consumo e relações de gênero. Participa do Grupo de Pesquisa Estudos Sociais em Hospitalidade e Lazer, vinculado ao Departamento de Hotelaria e Serviço Social da UFRRJ.

## SALOMÉ DE ALMEIDA



Professora Adjunta da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, ministra disciplinas no curso de graduação em Hotelaria. Doutora no Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária (PPGCTIA/UFRRJ), na área de Concentração em Políticas Públicas. Desenvolve atividades de pesquisa e extensão em territórios rurais. Atua como coordenadora Suplente do Projeto de Ensino, Pesquisa, Extensão e Desenvolvimento Institucional "Hotel Escola", celebrado entre a Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica da UFRRJ - FAPUR e a UFRRJ. Participa do Grupo de Pesquisa Estudos Sociais em Hospitalidade e Lazer, vinculado ao Departamento de Hotelaria e Serviço Social da UFRRJ.

# AUTORES

## **ABREU, Leonilo Alves de**

Bacharelado em Turismo (IESP), Gestão em Hotelaria (IFSC), Especialização em Educação Profissional e Tecnológica (IFSC). Atualmente, mestrando em Turismo e desenvolvimento pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Atua como guia de turismo credenciado ao Ministério do Turismo com ênfase na segmentação de turismo cultural, rural e histórico. Integra os grupos de pesquisas cadastrados na CAPES, Mídias, Comunicação e Turismo (MiComT) e Turismo, Educação, Emprego e Mercado (TEEM). e-mail: leoniloalves@hotmail.com

## **ALVES, Varlene Cléa Saldanha**

Especialista em Administração de Meios de Hospedagem, Professora de Ensino Básico, Técnico e Tecnológico no Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais, Campus Barbacena. Suas principais áreas de pesquisa concentram-se nas áreas de Turismo, Hospitalidade e Lazer. Instagram (@oivalbq) e-mail: varlene.alves@ifsudestemg.edu.br.

## **CARVALHO, Lucivan Macena de**

Especialista em Gestão ambiental (Instituto Federal de Paranaguá), Bacharel em Turismo (Universidade Federal de Pernambuco), Tecnólogo em Gestão Ambiental (Universidade Vale do Ipojuca). Foi professor do Programa do Governo Federal – PRONATEC, atuando em disciplinas de formação de Guias de Turismo. Atualmente é mestrando do Programa de pós-graduação em Turismo (UFPR), e membro do Grupo de Pesquisa TerroirTur. e-mail: macena.com@yahoo.com

### **CARVALHO, Natália Pains Nunes de**

Nutricionista pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Mestranda do Programa de Pós-graduação em Práticas em Desenvolvimento Sustentável da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro PPGPDS/UFRRJ. Tem experiência na área de Políticas Públicas em Segurança Alimentar e Nutricional. e-mail: nataliapnc@outlook.com ; Instagram @nataliapains

### **CASTRO, Fernanda Travassos de**

Doutora em Ciência e Tecnologia de Alimentos pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Alimentos da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFRRJ. Professora da Disciplina de Alimentos e Bebidas 1, do Curso Técnico em Hospedagem, do Colégio Técnico da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CTUR). Tem experiência na área de Gastronomia, Segurança Alimentar e Nutricional. e-mail: fertcastro@ufrj.br ; Instagram @nandatravassosc

### **CERQUEIRA, Erika Moraes**

Doutora em História, Professora de História no Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais, Campus Barbacena. Sua pesquisa acadêmica é focada na área de História. Instagram (@\_erikacerqueira\_) e-mail erika.cerqueira@ifsudestemg.edu.br.

### **D'ONOFRE, Dan Gabriel**

Doutor em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Mestre em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Técnico em Agropecuária Orgânica pelo Colégio Técnico da UFRRJ. É Professor Adjunto no Departamento de Hotelaria e Serviço Social (DHSS) da UFRRJ. Professor do Programa de Pós Graduação em Ecoturismo e Conservação da UNIRIO. Líder do Grupo de Pesquisa de Estudos Sociais em Hospitalidade e Lazer (DHSS/UFRRJ).

**ELICHER, Maria Jaqueline**

Doutora em Geografia pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Fundadora e coordenadora da Entremeio – Rede de Pesquisa Geografia, Turismo e Literatura. É professora adjunta do Departamento de Turismo e Patrimônio da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), Rio de Janeiro/Brasil. Coordena em parceria o Labetur – UNIRIO.

**FERNANDES, Ailson Silva**

Especialista em Gestão de Cooperativas de Crédito, Mestrando em Ciências Sociais e Humanidades pelo Programa PPGTECCER da Universidade Estadual de Goiás (UEG) e Pesquisador no Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (GCET/UFPB). Áreas de pesquisa: Turismo, Meio Ambiente e Sustentabilidade. Instagram (@ailsonfernandes) e-mail ailsonpgtu@gmail.com.

**GIGLIO, Gabriel**

Gabriel Giglio Fontoura, estudante graduando em Turismo pela UNIRIO com pesquisas na área de Turismo Gastronômico e Cultural.

**LAVANDOSKI, Joice**

Bacharel e Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Doutora em Turismo pela Universidade do Algarve (UALG). Professora Adjunta no Departamento de Turismo e Patrimônio da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Professora colaboradora no Programa de Pós Graduação em Turismo da Universidade Federal Fluminense (UFF). Coordenadora do Laboratório de Eventos em Turismo (LABETUR) da UNIRIO.

### **LIMA, Elaine Cristina de Souza**

Doutora em Ciências e Tecnologia de Alimentos pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFRRJ. Professora Adjunta do Curso de Nutrição da UNIRIO. Tem experiência na área de Técnica Dietética Alimentação Escolar e Vegetarianismo. Idealizadora do projeto VegAN - Alimentação e Nutrição Vegetariana: Formando uma Rede de Diálogos. Membro colaborador CECANE/UNIRIO. Avaliadora de curso de Nutrição MEC (autorização e reconhecimento). Líder do Grupo de pesquisa em Alimentação, Saúde e Meio Ambiente - Veg.A.N UNIRIO. Coordenadora do Curso de Nutrição UNIRIO Integral. e-mail: elaine.lima@unirio.br ; Instagram @limaelaine\_cs

### **MATTEINI, Milena**

Graduada em Serviço Social pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFRRJ. Bolsista de Iniciação Científica (IC), na modalidade PIBIC-UFRRJ (IC), no projeto Estratégias de Segurança Alimentar e Nutricional SAN: ações de Educação Alimentar e Nutricional - EAN. e-mail: milenamatteini@gmail.com ; Instagram @mimatteini

### **NEVES, Daniele Custódio Gonçalves das**

Doutoranda em Alimentos e Nutrição pela Faculdade de Engenharia de Alimentos da Universidade Estadual de Campinas UNICAMP. Mestre em Práticas em Desenvolvimento Sustentável pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Pesquisadora da área de alimentação e nutrição com foco em segurança alimentar e nutricional. Atualmente, trabalha com pesquisa acadêmica sobre hábitos alimentares de escolares, analisando as relações das políticas públicas de segurança alimentar e nutricional no ambiente escolar e suas interferências na promoção de uma alimentação saudável. e-mail: dani\_custodio@hotmail.com ; Instagram @adanicustodio

**OLIVEIRA, Marcia Luiza de**

Discente do Curso de Engenharia de Alimentos na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ. Bolsista de Iniciação Científica (IC), na modalidade PIBIC-UFRRJ (IC). e-mail: contatomaluiza@gmail.com ; Instagram @marcialuoa

**OLIVEIRA, Natália Araújo de**

Bacharel em Turismo pela Universidade do Estado do Mato Grosso. Licenciada em Ciências Sociais pela Universidade de Franca. Mestra em Ciências Sociais pela Universidade do Rio dos Sinos e Doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Pesquisa turismo e relações de gênero e turismo e relações raciais. É integrante dos grupos de pesquisa GRITUs (Gênero, raça e interseccionalidades do turismo) (UFSCAR) e Labor Movens (UnB). e-mail: oliveira.natalia@outlook.com

**REBELO, António Manuel Leite**

Trabalha no Município de Vieira do Minho; formador em Informática e Marketing, Bacharel em Informática e Gestão, pelo Instituto de Estudos Superiores de Fafe - Portugal (atualmente, Instituto Europeu de Estudos Superiores); Licenciado em Informática de Gestão, Mestre em Marketing, ambos, pelo Instituto Superior da Maia – Portugal (atualmente, Instituto Universitário da Maia); Doutor em Economia e Empresa, pela Universidade de Santiago de Compostela – Espanha. e-mail: rebelo.professor@gmail.com facebook e instagram: rebelovrm

**ROCHA, Carlos Bruno Oliveira**

Arquiteto e Urbanista pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Arquitetura e Urbanismo e Design pela UFC, tendo sido bolsista da FUNCAP-CE. Foi bolsista de Iniciação Acadêmica PIBIC - Edital 02/16 a 02/18. Bolsista de Extensão do NÚCLEO DOCOMOMO CEARÁ. Membro do grupo de pesquisa Arquiteturas Contemporâneas no Ceará [arq.con.ce]. Instagram: @carlosbrunooliveira / e-mail: carlosbrunorochoa@alu.ufc.br

### **SANTIAGO, Zilsa Maria Pinto**

Arquiteta e Urbanista pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo. Doutora em Educação pela UFC. Professora Associada do Departamento de Arquitetura e Urbanismo e Design/UFC. Membro do corpo docente do Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo e Design/UFC. Membro do GT da Secretaria de Acessibilidade UFC Inclui (2010-18). Membro do Grupo de Pesquisa Laboratório de Crítica em Arquitetura, Urbanismo e Urbanização (LoCAU/UFC). Participante do Plano Municipal de Caminhabilidade PMF (2018-20). Coordenadora da Pesquisa Acessibilidade arquitetônica x espaços de hospedagem: Fortaleza está preparada para receber pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida? (2017-20). Coordenadora da Pesquisa Cidade Acessível existe? requisitos de acessibilidade universal como fator de inclusão nos vários setores de vivência do cidadão (2020-atual). Instagram: @zilsasantiago / e-mail: zilsa@arquitetura.ufc.br

### **SANTOS, Samuel Ribeiro dos**

Técnico em Guia de Turismo e estudante de graduação em Gestão de Turismo, trabalha como Produtor Musical, Guia de Turismo autônomo e Pesquisador no Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (GCET/UFPB). Suas pesquisas abrangem as áreas de Meio Ambiente, Sustentabilidade, Governança Turística e Políticas Públicas de Turismo. Instagram (@guiasamuelsantos) e-mail guiasamuelsantos@gmail.com.

### **SILVA, Daiko Lima e**

Doutorando em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental da Universidade do Estado de Santa Catarina (PPGPLAN/UEDESC). Mestre em Administração (UEDESC/ESAG), Turismólogo da Secretaria de Estado do Turismo de Santa Catarina e Pesquisador no Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (GCET/UFPB), no Laboratório de Planejamento Urbano e Regional (LABPLAN/UEDESC) Instagram (@daiko\_lima) e-mail prof.daiko@gmail.com.

### **TABAI, Katia Cilene**

Pós-doutorado na Università di Roma - Sapienza e na Universidade de São Paulo - USP. Doutora em Alimentos e Nutrição pela Faculdade de Engenharia de Alimentos - FEA/Universidade Estadual de Campinas- UNICAMP. Professora Titular na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ vinculada ao Departamento de Economia Doméstica e Hotelaria (ICSA/UFRRJ Atua como docente permanente no Programa de Pós-graduação em Práticas em Desenvolvimento Sustentável - PPGPDS. Tem experiência na área de Políticas Públicas de Alimentação e Nutrição, com ênfase em Segurança Alimentar e Nutricional, atuando principalmente nos seguintes temas: agricultura familiar, alimentação escolar, soberania, segurança alimentar e nutricional. e-mail: [ktabai@ufrj.br](mailto:ktabai@ufrj.br) ; Instagram [@katiatabai](https://www.instagram.com/katiatabai)

### **WALKOWSKI, Marinês da Conceição**

Doutora em Arquitetura e Urbanismo (Universidade Federal de Santa Catarina). Pós-Doutorado em Turismo e Hotelaria (Universidade do Vale do Itajaí), Mestre em Arquitetura e Urbanismo (Universidade Federal de Santa Catarina), Bacharel, em Turismo (Faculdade Estácio de Sá de Santa Catarina). Atua como consultora em projetos de Turismo de Base Comunitária (Rede Acolhida na Colônia), Processos Participativos e na área de Planejamento e Gestão de Turismo. Foi secretária da Indústria, Comércio e Turismo de Urubici-SC. Atualmente é professora colaboradora na Universidade Federal do Paraná – UFPR. e-mail: [marinesw@gmail.com](mailto:marinesw@gmail.com)

### ***Nota dos organizadores***

*O serviço de revisão dos manuscritos cabe aos autores dos capítulos. As informações e opiniões contidas nos capítulos não refletem necessariamente a visão dos organizadores e são de responsabilidade de seus autores. Os organizadores esclarecem que a citação total e/ou parcial dos textos contidos na obra deve ser feita de acordo com as normas científicas.*



**O GCET – Grupo de Cultura e Estudos em Turismo,** ligado ao Departamento de Turismo e Hotelaria (DTH) do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA), faz parte da UFPB-Universidade Federal da Paraíba, e do Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq. Tem o intuito de apresentar temáticas plurais, com foco nas questões de interesse acadêmico e empresarial, contribuindo para uma melhor compreensão do Turismo e da Hotelaria, no contexto do patrimônio cultural, impactos socioculturais, econômicos e ambientais, acessibilidade, marketing, terceira idade, relações interculturais e comportamento do turista.

[Acompanhe o GCET pelas redes sociais](#)

Instagram: [@GCET](#)

Facebook: [@GrupoGcet](#)

YouTube: GCET OFICIAL

Academia.edu: GCET UFPB

Site GCET: <https://www.ufpb.br/gcet>

Para conhecer as outras publicações *open access* acesse nosso catálogo pelo linktree: [Linktr.ee/grupogcet](https://linktr.ee/grupogcet)



