UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária

GESTÃO DE AGRONEGÓCIOS

TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA À DESIGUALDADE NO CAMPO: uma análise do projeto *colha e pague* na produção de morangos em Brazlândia/DF

Flávia Maria Neves Marques

Brasília/DF
junho / 2019

FLÁVIA MARIA NEVES MARQUES

TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA À DESIGUALDADE NO CAMPO: uma análise do projeto *colha e pague* na produção de morangos em Brazlândia/DF

Monografia apresentada ao curso de Gestão de Agronegócios, da Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária da Universidade de Brasília (UnB), como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Gestão de Agronegócios.

Orientadora: Profa. Dra. **Mireya Valencia Perafán**

Brasília/DF
Junho/2019

Ficha Catalográfica

Marques, Flávia.
Turismo Rural Como Alternativa À Desigualdade no Campo: uma análise do Projeto Colha e Pague na produção de morangos em Brazlândia/DF / Flávia Marques. – Brasília – DF: [s.n], 2019.
67 f. : il.

Monografia (Bacharelado em Gestão de Agronegócios) – Universidade de Brasília, Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, 2019.

Orientação: Prof. Dra. Mireya Valencia Perafán.

1. Turismo Rural. 2. Colha Você Mesmo. 3. Ruralidades. 4. Integração Rural-urbana. I. Título: Subtítulo.

TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA À DESIGUALDADE NO CAMPO: uma análise do projeto *colha e pague* na produção de morangos em Brazlândia/DF

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão de Curso da aluna Flávia Marques.

Profa. Dra. Mireya Valencia Perafán
Universidade de Brasília / FAV /UnB
(Orientadora)

Prof. Dr. Armando Fornazier
Universidade de Brasília / FAV /UnB
(Examinador)

Prof. Dr. Marlon Vinícius Brisola
Universidade de Brasília / PROPAGA /UnB
(Examinador)

Brasília/DF
Junho/2019

Dedico este trabalho ao Henrique, por ser meu maior incentivador e por ter sido meu alicerce por toda a minha jornada acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família, por fornecer a base dos meus valores e princípios.

Às minhas irmãs, Alana Marques e Mayara Marques, por serem minha maior força.

À Mel, por me dar o prazer de sua companhia e tornar mais fácil a rotina de estudos, até mesmo nas madrugadas.

À professora Mireya Valencia, por me orientar de forma tão generosa.

E não poderia deixar de agradecer à EMATER-DF, em especial à Zaida Regina, por todo o apoio dado e, acima de tudo, por permitir esta pesquisa.

RESUMO

O presente estudo teve por objetivo analisar os benefícios que o turismo rural pode oferecer aos pequenos produtores rurais para diminuir as desigualdades econômicas e sociais que os cercam. Para tal, realizou-se uma revisão bibliográfica sobre a ruralidade contemporânea, a evolução e conceito do turismo rural, uma breve abordagem dos circuitos curtos de produção e o comportamento dos consumidores no turismo. Além disso, foi feita uma investigação do Projeto Colha e Pague, liderado pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Distrito Federal (EMATER-DF), que abrangeu produtores, consumidores e a coordenadora do projeto. Para o alcance do objetivo, utilizou-se de abordagem qualitativa e quantitativa. Os resultados foram obtidos através de entrevistas estruturadas, semiestruturadas e questionário *online.* As constatações do estudo confirmam a hipótese de que o turismo rural é uma alternativa favorável para as pequenas propriedades, com algumas ressalvas específicas ao Projeto Colha e Pague: por ser um evento pontual, que acontece anualmente durante a Festa do Morango em Brazlândia, ele não pode, até então, ser considerado como uma fonte de renda regular para os produtores. Por outro lado, a pesquisa com os consumidores mostrou a atividade como uma tendência de consumo, indicando que sua introdução nas propriedades rurais pode ser um caminho para contornar as dificuldades enfrentadas atualmente. No mais, ponderando que a desigualdade envolve aspectos para além da insuficiência de renda, concluiu-se com o estudo que a integração das populações rural e urbana permite proveitos e aprendizados para as duas partes, contribuindo para a inserção social.

Palavras-chave: Turismo Rural. Colha Você Mesmo. Ruralidades. Integração rural-urbana.

ABSTRACT

The present study aimed to analyze the benefits that rural tourism can offer to small rural producers, given the situation of inequality that surrounds them. For this, a bibliographic review was carried out about contemporary rurality, the evolution and concept of rural tourism, a brief approach to short production circuits and consumer behavior in tourism. In addition, an investigation of the Colha e Pague Project, led by EMATER-DF, which included producers, consumers and the project coordinator, was done. To reach the objective, a qualitative and quantitative approach were used. The results were obtained through structured interviews, semi-structured interviews and online questionnaire. The findings of the study confirm the hypothesis that rural tourism is a favorable alternative for small farms, with some specific caveats to the Colha e Pague Project: as it is a punctual event, that happens annually during the Strawberry Festival in Brazlândia, it can not, until then, be considered as a source of regular income for producers. On the other hand, consumer research has denounced the activity as a consumption trend, indicating that its introduction in rural properties may be a way to overcome the difficulties currently faced. Moreover, considering that inequality involves aspects beyond income insufficiency, it was concluded with the study that the integration of rural and urban population allows advantage and learning for both parties, contributing to social insertion.

Keywords: Rural Tourism. Pick Your Own. Ruralities. Rural-urban Integration.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa da Linha de Pobreza por Unidade Federativa 20
Figura 2 - Índice de Gini da População Rural Brasileira 21
Figura 3 - Gráfico com Índice de Gini da Distribuição do Rendimento Mensal das Pessoas com 15 Anos de Idade ou Mais, Por Grandes Regiões - 2004/2014 22
Figura 4 - Circuitos Curtos de Produção 24
Figura 5 - Hierarquia das Necessidades de Maslow 28
Figura 6 - Mapa Com Índice de Gini do Rendimento Mensal *Per Capta*, Por Unidade da Federação - 2014 34
Figura 7 - Morangos Oferecidos no Colha e Pague 38
Figura 8 - Gráfico com representação dos consumidores conforme a idade 42
Figura 9 - Gráfico de Representação dos Consumidores Conforme a Escolaridade 43
Figura 10 - Gráfico de Representação dos Consumidores Conforme a Renda 43
Figura 11 - Motivação dos Consumidores do Colha e Pague 45
Figura 12 - Opinião Sobre a Experiência Colha e Pague 46
Figura 13 - Crianças no Colha e Pague de 2016 47
Figura 14 - Participantes Colhendo Morangos no Colha e Pague 2016 48
Figura 15 - Gráfico com Opinião dos Participantes Sobre Atividades Turísticas no Meio Rural 49
Figura 16 - Opinião dos Consumidores Sobre o Contato com o Meio Rural 50
Figura 17 - Respostas dos Consumidores sobre Participar Novamente do Colha e Pague 51

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - População Urbana e Rural, Superfície e Densidade Demográfica Por Região Administrativa, Distrito Federal - 2010 33
Tabela 2 - Perfil dos Produtores Entrevistados 38
Tabela 3 - Características das Propriedades 39
Tabela 4 - Perfil Socioeconômico dos Participantes 42

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNTUR – Confederação Nacional do Turismo

DF – Distrito Federal

EMATER – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 9
1.1 A ruralidade contemporânea e o turismo rural 9
1.2 Problema de pesquisa 11
1.3 Objetivo geral 11
1.4 Objetivos específicos 12
1.5 Justificativa 12
1.6 Estrutura e organização do trabalho 13
2 REFERENCIAL TEÓRICO 14
2.1 A interface rural-urbana e o desenvolvimento rural 14
2.2 Evolução do turismo rural 16
2.3 Conceito de turismo rural 17
2.4 Desigualdade e pobreza no campo 19
2.5 Construção social de mercados: circuitos curtos de produção e o sistema colha você mesmo (pick your own) 23
2.6 O turismo rural na ótica do comportamento dos consumidores 26
2.6.1 Motivação para o turismo rural 27
3 METODOLOGIA 30
3.1 Delineamento da pesquisa 30
3.2 Caracterização das propriedades rurais do DF 32
3.3 O projeto colha e pague no df 34
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO 36
4.1 O projeto colha e pague de morangos em Brazlândia-DF 36
4.2 Caracterização dos produtores e propriedades estudadas 38
4.2.1 Análise das expectativas e percepções dos produtores em relação ao colha e pague 39
4.3 Resultados da pesquisa com os consumidores participantes do colha e pague 41
4.3.1 Perfil socioeconômico dos consumidores 41
4.3.2 Motivação dos participantes e opiniões sobre a experiência colha e pague 44
4.3.3 Análise das percepções dos consumidores sobre o colha e pague 51
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 53
REFERÊNCIAS 56
ANEXO A - CARTA DE SANTA MARIA 60

APÊNDICE A – Roteiro para entrevista com a coordenadora do projeto colha e pague 61
APÊNDICE B – Roteiro para entrevista com produtores participantes do colha e pague.....62

1 INTRODUÇÃO

1.1 A RURALIDADE CONTEMPORÂNEA E O TURISMO RURAL

O avanço da globalização vem gerando, ao longo dos últimos anos, modificações no modo de vida das pessoas. Suas consequências, que têm lados positivos e negativos, influenciam diretamente as dinâmicas das áreas urbanas e rurais e intensificam a distância entre elas no que tange o aspecto desenvolvimento.

Pode-se dizer que a principal transformação do meio rural veio do processo de modernização da agricultura, que trouxe avanços tecnológicos e ganhos de produtividade, mas que refletiu na redução da oferta de empregos e levou à desvalorização da pequena produção.

A realidade atual do campo se caracteriza por forte desigualdade econômica e social, situação que se evidencia nas pequenas propriedades. Embora constatado pelo Índice de Gini uma redução da desigualdade no Brasil, – de 0,555 em 2004 para 0,497 em 2014[1] (quanto mais próximo de zero, menor a desigualdade) – verifica-se ainda um número expressivo de pessoas vivendo na extrema pobreza, só no Nordeste são quase 16 milhões (BUAINAIN; DEDECCA; NEDER, 2013, p. 108). No meio rural, um fator que demonstra claramente a desigualdade é a distribuição de terras, em que, segundo dados preliminares do censo agropecuário de 2017, 70% dos estabelecimentos rurais têm área entre 1 e 50 hectares, enquanto 17% dos estabelecimentos possui entre 50 e 10.000 hectares.

Wanderley e Favareto (2013) questionam a forma como o desenvolvimento rural é entendido na perspectiva setorial dominante. Segundo eles, essa perspectiva de desenvolvimento está intimamente ligada à modernização da agricultura. Esta, por sua vez, associa a capacidade de transformação com a dimensão da propriedade, o que coloca apenas os grandes proprietários de terra como agentes da modernização e progresso no campo. Ainda segundo os autores, a afirmação de empresa rural definida no Estatuto da Terra[2], descarta

---

[1] Síntese de Indicadores Sociais: **uma análise das condições de vida da população brasileira.** Rio de Janeiro: IBGE, 2015, não paginado.

[2] LEI Nº 4.504, DE 30 DE NOVEMBRO DE 1964. Art. 4º [...] VI - "Empresa Rural" é o empreendimento de pessoa física ou jurídica, pública ou privada, que explore econômica e racionalmente imóvel rural, dentro de condição de rendimento econômico ...Vetado... da região em que se situe e que explore área mínima agricultável do imóvel segundo padrões fixados, pública e previamente, pelo Poder Executivo. Para esse fim, equiparam-se às áreas cultivadas, as pastagens, as matas naturais e artificiais e as áreas ocupadas com benfeitorias.

outras formas de produção que não aquelas desenvolvidas em grandes propriedades e classifica os pequenos produtores como “mão de obra à disposição na quantidade e na forma impostas pela grande propriedade” (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 458-459).

Diante desse dilema, os mesmos autores sugerem a pluriatividade como uma forma moderna de utilização do espaço rural e uma alternativa de diferenciação e complementação da renda dos pequenos produtores (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 448).

Schneider (2003) faz referência a um novo rural, que não estaria associado apenas à produção agrícola e pecuária, mas estaria ligado ao aparecimento de novas atividades, entre elas, as ocupações não-agrícolas da população residente em áreas rurais. Para o autor, os atores desse rural contemporâneo são as famílias pluriativas, ou seja, famílias que combinam atividades agrícolas e não-agrícolas na mesma propriedade, promovendo vários tipos de inserção social aos seus membros.

Partindo dessa premissa, a pluriatividade revela-se não só como agente de geração de renda e inserção social, mas também como uma alternativa para diminuir o êxodo rural, como sugere Silva (1997): “A criação de empregos não-agrícolas nas zonas rurais é, portanto, a única estratégia capaz de, simultaneamente, reter essa população rural pobre nos atuais locais de moradia e, ao mesmo tempo, elevar seu nível de renda” (SILVA, 1997, p. 26).

Kageyama (2003) defende o crescimento das rendas não agrícolas em conjunto com as rendas agrícolas como uma forma de melhorar o padrão de consumo e nutrição das famílias rurais. Ainda segundo a autora, diversificar a origem das rendas é uma trajetória promissora para a superação da pobreza no campo.

Nesse sentido, o turismo rural surge como uma tendência no mundo globalizado, reforçado pela ideia de revalorização do modo de vida, ao passo que a sociedade se conscientiza cada vez mais da importância do meio ambiente e da manutenção das paisagens rurais.

Para o meio rural, essa atividade oferece a possibilidade de renovação das dinâmicas e seu desenvolvimento enquanto espaço de vida e trabalho. De acordo com Silva (1997), nem sempre o desenvolvimento turístico tem por objetivo a geração de empregos, mas este é, sem dúvida, um de seus principais resultados, já que se caracteriza como uma atividade que envolve serviços, ela tem a importante capacidade de gerar novos postos de trabalho.

Além de uma alternativa para levar desenvolvimento às populações rurais, o turismo rural também oferece a oportunidade de promover a integração entre o meio rural e o urbano, resgatando tradições e contribuindo para o fortalecimento cultural da sociedade.

O estudo e entendimento dessas práticas de turismo rural pode fornecer uma base para novos estudos e orientar produtores que desejam diferenciar sua produção e se inserir nesse mercado.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

O meio rural vem passando por diversas transformações nos últimos anos, em especial no que se refere às relações de produção e trabalho, resultantes do processo de globalização (Ministério do Turismo, 2010). A principal consequência desse processo no contexto rural foi a divisão da produção agropecuária em dois grupos distintos: de um lado, produtores que adotam formas modernas de produção, visando aumentar sua produtividade e a renda, e de outro, produtores que utilizam de técnicas tradicionais de produção e não conseguem progredir na atividade. Este último grupo se caracteriza em condição de pobreza, necessitando de outros meios de renda para a sobrevivência e sustento da família (FORNAZIER; VIEIRA FILHO, 2012).

No contexto socioambiental, a globalização traz consequências positivas. Conforme aborda Almeida (2010), percebe-se uma clara revalorização e mudança de atitude com as questões ambientais, através da crescente sensibilização da sociedade em geral pelos patrimônios culturais e naturais existentes no mundo rural.

Dentro dessa perspectiva, o Turismo Rural aparece como uma maneira criativa de unir as questões constatadas acima: uma alternativa de diversificação e aumento da renda para os pequenos produtores, ao mesmo tempo em que atua fomentando a importância das questões ambientais e manutenção das paisagens rurais para a sociedade como um todo.

É apoiado nesse raciocínio, e buscando aprofundar os conhecimentos nas ligações entre essas questões, que o presente estudo visa reunir elementos que permitam responder à seguinte pergunta:

- de que maneira o turismo rural contribui para promover o desenvolvimento local e minimizar a desigualdade econômica e social no meio rural?

1.3 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral deste trabalho é:

- Entender os benefícios do turismo rural para produtores e consumidores, através de uma análise do Projeto Colha e Pague liderado pela Emater-DF, destacando os reflexos desses benefícios como uma oportunidade para diminuir a desigualdade econômica e social, e discutindo os proveitos que a integração rural-urbana oferece.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos são:

- fazer uma revisão de literatura sobre as relações rural-urbano e o turismo rural;
- descrever as atividades relacionadas ao sistema Colha e Pague de morangos;
- pontuar as expectativas dos produtores com a introdução dessa atividade;
- verificar se a atividade reflete no aumento da renda e na valorização dos produtos oferecidos;
- abordar as perspectivas da população urbana e do produtor sobre o turismo rural, visando identificar de que maneira o turismo rural contribui para estreitar as relações entre o meio rural e urbano e apontar os fatores que levam consumidores a buscarem essa modalidade de turismo.

1.5 JUSTIFICATIVA

O interesse pelo tema surgiu através da experiência de estágio da autora na Gerência de Desenvolvimento Sócio Familiar da EMATER-DF, área que atua especificamente com atividades não agrícolas, o que permitiu um contato próximo com a realidade de pequenos produtores rurais, como também a questões relacionadas ao turismo rural no DF. Esta experiência levou à visualização de novas possibilidades de atuação da Gestão de Agronegócios, visando o desenvolvimento das pequenas propriedades.

Brazlândia é uma das 31 regiões administrativas do Distrito Federal e possui a maior população rural do território (CODEPLAN, 2015). Por se destacar na produção de morangos (cerca de 98% do total produzido no DF)[3], a região é palco da tradicional Festa do Morango, que acontece anualmente entre os meses de agosto e setembro (época de maior safra do fruto).

[3] INFORMATER: Jornal Interno - Ano IX - nº 246 - Brasília, 10 de setembro de 2018. Disponível em: http://www.emater.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/06/10.09_Informater246_morango.pdf

É nesse cenário que ocorre desde 2016 o Projeto Colha e Pague, uma modalidade de turismo rural, desenvolvido pela EMATER-DF.

Como já mencionado nesta introdução, o meio rural caracteriza-se por uma forte desigualdade econômica e social, onde os pequenos produtores enfrentam dificuldades para progredir na atividade produtiva e conseguirem se sustentar através dela (FORNAZIER; VIEIRA FILHO, 2012). Nesse sentido, a presente investigação - apoiada na hipótese de que o Turismo Rural é uma alternativa favorável para as pequenas propriedades - tem como justificativa a abordagem do tema Turismo Rural, que já é bem conhecido, mas pouco difundido na prática.

Além disso, os elementos que o estudo traz sobre o tema são de interesse para diversos atores sociais: os consumidores dessa categoria de serviços, produtores rurais, órgãos e entidades que visam tanto fomentar o crescimento do turismo rural, quanto transformar a situação de desigualdade no campo, bem como a população que ainda não conhece esse tipo de serviço, mas pode desenvolver interesse sobre ele.

1.6 ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

Além desta introdução, o presente trabalho compõe-se de quatro partes. A primeira procura apresentar, através de uma revisão bibliográfica, as questões rurais contemporâneas e suas interdependências com o meio urbano, além de apresentar a evolução do Turismo Rural e seu conceito, alguns dados sobre pobreza e desigualdade no meio rural, conceitos sobre circuitos curtos de produção e uma rápida abordagem do comportamento do consumidor no turismo.

Na segunda, apresenta-se a metodologia adotada para o desenvolvimento da pesquisa, que abrange o delineamento da pesquisa, a definição dos instrumentos de pesquisa e os procedimentos de coleta de dados, como também uma breve caracterização das propriedades rurais no DF.

A terceira parte se empenha na demonstração dos resultados obtidos com a pesquisa de campo com produtores, consumidores e a coordenadora de Turismo Rural da Emater-DF, e a discussão desses resultados.

Por fim, a quarta parte reúne as considerações finais sobre o estudo, contemplando os principais resultados e constatações da investigação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A INTERFACE RURAL-URBANA E O DESENVOLVIMENTO RURAL

A bibliografia contemporânea traz para debate as divergências em torno do conceito de rural, questionando a forma rudimentar de defini-lo, apoiada na mera distinção rural-urbana, e conferindo-lhe como característica principal a produção agropecuária.

Segundo Wanderley e Favareto (2013) até mesmo na sociologia, a criação do ramo dedicado ao estudo do rural foi fundada na oposição comunidade-sociedade. Os mesmos autores defendem que o conceito de rural "trata-se de uma definição relacional, cujas bases são as interdependências do rural com outras esferas da vida social, seja no domínio de sua base material, seja no domínio das representações" (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 413).

Para Ferrão (2000) a revolução industrial iniciada no século XVIII evidenciou a oposição rural-urbana, quando o meio rural deixa de ser o centro econômico e passa a ser relacionado com realidades arcaicas, enquanto o meio urbano passa a ser visto como fonte de progresso.

Wanderley e Favareto (2013) concordam que durante determinado período a ligação entre o setor agrícola e a vida rural se sustentou pela sua base histórica, mas defendem: "o rural não se resume às formas de produção agropecuária. O rural é um lugar de produção e também um lugar de vida e moradia" (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 415).

Os autores atentam para uma nova concepção de rural, onde sua definição não se sustenta pelas suas distinções com o meio urbano ou mesmo pela característica de espaço de produção, mas sim pelas interdependências entre eles. Assim, Favareto (2006) sugere: "Mais interessante do que procurar em qual dos polos se encontra a virtude imanente, é compreender as múltiplas articulações possíveis entre eles e os resultados que estas interações geram" (FAVARETO, 2006, p. 88).

Para Schneider (2009) embora não exista uma definição para ruralidade, há um consenso de que os processos sociais, as dinâmicas econômicas e os traços culturais que ocorrem no espaço rural levam a uma nova configuração do mesmo, o que enfraquece a ideia de associar o rural ao atrasado e o urbano ao progresso. Os processos que levaram a mudanças na vida social e econômica exercem também modificações nas relações rural-urbana e não devem ser indicadas como limitantes para o meio rural: "a aceleração das trocas e das

interações entre o rural e o urbano abre também novas possibilidades, como por exemplo, o incremento dos serviços, do turismo e da pluriatividade das famílias" (SCHNEIDER, 2009, p. 15).

Essas percepções induzem ao entendimento de que as possibilidades de desenvolvimento são maiores ao se considerar as relações e influências entre rural e urbano, do que os tratar como dois meios distintos, como defendem os autores já citados:

> A solidariedade entre as funções próprias do campo e da cidade são a condição central para a consolidação ou uma economia de proximidade, cujas bases são dadas pela capacidade urbana de absorver os produtos materiais e imateriais oriundos do campo e de assegurar o acesso da população rural aos bens e serviços concentrados nas cidades (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 441).

Esse debate abre espaço também para a conscientização de que não apenas o meio urbano possui importância histórica e cultural. Os recursos naturais e humanos do meio rural, bem como seus produtos, são provedores do crescimento global: "O espaço rural é igualmente portador de um patrimônio histórico e cultural e também de um certo estilo de vida que contribuem para enriquecer as escolhas que se oferecem aos indivíduos que compõem nossa sociedade" (JEAN, 1997, p. 42 *apud* WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 440).

Segundo Janine Mello (2018) o conceito de urbano-rural utilizado como referência em dados e censos realizados no país, em que se define rural como todo espaço localizado fora da sede do município, não considera as transformações que reconfiguram as relações entre os meios rural e urbano, como por exemplo, as trocas de recursos, pessoas, serviços, informações e tecnologias, que levaram à expansão de atividades não agrícolas e a pluriatividade no campo.

As interações entre rural e urbano e os resultados que elas geram, levam à compreensão de que o desenvolvimento rural contemporâneo não pode ter como base apenas as grandes propriedades, detentoras de inovações tecnológicas. Os pequenos produtores buscam novas formas de atuação e diferenciação de seus produtos, dentro de suas limitações, o que torna notável sua importância como trabalhadores, e também enquanto habitantes responsáveis pela herança do meio rural. Nessa linha de raciocínio, Ferreira (2002) defende seu entendimento do desenvolvimento no novo rural:

> Um rural onde os agricultores vêm pondo em prática estratégias de diversificação de seus estabelecimentos, de pluriatividade, de associativismo, de agroindustrialização em pequena escala, enfim, estratégias de valorização das oportunidades que o espaço local e a região oferecem para privilegiar sua reprodução tanto como agricultores, quanto como rurais (FERREIRA, 2002 p. 39).

As concepções sobre os aspectos rurais citadas nesta seção tornam evidente a importância do desenvolvimento do meio rural para sua população e para a sociedade como um todo. Além disso, convida a refletir sobre como o meio rural e urbano se complementam e como essa relação pode ser proveitosa para ambas as partes.

É com essa ideia que as seções a seguir foram dispostas para tratar de uma das formas de promover a interação entre esses espaços: o Turismo Rural.

2.2 EVOLUÇÃO DO TURISMO RURAL

Muitas hipóteses sobre o surgimento das primeiras experiências do turismo no meio rural são discutidas, mas as pesquisas apontam que o seu avanço como atividade econômica ganha força em meados do século XX, nos países da Europa e Estados Unidos. Na União Europeia, década de 1991, foi criado um programa de desenvolvimento rural que serviu de exemplo e impulsionou outros países a implementarem políticas públicas de apoio ao turismo rural e outras atividades não agrícolas. A partir daí, essa modalidade de turismo se espalhou por várias partes do mundo (BRASIL, 2010).

No Brasil, a atividade desponta na década de 1980 e tem como referência o município de Lages, em Santa Catarina, que criou um órgão oficial de turismo para o município (Serratur Empreendimentos e Promoções Turísticas S.A.) com a finalidade de desenvolver a atividade na região, visando superar as dificuldades que o setor agropecuário enfrentava na época (NOVAIS, 1994 *apud* TULIK, 2010).

No ano de 1988, a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), no Rio Grande do Sul, realizou o I Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável. Nessa ocasião, os empreendedores do setor lançaram a Carta de Santa Maria, um documento que marcou o reconhecimento do turismo rural no Brasil, considerando o aspecto socioeconômico (SANTOS; PIRES, 2010).

Segundo os autores acima, a Carta de Santa Maria teve a proposta de estabelecer parcerias entre o setor público e privado com intuito de criar políticas que incentivassem o segmento de turismo rural. Os mesmos autores destacam:

> A carta de Santa Maria foi o ponto de partida para a mobilização institucional via Ministério do Esporte e Turismo que, no período de 1999 a 2003 e em parceria com técnicos, agentes e atores da atividade turística no meio rural, passou a trabalhar em

> função do desenvolvimento do turismo rural no Brasil (SANTOS; PIRES, 2010, p. 64).

Na década de 1990 o turismo no espaço rural passa a ganhar importância no Brasil, despertando o interesse de empresários e chegando ao meio acadêmico. Eventos gerais e específicos, bem como associações em diversas regiões do país foram criadas com o intuito de fomentar as atividades de turismo no espaço rural. Nesse período, as principais entidades que deram apoio ao tema foram os ministérios do Desenvolvimento agrário, do turismo e da agricultura e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (TULIK, 2010, p. 9).

É importante ressaltar que a evolução desse segmento de turismo não surge apenas como resposta à necessidade dos produtores rurais em contornar as dificuldades de desenvolvimento, diversificando sua produção e aumentando sua renda, mas também, e não menos importante, devido ao interesse crescente da sociedade em geral pelos aspectos ambientais. É com esse pensamento que Almeida (2010) argumenta:

> A expansão do turismo nos últimos anos produz-se em uma clara revalorização e mudança de atitude com os espaços rurais. Acreditamos na hipótese de que o interesse e a importância dos espaços rurais podem ser explicados pela ampliação e diversificação da demanda turística e pela crescente sensibilização política e social pelos patrimônios culturais e naturais existentes no mundo rural (ALMEIDA, 2010, p. 36).

A alternativa de desenvolvimento do campo por meio do turismo rural, aliada à percepção de novos valores e necessidades da sociedade, como por exemplo, o rompimento temporário da rotina, o intercâmbio cultural, a busca de novos aprendizados, entretenimento e descanso (Fucks; Souza, 2010, p. 97), demonstra que a relação entre o rural e o urbano é cada vez mais valorizada, e propõe oportunidades de ganhos para essas duas realidades, que têm nas diferenças, sua complementaridade.

2.3 CONCEITO DE TURISMO RURAL

Com a evolução do turismo em espaço rural nos últimos anos, diferentes maneiras de realizar atividades nesse segmento se perpetuam e com isso surge um impasse: o conceito de turismo rural se confunde com várias outras definições de turismo no espaço rural. Esses conceitos divergem entre autores e sofrem influência do país e região a que se referem.

Entre as principais formas de atividades no espaço rural, se destacam: o turismo histórico-cultural, turismo esportivo, ecoturismo, turismo de aventura e o turismo rural, que é o objeto desta pesquisa.

Conforme aborda Tulik (2010), a confusão entre os conceitos se deve ao fato de que, à primeira vista, eles parecem ter o mesmo significado, mas afirma que as diferentes formas de turismo no espaço rural nem sempre estão relacionadas com o ambiente rural propriamente dito, que deve ser uma característica intrínseca ao turismo rural.

Segundo Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (2000) o turismo em áreas rurais:

> [...] são atividades não-agrícolas localizadas do ponto de vista estritamente geográfico em zonas rurais, mas externas às propriedades agropecuárias da região onde se instalam, que nada têm a ver com suas rotinas cotidianas, constituindo-se num mundo à parte [...] (GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, 2000, p. 19).

Já o Turismo Rural inclui atividades que se associam com o cotidiano da propriedade. Existe, portanto, uma relação de dependência entre o turismo rural e o meio rural, que torna ainda mais difícil a conceituação desse segmento, devido às diferenças de entendimento do que é rural (TULIK, 2010, p. 10).

Camarano e Abramovay (1999) afirmam a inexistência de critérios universais para a demarcação de fronteiras entre o rural e o urbano. No Brasil, “[...] o critério possui natureza mais administrativa do que geográfica ou econômica” (CAMARANO; ABRAMOVAY, 1999, p. 6). Ou seja, é o poder público que decide se os assentamentos humanos serão considerados urbanos ou não, independente de sua qualidade ou intensidade.

Como não se pretende avançar nesse assunto, que não é o objetivo do estudo, cabe destacar que para o entendimento da definição de Turismo Rural, a delimitação de meio rural estará apoiada na sua paisagem e ruralidade. A ruralidade, por sua vez, na definição do Ministério do Turismo (2010) é:

> o valor que a sociedade contemporânea concebe ao rural e que contempla as características mais gerais do meio rural: a produção territorializada de qualidade, a paisagem, a biodiversidade, a cultura e certo modo de vida, identificados pela atividade agrícola, a lógica familiar, a cultura comunitária, a identificação com os ciclos da natureza (BRASIL, 2010, p. 17).

Para Wanderley e Favareto a ruralidade é definida como:

> a forma como se organiza a vida social, levando em conta, especialmente, o acesso aos recursos naturais e aos bens e serviços da cidadania; a composição da sociedade

> rural em classes e categorias sociais; os valores culturais que sedimentam e particularizam os seus modos de vida (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 415).

Com essa compreensão de ruralidade, se torna mais fácil o entendimento do conceito de Turismo Rural, que, conforme a definição do Ministério do Turismo é "o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade" (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p. 18).

Essa definição deixa clara a relação existente entre o turismo rural e as atividades econômicas próprias do meio rural, o que facilita sua distinção entre as demais atividades turísticas possíveis no espaço rural, como defende Tulik (2010):

> Analisa-se e estuda-se a diversidade do turismo no espaço rural, e já existe consenso quanto ao entendimento dessa expressão, a qual abrange todas as manifestações do turismo nesse espaço, e da expressão turismo rural propriamente dita, que está estritamente relacionada ao ambiente rural (TULIK, 2010, p. 13).

Dessa forma, o conceito adotado para este trabalho é o de Turismo Rural, que, como definido acima, envolve atividades agrícolas e não-agrícolas na mesma propriedade e será analisado como uma forma de diversificação de renda para os pequenos produtores rurais.

2.4 DESIGUALDADE E POBREZA NO CAMPO

O agronegócio brasileiro se destaca por sua larga produção de matérias-primas e alimentos para consumo interno e tem relevância em nível mundial por sua forte participação na exportação desses produtos. Porém, enquanto um grupo de produtores obtém ótimos desempenhos no mercado, outra parte se mantém na atividade praticamente para garantir o sustento da família (FORNAZIER; VIEIRA FILHO, 2012).

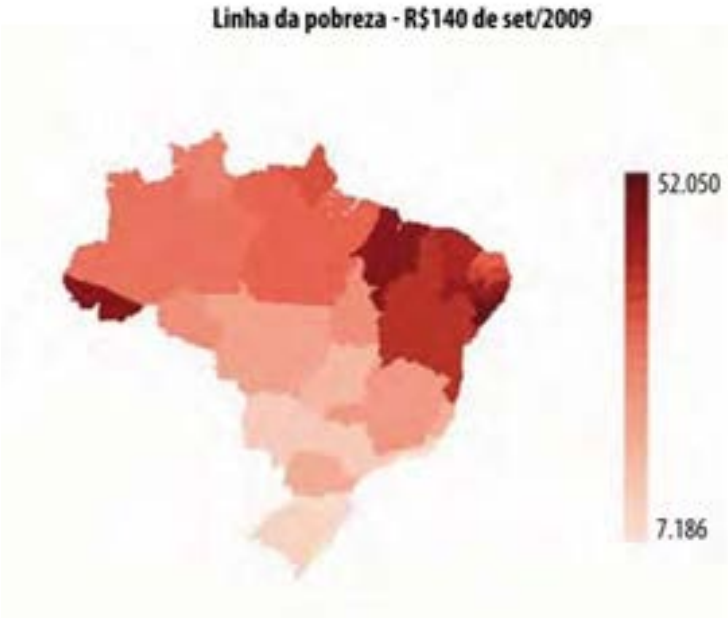
A situação de pobreza e pobreza extrema é uma realidade em todo o país e os números realçam essa condição indesejável: são 10.016.899 pessoas vivendo em situação de extrema pobreza, sendo que 7.149.034 estão em idade ativa e desse total, 4,2 milhões de pessoas integram a população total de ocupados (BUAINAIN; DEDECCA; NEDER, 2013, p. 97).

A pobreza no meio rural tem destaque devido às dificuldades de acesso a determinados bens e serviços. Buainai, Dedecca e Neder (2013) em seu estudo sobre as características regionais da pobreza rural no Brasil, destacam entre os principais indicadores

de privação no meio rural o acesso a serviços e bens públicos em geral, e a posse de bens de consumo e condições mais favoráveis de trabalho.

A Figura 1 ilustra a linha de pobreza rural considerando uma renda de R$140,00 mensais *per capita.* Quanto mais intensa a cor, maior a proporção de pobres na região.

Figura 1 - Mapa da Linha de Pobreza por Unidade Federativa



Fonte: Buainain, Dedecca e Neder (2013)

Ainda contemplando os dados dos autores acima, cabe destacar que a situação de pobreza rural no Brasil exibe elevadas variações entre os estados. Como pode ser observado na ilustração anterior, as regiões Norte e Nordeste se destacam na proporção de pessoas pobres em relação à população total. Para os autores, a proporção de pobres pode estar relacionada tanto à alta concentração de renda quanto ao baixo dinamismo econômico e baixa produção.

O Índice de Gini para rendimento da população rural demonstra que alguns estados com elevada proporção de pobres apresentam também elevada concentração de renda (BUAINAIN; DEDECCA; NEDER, 2013, p. 62). Na Figura 2 pode ser visualizado o Índice de Gini da população rural.

Figura 2 - Índice de Gini da População Rural Brasileira

Fonte: Buainain, Dedecca e Neder (2013)

Em seu estudo sobre a heterogeneidade estrutural na agropecuária brasileira, Fornazier e Vieira Filho (2012) ressaltam, entre outros aspectos, a desproporção entre os estabelecimentos rurais no quesito área, já que a área ocupada pelas propriedades familiares é muito pequena se comparada ao número de estabelecimentos.

Essa questão da desigualdade na distribuição de terras é constatada no Censo Agropecuário de 2006, onde os estabelecimentos rurais da agricultura familiar representavam 84,4% do total, ocupando apenas 24,3% da área total dos estabelecimentos rurais do país, fato que, embora apareça em número reduzido, persiste nos resultados preliminares do Censo Agropecuário de 2017: 70% dos estabelecimentos rurais ocupam uma área que varia de 1 até 50 hectares, enquanto 17 % deles ocupa de 50 a 10.000 hectares (IBGE, 2017).

O Índice de Gini para a distribuição de terras no Brasil revelou aumento de 0,857 em 1985 para 0,872 em 2006 (ano do último censo agropecuário com resultados finais disponíveis) (OXFAM, 2017, p. 32).

Buainain, Dedecca e Neder (2013) afirmam que o acesso à terra por si só não é suficiente para garantir a superação da pobreza, mas em muitas situações, a disponibilidade de um lote pode assegurar pelo menos o sustento básico da família, já que muitas vezes essa é a condição para acesso a políticas de financiamento da produção.

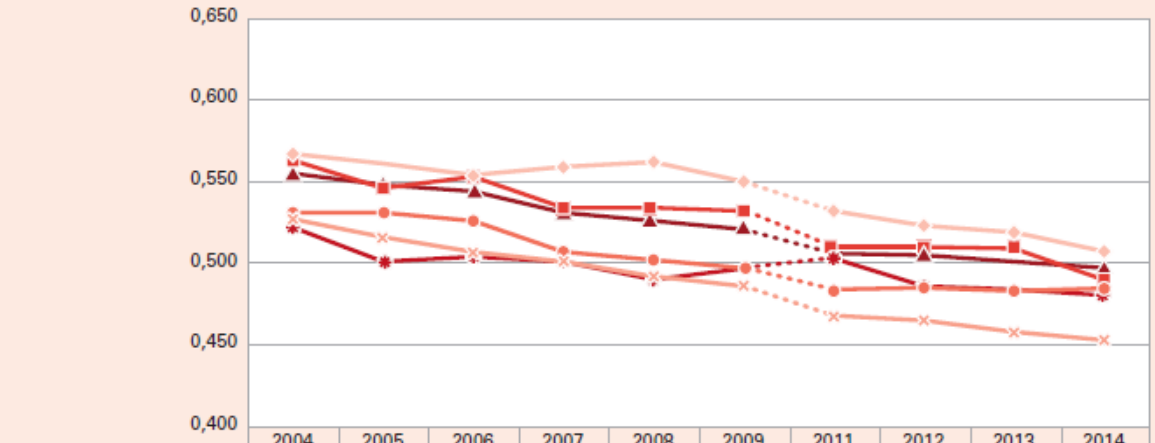
Segundo Barros, Henriques e Mendonça (2000) a alta concentração de renda no Brasil gera desigualdades de oportunidades, e uma das medidas adotadas pelo poder público

para minimizar esse problema foi a criação de programas de transferência de renda, como o Bolsa Família.

Conforme Helfand e Pereira (2012) *apud* Marconato *et al.* (2015) nota-se uma significativa diminuição da pobreza rural nos últimos anos que pode ser atribuída às políticas de seguridade social e transferências de renda.

A diminuição da desigualdade é corroborada pelos dados obtidos com o censo agropecuário de 2006, medida através do Índice de Gini, que demonstra a distribuição do rendimento mensal *per capita* de 2004 a 2014, conforme gráfico ilustrado pela figura 3 a seguir:

Figura 3 - Gráfico com Índice de Gini da Distribuição do Rendimento Mensal das Pessoas com 15 Anos de Idade ou Mais, Por Grandes Regiões - 2004/2014



	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2011	2012	2013	2014
Brasil	0,555	0,548	0,544	0,531	0,526	0,521	0,506	0,505	0,501	0,497
Norte	0,522	0,501	0,504	0,501	0,490	0,496	0,503	0,486	0,484	0,480
Nordeste	0,563	0,546	0,553	0,534	0,534	0,532	0,510	0,510	0,509	0,490
Sudeste	0,531	0,531	0,526	0,507	0,502	0,497	0,484	0,485	0,483	0,485
Sul	0,527	0,516	0,507	0,501	0,492	0,486	0,468	0,465	0,458	0,453
Centro-Oeste	0,567	0,561	0,554	0,559	0,562	0,550	0,532	0,523	0,519	0,507

Fonte: IBGE (2015)

Apesar de o índice mostrar uma melhora na situação geral do país, os números permanecem indicando uma situação de pobreza e desigualdade, mantendo o Brasil entre os países mais desiguais.

Com essa constatação, cabe concluir que programas de transferência de renda não são suficientes para transformar este quadro, já que outros fatores induzem a ele. Entre esses fatores estão: a precariedade das opções de trabalho disponíveis para os mais pobres, o número baixo de indivíduos envolvidos em atividades produtivas e o baixo rendimento oriundo do trabalho (MELLO, 2018, p. 57).

Desta maneira, programas como o Bolsa Família têm o papel de aumentar a capacidade de consumo da população pobre, refletindo apenas o aspecto econômico. Mas a superação da pobreza e desigualdade envolve outros aspectos, como aborda Mello (2018):

> é impossível guardar expectativas de melhoria desse quadro no Brasil direcionando políticas para apenas parte do problema. Ignorar as interligações existentes entre rural e urbano e a complexidade da reprodução da pobreza dificulta significativamente as possibilidades de sustentabilidade de resultados positivos nos indicadores sociais e econômicos da população mais pobre do país (MELLO, 2018, p. 55).

Buainain, Dedecca e Neder (2013) defendem que não é suficiente caracterizar a pobreza considerando apenas o critério de insuficiência de renda, é necessário ir além, e descobrir as várias faces da pobreza. Para os autores, “a persistência desta deve-se também ao não acesso das populações pobres a muitos outros aspectos de condições de vida, que criam barreiras ao desenvolvimento social e superação da pobreza extrema, de um ponto de vista estrutural” (BUAINAIN; DEDECCA; NEDER, 2013, p. 72).

2.5 CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS: CIRCUITOS CURTOS DE PRODUÇÃO E O SISTEMA COLHA VOCÊ MESMO (PICK YOUR OWN)

A situação de desigualdade no Brasil, desencadeada nos últimos anos, levou os pequenos produtores rurais a buscarem novas estratégias para garantirem sua permanência no mercado. Para Schneider e Ferrari (2015) essa iniciativa dos produtores não deve ser entendida apenas como resistência ou teimosia, mas como uma forma empreendedora de tentar novos caminhos de inserção no mercado, enquanto também lutam pela recuperação e revalorização das formas de produção intrínsecas ao patrimônio histórico e cultural do espaço rural.

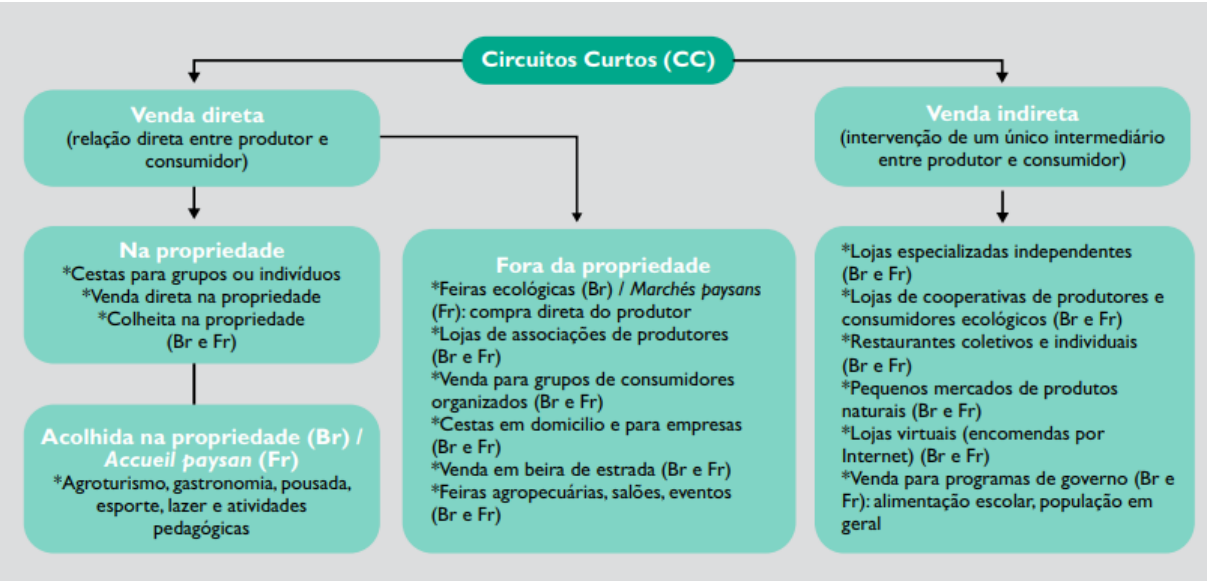
Bava (2012) argumenta que o modelo de desenvolvimento nacional, tanto no Brasil como em outros países, segue a lógica da globalização e dos mercados, o que favorece as grandes empresas e conglomerados e não contribui da mesma forma para o desenvolvimento local e de territórios. Este, por sua vez, ocorre de maneira mais lenta, através das alternativas de diferenciação dos pequenos produtores que se fortalecem com a economia solidária. Na visão do autor, essa dissonância pode ser compreendida como “a contraposição de dois modelos. O dos circuitos longos de produção e consumo, domínio das transnacionais; e o dos

circuitos curtos de produção e consumo, que são o campo de atuação da economia local" (BAVA, 2012, p. 180).

Essas tentativas de inserção e diferenciação no mercado se traduzem também na demanda por maior autonomia na produção e comercialização dos produtos, que pode ser garantida através da venda direta ao consumidor. Dessa forma, tendo como objetivo o aumento da renda sem gerar maiores custos à atividade, os circuitos curtos de produção/comercialização têm sido uma alternativa para muitos produtores.

Os circuitos curtos podem ser definidos, de maneira concisa, como a venda direta ao consumidor ou a venda via um único intermediário (varejista). Algumas das características de propriedades que atuam com circuitos curtos de comercialização incluem: propriedades com área menor que 20 hectares; maior autonomia do agricultor; mão de obra com competência para a produção, transformação, comercialização, hospitalidade; tendência à pluriatividade, como turismo, restaurantes e atividades de lazer (DAROLT, 2013, p. 142; 150). A Figura 4 apresenta uma síntese dos circuitos curtos com alguns exemplos de venda direta e venda via um único intermediário.

Figura 4 - Circuitos Curtos de Produção



Fonte: Darolt, Lamine e Brandemburg, 2013.

Para Bava (2012) os circuitos curtos se caracterizam por priorizarem que a produção e consumo se realizem no mesmo local, o que não significa apenas encurtar distâncias, mas também a possibilidade de estimular a circulação de riquezas no local, articulando cadeias produtivas, utilizando a mão de obra local, e contribuindo para estruturar a economia do território. O autor acrescenta:

> Os circuitos curtos de produção e consumo trazem consigo uma nova proposta de organização da sociedade e da economia. Podem ser parte de um quebra-cabeça que aponte novos caminhos. De toda maneira, para fins imediatos, é uma proposta que favorece os agentes daquele lugar, os trabalhadores e moradores daquele território (BAVA, 2012, p. 186).

Nesse contexto, o turismo rural se apresenta como uma maneira de diversificar a renda dos produtores sem a necessidade de grande investimento, fazendo uso das características da propriedade rural e promovendo entretenimento para a população urbana. Conforme Gonçalves (2016) a prática de turismo em área rural tem sua potencialidade evidenciada nas questões históricas e culturais que motivam a visitação de turistas em propriedades rurais e que, portanto, se mostra como uma atividade que pode trazer ganhos econômicos e permitir a permanência dos produtores na área rural.

O sistema Colha e Pague, como uma modalidade de turismo rural, se enquadra no conceito de circuito curto de produção, já que a venda do produto ocorre no mesmo local em que foi produzido. Nesse sistema, os consumidores visitam a propriedade e colhem diretamente os frutos que irão comprar. Essa técnica já havia sido observada em 2005, numa fazenda produtora de morangos nos Estados Unidos (CALEGARIO; SALUSTIO, 2009). No Brasil, essa atividade já é desenvolvida, principalmente nas regiões Sul e Sudeste, como o exemplo do colha e pague de caqui no município de Piedade/SP (MACHADO e CARVALHO, 2016).

Segundo Leffew e Ernst (2014) o *Pick Your Own* ou “Colha Você Mesmo” (tradução nossa) surgiu nos Estados Unidos entre as décadas de 1930 e 1940, quando houve uma intensa queda nos preços de frutas e hortaliças, em que os preços de venda de algumas culturas não cobriam os custos da colheita. Nessa situação, alguns produtores encontraram como alternativa receber os clientes em suas propriedades para que eles próprios escolhessem os produtos que iriam comprar. Segundo os autores, esse método se popularizou com o

crescimento da “recreação rural” quando as pessoas iam das cidades para o campo em busca de lazer.

Os autores acima definem o sistema “Colha Você Mesmo” da seguinte forma:

> Uma operação “Colha Você Mesmo” é uma fazenda onde os clientes podem colher, cortar ou escolher seu próprio produto feito no campo. Também chamado de Você Colhe, Corte Você Mesmo ou Escolha Você Mesmo, este tipo de empreendimento é uma escolha frequente de canais de marketing direto para fazendas que cultivam bagas, árvores frutíferas, abóboras e árvores de natal. Outras culturas como feijão e flores, também podem ser oferecidas através deste método[4] (LEFFEW; ERNST, 2014, p. 2, tradução nossa).

Para os autores acima, algumas das principais vantagens desse sistema são: mão de obra reduzida para a colheita, oportunidade de conhecer consumidores e educá-los, menores custos com equipamentos, e maiores transações por cliente. Entre as desvantagens, são destacadas a boa localização que a fazenda deve ter, além dos riscos relacionados com receber consumidores na propriedade.

2.6 O TURISMO RURAL NA ÓTICA DO COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES

Como foi discutido nas seções anteriores, o turismo rural tem sido considerado uma alternativa para os produtores que procuram diversificar sua renda. Mas, além da iniciativa dos produtores na execução de atividades turísticas, faz-se necessário o interesse da população urbana pelo turismo em área rural. Diante dessa relação, cabe indagar: o que leva os consumidores a buscarem esse tipo de atividade? Essa é uma pergunta que pode encontrar respostas no campo de estudo do Comportamento do Consumidor.

Para o Ministério do Turismo (2008) “conhecer o perfil do consumidor é imprescindível para a oferta de produtos que atendam às suas expectativas, tornando mais eficientes as ações de estruturação, promoção, divulgação e comercialização” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008, p. 34).

Solomon (2015) define o campo de comportamento do consumidor como “o estudo de processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou

[4] A pick-your-own operation is a farm where customers may go to pick, cut or choose their own product out of the field. Also called u-pick, cut-your-own or choose-your-own, this type of enterprise is a frequent direct marketing channel choice for farms growing berries, tree fruit, pumpkins and Christmas trees. Other crops such as beans and flowers may also be offered through this method.

descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazerem necessidades e desejos” (SOLOMON, 2015, p. 6).

Swarbrooke e Horner (2002) defendem que o comportamento do consumidor é um tema de pesquisa complexo, especialmente quando aplicado ao campo do turismo, já que nesse caso, a decisão de compra do consumidor tem denotação emocional. Sendo assim, o turismo rural, como um bem de consumo intangível, pode ser demandado através de diferentes motivações dos consumidores.

2.6.1 Motivação para o turismo rural

Conforme Solomon (2011), a motivação está diretamente ligada às necessidades dos indivíduos: “ela ocorre quando uma necessidade é despertada e o consumidor deseja satisfazê-la” (SOLOMON, 2011, p. 154). Entre as necessidades que definem o comportamento do consumidor estão: a necessidade de associação, que induz ao consumo de produtos que são consumidos em grupo; a necessidade de poder, que induz o indivíduo a comprar produtos que possibilitem que ele sinta que tem domínio sobre o ambiente que o cerca; e a necessidade de singularidade, que faz com que consumidores busquem produtos que frisem suas qualidades singulares.

Swarbrooke e Horner (2002) dividem os fatores motivacionais do turismo nos seguintes grupos: (SWARBROOKE; HORNER, 2002, p. 86)

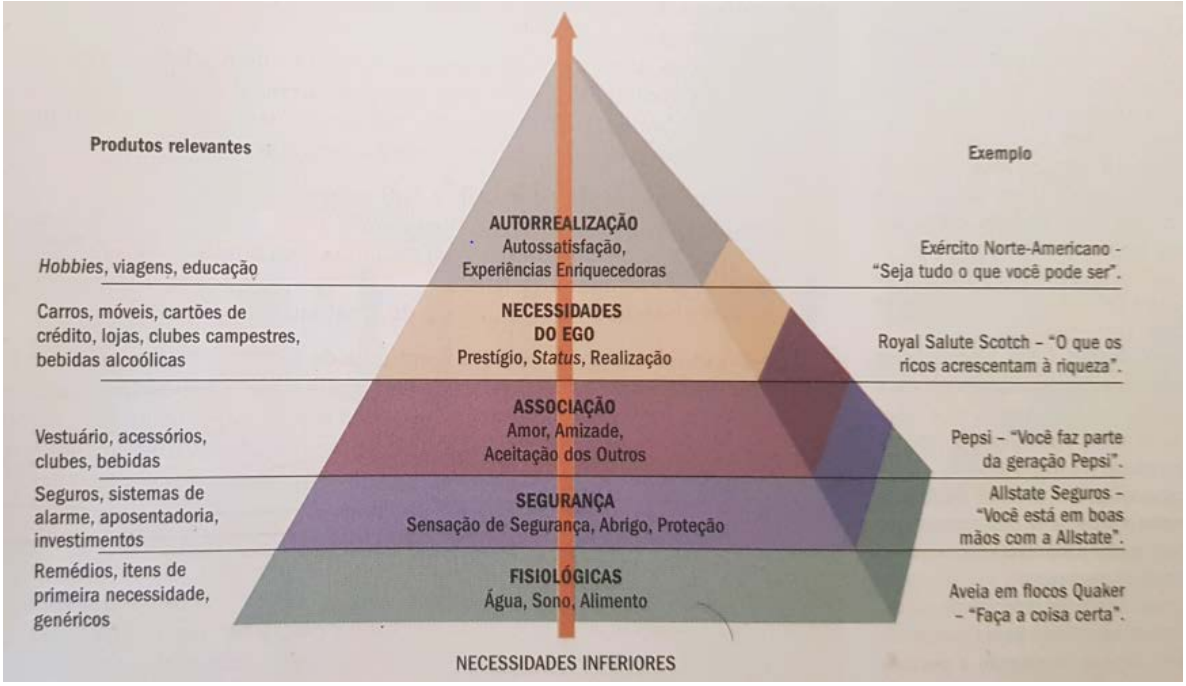
- físicos: inclui atividades de relaxamento, como banho de sol, exercícios e saúde;
- culturais: visitas a diferentes locais de interesse, vivência de novas culturas;
- status: exclusividade, fazer bons negócios, comprar produtos da moda;
- desenvolvimento pessoal: aprender coisas novas;
- pessoais: visitas a parentes e amigos, fazer novos amigos;
- emocionais: nostalgia, aventura, fantasias, busca de necessidades espirituais.

As necessidades dos indivíduos diferem a depender do conjunto de suas experiências e valores, que são refletidos pela cultura na qual foram educados (SOLOMON, 2011, p. 154). Esses fatores são influenciados não apenas pelo país ou região em que vivem, mas também pelo nível educacional, de renda, de acesso à informação, entre outros.

Acerca das necessidades, Solomon (2011) cita a Teoria das Necessidades de Maslow (Figura 5) para explicar de que maneira cada tipo de necessidade influencia a decisão de

consumo dos indivíduos. A teoria afirma uma hierarquia de necessidades, onde os indivíduos precisam satisfazer primeiramente as necessidades inferiores (fisiológicas e de segurança) para que as necessidades superiores (de associação, ego e autorrealização) sejam ativadas. Na interpretação dessa teoria, as atividades turísticas estariam representadas pelas necessidades superiores de autorrealização.

Figura 5 - Hierarquia das Necessidades de Maslow



Fonte: Solomon, 2011

Sobre fatores que determinam o comportamento do turista, Swarbrooke e Horner (2002) defendem que estes podem estar relacionados com circunstâncias, atitude e percepção do turista, o conhecimento e a experiência. Nesse caso, cada indivíduo terá determinantes diferentes, que pode depender de suas atitudes, personalidades, princípios, medos e experiências passadas.

Conforme dados do Ministério do Turismo (2008), o consumidor do turismo rural se interessa pela reaproximação com a natureza e seus elementos singulares, como a cultura, a gastronomia e a tradição. Em suma, esses consumidores não compram uma hospedagem ou visita, mas sim a experiência que tal atividade pode lhe proporcionar. Ainda contemplando dados do Ministério do Turismo, os consumidores desse segmento se caracterizam como: moradores de grandes centros urbanos; têm idade entre 25 e 50 anos; são casais com filhos;

possuem formação superior, e grande parte pós-graduação; e possuem elevado nível de consciência a respeito das questões ambientais.

Em pesquisa realizada pela CNTUR em parceria com o Sebrae (2012), a tranquilidade foi atribuída como o principal atrativo do turismo rural. Em concordância com os dados anteriores do Ministério do Turismo, questões como a valorização do espaço, da relação do homem com o campo e a desaceleração foram citadas pelos participantes da pesquisa como fatores que motivam a procura por este serviço, já que reduzem os impactos da vida cotidiana nos grandes centros urbanos.

3 METODOLOGIA

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Com o objetivo de adquirir maiores conhecimentos sobre o turismo rural, bem como inferir suas relações com o desenvolvimento rural, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre os conceitos de ruralidade, turismo rural e circuitos curtos de comercialização. Ademais, fez-se uma síntese dos dados que indicam a desigualdade nas áreas rurais brasileiras.

Além disso, foi realizada uma pesquisa de campo utilizando os seguintes instrumentos:

I. Entrevistas semiestruturadas

As entrevistas semiestruturadas foram direcionadas aos produtores de morango da região de Brazlândia/DF que irão participar do Projeto Colha e Pague em 2019, durante a tradicional Festa do Morango entre os meses de agosto e setembro. As entrevistas foram realizadas em abril de 2019.

Considerou-se esse tipo de entrevista mais adequado para aplicar aos produtores por se tratar de um método que possui um roteiro pré-definido, mas com a possibilidade de adaptação das questões de acordo com o rumo que o diálogo entre o entrevistador e entrevistado tomasse. Inicialmente, as entrevistas seriam feitas com três produtores que foram selecionados no processo seletivo da Emater/DF. Contudo, um dos produtores teve de cancelar sua participação no evento por motivos pessoais. Assim, foram entrevistados dois produtores no total.

Esses produtores responderam a questões relacionadas com a caracterização de suas propriedades, suas motivações e expectativas com o Projeto Colha e Pague.

II. Questionários

Os questionários *online* foram aplicados entre abril e maio de 2019 aos consumidores que participaram do Projeto Colha e Pague na safra de 2016. Este grupo de participantes foi o único que ficou cadastrado nos registros da EMATER com dados de telefone e e-mail, o que permitiu estabelecer contato para informá-los sobre a pesquisa e solicitar sua colaboração com o preenchimento do questionário. Particularmente, esperava-se com a aproximação aos

consumidores, entender sua percepção sobre a relação rural-urbana e como o projeto da EMATER contribuiu ara afiançar esses laços de proximidade.

Este método foi escolhido por permitir alcançar um maior número de pessoas em menor tempo e por apresentar facilidade em atingir vários grupos de pessoas, dentro dos limites geográficos pretendidos pelo estudo. O registro dos participantes, cedido pela Emater-DF, continha um total de 41 pessoas (sem incluir as crianças), destas, 22 forneceram número ou e-mail para contato. Dentro do grupo com contatos disponíveis, foi possível contatar 16 pessoas e dessas 16, 10 responderam ao questionário.

O questionário continha questões abertas e fechadas relacionadas ao perfil socioeconômico desses consumidores, sua opinião sobre a experiência com o evento Colha e Pague e também questões relacionadas à importância do meio rural e às atividades turísticas nesse espaço.

III. Entrevista Estruturada

A entrevista estruturada foi dedicada à responsável pela Coordenação de Turismo Rural da EMATER-DF, que é também coordenadora do Projeto Colha e Pague, a fim de entender como surgiu a iniciativa para o Projeto e seus principais objetivos. A entrevista com a coordenadora foi realizada em maio de 2019.

De um lado, tentou-se entender o fenômeno estudado entrevistando os produtores e também a coordenadora de Turismo Rural da Emater-DF, responsável pelo projeto. Dessa forma, a presente pesquisa se caracteriza por ser de abordagem qualitativa.

De acordo com Gil (2008) a pesquisa qualitativa é a metodologia utilizada para conseguir dados através da observação e estudo de pessoas, lugares ou processos com os quais o indivíduo deve estabelecer uma relação direta para o entendimento dos fenômenos pesquisados.

Na pesquisa qualitativa, o que importa não é a representatividade numérica, mas o aprofundamento da compreensão sobre os fatos analisados. Assim, uma característica desse tipo de pesquisa é a valorização de aspectos da realidade que não podem ser quantificados, dando ênfase ao entendimento e explicação da dinâmica das relações sociais (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p. 32).

Por outro lado, o estudo buscou dados estatísticos relacionados à idade, renda e escolaridade, tanto na entrevista com os produtores quanto com os consumidores, que pudessem explicar os fenômenos analisados. Logo, a pesquisa ganha um caráter também de pesquisa quantitativa, conferindo-lhe uma abordagem qualitativa-quantitativa.

Segundo Neves (1996) as pesquisas qualitativa e quantitativa não se excluem mutuamente enquanto instrumentos de análise. Esses métodos podem se conciliar quando uma pesquisa, além de objetivar descrever e interpretar um fenômeno, também tenha a finalidade de explicar o fenômeno analisado a partir de seus determinantes. O autor traz o seguinte pensamento sobre a união dos dois métodos: “tais pontos de vista não se contrapõem; na verdade, complementam-se e podem contribuir, em um mesmo estudo, para um melhor entendimento do fenômeno estudado” (NEVES, 1996, p. 2).

Alguns benefícios do emprego de métodos qualitativos e quantitativos no mesmo estudo são os seguintes (DUFFY, 1987, p. 131 *apud* NEVES, 1996, p. 2):

- possibilidade de congregar controle dos vieses com compreensão da perspectiva dos agentes envolvidos no fenômeno;
- possibilidade de congregar identificação de variáveis específicas com uma visão global do fenômeno;
- possibilidade de completar um conjunto de fatos e causas associadas ao emprego de metodologia quantitativa com uma visão da natureza dinâmica da realidade;
- possibilidade de enriquecer constatações obtidas sob condições controladas com dados obtidos dentro do contexto natural de sua ocorrência;
- possibilidade de reafirmar validade e confiabilidade das descobertas pelo emprego de técnicas diferenciadas.

3.2 CARACTERIZAÇÃO DAS PROPRIEDADES RURAIS DO DF

O Distrito Federal é uma das 27 Unidades Federativas do Brasil e se diferencia das demais por se tratar de um território autônomo (não se caracteriza como Estado nem Município) dividido em Regiões Administrativas (CODEPLAN, 2015). A Tabela 1 expõe a população urbana e rural do DF e a densidade demográfica, por Regiões Administrativas:

Tabela 1 - População Urbana e Rural, Superfície e Densidade Demográfica Por Região Administrativa, Distrito Federal - 2010

REGIÕES ADMINISTRATIVAS - DF (1)		Área (km²) (2)	População (habitantes)			Densidade Demográfica (hab./km²)
			Total	Urbana	Rural	
Distrito Federal		**5.803,19**	**2.570.160**	**2.481.685**	**88.475**	**443**
RA - I	Brasília	450,3929	208.666	208.617	49	463
RA - II	Gama	277,9940	136.063	125.260	10.803	489
RA - III	Taguatinga	81,0327	199.715	198.350	1.365	2.465
RA - IV	Brazlândia	479,8351	57.542	42.353	15.189	120
RA - V	Sobradinho	203,4165	60.209	57.870	2.339	296
RA - VI	Planaltina	1.534,4901	171.303	157.765	13.538	112
RA - VII	Paranoá	791,3236	43.870	38.971	4.899	55
RA - VIII	Núcleo Bandeirante	4,1742	22.810	22.531	279	5.465
RA - IX	Ceilândia	238,6118	402.729	394.085	8.644	1.688
RA - X	Guará	30,8725	107.226	107.226	-	3.473
RA - XI	Cruzeiro	3,2384	31.379	31.379	-	9.690
RA - XII	Samambaia	99,47	199.533	197.485	2.048	2.006
RA - XIII	Santa Maria	214,80	118.782	117.629	1.153	553
RA - XIV	São Sebastião	358,09	87.283	76.707	10.576	244
RA - XV	Recanto das Emas	100,4072	122.279	121.482	797	1.218
RA - XVI	Lago Sul	184,6526	29.537	29.521	16	160
RA - XVII	Riacho Fundo	23,7064	35.545	33.927	1.618	1.499
RA - XVIII	Lago Norte	65,2373	32.903	32.610	293	504
RA - XIX	Candangolândia	6,6323	15.924	15.924	-	2.401
RA - XX	Águas Claras	22,7209	102.076	101.925	151	4.493
RA - XXI	Riacho Fundo II	31,4986	36.309	34.408	1.901	1.153
RA - XXII	Sudoeste/Octogonal	5,8738	49.696	49.696	-	8.461
RA - XXIII	Varjão	0,3425	8.724	8.724	-	25.471
RA - XXIV	Park Way	78,2665	20.955	18.137	2.818	268
RA - XXV	SCIA	7,1014	30.388	30.327	61	4.279
RA - XXVI	Sobradinho II	223,6479	89.733	82.959	6.774	401
RA - XXVII	Jardim Botânico	89,8202	23.124	22.579	545	257
RA - XXVIII	Itapoã	26,6925	51.501	50.191	1.310	1.929
RA - XXIX	SIA	27,2468	2.488	2.488	-	91
RA - XXX	Vicente Pires	22,2251	63.192	63.192	-	2.843
RA - XXXI	Fercal	119,3810	8.676	7.367	1.309	73

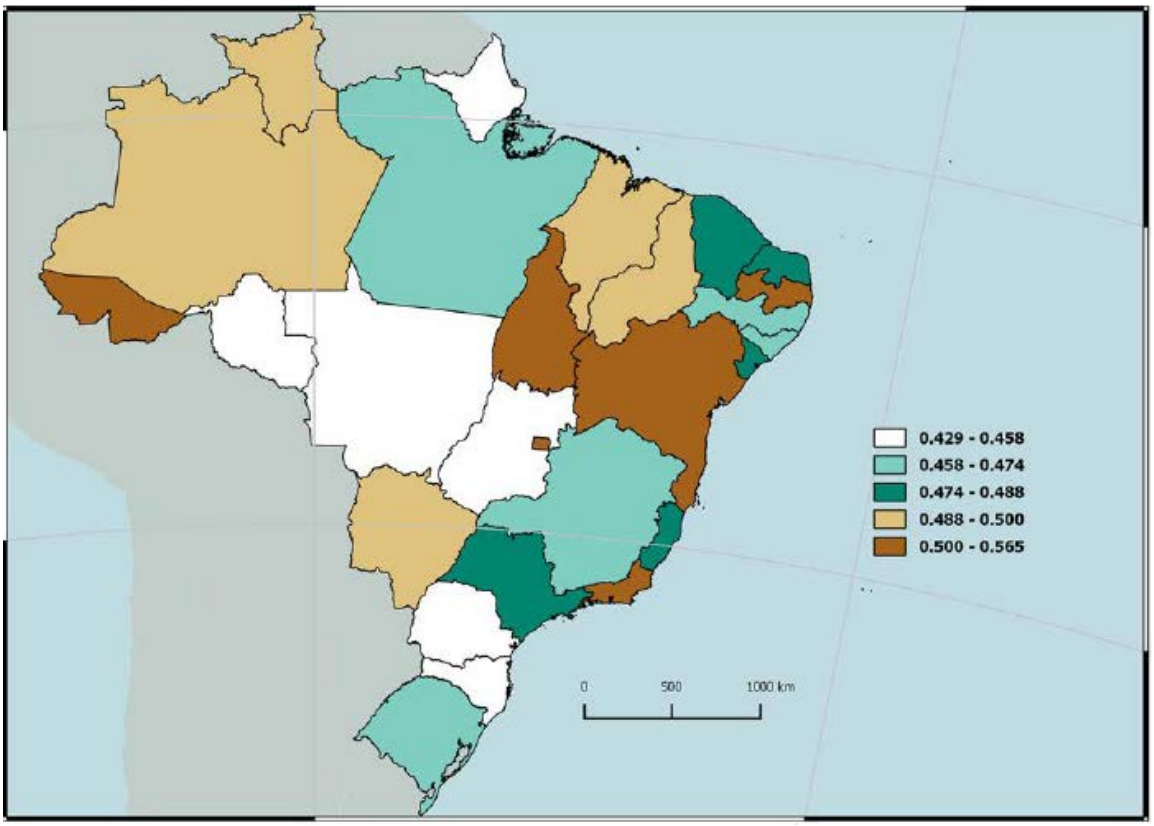
Fonte: Codeplan (2015)

Planaltina e Brazlândia se destacam com a maior proporção entre população urbana e rural do DF, sendo a região de Brazlândia a que representa maior índice de população rural. Também na representatividade da população rural do DF, Brazlândia se destaca com 26,4% de seus habitantes vivendo em zona rural (CODEPLAN, 2015, p. 20).

Conforme dados preliminares do Censo Agropecuário de 2017, o Distrito Federal apresenta um número de 22 mil pessoas ocupadas em atividades agropecuárias em um total de 5,2 mil estabelecimentos que ocupam uma área de 257 mil hectares. Em relação ao tamanho dos estabelecimentos, 3,2% deles tem área menor que 1 hectare; 61, 6% possui área entre 1 e 10 hectares; 22% de 10 a 50 hectares e 13,1% área de 50 a 10.000 hectares (IBGE, 2017).

Além da disparidade na distribuição de terras no DF, a desigualdade na região também já era ressaltada através do Índice de Gini, com dados do Censo Agropecuário de 2006, conforme demonstra a Figura 6.

Figura 6 - Mapa Com Índice de Gini do Rendimento Mensal *Per Capta*, Por Unidade da Federação - 2014



Fonte: IBGE (2015)
*Pessoas com 15 anos ou mais de idade

O Distrito Federal apresentou o maior Índice de Gini do rendimento mensal *per capita* entre as unidades da federação, com 0,565, acima inclusive de estados do Norte e Nordeste, consideradas as regiões mais desiguais (IBGE, 2015, não paginado).

3.3 O PROJETO COLHA E PAGUE NO DF

O Colha e Pague é um projeto desenvolvido pela EMATER-DF junto aos produtores de morango da região administrativa de Brazlândia, que ocorre, a princípio, durante a tradicional Festa do Morango, entre os meses de agosto e setembro. A iniciativa para o projeto surgiu com a percepção da coordenadora de turismo rural de que não havia pés de morango na Festa do Morango de Brazlândia, para que os visitantes pudessem conhecer e comprar.

O sistema colha e pague é uma excursão que segue o modelo dos tradicionais “pesque e pague”. É uma modalidade de turismo que já acontece em outros estados e também

no exterior. O evento ocorre através da visita de pessoas à propriedade, onde poderão escolher e colher os frutos que desejam levar para casa.

Esse tipo de atividade ainda é uma novidade no Distrito Federal, mas a ideia do projeto, além de gerar fomento para a área rural do DF, é combinar opções de lazer com as atividades do campo, apresentando uma nova forma de Turismo Rural (Dados da EMATER-DF, 2018).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo apresenta os resultados alcançados com a pesquisa de campo, bem como a análise e discussão desses resultados, sob as perspectivas trazidas no referencial teórico do trabalho.

4.1 O PROJETO COLHA E PAGUE DE MORANGOS EM BRAZLÂNDIA-DF

Como definido anteriormente, o Projeto Colha e Pague é uma iniciativa da EMATER/DF em parceria com produtores de morango da região administrativa de Brazlândia, que acontece anualmente durante a tradicional Festa do Morango.

As duas primeiras edições do evento, que ocorreram em 2016 e 2017, tiveram caráter experimental. Segundo a responsável pelo projeto, como esses eventos obtiveram boa aceitação do público visitante, agora há uma organização mais formalizada para sua realização. Foi criado um regulamento para o processo seletivo, onde foram selecionadas três propriedades. A partir do resultado do processo seletivo, os produtores passam a receber um acompanhamento da Emater para fornecimento das orientações necessárias. Os requisitos para participação são a adesão ao programa de Boas Práticas Agrícolas (BPA), a hospitalidade da família e o seu comprometimento em seguir as orientações.

A coordenadora afirma que a metodologia do projeto é o “aprender fazendo”. Em conversa, ela comenta que a ideia é que os produtores conheçam a atividade e passem a realizá-la por conta própria. O principal objetivo é promover a interação entre os visitantes, que em sua maioria são da zona urbana, e o produtor rural. Além disso, gerar mais uma possibilidade de renda para a família e agregar valor ao produto.

Sobre a atividade Colha e Pague se encaixar em um programa de Turismo Rural, a entrevistada argumenta que “colher morangos é uma atividade rural que pode ser lúdica, uma experiência única para o visitante que não tem esta vivência no seu dia a dia”. Ela acrescenta que o Colha e Pague pode também servir como uma atividade educativa para crianças e que a interação entre o homem do campo e da cidade possibilita a valorização do trabalho rural.

Entre os principais benefícios percebidos aos participantes anteriores, estão o aumento da autoestima e a interação da família. Conforme a entrevistada, os resultados do

projeto são analisados de forma empírica, a partir do grau de satisfação tanto dos produtores quanto dos visitantes, e, segundo ela, foi constatado um elevado grau de satisfação dos dois lados. Quanto à questão financeira, ela afirma que, como a atividade teve um caráter experimental e de aprendizado, o foco principal não era o lucro e isto ficou consentido entre os produtores. Ademais, ela garante que não houve perda financeira para os produtores, e sim houve ganho.

De todo modo, a entrevista pôde constatar que os principais objetivos do projeto foram atingidos, já que conquistou o interesse do público e até mesmo sua fidelização, e a interação entre produtores e visitantes se mostrou proveitosa. A entrevistada atribui um ponto fraco ao projeto: o ato de não ocorrer com frequência. Para ela isso se justifica por ser uma atividade com caráter de aprendizado e complementar às atividades principais da propriedade. Além disso, para se manter uma constância do evento, necessitaria de recursos para investimento.

De acordo com a entrevistada, que também é Turismóloga, os principais benefícios do Turismo Rural para o desenvolvimento local, através de atividades como o Colha e Pague, são o envolvimento e valorização da comunidade rural, além da geração de emprego e renda para a família do produtor e para a comunidade.

A entrevista com a coordenadora do Projeto Colha e Pague corrobora alguns aspectos trazidos na parte 2.1 deste trabalho. Principalmente no que se refere à integração das populações rural e urbana como forma de promover o desenvolvimento rural e também por essa integração possibilitar ganhos para as duas partes.

Figura 7 - Morangos Oferecidos no Colha e Pague

Fonte: imagem cedida pela Emater-DF

4.2 CARACTERIZAÇÃO DOS PRODUTORES E PROPRIEDADES ESTUDADAS

Conforme elucidado anteriormente, foram entrevistados dois produtores de morango que irão participar do Colha e Pague de 2019. Os produtores têm faixa etária entre 55 e 67 anos e nível de escolaridade entre ensino fundamental e médio. Além disso, possuem na produção de morangos sua principal fonte de renda, onde um deles se ocupa da atividade desde a infância e o outro há 7 anos. A Tabela 2 sintetiza o perfil dos produtores entrevistados.

Tabela 2 - Perfil dos Produtores Entrevistados

	Idade	Escolaridade	Experiência com a atividade
Produtor 1	55 anos	Ensino médio completo	7 anos
Produtor 2	67 anos	8º série	"Desde a infância"

Fonte: elaborado pela autora

Em relação às propriedades, a primeira possui uma área total de 5 ha e desse total, a área ocupada pela produção de morangos corresponde a ½ ha (5 mil metros quadrados). Na mesma propriedade, o morango é a principal atividade produtiva, mas também são produzidos tomate, pepino, pimentão e banana, com sistema de produção convencional (não orgânico).

Das três pessoas residentes no local, duas se ocupam dessas atividades e, além da mão de obra familiar, há um funcionário contratado. Já a segunda propriedade possui área total de 33 ha com a produção de morangos ocupando 4 mil metros quadrados. O morango é a única atividade produtiva da propriedade, sendo uma parte das terras (área não informada) arrendada para outros produtores. Três pessoas residem na propriedade e uma delas se ocupa integralmente à atividade com o suporte de mais uma pessoa da família. Não há funcionários contratados e o sistema de produção é orgânico. A Tabela 3 expõe as principais características das propriedades estudadas.

Tabela 3 - Características das Propriedades

	Propriedade 1	Propriedade 2
Área total	5 hectares	33 hectares
Área da produção de Morangos	1/2 hectare	4 mil metros
Atividades Produtivas	morango, tomate, pimentão, pepino e banana	Apenas morango
Tipo de mão-de-obra	familiar e uma pessoa contratada	familiar
Sistema de Produção	Convencional	Orgânico

Fonte: elaborada pela autora

4.2.1 Análise das expectativas e percepções dos produtores em relação ao colha e pague

Para entender as expectativas dos produtores em relação à sua participação no Colha e Pague, buscou-se primeiramente verificar suas percepções sobre a situação atual de produção e comercialização. O produtor 1 comercializa seus produtos na Feira do Produtor em Ceilândia e na Ceasa/DF. Ele relatou como principal dificuldade da atividade, a distância entre a propriedade e os locais de comercialização. O produtor 2 mencionou a mesma dificuldade como uma das principais desvantagens da atividade, pois comercializa seus produtos em frutarias da Asa Norte e Asa Sul em Brasília. Outra dificuldade relatada pelo produtor foi a de “encontrar mudas confiáveis que garantam a produção”. Nesse caso, considerando que a produção é orgânica, há uma maior preocupação com as mudas, e maior complexidade na produção. Durante a entrevista, o produtor comentou que cancelou sua participação no Colha e pague de 2018 por ter perdido quase toda a produção, que estava no processo de transição do sistema convencional para o orgânico.

Esse consenso entre os produtores sobre a dificuldade de comercialização demonstra que a venda direta ao consumidor pode ser um caminho para reduzir as dificuldades que a

atividade apresenta. Dessa forma, o sistema Colha e Pague, que se encaixa na definição de circuito curto de comercialização trazido no referencial deste trabalho, é uma possibilidade de reduzir os custos com comercialização e oferecer maior autonomia a esses produtores.

Também houve consenso entre os produtores em relação ao conhecimento sobre o sistema Colha e Pague. O produtor 1 relatou que já ouvia falar dessa atividade há muito tempo e que sempre teve vontade de executá-la em sua propriedade. O produtor 2 informou que leu em revistas sobre sistemas Colha e Pague em outros países e desde então planeja introduzi-lo na propriedade. Nos dois casos constatou-se que o projeto da Emater/DF foi o ensejo para iniciar a atividade.

Sobre as razões que motivaram os produtores a participarem do projeto, o primeiro acredita que receber pessoas em sua propriedade pode ajudar a divulgar seus produtos e conquistar mais clientes. Ele acrescenta que o incentivo veio também de amigos que costumam visitar a propriedade para fins de lazer. Já o segundo produtor afirma que a motivação para participar do projeto veio do desejo de tornar sua propriedade “referência no que faz”. Somado a isso, ele acredita que a atividade pode agregar valor ao seu produto e afirma que tem vontade de receber pessoas na propriedade, principalmente crianças.

Analisando as afirmações dos produtores sobre sua motivação para participar do projeto, percebe-se uma disposição em comum: gostar de receber pessoas na propriedade. Os autores mencionados no referencial deste trabalho argumentam que a hospitalidade é uma característica de propriedades que podem atuar com circuitos curtos de comercialização, apresentando tendência à pluriatividade. Nota-se, portanto, uma aptidão desses produtores que pode beneficiar sua participação no Colha e Pague. Ainda considerando as respostas sobre a motivação, é possível constatar que os dois produtores têm o desejo de maior reconhecimento de seus produtos, e de acordo com os conceitos trazidos nesse estudo, a agregação de valor aos produtos e serviços do campo é um dos benefícios que o turismo rural pode oferecer.

Além de responderem sobre a motivação, os produtores falaram sobre os resultados que esperam com o Colha e Pague de 2019. O produtor 1 faz menção ao aspecto econômico da atividade quando afirma esperar “um lucro a mais” com o projeto. Ele também acredita que o projeto pode agregar valor ao seu produto e reitera a questão da divulgação dos produtos com a visita de pessoas à propriedade. O produtor 2 tem um pensamento diferente em relação aos ganhos financeiros do projeto. Ele destaca que por enquanto não considera lucros, porque, segundo ele, para trazer retorno financeiro, a atividade deveria acontecer com maior frequência. O produtor afirma que tem vontade de tornar a atividade permanente, mas que os resultados que espera do projeto em 2019 são que as pessoas possam fazer sugestões e

valorizar o seu produto. Apenas o produtor 2 respondeu sobre os ganhos que a atividade pode trazer para a região. Ele acredita que a visitação de pessoas à propriedade pode despertar nelas a vontade de conhecer e comprar outros produtos da região, o que favorece outros produtores locais.

Ao analisar as expectativas dos produtores em relação ao Colha e Pague, nota-se que elas estão alinhadas com as características dos circuitos curtos de produção e consumo, já que uma das dificuldades relatadas é a distância dos locais de comercialização. Outra importante característica de circuitos curtos é a valorização da produção local, que foi mencionada pelo produtor 2. Além disso, os produtores demonstram interesse em desenvolver atividades turísticas e já tinham certo conhecimento sobre sistemas de Colha e Pague, o que aponta o desejo em permanecerem no meio rural e melhorar o desempenho de suas propriedades. Com as respostas dos produtores é possível aferir também que eles acreditam que o contato com a população urbana pode trazer ganhos, tanto para suas propriedades quanto para sua região, o que confirma alguns dos conceitos abordados na parte 2.1 deste trabalho que defendem a interação entre a população rural e a urbana e seus proveitos para o desenvolvimento social.

4.3 RESULTADOS DA PESQUISA COM OS CONSUMIDORES PARTICIPANTES DO COLHA E PAGUE

A pesquisa de campo com os participantes do Colha e Pague de morangos em Brazlândia foi dedicada a entender os motivos que levam as pessoas residentes em área urbana a se interessarem por atividades turísticas no meio rural. Além disso, compreender as percepções dessas pessoas em relação à atividade Colha e Pague para inferir se esta pode ser uma alternativa promissora aos produtores rurais.

4.3.1 Perfil socioeconômico dos consumidores

Foi entrevistado um total de dez consumidores do Colha e Pague do ano de 2016 através de um questionário *online.* A faixa etária predominante entre o grupo foi de 31 a 50 anos de idade, que correspondeu a 7 participantes do total. O mesmo número foi constatado para o sexo, onde a maioria dos respondentes se caracterizou como sendo do sexo feminino. Em relação à escolaridade, os consumidores participantes possuem entre formação superior e especialização (6 deles têm ensino superior e 4 especialização). Sobre o nível de renda mensal dos participantes, a pesquisa demonstrou que 7 deles recebe entre 6 e 12 salários mínimos (de

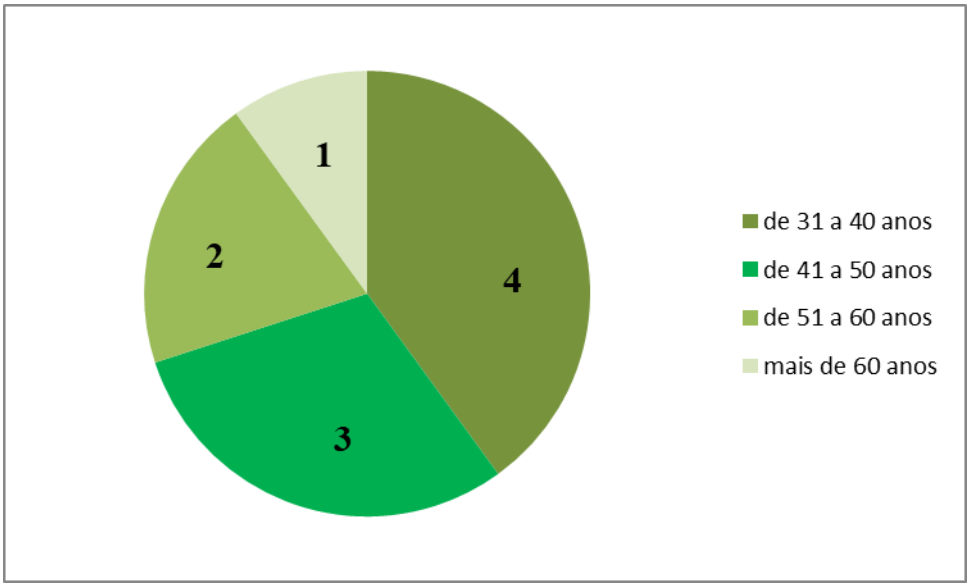
R$5.988,00 a R$11.976,00). Quanto ao local de residência dos entrevistados, apenas um mora em zona rural. A Tabela 4 apresenta os resultados acerca do perfil dos participantes.

Tabela 4 - Perfil Socioeconômico dos consumidores

	Idade	Escolaridade	Sexo	Renda	Localização da residência
Participante 1	31 a 40 anos	Especialização	Feminino	9 a 12 salários mínimos	zona urbana
Participante 2	41 a 50 anos	Ensino Superior	Masculino	9 a 12 salários mínimos	zona urbana
Participante 3	31 a 40 anos	Especialização	Masculino	6 a 9 salários mínimos	zona urbana
Participante 4	31 a 40 anos	Ensino Superior	Feminino	3 a 6 salários mínimos	zona urbana
Participante 5	51 a 60 anos	Ensino Superior	Masculino	6 a 9 salários mínimos	zona urbana
Participante 6	41 a 50 anos	Ensino Superior	Feminino	9 a 12 salários mínimos	zona urbana
Participante 7	51 a 60 anos	Especialização	Feminino	9 a 12 salários mínimos	zona urbana
Participante 8	41 a 50 anos	Ensino Superior	Feminino	3 a 6 salários mínimos	zona urbana
Participante 9	31 a 40 anos	Especialização	Feminino	6 a 9 salários mínimos	zona urbana
Participante 10	mais de 60 anos	Ensino Superior	Feminino	12 a 15 salários mínimos	zona rural

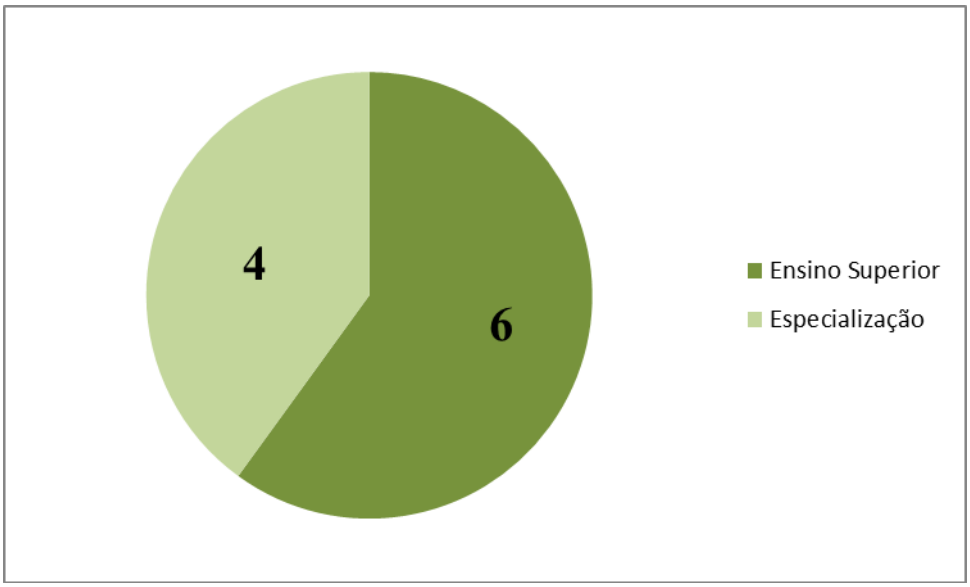
As Figuras 8, 9 e 10 trazem gráficos que resumem as representações dos consumidores do Colha e Pague quanto à idade, escolaridade e renda mensal, respectivamente.

Figura 8 - Gráfico com representação dos consumidores conforme a idade



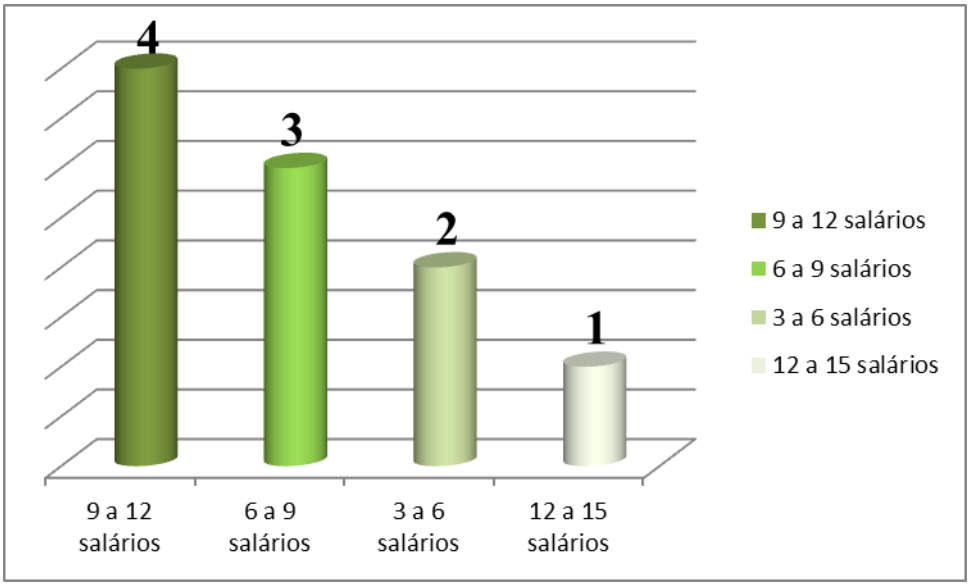
Fonte: elaborado pela autora

Figura 9 - Gráfico de Representação dos Consumidores Conforme a Escolaridade



Fonte: elaborado pela autora

Figura 10 - Gráfico de Representação dos Consumidores Conforme a Renda



Fonte: elaborado pela autora

O perfil socioeconômico dos consumidores do Colha e Pague apresentam semelhança com os dados relatados na pesquisa do Ministério do Turismo (2008) sobre a motivação dos consumidores do turismo rural abordados na parte 2.6.1 deste trabalho. Também como na pesquisa referida, os consumidores se caracterizam, principalmente, por

serem moradores de centros urbanos, terem idade entre 25 e 50 anos e possuírem formação superior ou especialização. Pelo reduzido tamanho da amostra das pessoas que participaram do Colha e Pague, não é possível afirmar que esse seja o perfil dos indivíduos que participam deste tipo de atividade. Independentemente disso, pode-se dizer que a tendência é encontrar uma população urbana que deseja se aproximar à natureza e conhecer, no local, como são produzidos os alimentos, neste casso em especial, os morangos.

4.3.2 Motivação dos participantes e opiniões sobre a experiência colha e pague

Em relação à motivação das pessoas para participarem do Colha e Pague em Brazlândia, havia 7 opções de respostas diretas: “lazer”, “contato com a natureza”, “conhecer novas formas de turismo”, “sair da rotina urbana”, “entender como funciona a produção de morangos”, “contato com uma cultura diferente” e “contribuir com a proteção do meio ambiente”. As repostas mais significativas foram de “contato com a natureza” (8), “conhecer novas formas de turismo” (8) e “lazer” (6). Cinco pessoas também atribuíram como motivação a opção “entender como funciona a produção de morangos”. Além das respostas diretas, três pessoas atribuíram outras motivações que não estavam entre as opções de escolha. A Figura 11 apresenta as principais motivações dos participantes.

Figura 11 - Motivação dos Consumidores do Colha e Pague

Motivação dos Consumidores	
Opções	**Votos**
Lazer	**6**
Contato com a natureza	**8**
Conhecer novas formas de turismo	**8**
Sair da rotina urbana	**3**
Entender como funciona a produção de morangos	**5**
Contato com uma cultura diferente	**3**
Contribuir com a proteção do meio ambiente	**2**
Outros:	
"Levar minhas filhas para conhecer a plantação de morangos."	
"Sair da rotina estressante do dia-a-dia"	
"Conhecer a produção de derivados do morango"	

Fonte: elaborado pela autora

Para entender a opinião dos consumidores do Colha e Pague sobre sua experiência, foi disposta uma questão aberta que interrogava aos participantes se as expectativas com o evento foram atingidas. Nove dos entrevistados responderam à pergunta e as respostas podem ser visualizadas na Figura 12.

Figura 12 - Opinião Sobre a Experiência Colha e Pague

	Respostas dos consumidores sobre a experiência Colha e Pague
1	"Sim. Foi ótima a experiência e as crianças adoram."
2	"Sim, muito bom, ainda mais pelo não uso de agrotóxicos."
3	"Sim. Toda a organização e infraestrutura oferecida atenderam perfeitamente ás expectativas
4	"Sim, foi muito bom e algo diferente que eu ainda não conhecia. Amigos me disseram que fizeram isso na Alemanha e vi que podia fazer isso aqui."
5	"Sim. Experiência maravilhosa para as crianças."
6	"Sim. A ideia era apenas se Divertir um pouco e conhecer uma nova área. A proposta nos surpreendeu!"
7	"Sim. Embora o tempo seja bem curtinho junto a natureza, mas entendo que deve ser limitado, em razão de algumas pessoas sem noção que querem levar tudo, não pensando na turma que virá logo após."
8	"O evento deveria ocorrer sempre. O transporte para o local poderia ser melhor. A divulgação dentro da feira não foi boa.. demoramos muito para achar quem de fato faria o transporte. O banheiro na propriedade deveria ser um pouco melhor."
9	"Não. Achei superficial. Talvez a visita devesse ser em tempo mais longo e daí se pudesse colher mais conhecimentos e despertar nas crianças interesse, responsabilidade e valoração do morango que eles tanto amam."

Fonte: elaborado pela autora

A partir das respostas dos participantes, percebe-se que a maioria teve uma experiência positiva com o evento Colha e Pague. Cabe aqui um destaque para três depoimentos que denotam a participação de crianças. Dois deles, afirmam que essa é uma experiência favorável para elas. Um, no entanto, sugere que para despertar o interesse das crianças, a visita deveria ter uma duração maior. Além do tempo de duração, outros comentários desfavoráveis ao evento são concentrados em questões como a estrutura da propriedade e a sua divulgação. Apesar de observar alguns pontos negativos, um dos participantes sugere que o evento aconteça mais vezes, o que demonstra um interesse em participar da atividade em outras oportunidades.

Figura 13 - Crianças no Colha e Pague de 2016

Fonte: imagem cedida pela Emater-DF

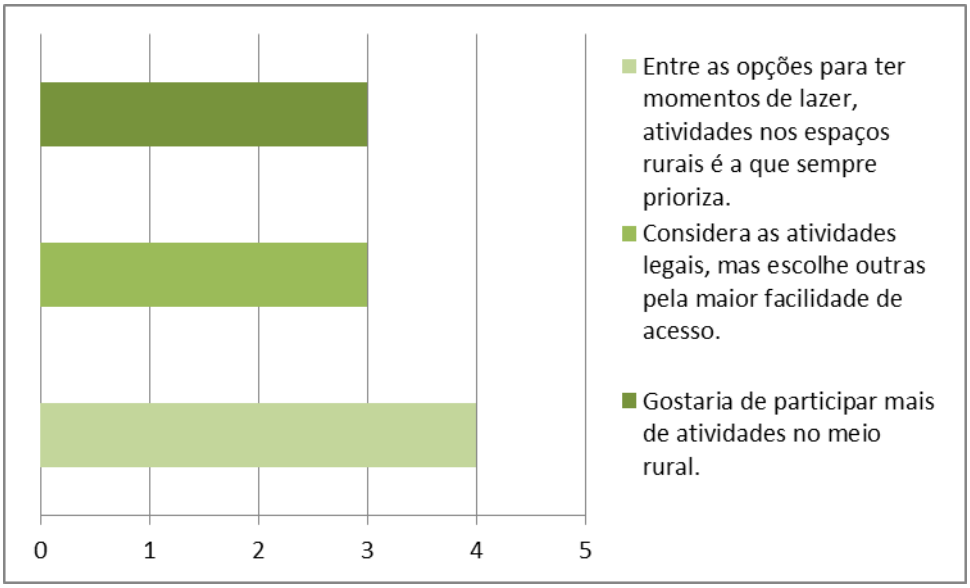
Outra parte da pesquisa procurou descobrir quais os principais benefícios proporcionados pelo evento colha e Pague aos participantes. Os entrevistados responderam numa escala de 1 a 10 para definirem em que medida sentiram benefícios em relação aos seguintes tópicos: “contato com a natureza”, “relaxamento”, “novos aprendizados”, “momentos com a família”, “lazer” e “experiência autêntica”. A opção “momentos com a família” foi atribuída como o principal benefício percebido, recebendo a nota máxima de todos os entrevistados. Nove deles deram nota máxima também para “novos aprendizados”, “lazer” e “experiência autêntica”. As opções “contato com a natureza” e “relaxamento” receberam nota máxima de oito dos entrevistados. Nota-se com esses resultados que, apesar das variações, todas as opções apresentadas representaram em alguma medida, benefícios aos integrantes da pesquisa. Isso mostra que o evento Colha e Pague pode proporcionar diferentes formas de entretenimento a pessoas com interesses diversos. A Figura 14 ilustra os consumidores colhendo morangos no Colha e Pague.

Figura 14 - Participantes Colhendo Morangos no Colha e Pague 2016

Fonte: imagem cedida pela Emater-DF

Conforme Figura 15, o grupo participante do Colha e Pague tem opiniões divididas em relação às atividades turísticas no meio rural. Assim como pode ser visto no gráfico, 4 dos entrevistados afirmam priorizar atividades no meio rural quando buscam momentos de lazer. Dos seis entrevistados restantes, metade (três) escolheu a opção “considera a atividade legal, mas escolhe outras pela maior facilidade de acesso”, e a outra metade “gostaria de participar mais de atividades no meio rural”. Essas respostas levam a entender que a maioria dos participantes apresenta uma tendência a buscar esse tipo de atividade.

Figura 15 - Gráfico com Opinião dos Participantes Sobre Atividades Turísticas no Meio Rural

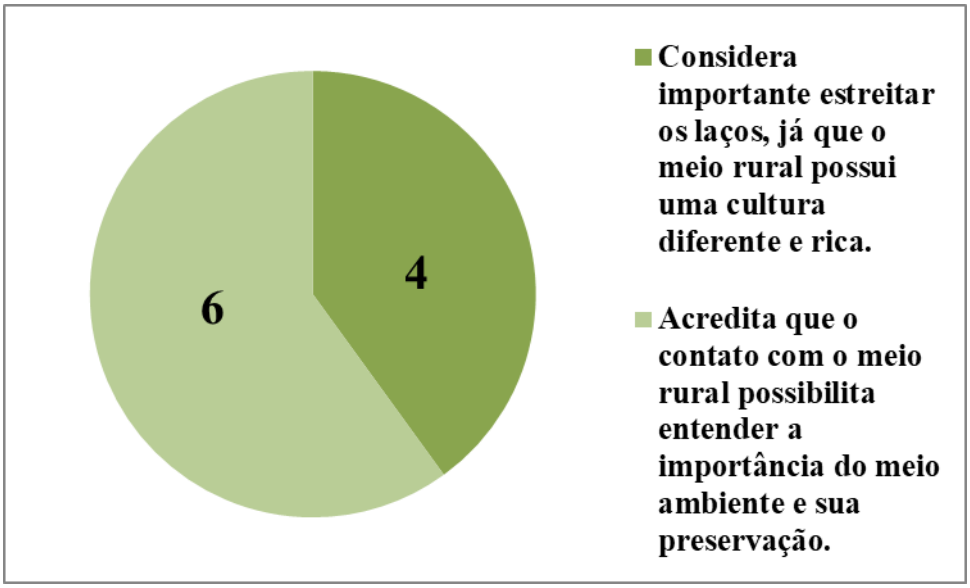


Fonte: elaborado pela autora

A pesquisa também permitiu constatar que 8 dos entrevistados consideram justo o preço cobrado para participar do Colha e Pague. Uma pessoa considera muito baixo e outra pessoa muito alto. Além disso, eles foram interrogados se o Colha e Pague foi sua primeira experiência de turismo rural. Os resultados mostraram que 7 dos participantes já haviam participado de outras atividades turísticas no espaço rural. Das três pessoas que afirmaram como primeira experiência o Colha e Pague, todas elas relataram que esta atividade despertou interesse por outras atividades turísticas no campo.

Outra constatação importante do estudo, diz respeito ao ponto de vista dos participantes sobre a relação de atividades turísticas no espaço rural com a preservação do meio ambiente. Os entrevistados foram convidados a escolher uma alternativa que melhor definisse sua opinião sobre o contato com o meio rural. Entre as opções estavam: “considera importante estreitar os laços, já que o meio rural possui uma cultura diferente e rica”, “acredita que o contato com o meio rural possibilita entender a importância do meio ambiente e sua preservação”, “acha a cultura do meio rural muito diferente, mas que não acrescenta em nada às populações urbanas” e “considera o meio rural importante apenas para a produção agropecuária”. Seis dos entrevistados escolheram a opção que se relacionava com a importância e preservação do meio ambiente e 4 afirmaram a importância do contato com o meio rural por sua cultura diferente e rica. A Figura 16 ilustra a opinião dos participantes.

Figura 16 - Opinião dos Consumidores Sobre o Contato com o Meio Rural



Fonte: elaborado pela autora

Os entrevistados também foram perguntados se participariam novamente do Colha e Pague. 100% deles afirmou ter essa vontade. Grande parte também relatou já ter participado mais de uma vez. Essa constatação demonstra que a procura por esse tipo de atividade vai além da curiosidade dos consumidores. Corroborando fatos já mencionados anteriormente, ela pode estar relacionada com diferentes motivações e diferentes benefícios percebidos por esses participantes. A Figura 17 ilustra as respostas obtidas.

Figura 17 - Respostas dos Consumidores sobre Participar Novamente do Colha e Pague

Tem vontade de participar novamente do Colha e Pague?
"Sim. Já fomos duas vezes e a minha família tem interesse em ir novamente."
"Sim, sempre."
"Com certeza. Todos os anos procuramos a Emater, na época da festa do morango, para saber se haverá uma nova edição do evento."
"Sim, tão logo possível"
"Sim. Não há sabor melhor do que o fruto colhido do pé."
"Sim. Sempre q tiver chance."
"Sempre que tiver esse evento participarei. Por ser diferente e relaxante, poder desfrutar de um momento tão leve e agradável."
"Sim, com outros tipos de fruta inclusive. Pela experiência autêntica, pelo aprendizado e pelo Lazer"
"Com certeza vou participar e certamente cada ano deve melhorar."

Fonte: elaborado pela autora

Ao final do questionário foi dada a oportunidade aos participantes para fazerem sugestões ao evento. Entre as respostas, se destacam: “melhor divulgação” “maior constância do evento” e “visitas com mais tempo”.

4.3.3 Análise das Percepções dos Consumidores Sobre o Colha e Pague

Através dos resultados obtidos com o questionário *online*, nota-se uma percepção satisfatória dos consumidores em relação ao Colha e Pague, demonstrando que esta pode ser uma escolha frequente das pessoas, seja na busca por lazer, relaxamento, contato com a natureza, novos aprendizados, momentos com a família, entre outros aspectos que a presente pesquisa não contemplou.

Em conformidade com o referencial do trabalho, os resultados demonstram também que o interesse das pessoas pelas atividades no meio rural se relaciona com a preservação do meio ambiente, quando os entrevistados afirmam que o contato com o meio rural ajuda a entender a importância do meio ambiente e sua preservação. Além disso, a menção de participação de crianças mostra que essas pessoas têm a intenção de ensinar desde cedo aos

seus filhos a origem dos alimentos que consomem e esse pode ser um aspecto positivo, se considerada a valorização dos espaços rurais pelas gerações futuras.

Outras constatações importantes da pesquisa com os consumidores são:

- 7 deles afirma que prioriza atividades de lazer no meio rural ou que gostaria de participar mais de atividades no meio rural;
- A maioria dos participantes deixou como sugestão ao evento que este aconteça com maior frequência;
- Todos eles afirmaram o desejo de participar mais vezes;
- Grande parte afirma ter interesse não só no Colha e Pague, mas em outras atividades turísticas no meio rural.

Apesar da amostra utilizada para o estudo, os resultados obtidos demonstram respostas muito semelhantes, o que permite inferir que, do ponto de vista da demanda, o Turismo Rural, com atividades de Colha e Pague ou outras formas possíveis, é uma possibilidade a ser explorada pelos produtores como uma alternativa às dificuldades econômicas e sociais que enfrentam.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a situação de desigualdade no meio rural, objetivou-se com esse estudo entender as vantagens que o turismo rural pode oferecer às pequenas propriedades. Para tanto, foi feita uma análise de uma modalidade específica presente no Distrito Federal desde 2016, que é uma iniciativa da Emater-DF: o Colha e Pague de morangos em Brazlândia.

A partir da pesquisa de campo com produtores, consumidores e a coordenadora do Projeto, foi possível atingir os objetivos do estudo, conhecendo melhor essa atividade e identificando alguns dos seus pontos fortes e fracos, nos diferentes pontos de vista analisados.

Com os resultados da pesquisa, verifica-se que a iniciativa Colha e Pague tem como principais objetivos promover a interação entre produtores rurais e o público urbano visitante, gerar uma nova possibilidade de renda para a família e agregar valor aos produtos. Estes objetivos apresentam conformidade com as principais motivações dos produtores que irão executar a atividade em 2019.

Os dois produtores entrevistados relataram uma dificuldade em comum: a distância dos locais onde comercializam os morangos. Dessa forma, o Colha e Pague, que se caracteriza, entre outros aspectos, pela venda direta ao consumidor, se revela como uma alternativa favorável a esses produtores.

Por outro lado, a pesquisa chegou à constatação de que o Colha e Pague em Brazlândia não é uma atividade permanente nas propriedades, que perdura por toda a safra dos morangos, ela ocorre nos fins de semana durante a Festa do Morango. Por essa razão, não foi possível analisar seus benefícios levando em conta o aspecto econômico. Assim, uma conclusão geral do estudo é a de que, para possibilitar o aumento da renda dos produtores, esta deve ser uma atividade permanente na propriedade, ou, pelo menos, acontecer com maior frequência.

Nesse sentido, o projeto da Emater-DF possibilita o conhecimento da atividade aos produtores e o suporte técnico necessário para implementá-la, ficando a critério dos produtores darem continuidade ou não. Conforme a coordenadora do projeto, o que impede a constância da atividade é a falta de recursos para investir. Apesar disso, participação permitiu ganhos financeiros aos produtores nas edições anteriores.

Os resultados com os consumidores demonstraram vários pontos positivos: o Colha e Pague foi uma experiência proveitosa para a grande maioria deles, todos afirmaram que esta deveria ser uma atividade frequente, assim como todos indicaram o desejo de participar mais vezes. Essas descobertas permitem concluir que a atividade se mostra como uma tendência de

consumo e, por essa razão, com um maior planejamento e frequência, esta pode sim ser uma alternativa promissora aos pequenos produtores que procuram diversificar sua renda, já que há mercado que justifique seu desenvolvimento. O perfil desses consumidores, constatado pela pesquisa, pode servir para melhorar as estratégias de divulgação do evento, que foi um dos pontos fracos relatados pelos participantes.

Sobre os reflexos da atividade na desigualdade entre os meios urbano e rural, cabe reafirmar aqui o que foi discutido no desenvolvimento da pesquisa: a desigualdade envolve aspectos que transcendem a disparidade de renda, e entre esses aspectos está a inserção social. Embora o estudo não tenha contemplado o ponto de vista de produtores que já participaram do evento, é possível considerar que com o simples fato de promover a integração entre essas culturas diferentes, a atividade possibilita a troca de informações e experiências e a aproximação entre essas realidades distintas. Há uma considerável diferença no nível de escolaridade e renda dos produtores rurais e dos visitantes advindos da zona urbana, e ainda assim, estes últimos, que têm escolaridade entre ensino superior e especialização, afirmam que a experiência Colha e Pague permitiu novos aprendizados. Além disso, entre as principais contribuições percebidas pelos produtores que participaram nos anos anteriores (conforme relato da coordenadora do projeto), estão o aumento da autoestima e maior interação da família.

O agronegócio brasileiro tem destaque no Produto Interno Bruto do País por sua larga produção e exportação de *commodities*. Esse destaque, que vincula todo o mérito da produção agropecuária brasileira às grandes propriedades rurais, revela, de modo geral, uma visão unilateral do agronegócio. Essa visão acaba por refletir também no meio acadêmico. Nesse sentido, o presente estudo, ao demonstrar que o turismo rural promove benefícios para a redução da desigualdade no campo, possibilita despertar maior interesse nestas questões pelos estudantes e profissionais da área para que haja uma maior atuação no sentido de promover o desenvolvimento de pequenas propriedades.

Em relação às limitações da pesquisa, o estudo se restringiu a entrevistar dois produtores que irão participar do Colha e pague de 2019, considerando a possibilidade de tempo e informações disponíveis. Da mesma forma, com o registro disponível de consumidores participantes do evento cedido pela Emater, obteve-se respostas de dez pessoas. Assim, não foi possível fazer uma análise mais abrangente, tanto com os produtores, quanto com consumidores. Por esta razão, foi realizada entrevista com a coordenadora do projeto para complementar as informações.

Desse modo, sugere-se para estudos futuros, uma abordagem com uma amostra maior de consumidores e com a cooperação de produtores que já participaram do projeto, para o entendimento do seu ponto de vista. Sugere-se também estudos mais aprofundados a respeito das perspectivas de consumidores sobre este tipo de atividade, além do papel das políticas públicas para estímulo a essas iniciativas.

Esse estudo apresenta sua principal contribuição através da constatação do interesse crescente das pessoas pelo meio rural, seja pela preocupação com sua preservação, seja pelos aspectos emocionais proporcionados pelas atividades realizadas nesse meio. Essa ideia de reaproximação com a natureza permite uma visão de ampliação do Projeto Colha e Pague, que com um maior planejamento, pode vir a contemplar uma quantidade maior de produtores, e a possibilidade de agregar culturas diferentes a esse sistema, de acordo com a sazonalidade da produção.

Além disso, visando o aumento da renda dos produtores, percebe-se também a possibilidade de unir o sistema com a pequena agroindustrialização, com a oferta de outros produtos, como geleias, doces, compotas, licores etc.

Para mais, nota-se que um sistema Colha Você Mesmo é uma alternativa que se adequa principalmente a produtores que produzem em pequena escala e que encontram dificuldades na inserção de seus produtos no mercado.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. G. A sedução do Turismo no Espaço Rural: **das naturezas e políticas**. *In*: SANTOS, E. O.; SOUZA, M. (orgs.) Teoria e Prática do Turismo no Espaço Rural. Barueri, SP: Manole, 2010.

BARROS, R. P.; HENRIQUES, R.; MENDONÇA, R. Desigualdade e Pobreza no Brasil: **retrato de uma estabilidade inaceitável**. RBCS, vol. 15, nº42, fevereiro/2000.

BAVA, S. C. Circuitos Curtos de Produção e Consumo. *In*: Um Campeão Visto de Perto: **uma análise do modelo de desenvolvimento brasileirto**. Série Democracia, publicado pela Heinrich-Böll-Stiftung, 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo Rural: **orientações básicas**. 1. Ed. Brasília, 2008.

_____. **orientações básicas.** 2. Ed. Brasília, 2010.

BUAINAIN, A. M.; DEDECCA, C. S.; NEDER, H. D. Características Regionais da Pobreza Rural no Brasil: **algumas implicações para políticas públicas**. In: MIRANDA, C.; TIBURCIO, B. (orgs.) A Nova Cara da Pobreza Rural: desenvolvimento e a questão regional. Vol. 17. Brasília: fevereiro de 2013.

CALEGARIO, F.; SALUSTIO, P. E. Colha e pague como ferramenta de divulgação da produção integrada de morango. *In*: Seminário Brasileiro de Produção Integrada de Frutas, 11.; Seminário Sobre sistema Agropecuário de Produção Integrada, 3.; 2009, Petrolina.

CAMARANO, A. A.; ABRAMOVAY, R. Êxodo Rural, Envelhecimento e Masculinização no Brasil: **panorama dos últimos 50 anos**. Rio de Janeiro, 1999.

CNTUR e SEBRAE. Pesquisa: **perfil do turista e dos segmentos de oferta**. Brasília: 2012.

CODEPLAN. Agricultura Familiar no Distrito Federal: **dimensões e desafios**. Brasília: 2015.

DAROLT, M. R. Circuitos Curtos de Comercialização de Alimentos Ecológicos: **reconectando produtores e consumidores**. In: Agroecologia : **práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Organizadores: Paulo André Niederle, Luciano de Almeida, Fabiane Machado Vezzani. Curitiba: Kairós, 2013.

DAROLT, M.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: **ensinamentos do caso brasileiro e francês.** *In*: NIEDERLE, P. A. Construção Social dos Mercados. Revista Agriculturas: experiências em agroecologia, v.10, n.2. Leisa Brasil, 2013.

DEDECCA, C. S. A Nova Cara da Pobreza Rural: **desenvolvimento e a questão regional.** Brasília: IICA, 2013, p. 57-108. (Série Desenvolvimento Rural Sustentável V. 17)

FAVARETO, A. Paradigmas do Desenvolvimento Rural em Questão – Do Agrário ao Territorial. São Paulo, 2006.

FERRÃO, J.; Relações entre o mundo rural e o mundo urbano: **evolução histórica, situação atual e pistas para o futuro.** SOCIOLOGIA, PROBLEMAS E PRÁTICAS, n.º 33, 2000, pp. 45 -54.

FERREIRA, A. D. Processos e sentidos sociais do rural na contemporaneidade: **indagações sobre algumas especificidades brasileiras.** XXIX Encontro Nacional de Estudos Rurais e Urbanos Ceru/ USP, maio de 2002.

FORNAZIER, A.; VIEIRA FILHO, J. E. Heterogeneidade estrutural no setor agropecuário brasileiro: **evidências a partir do censo agropecuário de 2006**. Rio de Janeiro: IPEA, 2012.

GIL, A. C.; Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. Atlas, 2008.

GODOY, A. S.; Pesquisa Qualitativa – Tipos Fundamentais. Revista de Administração de Empresas, 1995.

GONÇALVES, A. L. Turismo Rural: uma abordagem conceitual. Anais do Seminário da ANPTUR, 2016.

GRAZIANO DA SILVA, J. G.; VILARINHO, C.; DALE, P. J. Turismo em Áreas Rurais: **suas possibilidades e limitações no Brasil**. *In*: ALMEIDA, J.; FROEHLICH, J. M.; RIELDL, M. (orgs.) Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável. Campinas, SP: Papirus, 2000.

GRAZIANO DA SILVA, J. O Novo Rural Brasileiro. Revista Nova Economia, p. 43-81. Belo Horizonte, 1997.

IBGE. **Censo Agropecuário 2017**, dados preliminares, 2017. Disponível em: https://censos.ibge.gov.br/resultados-censo-agro-2017.html
Acesso: 14/06/2019

_____. Síntese de Indicadores Sociais: **uma análise das condições de vida da população brasileira.** Rio de Janeiro: IBGE, 2015.

KAGEYAMA, A. Desenvolvimento Rural: **conceito e medida.** Cadernos de Ciência & Tecnologia, Brasília, v. 21, n. 3, p. 379-408, set./dez. 2004.

_____. Diversificação das rendas nos domicílios agrícolas no Brasil, 1992 e 2001. Economia e Sociedade, Campinas, v. 12, n. 1 (20), p. 65-86, jan./jun. 2003.

LEFFEW, M. B.; ERNST, M. D. A Farmer's Guide to a Pick-Your-Own-Operation. The University of Tennessee, Institute of agriculture, 2014.

MACHADO, A. C.; CARVALHO, A. N. Revista Cenário, v. 4, n. 6, p. 75-95. Brasília, 2016.

MARCONATO, M. *et al*. Taxa de Pobreza e População Rural no Brasil: **análise espacial dos períodos de 2000 e 2010**. Econ. e Desenv., Santa Maria, vol. 27, n.1, p. 183 - 201, jan. – jul. 2015.

MELLO, J. Estratégias de Superação da Pobreza no Brasil e Impactos no Meio Rural. Rio de Janeiro: IPEA, 2018.

NEVES, J. L. Pesquisa Qualitativa: características, usos e possibilidades. Caderno de Pesquisa em Administração, Vol. 1, nº3, São Paulo, 1996.

OXFAM. A Distância que Nos Une: **um retrato das desigualdades brasileiras**. Brasil: 2017. Disponível em: https://www.oxfam.org.br/publicacoes/a-distancia-que-nos-une-um-retrato-das-desigualdades-brasileiras

SANTOS. E. O.; SOUZA, M. (organizadores) Teoria e Prática do Turismo no Espaço Rural. São Paulo: Manole, 2010.

SANTOS, A. S.; PIRES, P. S. Políticas Públicas de Turismo Rural: **uma alternativa necessária**. In: SANTOS. E. O.; SOUZA, M. (organizadores) Teoria e Prática do Turismo no Espaço Rural. São Paulo: Manole, 2010.

SCHNEIDER, S. Capítulo do Livro publicado In: CARVALHO, Fátima de; GOMES, Marília Maciel; LÍRIO, Viviani Silva. (Org.). Desigualdades sociais: pobreza, desemprego e questão agrária. Viçosa, 2003, p. 151-188

_____. Território, Ruralidade e Desenvolvimento. *In*: VELÁSQUEZ LOZANO, Fabio.; MEDINA, Juan Guillermo Ferro (Org.). Las Configuraciones de los Territorios Rurales en el Siglo XXI. 1 ed. Bogotá/Colombia: Editorial Pontifícia Universidad Javeriana, 2009, v. 1, p. 67-108.

SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. Cadeias Curtas, Cooperação e Produtos de Qualidade na Agricultura Familiar – o processo de relocalização da produção agroalimentar em Santa Catarina. Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v. 17, n. 1, p. 56-71, 2015.

SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P. **A Pesquisa Científica**. *In*: GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (orgs.) **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

SOLOMON, M. R. O Comportamento do Consumidor: **comprando, possuindo e sendo.** 9. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

_____. O Comportamento do Consumidor: **comprando, possuindo e sendo.** 11. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

SWARBROOKE, J.; HORNER, S. O Comportamento do Consumidor no Turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

TULIK, O. Turismo e Desenvolvimento no Espaço Rural: **abordagens conceituais e tipologias**. *In*: SANTOS, E. O.; SOUZA, M. (orgs.) Teoria e Prática do Turismo no Espaço Rural. Barueri, SP: Manole, 2010.

WANDERLEY, M. N. B.; FAVARETO, A. Concepções da ruralidade contemporânea: **as singularidades brasileiras**. IICA, 2013. (Série Desenvolvimento Rural Sustentável; V. 21)

ANEXO A - CARTA DE SANTA MARIA

CARTA DE SANTA MARIA

Os participantes do Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, realizado em Santa Maria-RS e promovido pela Universidade Federal de Santa Maria, na data de 27 a 29 de maio de 1998.

RECONHECEM:
1. A importância sócio econômico do Turismo no Espaço Rural;
2. O esforço dos poderes públicos, da iniciativa privada, das instituições de ensino e das organizações não governamentais em fomentar o desenvolvimento sustentável local, regional e nacional, por meio das atividades turísticas mo espaço rural;

• O nível de excelência dos profissionais na área de turismo como agentes do desenvolvimento sustentável e;
• A falta de estímulo aos estudos, pesquisa e registros quantitativos e qualitativos sobre os impactos sócio econômico do turismo no espaço rural.

CONSIDERAM:
1. A necessidade do fortalecimento e integração entre os agentes institucionais, governamentais e privados;
2. A existência de legislação que contemple as especificidades da atividade de turismo no espaço rural;
3. A dispersão das formas organizadas de entidades profissionais do setor de turismo no espaço rural;
4. A não confiabilidade nos registros existentes e a modesta quantidade de pesquisas acarretam uma morosidade no desenvolvimento sócio econômico no espaço rural.

PROPÕEM:
• Que as instituições governamentais estabelecem em parceria com a iniciativa privada, políticas e diretrizes voltadas para o segmento do turismo no espaço rural.
• A criação de associações locais e regionais integradas a uma instituição de representatividade de âmbito nacional.
• A revisão da legislação existente que interfere direta ou indiretamente no segmento e na sua conseqüente normatização;
• O estímulo a capacitação de profissionais por meio de entidades públicas e privadas;
• O estímulo a pesquisa de turismo no espaço rural de maneira que os registros sigam uma terminologia unificada e venham facilitar a interpretação e análises de dados.

CONGRESSISTAS

Santa Maria, 29 de maio de 1998.

APÊNDICE A – ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM A COORDENADORA DO PROJETO COLHA E PAGUE

1- Como surgiu a iniciativa para o Projeto Colha e Pague?
2- Você acha que ele se encaixa numa política ou programa de turismo rural? Caso sim, por quê?
3- Qual o principal objetivo da iniciativa Colha e Pague?
4- Poderia descrever qual é o processo para desenhar e implementar a atividade? (planejamento, tipos de divulgação, requisitos para participar, entre outros)
5- Quais são as contribuições percebidas com o projeto nos anos anteriores, para os produtores participantes?
6- Como você descreve a participação do público no evento?
7- Na sua percepção, qual é a motivação dos consumidores para procurar este tipo de atividade?
8- Quais os resultados mais importantes obtidos com o projeto Colha e Pague?
9- Os resultados do projeto nos anos anteriores estão em harmonia com o seu objetivo inicial? De que maneira?
10- No seu entendimento, quais os benefícios do Turismo Rural, através de projetos como o Colha e Pague, para o desenvolvimento local?

APÊNDICE B – ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM PRODUTORES PARTICIPANTES DO COLHA E PAGUE

Nome do produtor:

Idade:

Localização da propriedade:

Contato:

Escolaridade:

Local de nascimento:

Há quanto tempo mora nessa propriedade:

Área da propriedade:

Área ocupada pela produção do morango:

Quantidade de pessoas que moram na propriedade:

Atividades econômicas:

Sistema de produção:

Há quanto tempo se dedica à atividade:

Mão-de-obra:

Pessoas da família que se ocupam nas atividades da propriedade:

Onde são comercializados seus produtos? Quais as principais vantagens e desvantagens dessa atividade?

Como ficou sabendo do Projeto Colha e Pague?

Quais razões o (a) motivou a participar novamente do projeto Colha e Pague?

Poderia descrever como acontece o colha e pague?

Quais resultados espera do Colha e Pague em sua propriedade?

Por que você acha que as pessoas da cidade terão interesse em visitar sua propriedade para colher morangos?

Quais benefícios você acredita que o Projeto Colha e Pague pode trazer para sua região?