

O MÉTODO DELFOS APLICADO AO TURISMO NO ESPAÇO RURAL

Rodrigo Barriquello Pinto¹

Rosane Lanzer²

Resumo: este artigo apresenta a utilização do método de pesquisa de prospecção Delfos aplicado ao turismo no espaço rural. Juntamente com as tendências traçadas pelos especialistas, buscou-se acrescentar dados que pudessem confirmar ou rejeitar as expectativas levantadas através da aplicação de tal método.

Palavras-Chave: Turismo no Espaço Rural; Método Delfos; Tendências.

Introdução

O planejamento do turismo pode contar com o auxílio de métodos de pesquisa de prospecção para o desenvolvimento de propostas de ação. A questão do planejamento tem estreita relação com o futuro, já que planejamento implica, de certa forma, em previsão. Assim sendo, o planejamento pode utilizar-se de métodos de pesquisa que ajudem na identificação de tendências.

É importante lembrar que o ato de planejar tem implicações objetivas sobre o futuro.

Como bem expressa Carvalho:

Compreende-se planejamento, antes de tudo, como um processo lógico que auxilia o comportamento humano racional na consecução de atividades intencionais voltadas para o futuro. Para um futuro mediato ou seja aquele que é previsto através do raciocínio, e não para o futuro apenas imediato obtido pela prática do existir predominantemente sensorial. (CARVALHO, 1978, p. 16).

O que realmente se deve ter em conta é a necessidade de se minimizar os efeitos das incertezas especialmente em áreas com pouca informação como dados estatísticos, por exemplo.

¹ Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul – rhpinto@pop.com.br

¹ Doutora - Docente do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul

Desta forma, surge a seguinte questão a ser considerada: existem modelos científicos de pesquisa que podem ser usados na tentativa de se traçar tendências ou antecipar acontecimentos futuros? Ou ainda, qual é a importância da detecção de tendências para determinada área da economia, e mais especificamente para o turismo?

O Método Delfos Aplicado ao Turismo no Espaço Rural

A técnica - ou método - Delfos foi criada por Olaf Helmer e N. Donkley na década de 50 nos EUA e tem por objetivo gerar informações sobre o futuro. Foi inicialmente utilizada para verificar a consequência dos impactos tecnológicos na sociedade norte-americana, uma vez que tais mudanças influenciariam o contexto social e condicionariam as estruturas econômicas e políticas da época, e com o tempo passou a ser também empregada no setor do turismo, principalmente nos EUA e no Canadá. O nome foi inspirado na Antigüidade grega sendo uma alusão ao Oráculo de Delfos, entidade que teria poderes proféticos. A previsão sobre o futuro seria uma forma de avaliar o próprio presente, e como coloca Dencker (2001, p. 224), é uma previsão de onde se vai chegar. Basicamente, “trata-se de uma sondagem multifásica, escrita e anônima, desenvolvida com a participação de um grupo de pessoas (especialistas no assunto), a divulgação dos resultados de cada fase, e do consenso das opiniões dos entrevistados.” (RUSCHMANN, 1994, p. 217). O consenso dos especialistas sobre determinado tópico representaria uma tendência.

O Método Delfos aplicado especificamente ao turismo no espaço rural constitui-se no objetivo do presente trabalho. Perceba-se que o termo “turismo no espaço rural” é utilizado para evitar os problemas de definição entre “turismo rural” e “agroturismo”. Assim, os termos turismo rural e agroturismo seriam subdivisões do turismo no espaço rural.

Para a seleção do painel de especialistas buscou-se nomes em revistas e livros da área, assim como se utilizou o *site* do CNPq para o acesso a Plataforma Lattes, onde uma vasta gama de informações sobre possíveis candidatos foi analisada, como atuação na área, produção científica e orientações efetuadas. Desta busca resultou uma lista de 48 especialistas classificados. Esta lista apresentava o nome do entrevistado, nível de graduação, endereço profissional para contato (em sua maioria) e *e-mail*. Pretendeu-se limitar o acesso ao painel de especialistas àqueles que realmente atuavam com o tema turismo no espaço rural e não apenas turismo.

Após esta etapa, partiu-se para a formulação do questionário da fase um. De um total de quinze questões, duas fizeram referência às respostas relativas a determinado ano (a possibilidade “nunca” também foi considerada) e treze às respostas assinaladas em uma escala de valores (que oscila de +3 até -3) em relação à ocorrência do fato perguntado (-3 significando “diminuição acentuada”, 0 significando “permanecerá igual” e +3 significando “aumento acentuado”). Optou-se por esta escala pelo fato de ela já ter sido usada na aplicação do método Delfos por Krippendorff (1978) e Ruschmann (1994).

O ano de 2010 foi escolhido como horizonte com base na literatura da área, que pondera que datas muito longínquas no futuro tendem a dificultar a delimitação de tendências. Basta lembrar a observação feita por Linstone e Turoff (1978) sobre a relação entre o quão remota é determinada data de previsão e o grau de dispersão das respostas.

É importante salientar que o primeiro questionário apresentou a definição de especialista usada nesta pesquisa. Assim, os selecionados ficaram a par do porquê de sua escolha como especialista pela seguinte apresentação: “Você foi um(a) dos(as) 48 selecionados(as) como especialista em turismo rural no Brasil. Como critério de seleção, foram consideradas especialistas aquelas pessoas que já tiveram algum trabalho publicado em alguma revista científica, anais de congressos ou livro que tratasse do tema turismo rural tanto como autor quanto orientador e ainda aquelas que trabalham com o tema turismo rural em universidades brasileiras.”

Os questionários foram enviados a todos os 48 especialistas pelo correio havendo a possibilidade de preenchimento *on-line* através do *site* www.pesquisa-turismo2003.kit.net. Este *site* continha a mesma estrutura do questionário enviado pelo correio, bastando aos especialistas clicar sobre o número desejado ou digitar sua resposta. Esse endereço na internet foi informado no questionário enviado pelo correio e também via *e-mail*, uma vez que os especialistas receberam uma mensagem avisando-os da pesquisa e as formas de responder os questionários. Para aqueles que optassem pela resposta *on-line*, bastava que a opção “enviar”, que aparecia no final da página, fosse clicada para que as respostas fossem enviadas automaticamente para a caixa de mensagens do pesquisador. Assim, as respostas do modelo *on-line* eram recebidas automaticamente via *e-mail*. Além do envio via correio e *on-line*, foi ainda disponibilizado o envio via fax. Desta forma, esperou-se facilitar o processo de remessa pelos entrevistados e minimizar a ação de desistência por parte destes – desistência bastante relatada pela literatura da área -, o que poderia comprometer o resultado final.

A análise final dos resultados foi feita através da estatística descritiva com o auxílio do programa SPSS versão 11.0, que realizou os cálculos e gerou os diagramas em caixa (*box plot*). O

mesmo programa já havia sido utilizado por Tapio (2002). Vale ainda acrescentar que este método

utiliza a mediana como valor típico representativo do conjunto de dados enviados pelos especialistas consultados. Será a *mediana*, como valor de tendência central, o valor que representará o *consenso*; as *dispersões* serão representadas por meio de *intervalos interquartis* (DENKER, 2002, p. 226).

A mediana é o ponto médio de uma distribuição ordenada de observações e os quartis representam as medianas das observações que estão à direita e à esquerda da mediana global na lista ordenada de observações. “Os *quartis* delimitam a metade central dos dados.” (MOORE, 2000, p. 31).

Depois do recebimento da primeira rodada, as respostas foram tabuladas, os gráficos das medianas gerados com o auxílio do programa SPSS e então esses gráficos das medianas das respostas, juntamente com as respostas individuais de cada especialista, foram enviados com o segundo questionário. Os especialistas então recebiam, via correio e via *e-mail* (em dois arquivos anexados), informações sobre suas respostas individuais e as medianas das respostas de todos os especialistas. Assim, esperava-se que as respostas individuais fossem confrontadas com as medianas das respostas e uma possível mudança de opinião fosse viabilizada, uma vez que o consenso era buscado.

Esses passos foram seguidos também após a segunda rodada, ou seja, os dados desta rodada foram tabulados, os gráficos com as medianas geradas e as informações pessoais e do grupo de especialistas foram enviadas via correio e e-mail para a terceira e última rodada. Depois do retorno da terceira e última rodada, os dados foram tabulados e os gráficos das medianas gerados, seguindo a comparação do comportamento das medianas durante as três fases. Quando o comportamento das medianas através das três fases não pôde ser caracterizado como uma tendência, buscaram-se outras fontes de auxílio para a análise da questão.

Discussão dos Resultados

Quanto às tendências traçadas com a ajuda dos especialistas, pode-se dizer que o Turismo no Espaço Rural tem boas perspectivas a sua frente. Constatou-se que nenhuma das medianas das respostas situou-se abaixo do valor +1 (para as respostas que utilizaram a escala -3 a +3). Isto demonstra uma expectativa positiva de crescimento do número de empreendimentos de Turismo no Espaço Rural e, conseqüentemente, de pessoas empregadas nesse setor. Mesmo que algumas das respostas não tenham apresentado variação na posição da mediana, ficando

difícil sua caracterização enquanto uma tendência, o fato das medianas situarem-se acima do valor zero contribui para essa visão favorável à ampliação deste tipo de turismo.

É necessário ainda ter em mente que as tendências traçadas com a ajuda do Método Delfos não devem ser tomadas como certezas inquestionáveis, mas como possibilidades fundamentadas na experiência daqueles que trabalham na área. A questão fundamental aqui é entender que "no ponto de partida da previsão está a crença de que há vários futuros possíveis e que o futuro que ocorrerá depende parcialmente das decisões que tomamos agora." (RONDE, p. 420).

Como não se pode tratar do turismo enquanto um fenômeno isolado, mas como parte de um amplo sistema integrado, indícios de crescimentos em outras áreas podem abonar a idéia do crescimento do Turismo no Espaço Rural. Exemplo disso é a expectativa por parte dos especialistas de um crescimento do número de cursos de nível médio para a juventude do meio rural por parte de entidades como o SENAC, o SEBRAE e o SENAR.

Esta expectativa trazida pelos especialistas aponta para uma necessidade de maior profissionalização dos serviços oferecidos pelos empreendimentos de turismo no meio rural. Além desse fato, na grande maioria dos casos, são as gerações mais novas que saem do campo em busca de trabalho e estudo. Silva e Almeida (2002) trazem o exemplo do Caminho das Pedras e abordam a questão da profissionalização da mão-de-obra envolvida com o turismo, principalmente no que diz respeito às aspirações dos jovens e as necessidades da propriedade. Observam que, com o advento do turismo, os jovens passaram a ter uma opção de trabalho que lhes garantisse a permanência na propriedade. Assim,

essa mudança é vista com grande entusiasmo na medida em que há escassez de mão-de-obra qualificada para o turismo rural. As famílias empreendedoras, provenientes de um ambiente dominado pela atividade primária, encontram dificuldades em lidar com o público em igualdade de condições e administrar a atividade turística com o profissionalismo exigido para ganhar as aspiradas fatias de mercado. (SILVA; ALMEIDA, 2002, p. 187).

Este fator também demonstra que

o turismo é suficientemente complexo para exigir a qualificação da mão-de-obra. Encará-lo como uma alternativa para a criação de novas tipologias de trabalho no meio rural, implica informar, capacitar e profissionalizar as populações rurais residentes em regiões com potencial de exploração turística. (ALMEIDA; SOUZA, 2003).

A dificuldade em conciliar os estudos e a permanência na propriedade aparecem muitas vezes como um obstáculo para a população rural. Não por acaso, para o ano de 1999, o

índice de analfabetismo (IBGE, 2003) para as pessoas de 15 anos ou mais na zona rural brasileira era de 29,0% contra 9,7% da população urbana. Mesmo na Região Sul, que detém os melhores índices em educação no país, a diferença entre os índices de analfabetismo entre as populações urbana (6,5%) e rural (12,4%) é muito grande.

Em relação à taxa de escolarização por faixas de idade (IBGE, 2003), percebe-se uma grande diferença entre as populações urbana e rural. Para a faixa dos 15 aos 17 anos, por exemplo, a taxa de escolarização urbana é de 81,3% para o Brasil, ao passo que a rural é de 68,5%. Para a faixa dos 18 aos 19, a taxa de escolarização urbana é de 54,3% e a rural é de 41,9% para o Brasil. Na faixa dos 20 aos 24 anos, a taxa de escolarização urbana é de 27,5% e a rural de apenas 16,7% para o Brasil.

Não bastassem as maiores taxas de analfabetismo e as menores taxas de escolarização, a população do meio rural – com os mesmos anos de estudo da população urbana – recebe menos por hora trabalhada. Se forem comparados os dados referentes ao valor de rendimento médio por hora no trabalho principal – no período de março de 1996 a março de 1997 - segundo os anos de estudos (IBGE, 2003), pode-se perceber a clara desvantagem da população rural. O valor do rendimento médio por hora no trabalho principal para aqueles com 8 a 10 anos de estudo, por exemplo, apresenta uma grande diferença entre as populações urbana (R\$ 3,15) e rural (R\$ 1,58). Se o rendimento médio daqueles com o mesmo número de anos estudados é menor que no meio urbano, pode-se esperar uma diferença ainda maior em relação àqueles com menos anos estudados ou analfabetos.

Portanto, o aumento do número de cursos de nível médio na área de serviços em turismo no espaço rural com prioridade para a juventude do meio rural, oferecidos por entidades como o SENAC, o SEBRAE e o SENAR, viria ao encontro de uma necessidade premente da população jovem rural. Muitas vezes o abandono da escola acontece por falta de perspectiva de seqüência nos estudos, como a chegada à universidade, por exemplo. A partir do momento em que existe a perspectiva de permanência da juventude na propriedade, graças ao advento do turismo, passa a existir a necessidade de profissionalização dessa mão-de-obra e a carência por cursos que supram essa necessidade.

Outro fator que abona a tendência de crescimento da área é o esperado aumento, por parte dos especialistas, de formas associativas entre os produtores rurais para ofertar produtos e serviços aos turistas. Essa seria uma tendência natural uma vez que o associativismo é uma forma comum de organização no meio rural brasileiro. Dados trazidos pelo IBGE (2003) revelam que havia, no ano de 1997, 4.851 cooperativas de crédito e assistência rural, número que passou para

5.102 em 1998 (IBGE, 2003) e para 5.652 em 1999 (IBGE, 2003), com maior concentração nas regiões Sudeste, Nordeste e Sul, respectivamente.

O crescimento também pode ser abonado pela expectativa dos especialistas que dizem respeito ao aumento do número de famílias e de pessoas com mais de 65 anos que buscam o turismo no espaço rural (fator que pode ser relacionado tanto com a expectativa de aumento do número de pacotes turísticos exclusivos para esse tipo de turismo quanto com o aumento do uso de mídias tradicionais para a divulgação do produto turístico do espaço rural).

Esta tendência de aumento do número de famílias que buscam o turismo rural pode ser compreendida a partir da importância da criança. Como já dito anteriormente, a imagem do rural evoca sentimentos de estar junto à natureza, de levar uma vida mais saudável e menos estressante, podendo influenciar os pais a uma busca, mesmo que temporária, desses sentimentos. Além disso, a possibilidade de ver, tocar e até mesmo andar em animais estranhos ao meio urbano seria um atrativo forte para o público infantil.

A expectativa de crescimento para o número de turistas com mais de 65 anos encontra suporte em dados que tratam do envelhecimento da população mundial e, também, brasileira. Araujo (2000, p. 10) lembra que

projeções efetuadas pela divisão de População da Organização das Nações Unidas – ONU (1999) indicam que a população mundial de pessoas com sessenta anos ou mais estará se aproximando de dois bilhões em 2050. A simples comparação desses dois bilhões com os seiscentos milhões estimados para 1999 já indica o crescimento desse segmento da população. Se for considerado, ainda, o percentual que as pessoas com sessenta anos ou mais representarão no total da população, mais evidente se torna a tendência do envelhecimento das populações, pois esse percentual, de 10% em 1999, elevar-se-á para 22% em 2050.

Para o caso específico do Brasil, o IBGE (2003) estima que a população de pessoas com 65 anos ou mais será de mais de 16,6 milhões em 2020, contra um total de aproximadamente 210,7 milhões de brasileiros. Alguns fatores como a melhoria das condições nutricionais, de trabalho, saneamento e moradia, assim como o desenvolvimento da medicina, levaram ao aumento da expectativa de vida no Brasil. (ARAÚJO, 2000). O aumento da porcentagem da faixa etária das pessoas com 65 anos ou mais no total da população também acontece devido à queda da taxa de fecundidade da mulher brasileira.

A relação com o turismo pode ser feita a partir do momento em que esta população, em sua grande maioria já aposentada, sem obrigações profissionais ou familiares, passa a dispor de tempo livre para atividades sociais e de lazer, atividades estas garantidas por lei através do acesso a eventos culturais mediante preços reduzidos. Araújo (2000, p. 20) dá um exemplo claro do envolvimento dessa população com atividades de turismo quando fala do desenvolvimento do Programa de Clubes da Melhor Idade pelo Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR -, que

tem por objetivo “melhorar o aproveitamento da oferta de equipamentos e serviços turísticos nas baixas temporadas (março a junho e agosto a dezembro), atuando junto ao público denominado de melhor idade.”

Os especialistas também apontam para um aumento do uso de mídias tradicionais para a divulgação do produto Turismo no Espaço Rural. O baixo uso de mídias tradicionais que ocorre na atualidade pode ser explicado devido a seu alto custo, o que impossibilita que apenas um empreendimento, sozinho, banque uma possível veiculação. Nilsson (2002, p. 21) aborda a questão da organização e divulgação do *farm tourism* na Europa ao dizer que

parece claro que o *farm tourism* não teria existido como uma forma organizada sem o suporte de grupos de interesse. A evidência mais estarrecedora para isso é o material de marketing bastante similar para a maioria dos países, material que não foi produzido pelo agricultor, mas por organizações centrais como a Farmer’s Union.

Nilsson (2002, p. 21) ainda argumenta que o “marketing é um problema para pequenos negócios, mas especialmente para pequenos negócios de turismo. E não melhora a situação o fato de que a maioria dos empreendimentos careça de experiência tanto em turismo quanto no setor de serviços, de uma maneira geral”.

Essas são interessantes observações e podem ser usadas para que se reflita sobre o caso brasileiro. A partir do momento em que os especialistas apontam para o crescimento do uso de mídias tradicionais, podem estar prevendo o aumento do número de organizações que representam os empreendimentos de turismo rural, uma vez que a veiculação de peças publicitárias para essas mídias dificilmente poderia ser bancada por apenas um empreendimento. Obviamente que tal veiculação, bancada por uma associação que represente um setor – ou uma região –, seria mais provável de ocorrer.

Pesquisa realizada pela Santur aponta para um alto uso de mídias como revistas (19,39%) e folhetos (10,20%). O uso destes tipos de mídias reforça a idéia da ocorrência de divulgação de empreendimentos individuais. Os folhetos por serem baratos e de baixo alcance e as revistas que, por seu grande número de títulos e assuntos, são mais segmentadas (podendo até mesmo ter uma circulação apenas local), tornando-se mais baratas do que mídias como jornais e TV.

Outras expectativas também corroboram a idéia de crescimento do turismo no espaço rural. Dessa forma, a expectativa de aumento da População Economicamente Ativa (PEA) rural e principalmente o aumento do número de pessoas com domicílio rural ocupadas em atividades de comércio e serviços relacionados ao turismo apontam para uma situação onde este adquire um

caráter importante dentro da economia – agora bastante diversificada – do mundo rural. Talvez este seja o fator mais relevante que permeia todas as respostas dadas pelos especialistas.

Dados trazidos por Graziano (2002) apontam para um aumento do número de pessoas com atividades não agrícolas residentes no meio rural no Brasil. Este, ao comentar sobre a comparação da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNADs) dos anos de 1981 a 1990, diz que nos anos 90 já não se podia caracterizar a dinâmica do meio rural brasileiro como exclusivamente determinada pelas atividades agropecuárias (GRAZIANO, 2002). Quanto ao período de 1992 a 1995, Graziano (2002, p. 49) salienta o crescimento da combinação das atividades agrícolas com as não-agrícolas e observa que “a análise da População Economicamente Ativa Ocupada por uma hora ou mais na semana (PEA 1+) das PNADs mostra a presença de considerável contingente de mão-de-obra rural ocupada em atividades não agrícolas, já perfazendo quase 1/4 da PEA 1+ com domicílio rural”.³

Graziano (2002) ainda afirma que as principais ocupações da população rural não-agrícola estão ligadas à prestação de serviços, indústrias de transformação, comércio e construção civil, e que esta população está localizada principalmente nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul do país. Estas ocupações, especialmente aquelas ligadas à prestação de serviços, fornecem uma base de atividades que poderiam servir de suporte ao turismo no meio rural. De fato, tanto Graziano (2002) quanto Schneider (1999), chegam a citar o turismo rural - sem diferenciá-lo do agroturismo – como uma forma de ocupação não-agrícola no Brasil.

Ao se comparar a expectativa de crescimento da PEA do meio rural prevista pelos especialistas aos dados do pessoal ocupado nos estabelecimentos agropecuários recenseados do IBGE (2003), percebe-se que o que pode garantir tal crescimento são as atividades não-agrícolas. O pessoal ocupado nos estabelecimentos agropecuários em 1985 somava um total de 23.394.919 pessoas, caindo para um total de 17.930.890 em 1995-96. Assim sendo, a expectativa de crescimento da PEA rural só poderia ser garantida através do crescimento das atividades não-agrícolas. Graziano (2002, p. 10) observa que “o crescimento da PEA rural é muito maior do que a PEA agrícola, especialmente para a segunda metade dos anos 80, quando a taxa de crescimento desta última foi negativa.”

Segundo Graziano (2002), o crescimento da PEA rural frente ao crescimento negativo da PEA agrícola apontam para tendências bastante semelhantes àsquelas norte-americanas, onde o crescimento dos serviços governamentais nas zonas rurais (serviços de assistência técnica à produção e à prevenção de doenças, melhoria da infraestrutura social e da rede previdenciária)

mudou o estilo e a qualidade de vida do agricultor norte-americano. “E tornou possível, em muitos lugares antes estritamente agrícolas, a construção de casas de campo para lazer da população urbana mais próxima e a vinda de turistas, especialmente de pessoas aposentadas.” (GRAZIANO, 2002, p. 13).

O caso mais exemplar brasileiro é o de São Paulo, onde, nos anos 80, as duas categorias que apresentaram redução no número de pessoas empregadas foram os produtores agropecuários autônomos e os trabalhadores rurais ocupados em atividades agropecuárias (GRAZIANO, 2002). Para as categorias que tiveram aumento, Graziano (2002, p.13) aponta:

- a) empresários não-agrícolas residentes no meio rural (21,6% a.a.), que já somavam 14 mil em 1990;
- b) técnicos de segundo grau e nível superior (18,8% a.a.), que somavam 14 mil em 1990;
- c) jardineiros (excluídos todos os trabalhadores hortigranjeiros) (18,1% a.a.), mais de 11 mil;
- d) trabalhadores da indústria alimentar (agroindústria) (18,2% a.a.), quase 22 mil;
- e) trabalhadores do comércio (16,2% a.a.), que alcançavam o expressivo número de 72 mil pessoas.

Vale a pena chamar a atenção também para o crescimento dos empregados domésticos (10,6% a.a.) e dos trabalhadores braçais sem especificação (18,6% a.a.) (...).

Portanto, a tendência de crescimento da PEA rural apontada pelos especialistas estaria relacionada mais ao crescimento da PEA não-agrícola do que propriamente ao da PEA agrícola.

Outra expectativa demonstrada pelos especialistas diz respeito ao aumento da participação da mulher em atividades de gerenciamento de empreendimentos de turismo no espaço rural. Essa expectativa encontra respaldo em alguns estudos realizados no Brasil e outros países. Em seu trabalho intitulado “Turismo Rural: Família, Patrimônio e Trabalho”, Silva e Almeida (2002), ao analisarem a situação do turismo rural no Projeto Caminhos de Pedra, no Rio Grande do Sul, apontam a mulher como sendo o alicerce desta atividade. Sustentam que, a partir do momento em que as atividades básicas do turismo coincidem com as atividades domésticas, a mulher assumiu naturalmente a tarefa de recepção ao visitante, fato que restringiu sua participação nos afazeres da agricultura.

A presença da mulher frente ao gerenciamento não é uma característica que pode ser encontrada apenas no Brasil. Ao analisar o *farm tourism* (uma subdivisão do *rural tourism*, caracterizado por empreendimentos de pequena escala com raízes locais baseados em tradições

³ Graziano (2002) faz uma diferenciação entre as PEAs até 1991 e aquelas a partir de 1992, chamadas de PEA 1+. Isto ocorre devido à mudança de definição por parte do IBGE do que vem a ser a População Economicamente Ativa, impossibilitando a comparação direta entre as duas fases.

locais), Nilsson (2002, p. 11) afirma que este tipo de turismo é “também distinguido por seu foco de gênero bastante distinto, sendo normalmente gerenciado pela esposa.” Ao citar o trabalho de Girauld (1999), Nilsson (2002) comenta que este

coloca o gênero mais do que a diversificação e a crise na agricultura em foco como o motor para o desenvolvimento do *farm tourism*. De acordo com ele, a luta das mulheres por um *status* profissional na fazenda e sua vontade de criar algumas novas atividades pelas quais elas pudessem ser responsáveis, são fortes forças de condução do *farm tourism* na França. (NILSSON, 2002, p. 12).

Quando cita outros estudos pela Europa, Nilsson (2002) lembra que na Áustria, 81% das mulheres envolvidas com o turismo também participam dos trabalhos no campo além da maioria dos afazeres domésticos. Enquanto o turismo acrescenta mais tarefas, também aumenta seu poder dentro da família. Outro estudo, realizado na Inglaterra, mostra que as esposas podem usar o *catering* como argumento para melhorar a cozinha. Nilsson (2002), citando a pesquisa de Danes (1998) nos Estados Unidos, diz que este trabalho observou que tanto o *farm tourism* quanto o trabalho fora da propriedade colocam as posições das esposas mais altas na propriedade. “Danes também confirma a idéia de que este pode ser o motor para começar o *farm tourism* ou deixar a agricultura por outra vida.” (NILSSON, 2002, p. 12). Nilsson (2002, p. 21) conclui dizendo que

a questão de gênero teve um grande papel enquanto motor para o desenvolvimento do negócio de *farm tourism*. Quase todas as unidades têm a esposa numa posição central. Essa situação igualou os *rankings* de posições tanto subjetivo quanto objetivo dentro do empreendimento fazenda entre esposa e marido.

No que diz respeito aos modelos de hospedagem compartilhada (onde as famílias receptoras recebem os hóspedes em suas próprias casas), o aumento previsto pelos especialistas não deixa de ser um aumento que reflete uma expectativa de crescimento para o setor turismo no espaço rural. O crescimento de todo o setor certamente resultaria no aumento da oferta desses modelos de hospedagem. Mas a mudança da posição da mediana, de +2 para +1, demonstra um certo receio quanto a esse crescimento.

De fato, os modelos de hospedagem compartilhada expõem a intimidade das famílias envolvidas com o turismo. Pode-se encontrar exemplos na literatura, de situações em que a perda de privacidade é vista como um problema pelas famílias envolvidas. Silva e Almeida (2002), ao analisarem a situação do turismo rural no Projeto Caminhos de Pedra, no Rio Grande do Sul, revelam as principais mudanças que ocorreram para as famílias envolvidas com o projeto. Assim,

perguntados sobre o que mudou na família em decorrência do turismo, os entrevistados citaram o aumento do trabalho (50,0%), vinculado à redução do tempo de lazer (66,7%), comprometimento das refeições em família (66,7%) e prejuízo da privacidade (50,0%).

A perda da privacidade não decorre somente do grande fluxo de turistas e trabalho, como também dos horários que dificultam a vida normal. (SILVA; ALMEIDA, 2002, p. 177).

Estes mesmos autores ainda acrescentam que “com os visitantes, a intimidade e tranqüilidade são ameaçadas, tirando a autonomia da família sobre a casa e o quintal. As reações vão do mal-estar explícito à conformação.” (SILVA; ALMEIDA, 2002, p. 192).

A questão que envolve a conservação do patrimônio histórico foi vista com reservas pelos especialistas. Mesmo assim, a mediana indicou que o turismo no espaço rural contribuiria para o aumento da conservação deste patrimônio cultural.

A questão da conservação do patrimônio cultural mantém uma estreita relação com a questão do imaginário rural, já que a formulação do produto turístico passa pela oferta de atrações ligadas à cultura de determinada região. Em outras palavras, o turista que se desloca da cidade para o campo espera encontrar um estilo de vida diferente do seu – muitas vezes até mesmo idealizado – e, por conseqüência, a conservação de traços peculiares da cultura local seria uma garantia da oferta de um produto interessante, diferenciado.

A própria idéia implícita ao termo viajar é a de mudança, de novidade. Desta forma, a manutenção de traços culturais da comunidade rural, seja através da língua, da arquitetura, da gastronomia, da religião, do modo de vestir, etc., seria a garantia de um produto turístico atraente. Um exemplo da importância da conservação do patrimônio cultural para o empreendimento turístico é trazido por Silva e Almeida (2002) quando estes relatam a vontade dos colonos envolvidos no projeto Caminhos de Pedra, no Rio Grande do Sul, de se mudarem para novas casas, construídas com a renda advinda do turismo. “O orgulho pelos prédios novos não evita o sonho de mudar-se para uma casa nova e confortável. A vergonha pelas edificações dos colonos foi substituída pela consciência de sua importância, mas a comodidade e o gosto pelo novo permanecem.” (SILVA; ALMEIDA, 2002, p. 193). Neste caso específico, pode-se perceber que o conforto não é deixado de lado, mas tampouco os traços arquitetônicos são colocados em um segundo plano. Silva e Almeida (2002) explicam que quando há a necessidade de construção de novos prédios, o Projeto prevê a manutenção dos traços arquitetônicos da colonização.

Uma análise mais atenta a esta questão poderia até mesmo concluir que a sustentabilidade do turismo rural tem estreita e dependente relação com a conservação do patrimônio cultural das comunidades locais. Não por acaso, em muitos países há uma intervenção do Estado visando a conservação. Mazuel (2000, p. 98), ao abordar a questão do patrimônio cultural rural francês, diz que

(...) os franceses interessaram-se há pouco tempo pelo patrimônio rural imaterial, alicerçado nos usos e representações que geram os produtos agrícolas típicos, os objetos, os ritos, as danças, as línguas locais, os contos e as lendas. O Estado, além de zelar pelas construções e o meio ambiente, tem hoje a missão etnográfica de recolher os conhecimentos e as memórias rurais.

Percebe-se assim que a conservação do patrimônio cultural rural surge praticamente como uma exigência que se coloca frente aos empreendimentos de turismo.

Considerações Finais

Todas as tendências levantadas pela aplicação do Método Delfos ao turismo no espaço rural refletem, de certa forma, a capacidade do turismo de movimentar determinada economia local sem que, necessariamente, todos seus problemas sejam solucionados. Mas o simples surgimento de uma opção de ocupação – mesmo que seja para a própria família envolvida – já faz uma grande diferença. Ainda mais se for levado em consideração o fato de que em muitas regiões de tradição agropecuária a estagnação e o êxodo têm deixado profundas seqüelas. Assim, o turismo no espaço rural aparece como uma oportunidade, o que pode dar ao homem do campo um pouco mais de segurança em relação ao seu sustento e fazer com que não dependa apenas das incertezas do clima.

Bibliografia

ALMEIDA, J. A.; SOUZA, M. Turismo rural e desenvolvimento sustentável: duas experiências brasileiras. **Extensão Rural**, UFSM, Santa Maria, out. 2003. Disponível em: <<http://www.ufsm.br/turismorural/text.7.htm>>. Acesso em: out. 2003.

ARAÚJO, C. M. S. Turismo para a terceira idade: refletindo o futuro. **Turismo: Visão e Ação**. Balneário Camboriú, SC, ano 3, n.7, p. 9-30, out. 2000

CARVALHO, H. M. de. **Introdução à teoria do planejamento**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1978.

DENKER, A. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. 5. ed. São Paulo: Futura, 2001.

GRAZIANO, J. **O novo rural brasileiro**. 2. ed. Campinas, SP: UNICAMP.IE, 2002. (Coleção Pesquisas, 1).

IBGE. Centro de Documentação e Disseminação de Informações. **Estatísticas do século XX**. Rio de Janeiro: IBGE, 2003. 1 CD-ROM.

KRIPPENDORF, J. **Tourismus im Jahre 2010**: Eine Delphi – umfrage euber die zukuenftige entwicklung des tourismus in der schweiz. Forschungs Intitut Für Fremdenverkehr. Universität Bern, Bern, 1978.

LINSTONE, H. & TUROFF, M. **The Delphi Method: techniques and application**. 1978. Disponível em <www.is.njit.edu/pubs/delphibook/ch1.html>. Acesso em: 13 fev. 2003.

MAZUEL, L. Patrimônio cultural e turismo rural: o exemplo francês. In: ALMEIDA, J. A. & RIEDL, M. (Orgs). **Turismo Rural**: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru, SP: EDUSC, 2000. p. 95-115.

MOORE, D. **A estatística básica e sua prática**. Trad. de Alfredo Alves de Faria. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

NILSSON, P. A. Staying on farms: an ideological background. **Annals of Tourism Research**, v. 29, n. 1, p. 7-24, 2002.

PERFIL do consumidor do turismo rural. In: SANTUR – Santa Catarina Turismo S.A. **Gerência de Planejamento**.1999. Disponível em: <<http://www.santur.sc.gov.br>>. Acesso em 25 set. 2002.

RONDE, P. Delphi analysis of national specificities in selected innovative areas in Germany and France. **Technological Forecasting and Social Shange**, v. 70, n. 5, p. 419-448, 2003.

RUSCHMANN, D. **O planejamento do turismo e a proteção do meio ambiente** (tese de doutorado). São Paulo: ECA-USP, 1994.

SILVA, M. F.; ALMEIDA, J. A. Turismo rural: família patrimônio e trabalho. In: RIEDL, M.; ALMEIDA, J. A.; VIANA, A. L. B. (Orgs.). **Turismo rural**: Tendências e sustentabilidade. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2002. p. 165-204.

SCHNEIDER, S. **Agricultura familiar e industrialização**: pluriatividade e descentralização industrial no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Editora Universidade/UFRGS, 1999.

TAPIO, P. Disaggregative policy Delphi: Using cluster analysis as a tool for systematic scenario formation. **Technological Forecasting and Social Change**, Estados Unidos, v.70, n. 1, p. 83-101, 2002.