

# Repercussões sociais e econômicas para os agricultores das caminhadas na natureza no território vale do Ivaí, Paraná, Brasil

Social and economic impacts of walks in nature for farmers in the territory of vale do Ivaí, Paraná, Brazil

CLARICE BASTARZ \* [clariceufsm@gmail.com]

MARCELINO DE SOUZA \*\* [marcelino.souza@uol.com.br]

**Resumo** | As Caminhadas na Natureza fazem parte de uma política pública de desenvolvimento rural coordenadas pela Emater Paraná. O projeto prevê a organização de circuitos de caminhadas em comunidades rurais, nas quais há venda de produtos e serviços oferecidos por agricultores aos caminhantes oriundos de centros urbanos. Este artigo objetiva analisar as repercussões das Caminhadas na Natureza para os agricultores, nas dimensões social e econômica. Foram entrevistados 13 agricultores em três comunidades rurais do Território Vale do Ivaí, Paraná, Brasil. Observou-se que as Caminhadas na Natureza repercutem de maneira significativa na dimensão social dos atores. A dimensão econômica não possui repercussão importante, embora seja o principal objetivo desta política pública.

**Palavras-chave** | Caminhadas na natureza, turismo rural, políticas públicas, sociologia econômica, território Vale do Ivaí

**Abstract** | The Nature Walks are part of a public policy of rural development coordinated by Emater Paraná. The project aims at the organization of walking circuits in rural communities, in which there is sale of products and services offered by farmers to walkers from urban centers. This article aims to analyze the repercussions of Nature Walks for farmers in the social and economic dimensions. Three rural communities were selected and 13 farmers were in the Vale do Ivaí Territory, Paraná, Brazil. It was observed that Nature Walks have a significant influence on the social dimension of the actors. The economic dimension does not have important repercussion, although it is the main objective of this public policy.

**Keywords** | Nature walks, rural tourism, public policy, economic sociology, vale do Ivaí Territory

---

\* **Doutora** em Desenvolvimento Rural. **Professora Assistente** do Curso de Gestão de Turismo da Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil.

\*\* **Doutor** em Engenharia Agrícola. **Professor Associado** da Faculdade de Ciências Econômicas e dos Programas de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural e de Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil.

## 1. Introdução

Na perspectiva da multifuncionalidade, o espaço rural é reconhecido para além de sua função primária de produção de alimentos e matérias-primas. Ele desempenha múltiplas funções, tornando-se responsável também pela conservação dos recursos naturais, preservação do patrimônio cultural, atividades de lazer e, ainda, pela reprodução socioeconômica das famílias rurais (Wanderley, 2009). Sob o ponto de vista do desenvolvimento rural, que na literatura científica, toma fôlego a partir dos anos 1990, o turismo emerge como alternativa de diversificação econômica das propriedades e da revalorização das áreas rurais, como uma entre tantas outras possíveis alternativas encontradas pelos agricultores (Kageyama, 2008; Wanderley, 2009).

Não apenas no espaço rural, o turismo tem assumido um papel importante nos discursos governamentais como gerador de renda, emprego e divisas. O efeito disso são as propostas de planejamento para essa atividade que vêm sendo incorporadas às políticas públicas de diversos países. No caso do Brasil o processo não foi diferente. As políticas públicas do turismo vêm se delineando nessa perspectiva, especialmente a partir da década de 1990, quando são apresentadas diretrizes mais concretas para o desenvolvimento do turismo por meio da Política Nacional de Turismo, Planos Nacionais de Turismo e institucionalização do Ministério do Turismo. Com a política nacional do turismo, são implementados programas que vão dar início ao planejamento territorial do turismo no Brasil.

Na perspectiva do desenvolvimento rural, a Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento (SEAB), em conjunto com o Instituto de

Assistência Técnica e Extensão Rural, a Emater Paraná, criaram, em 2007, o Projeto Caminhadas na Natureza. Este projeto prevê que os agricultores das comunidades rurais anfitriãs, apoiados pelo Estado, realizem eventos de caminhadas oferecendo aos turistas serviços de alimentação (café-da-manhã e almoço), bem como a venda direta de produtos locais (alimentos *in natura*, flores, produtos da agroindústria familiar, panifícios, artesanatos, entre outros). Este modelo de caminhadas possui uma metodologia internacional, orientada pela Federação Internacional de Esportes Populares (IVV) <sup>1</sup>.

O objetivo deste artigo é compreender, onde a participação nas Caminhadas na Natureza se oportunizou, quais foram as repercussões, de acordo com a impressão dos agricultores entrevistados. Levando em consideração que o principal objetivo do Projeto Caminhadas na Natureza é a diversificação econômica dos agricultores familiares, interessa discutir se a dimensão econômica é realmente importante para os entrevistados ou se existem outros elementos a se considerar numa política pública de turismo rural <sup>2</sup>.

## 2. Políticas Públicas para as Caminhadas na Natureza

Com o crescimento do turismo rural e seu apontamento como alternativa de ocupação e renda para os agricultores familiares, políticas de incentivo ao segmento começaram a surgir na década de 1990. Segundo Lacay (2012), o sistema de políticas públicas para o desenvolvimento rural é fundamental, assim como o desenvolvimento de políticas para o turismo. Neste sentido, para opera-

<sup>1</sup> *Internationaler Volkssportverband*, o IVV, é uma federação internacional de esportes populares. A mesma promove eventos em que se realizam atividades físicas não competitivas em ambientes naturais, envolvendo participantes de todas as idades e estratos sociais. Esta federação possui associações continentais na Europa, Ásia e Américas, com membros filiados em 50 países e realiza 7.500 eventos de esportes populares, os quais envolvem a participação de 10 milhões de pessoas por ano. A instituição brasileira membro do IVV é a Anda Brasil, que atua como idealizadora e coordenadora do Projeto Caminhadas na Natureza (Fawcett, 2015).

<sup>2</sup> Este artigo é parte da tese de doutoramento defendida pela primeira autora em junho de 2016.

cionalizar ações idealizadas nas políticas públicas, o MTUR (Ministério do Turismo) e o MDA (Ministério do Desenvolvimento Agrário) elaboraram definições e programas para o turismo rural.

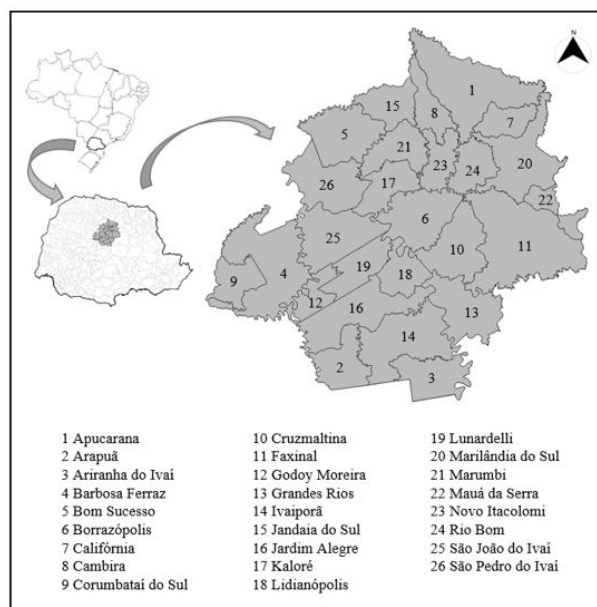
Por seu lado, o MTUR focou a política em ações para o fortalecimento dos segmentos de turismo, dentre eles o rural, em que a segmentação era parte de uma estratégia de marketing visando o crescimento do turismo do Brasil. O MDA, por outro lado, voltou sua política na direção da diversificação econômica de propriedades da agricultura familiar, na qual o turismo rural poderia ser uma alternativa de ocupação e complemento de renda para as famílias. Essa abordagem implicava, portanto, a integração da agricultura familiar ao mercado, buscando acesso a melhores condições de produção (concretas ou subjetivas). A política pública, então, foi planejada com objetivo de integração ao mercado.

Neste sentido, as políticas públicas da época foram planejadas para permitir novas formas de integração e troca, através de processos de descentralização e horizontalidade, buscando garantir a representação dos atores sociais e manter a transparência de suas instituições. Seguindo esta perspectiva, de acordo com a Emater (2012), o Projeto Caminhadas na Natureza faz parte das políticas públicas de desenvolvimento rural do Estado

do Paraná e possui o objetivo principal de difundir a atividade turística como alternativa para a geração complementar de renda às comunidades rurais, valorização do meio rural e especialmente fortalecimento da agricultura familiar e de seus produtos associados. A seguir serão apresentadas brevemente as características do Território Vale do Ivaí onde esta investigação foi realizada.

### 3. Características do Território Vale do Ivaí

Conforme apresentado na figura 1, o Território Vale do Ivaí é formado por 26 municípios e possui uma população total de 330.695 habitantes e grau de urbanização médio de 81,2%. Os dois maiores municípios em população da região são: Apucarana com 120.919 habitantes (36% da população do Vale), sendo quase quatro vezes maior do que o segundo maior município em população, Ivaiporã com 31.816 habitantes. Nota-se, também, uma concentração da economia regional no município de Apucarana que, tem sua relevância como polo produtivo regional. Apucarana apresentou sozinho 40,14% do PIB do território em 2010 (IBGE, 2015).



**Figura 1** | Mapa de localização do Território Vale do Ivaí  
Fonte: elaborado pelos autores.

Em termos de desempenho socioeconômico, demonstrado pelo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), dos 399 municípios paranaenses, Apucarana ocupa a 33ª posição no ranking e Jandaia do Sul a 37ª, com 0,748 e 0,747 pontos respectivamente. Por outro lado, Mauá da Serra e Corumbataí do Sul ocupam posições bastante desfavoráveis, sendo 356ª e 373ª no ranking, com respectivos 0,652 e 0,638 pontos. A média do IDH dos municípios do Vale do Ivaí é 0,697 e todos os municípios do Vale estão abaixo do IDH médio paranaense, que é 0,749 pontos. Isto demonstra a fragilidade socioeconômica do território e vulnerabilidade social que este território apresenta (IBGE, 2015).

#### 4. Metodologia

A abordagem da pesquisa foi qualitativa, através da aplicação de roteiros de entrevistas semi-estruturadas. Para tanto, após a aplicação dos instrumentos de pesquisa foi realizada análise de

conteúdo das informações coletadas. Para tal, foram elaboradas as seguintes categorias de análise:

- Dimensão social: motivação, satisfação, integração e valorização;
- Dimensão econômica: ocupação, incremento de renda, novas oportunidades profissionais e criação de novos negócios (formais ou informais).

A amostragem foi do tipo intencional não probabilística, e a mesma foi sendo construída através da técnica “bola de neve”. Esta técnica é comumente utilizada em pesquisas qualitativas e envolve a identificação de um ou mais contatos iniciais (primeiros entrevistados), que sugerem outros contatos a serem entrevistados.

Os dados foram coletados nos meses de março e maio de 2016, em três comunidades rurais do Território vale do Ivaí, sendo elas: Bairro Salto Fogueira, no município de Borrazópolis; Bairro São Joaquim, em Barbosa Ferraz e; Distrito Porto Ubá, no município de Lidianópolis.

Para compreender as repercussões das Caminhadas na Natureza, foram entrevistados 13 agricultores<sup>3</sup>, entendendo que se chegou ao “ponto de saturação”. Destes, sete são do gênero masculino e seis, do feminino. A faixa etária de seis entrevistados é 41 a 50 anos, três pertencem a faixa de 51 a 64 anos, três possuem mais de 65 anos e apenas um entrevistado possui 31 a 40 anos de idade. O nível de instrução dos entrevistados revelou que sete entrevistados possuem ensino fundamental, três cursaram ensino médio, dois possuem pós-graduação e um deles não possui escolaridade.

Grande parte dos estudos sobre motivação ao turismo rural são realizados sob o ponto de vista do turista. Entretanto, as motivações do ponto de vista dos agricultores ou dos organizadores/apoiadores são pouco abordadas nos estudos disponíveis na literatura. Com relação aos residentes (no caso do presente artigo, os agricultores), as pesquisas frequentemente estão voltadas a explicação de sua impressão face ao turismo, ou seja, quando o turismo já ocorre. Figueiredo e Eusébio (2014, p. 91) lembram do famoso estudo de Doxey (1975), sugerindo o termo “Irridex” (para mensurar o nível de irritação dos residentes quanto a atividade turística), e do “Modelo de ciclo de vida de um destino turístico” de Butler (1980), para também entender o comportamento dos residentes. Estudos posteriores que utilizaram estes modelos, evidenciam que o grau de dependência econômica que os residentes possuem em relação ao turismo, explica sua impressão e atitude. Ou seja, quanto mais economicamente beneficiado pelo turismo, mais positiva será a impressão e atitude face ao turismo (Figueiredo & Eusébio, 2014).

Assim como a ideia basilar, do ponto de vista do turista, é buscar uma experiência diferente de

seu cotidiano, do ponto de vista dos agricultores, a ideia fundamental é que estes ingressam na atividade de turismo interessados no ganho financeiro. Ainda são poucos estudos, na perspectiva do desenvolvimento rural, que revelam as motivações dos agricultores para a atividade turística. Porém, estudos sobre o ingresso na atividade de agroindústrias familiares, como estratégia de diversificação econômica das propriedades, corroboram com a ideia fundamental do incremento da renda familiar como motivação principal (Agne, 2010; Carvalheiro, 2010; Ferrari, 2011).

Estudos recentes que abordam motivações de agricultores para o turismo rural apresentam dimensões semelhantes para a análise das motivações: econômicas, sociocultural, ambientais e benefícios líquidos, no caso do estudo de Kastenzholz et al (2014)<sup>4</sup> e; sociais e econômicas, diferenciadas em ingresso e permanência na atividade de turismo rural em Silva e Souza (2015).

No sentido de classificar as motivações e a satisfação dos agricultores envolvidos nas Caminhadas na Natureza no Território Vale do Ivaí, optou-se por utilizar, então, as quatro dimensões para a classificação de McIntoch, Goeldner e Ritchie (1995), quais sejam: física, cultural, interpessoal e status e prestígio. Ademais, ao revisar sólidas discussões a respeito das motivações para o turismo rural, percebeu-se a necessidade de adicionar mais uma dimensão no sentido de enriquecer a análise, sendo a emocional (nostalgia). Além disso, para incluir a dimensão que permeia a ideia basilar das motivações de agricultores, incluiu-se a econômica.

## 5. Repercussões na dimensão social dos agricultores

<sup>3</sup>Foi estabelecido que a categoria agricultores, nesta pesquisa, obedece a classificação de agricultores familiares da Lei 11.326, de 24 de Julho de 2006, que também inclui pescadores artesanais.

<sup>4</sup>A análise das motivações presente estudo de Kastenzholz et al (2014), compreende três categorias de atores: turistas, residentes e agentes de oferta e de planejamento (que inclui os empreendedores). É importante destacar que, os agricultores analisados no Vale do Ivaí, não podem ser comparados aos agentes de oferta, pois não são empresários mas, estariam mais próximos da categoria residentes do estudo português.

Levando em consideração as dimensões apresentadas para a análise, quando perguntados a respeito do que motiva e do que mais o satisfaz nas Caminhadas na Natureza, os entrevistados citaram mais de uma dimensão em suas respostas. Por isso, a tabulação dos resultados representa o total de citações interpretadas nas respostas.

Com relação aos 13 agricultores entrevistados, de fato, a motivação mais citada é a interpessoal, com 11 referências nas respostas dos entrevistados, seguida pela motivação de status e prestígio (3), emocional (3), econômica (1), cultural (1) e, sem citações, motivação física. Ficou evidente, portanto, que a motivação principal dos entrevistados em participar das Caminhadas na Natureza é a interpessoal. Estar em contato com pessoas, estreitar laços sociais e criar vínculos é o que mais motiva os atores ao participar do projeto.

A dimensão mais citada pelos entrevistados, a interpessoal, se revela semelhante aos recentes estudos encontrados na literatura estudada, que apontam esta dimensão como importante repercussão do turismo rural e capaz de, através do contato com visitantes, impulsionar a valorização das comunidades pelos residentes (Kastenholz *et al.*, 2014 e Silva e Souza, 2015).

Os agricultores demonstram que o ganho financeiro não é um fim, mas um meio de sobrevivência e reprodução social, assim como a valorização do meio rural, evidenciando um forte apelo emocional. Neste sentido:

“A gente teve sempre a vida na área rural, né? E a gente vai com o tempo vai se distanciando dela, né? E com isso também faz que o retorno da gente é valorizar mais o setor rural. E outra coisa: ver a alegria dos outros que vem participa e conhece a gente que está aí, né? Fazer com que as pessoas se sintam bem e valorizados. E que as pessoas tenham conhecimento não

só de nós aqui, mas de outros lugares. Então isso é importante”. (Agricultor, homem, 67 anos)

O estudo de Souza *et al.* (2014), a respeito do turismo rural pedagógico, apresenta resultados que indicam que a motivação dos agricultores para ingressar na atividade turística é o retorno financeiro e aumento da renda familiar, seguida da qualidade de vida e retorno pessoal. Além disso, a satisfação em trabalhar com os turistas e possibilidade de ocupação produtiva são outras motivações evidenciadas pelos entrevistados. Neste sentido, as falas dos agricultores sugerem o contentamento do contato com os caminhantes:

“Estar em contato com as pessoas. Porque na área rural, a gente não tem esse movimento de pessoas. A gente se reúne uma vez por semana, mas só o pessoal do bairro. Estar mais em contato com mais gente, eu acho isso gratificante. As pessoas falando que elas gostam aqui e isso é gratificante... as pessoas falarem bem e a gente estar mostrando o que está fazendo, está divulgando. Então essa é a motivação principal. (Agricultor, homem, 51 anos).

No depoimento anterior, assim como em outros, observa-se a expressão de um sentimento de prestígio dos agricultores ao receberem os caminhantes. Uma dimensão de motivação observada nos depoimentos dos agricultores se refere ao estreitamento de laços sociais entre a própria comunidade, que expressam valores como união e cooperação. A dimensão econômica aparece no depoimento de um agricultor, com um significativo apelo ideológico, no sentido de contribuir para a autonomia dos pescadores. É interessante notar que a dimensão física não foi referenciada pelos entrevistados. De fato, os agricultores anfitriões das Caminhadas na Natureza não caminham e não desfrutam do relaxamento e do prazer que o ambiente

rural proporciona. A caminhada é o momento de trabalho. Ao contrário dos caminhantes, que participam da caminhada no tempo de não trabalho.

A análise das motivações que regem a participação dos atores nas Caminhadas na Natureza ofereceu uma base sólida para a análise de sua satisfação. Utilizando as mesmas dimensões da análise das motivações, foi elaborada uma análise da satisfação dos entrevistados. Ao serem perguntados se estavam satisfeitos com sua participação nas Caminhadas na Natureza, surpreendentemente, em unanimidade, os 13 entrevistados responderam “sim”. Essa unicidade nas respostas indica ser muito positivo o envolvimento dos agricultores nas Caminhadas na Natureza, ratificando os resultados demonstrados na análise das motivações.

Quanto às razões para estarem satisfeitos com sua participação nas Caminhadas na Natureza, os entrevistados apontaram massivamente a dimensão interpessoal (13 citações), o que corrobora também com a análise das motivações. Dentre estas respostas estão:

“Eu vejo que, assim, é a união das pessoas para um objetivo. A gente estar trocando ideias e fortalecendo o grupo. Eu acho isso muito interessante. A gente estar sempre tendo uma coisa em conjunto, como se fosse uma família, né? Essa união eu prezo muito” (agricultor, homem, 51 anos).

No depoimento anterior, percebe-se que a visão do agricultor expressa um contentamento com a união e cooperação entre os membros da comunidade para a realização da caminhada. Para ele, a caminhada serve como um objetivo comum que, além de gerar renda complementar, proporciona momentos em que os laços sociais são fortalecidos. Os agricultores entrevistados também relataram que no cotidiano os agricultores quase não possuem convívio e que na época de planejar e executar a caminhada, todos precisam trabalhar

em conjunto e retomar uma convivência que estava espaçada, avivando um sentimento comunitário e de pertencimento ao lugar e ao grupo social.

Com relação à dimensão status e prestígio, que obteve duas citações, o depoimento apresentado na sequência é considerado um exemplo:

“A gente não busca um retorno financeiro enorme. A gente busca, claro, um retorno financeiro, mas não precisa ser assim, enorme. Porque quem vem para essas caminhadas são pessoas simples e que valorizam as coisas simples também, né? É poder ajudar e ver o resultado depois, sabe? É o que mais me satisfaz. [...] Dá prazer de saber que deu tudo certo, que não teve uma confusão, não teve um incidente, ninguém se machucou, ninguém precisou de atendimento de um a enfermeira. Isso é gostoso de ver que a comida deu para todo mundo, não faltou nada, todo mundo foi muito bem recebido, entendeu? Claro que sempre tem uma coisinha aqui, outra ali, mas o que me deixa mais satisfeita é saber que correu tudo bem. Que as pessoas foram bem recebidas aqui, foram bem acolhidas aqui. Isso dá uma sensação de dever cumprido. É gostoso isso” (agricultora, mulher, 47 anos).

A satisfação em receber, mostrar seu lugar, ter seu lugar valorizado e reconhecido por pessoas externas à comunidade provocam um sentimento de prestígio por sua participação e trabalho.

No depoimento, contudo, a agricultora entrevistada revela que há um interesse financeiro na participação na Caminhadas na Natureza, mas que esse não é o objetivo final. A dimensão econômica também permeia as entrevistas de outros atores, mas é diluída entre outras dimensões citadas, ou seja, a dimensão econômica aparece em duas entrevistas, mas são sempre associadas a outras di-

mensões de satisfação, como interpessoal, status e prestígio e cultural.

Tanto na interpretação da motivação, como da satisfação que conduzem os atores entrevistados, nota-se que a dimensão interpessoal é muito importante. Neste estudo de caso essa dimensão fica evidente, em detrimento das demais dimensões elencadas para a análise. Essas demais dimensões sempre aparecem associadas a outras. Isso indica que as Caminhadas na Natureza se configuram numa ferramenta profícua para estimular a integração social territorial. Porém, para verificar se isto se confirma, é necessário realizar uma análise com foco nesta integração, que pode fornecer maiores detalhes, conforme análise subsequente.

Os agricultores que foram entrevistados perceberam que, com o início da participação nas caminhadas, houve uma maior integração entre eles mesmos. Dos 13 agricultores entrevistados 12 perceberam maior integração na comunidade. É exemplo deste aspecto o depoimento apresentado na sequência:

“Uniu mais, né? Às vezes passa uma semana e a gente não vê os companheiros, né? Um está prá lá, outro está prá cá. E agora aí, não. Aí está todo mundo junto. Um está com a motosserra, outro está com a roçadeira, está todo mundo trabalhando junto. Para mim foi uma união, né? A gente discute ali ‘vamos fazer isso, vamos fazer aquilo’. E antes não né? Antes das caminhadas, não. Antes passava 20 dias e você não via os companheiros, né? Antes um estava pelo rio, outro estava... Agora chegou naquele dia [da caminhada] e ficam todos os pescadores unido, junto ali. E outras pessoas, também, que ficam junto, né? ” (pescador aposentado, homem, 84 anos)

O depoimento do agricultor ratifica a fala de outros agricultores entrevistados, que também

apontam uma maior união entre os moradores das comunidades. Ratifica também os resultados apresentados na análise da motivação e satisfação, explicada anteriormente, em que os agricultores revelam que o que mais os satisfaz é a união entre os membros da comunidade e um fortalecimento nos laços sociais, que estavam distanciados. Entretanto, nem todos os agricultores entrevistados possuem a mesma opinião, como é o caso do depoimento da agricultora apresentado a seguir:

“Às vezes, tem horas que eles não querem ser tão unidos, né? Tem hora que a comunidade não quer se unir com a gente. Aí fica difícil para a gente. Eu gostaria que a comunidade inteira se reunisse e que apoiasse a gente, porque tanto a gente ganhava, como eles ganhavam também. Eu achava que a comunidade deveria participar mais, para poder beneficiar tanto a gente como eles. Não é só os pescadores, entendeu? Eu queria que toda a comunidade se unisse. Nem todo mundo aqui é pescador” (pescadora, mulher, 42 anos)

Para a pescadora, os benefícios da caminhada deveriam ser para toda a comunidade, a qual não é composta apenas pelos pescadores de Porto Ubá. Para ela, a caminhada seria melhor se toda a comunidade estivesse envolvida e se integrasse ao trabalho nas caminhadas. Essa visão também foi demonstrada por um dos agricultores entrevistados de Salto Fogueira, em que este relatou que nem todas as famílias moradoras do bairro se envolveram na execução da caminhada.

É possível notar que, na opinião dos agricultores, as Caminhadas na Natureza proporcionaram uma maior integração social. As Caminhadas na Natureza possibilitaram, na impressão dos agricultores, o fortalecimento dos laços entre a comunidade.

Com relação à valorização das comunidades,



com as caminhadas, todos os 13 agricultores responderam que passaram a valorizar aspectos das comunidades que antes não eram percebidos.

Sobre a valorização da comunidade, através da realização da Caminhada na Natureza o depoimento apresentado a seguir:

“Eu moro aqui, né? Então eu tenho que gostar do lugar. Lógico que depois da caminhada evoluiu mais. Pessoas diferentes, ideias diferentes, querendo colocar coisas diferentes no lugar. Mas é claro que eu não tiro o mérito do lugar que eu vivo, das coisas belas que têm aqui. Todo mundo aqui é sempre bem-vindo. Mas depois da caminhada, mudou bastante. Agora você comentar muito do lugar, as pessoas admiraram as paisagens que a gente tem. Prá gente que convive só aqui, a gente não vê a beleza que ele tem. Precisa as pessoas de fora vir, para mostrar para a gente o que tem de belo. E olha que a gente convive no rio, pesca e é preciso as pessoas vir para mostrar que nosso lugar tem valor, né? Porque a gente que mora aqui vê tanta coisa bonita, mas a gente não percebe o que está em volta da gente, precisa alguém vir e mostrar a beleza que ele tem, né?” (pescadora, mulher, 42 anos)

O depoimento da entrevistada reflete o pensamento dos demais, em que se revela a valorização do lugar onde se vive, através do olhar do outro, assim como demonstrado por Kastenholz *et al.* (2014). Neste caso, principalmente os aspectos paisagísticos. Os agricultores passam a valorizar seu lugar a partir do momento que um forasteiro observa beleza. É necessário um reconhecimento do valor do seu lugar por alguém que não o habita. E, para quem habita, a paisagem torna-se tão cotidiana não perde sua importância, seu valor. Mas,

de acordo com os entrevistados, as Caminhadas na Natureza é capaz de mudar isso e valorizar o lugar, através da visita de turistas.

Desta forma, percebem-se repercussões expressivas e positivas na dimensão social dos atores entrevistados. Nota-se que as Caminhadas na Natureza possuem condições de influenciar principalmente as relações sociais estabelecidas entre os atores.

## 6. Repercussões na dimensão econômica dos agricultores

A partir das entrevistas realizadas com os atores, procurou-se compreender a repercussão na dimensão econômica dos envolvidos, através da análise do incremento de renda, criação de novos negócios e de oportunidades profissionais. Acreditava-se que esta dimensão seria bastante significativa para os agricultores, pois na literatura as motivações para ingressar e permanecer na atividade de turismo rural pertencem principalmente a dimensão econômica. Contudo, conforme explicitado na sessão anterior, as motivações que regem os atores não são estritamente econômicas. Tampouco, o que mais satisfaz os atores é o incremento de renda e ganhos financeiros. A dimensão interpessoal é a principal motivação e fonte de satisfação para os atores entrevistados.

A impressão a respeito de alteração na dimensão econômica originada de sua participação nas Caminhadas na Natureza é indiferente, para a maioria dos entrevistados. Todos os 13 agricultores relataram incremento de renda. Um dos entrevistados afirmou que a renda originada da participação nas Caminhadas na Natureza é recolhida ao final do evento e destinada à Associação de Moradores. De acordo com a sua entrevista, o agricultor relata que a renda obtida na caminhada já foi utilizada para a melhoria estrutural da cozinha comunitária (ao lado da Igreja) e para a compra de utensílios

de cozinha, como, por exemplo, talheres, pratos, panelas, entre outros. Conforme seu relato, este afirmou que a aquisição destes utensílios foi planejada visando a melhoria do serviço de preparação das refeições para organização de caminhadas futuras. Isso demonstra que há um investimento da comunidade nas Caminhadas da Natureza. É possível afirmar que isso não ocorreria, se a impressão desta comunidade, com relação ao projeto, fosse negativa. O entrevistado revelou, ainda, que, além da melhoria na estrutura da cozinha comunitária, houve a construção de uma cobertura para a quadra de esportes da comunidade, que era um desejo antigo dos moradores. O depoimento do entrevistado revela que o lazer é algo valorizado pelos moradores do bairro, pois, é nos momentos de lazer que os membros da comunidade se encontram, estreitam e reforçam seus laços sociais. Além disso, o entrevistado afirma que o lazer é importante para manter os jovens nas comunidades rurais. Por isso, a importância em investir no lazer (atividades e estrutura) dos membros da comunidade, de acordo com o agricultor.

Apenas quatro agricultores responderam que as Caminhadas na Natureza oportunizaram o surgimento de novos negócios. De acordo com os depoimentos, esses novos negócios referem-se ao escoamento de uma produção de alimentos que já existia. Isso quer dizer que nenhum agricultor entrevistado criou um produto para vender exclusivamente na Caminhada na Natureza, contudo revela um caráter de complementaridade da renda que as caminhadas possuem, que não pode ser ignorado. Além disso, com relação às oportunidades profissionais originadas da participação nenhum agricultor relatou que as Caminhadas na Natureza oportunizaram melhorias profissionais.

Desta forma, as respostas dos entrevistados quantos às perguntas elencadas a responder as repercussões econômicas foram inconsistentes. Não apresentaram conteúdo suficientemente substancial para permitir uma análise aprofundada das implicações econômicas. Isso quer dizer que, ao

serem perguntados se obtiveram incremento de renda, criaram novos negócios ou tiveram oportunidades profissionais com sua participação nas caminhadas, grande parte dos entrevistados negaram.

## 7. Considerações Finais

Na análise das repercussões das Caminhadas na Natureza na vida dos atores, observa-se que a impressão dos entrevistados se refere, fundamentalmente, à dimensão social. Esta dimensão está também presente até quando os entrevistados foram perguntados sobre repercussões econômicas, pois a renda arrecadada serviu, para uma das comunidades, para melhorias em espaços de lazer comunitários.

Embora a diversificação econômica e integração a mercados sejam objetivos principais das políticas públicas em turismo rural, quando o Projeto Caminhadas na Natureza se aproxima da realidade do Território Vale do Iváí, a dimensão econômica não é a mais importante, de acordo com o depoimento agricultores.

Ao recordar Kageyama (2008) e Wanderey (2009), na esteira das políticas de desenvolvimento rural, o turismo surge como alternativa de diversificação econômica, mas, também, como estratégia de valorização das áreas rurais. A dimensão social, analisada a partir da motivação, satisfação, integração e valorização, vão ao encontro do que dizem as autoras. As relações sociais oriundas da necessidade de estreitar laços e trabalhar em conjunto são capazes de promover o a integração territorial, assim como valorizar as comunidades.

## Referências

- Agne, C. L. (2012). *Mudanças institucionais na agricultura familiar: as políticas locais e as políticas públicas nas trajetórias das famílias nas atividades de processamento de alimentos no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre. Dissertação.

- tação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural.
- Anda Brasil (2007). *Projeto Caminhadas na Natureza*. Silva Jardim, RJ: Anda Brasil.
- Arretche, Marta T. S. (1999) Políticas sociais no Brasil: descentralização em um Estado federativo. *Revista Brasileira das Ciências Sociais – RBCS*, v.14, n.40, jun. 1999. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v14n40/1712.pdf>. Acesso em: set. 2013.
- Carvalho, E.M. (2010). *A construção social de mercados para os produtos da agroindústria familiar*. Porto Alegre. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural.
- Fawcett, G. (2015). *The International Federation of Popular Sports*. Disponível em: <http://www.ivv-web.org/pages/en/pdf/The-IVV-An-Overview.pdf>. Acesso em: 15/11/2015.
- Ferrari, D.L. (2011) *Cadeias agroalimentares curtas: a construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina*. Porto Alegre. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural.
- Figueiredo, E. & Eusébio, C. (2014) A experiência vivida e cocriada pela população local. In: KASTENHOLZ, E. et al. *Reinventar o Turismo Rural em Portugal: cocriação de experiências turísticas sustentáveis*. Aveiro: UA Editora.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo da população*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 13 de julho, 2015.
- Instituto paranaense de assistência técnica e extensão rural (EMATER-PR). *Relatório 2012 do Projeto "Caminhadas na Natureza no Paraná"*. Curitiba: EMATER-PR, 2012.
- IVV. (2015) The IVV: one overview. Disponível em: <http://www.ivv-web.org/pages/en/pdf/The-IVV-An-Overview.pdf>. Acesso em: 25/07/2015.
- Kageyama, A.A. (2008) *Desenvolvimento rural: conceitos e aplicação ao caso brasileiro*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS
- Kastenholz, E., Eusébio, C., Figueiredo, E., Carneiro, M.J. & Lima, J. *Reinventar o turismo rural em Portugal – cocriação de experiências turísticas sustentáveis*. Aveiro: UA Editora, 2014.
- Lacay, M. C. (2012). *Desenvolvimento do turismo no espaço rural nas rotas do pinhão, Região Metropolitana de Curitiba: convergências e conflitos das políticas públicas*. Curitiba. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências da Terra, Programa de Pós-Graduação em Geografia.
- Mcintosh, R. W., Goeldner, C.R. & Ritchie, J.R. (1995). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Chichester: John Willey.
- Silva, M. A. C. da & Souza, M. de (2015) Motivações e benefícios socioeconômicos do turismo rural pedagógico para empreendedores e a comunidade rural: o caso do Projeto Viva Ciranda e Roteiros Caminhos Rurais. *Revista Turismo Visão e Ação*, v.17, n. 3, p. 630-657.
- Souza, M., Klein, A.L., Stigliano, B.V., Elesbão, I., Silva, M.A.C. da & Lemos, R. M. de. (2014). *O turismo rural pedagógico sob o viés da multifuncionalidade da agricultura. Análise a partir de três experiências desenvolvidas nos estados de Santa Catarina, Distrito Federal e São Paulo*. Porto Alegre: FACOS-UFSM.
- Wanderley, M. de N.B. (2009.) *O mundo rural como um espaço de vida: reflexões sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS.