

# ASPECTOS DETERMINANTES DA OFERTA TURÍSTICA PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL

## *DETERMINANT ASPECTS OF THE TOURISM OFFER IN THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM*

Helerson de Almeida BALDERRAMAS\*

### RESUMO

O turismo rural, atividade turística que ocorre no meio rural, integrando a atividade agrícola e pecuária, surge como alternativa para proprietários rurais na atual crise financeira fundiária, atrelada à falta de incentivos para o homem do campo. No entanto, alguns aspectos são inerentes ao desenvolvimento desta atividade turística. Este artigo apresenta tais aspectos e discute, teórica e conceitualmente, a vocação turística de propriedades rurais e recursos diferenciais necessários para esta modalidade de turismo.

**Palavras-chave:** Turismo; Turismo Rural; Empreendimento Rural; Vocação Turística; Diferenciais Rurais.

### ABSTRACT

Rural tourism, a tourist activity that takes place in the rural environment integrating agricultural activity and livestock farming emerges as an alternative for rural property owners in the current economic crisis, who are suffering from the lack of incentives for the farmer. Some aspects, however, are inherent to the development of this tourism activity. This article outlines these aspects and discusses, theoretically and conceptually, the tourism potential of rural properties and the natural attributes required for this type of tourism.

**Key words:** Tourism; Rural Tourism; Rural Enterprise; Tourism Potential; Natural Attributes.

---

### INTRODUÇÃO

Considerando o trabalho de conclusão da disciplina, Ocupação e Ordenamento dos espaços para o turismo - OET, do curso de Mestrado em Turismo e Hotelaria no Mercosul, ministrado pela Professora Dr<sup>a</sup>. Josildete Pereira de Oliveira, este trabalho realizou um estudo de zonas turísticas similares, do ponto de vista físico-geográfico, tendo como objeto de estudo duas propriedades rurais, sendo uma no Estado de São Paulo, denominada Fazenda do Engenho e outra no Estado do Mato Grosso do Sul, Fazenda São José, ambas com características similares no desenvolvimento de atividades turísticas.

Este artigo apresenta considerações que foram suscitadas após o desenvolvimento deste estudo e se propõe a discutir o turismo rural como atividade e alternativa de desenvolvimento para proprietários rurais.

Embora a análise de duas propriedades não sejam amostras consideráveis estatisticamente, este artigo demonstra que os resultados obtidos são

### INTRODUCTION

Taking into account the concluding work for the Occupation and Management of Tourism Areas (OMTA) course of the Masters Degree in Tourism and Hospitality, taught by Professor Dr. Josildete Pereira de Oliveira, this work is a study of similar tourism areas from the point of view of physical-geography. The study focuses on two rural properties, one in the state of São Paulo called *Fazenda do Engenho* (Mill Farm), and the other one in the state of Mato Grosso do Sul, called *Fazenda São José* (Saint Joseph Farm), both of which have similar characteristics in the development of tourism.

This article presents considerations that were raised after the development of this study and discusses rural tourism as an activity and as an alternative means of development for rural properties.

Although an analysis of two properties is insufficient to show statistical trends, this article

---

\* Mestrando em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí.

\* Student of the Master's Degree Course in Tourism and Hospitality at the University of Vale do Itajaí.

passíveis de aplicação teórico conceitual, especificamente no que tange a aspectos determinantes da vocação, motivação e recursos diferenciais turísticos.

Devido ao turismo rural ser uma atividade incipiente, surgindo no Brasil como alternativa econômica e por conta desta, banaliza-se a troca do lucro imediato, comprometendo a fidedignidade da atividade turística. Este artigo leva a refletir sobre a necessidade de profissionais de turismo avançarem em pesquisas científicas, a fim de estudar e implementar o fenômeno.

## **DETERMINANTES DA OFERTA TURÍSTICA RURAL**

Com o crescimento das cidades e metrópoles, problemas decorrentes da ausência de planejamento na ocupação territorial causam neuroses urbanas que, segundo a teoria do encasulamento (Popcorn, 1994:27-30), o homem cada vez mais se isola. O casulo armado, sua residência, protege-o dos outros seres humanos que invadem sua privacidade e o violentam; o casulo nômade, o automóvel, onde passa boa parte de sua vida útil em longos congestionamentos; o casulo socializado, ou seja, os pequenos grupos de iguais, mesma classe social, mesmo emprego, mesmo condomínio.

Este processo em que se encontra o homem no final do século XX, instiga o indivíduo a se distanciar do entorno e cotidiano para seu próprio bem estar. Neste aspecto, vale salientar o conceito de turismo dado por De La Torre, 1992:19:

“O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada gerando múltiplas inter-relações de importância social econômica e cultural.”

No entanto, os gestores de atividades turísticas, ou seja, os empreendedores do ramo, baseiam-se em definições voltadas à economia. Para McIntosh, 1997 apud Beni, 1998:36 “turismo pode ser definido como a ciência, a arte e a atividade de atrair e transportar visitantes, alojá-los e cortesmente satisfazer suas necessidades e desejos” assim, podendo ser uma atividade econômica geradora de renda.

O turismo, como fenômeno social e econômico, vem tendo crescente segmentação de mercado com a implantação de produtos específicos para públicos determinados, pois são muitas as motivações e os fatores determinantes para que o homem saia de sua habitualidade e procure um atrativo tu-

shows that the results obtained can nevertheless be applied as theoretical concepts, particularly with regard to the aspects which determine tourism and the various motivations and reasons for tourism.

Since rural tourism is an incipient activity, appearing recently in Brazil as an economic alternative, the earning of a quick profit has become commonplace, compromising the trustworthiness of such tourism activity. This article considers the need for tourism professionals to promote scientific research, with the aim of studying the phenomenon and putting it into practice.

## **DETERMINANT FACTORS OF THE RURAL TOURISM OFFER**

With the growth of cities and urban areas, problems arising from the lack of urban planning are causing stresses and neuroses, by which, according to the cocoon theory (Popcorn, 1994:27-30) man is becoming more and more isolated. The well-equipped cocoon, his home, protects him from other human beings who invade and violate his privacy. The nomadic cocoon, his car, where he spends most part of his life in traffic-jams; the social cocoon, that is, small groups of equals of the same social class, same work, same apartment building.

This process in which man is finding himself at the end of the 20<sup>th</sup> century is causing the individual to distance himself from his surroundings and everyday life for his own good. From this point of view, it is worth noting the definition of tourism given by De La Torre, 1992:19:

“Tourism is a social phenomenon which consists of the voluntary and temporary shifting of individuals or groups of people for the purpose of recreation, rest, culture or health, leaving their usual place of residence for another place, in which they do not carry out any profit-making or money-earning activity, generating multiple interrelationships of social, economic and cultural significance.”

However, managers of tourism activities, i.e., entrepreneurs of this field, base themselves on definitions directed towards economy. For McIntosh, 1977 apud Beni, 1998:36 “tourism may be defined as a science, as an art, and as an activity to attract and transport visitors, accommodate them and courteously meet their needs and wishes.” So being an economic activity which generates income.

Tourism as a social and economic phenomenon has become a growing market segment with the introduction of specific products targeted at a specific sector of society. There are many

rístico. Por esta razão “as motivações são as causas subjetivas que vão fazer com que o turista decida sua viagem” (Barretto, 1997:64), e estas, conduzem o homem a situações que o levam a evadir-se do cotidiano, satisfazendo a vontade de estar em contato com a natureza e/ou diferentes culturas.

O turismo rural, conceituado como atividade turística que ocorre no meio rural, integrando a atividade agrícola e pecuária, tendo como oferta o ambiente natural e suas modificações para atividades agropastoris e cultura local da zona rural, surge como alternativa para proprietários rurais na atual crise financeira fundiária, atrelada à falta de incentivos para o homem do campo, pois, além de contemplar as motivações humanas ao turismo, torna-se um empreendimento capaz de captar recursos financeiros para a propriedade rural.

Esta alternativa consiste em aproveitar a propriedade como atrativo turístico e satisfazer as motivações de necessidade e desejo, de estar em contato com o ambiente natural e ou resgatar raízes culturais de antepassados que habitaram a zona rural, ou ainda simplesmente, conhecer e contemplar o cotidiano daqueles que trabalham no sistema de produção agropecuária. Quando existe interatividade do turista com o manejo nas atividades agropastoris, pode-se classificar esta modalidade como Agroturismo ex.: ordenhar, tratar dos animais, trabalhar em colheitas, auxiliar no manejo do gado, etc.

Existem propriedades rurais detentoras de diferenciais turísticos como, por exemplo, as fazendas de engenho, as fazendas cafeeiras do fim do Império e início da República, e as fazendas agropastoris da atualidade. Entretanto, outras propriedades mantêm uma estrutura urbano-rural que, pelo entorno e decoração típicos, integram-se ao ambiente rural. Estas são passíveis de desenvolvimento das atividades turísticas a que se propõem, outras, são totalmente descaracterizadas, embora desenvolvam atividades de turismo rural.

É importante salientar que deveriam ser classificadas como propriedades rurais temáticas, os empreendimentos que não possuem tradição e/ou cultura rural, pois estas exercem suas atividades de maneira cênica.

Segundo Beni, 1998:381, “a demanda por turismo apresenta ainda uma especificidade própria, consoante às diversas motivações, necessidades e preferências dos turistas pelo principal produto permanente ou eventual, que imprime ao núcleo receptor sua vocação turística e seu consequente poder de atração, permitindo-lhe uma afluência autodeterminada ou dirigida. Decorrem daí vários tipos de turismo.”

A vocação turística para o turismo rural é aspecto relevante para qualquer implantação de

motivations and determining factors which cause a person to leave his usual place of residence and seek a tourist attraction. For this reason, “motivations are the subjective causes by which a tourist decides upon his journey” (Barreto, 1997:64) and they lead people into situations where they can escape from daily routine, fulfilling the desire to be in contact with nature and/or different cultures.

Rural tourism is defined as an activity which occurs in a rural environment, integrating agriculture and livestock farming, offering a natural environment and its modifications for agricultural and livestock farming activities as well as the local culture of the rural area. It has arisen as an alternative for rural property owners in this current economic crisis, where there is a lack of incentives for the farmer. Besides considering the human motivations for tourism, rural tourism can become a business capable of generating financial resources for the rural property.

This alternative involves making the most of the property as a tourist attraction and satisfying the motivations of needs and demands, being in contact with the natural environment and rescuing the cultural heritage of predecessors who lived in the rural area, or even simply experiencing and contemplating the daily life of those who work in the agricultural production system. When there is interaction between the tourist and the agricultural operator, this can be described as Agrotourism, e.g., milking, feeding animals, harvesting, helping in the management of livestock, etc.

There are certain rural properties which have special attributes, such as sugar mills, coffee plantations dating from the end of the Empire or beginning of the Republic, and modern agricultural and cattle farms. Other properties, on the other hand, maintain an urban-rural structure which, owing to their characteristic architecture and interior decoration are integrated into the rural environment. These have potential for tourism development as they stand whereas others are totally unfitting, but still have potential for rural tourism development.

It is important to point out that businesses which have no rural tradition and/or culture should be classified as rural theme properties, since these carry out their activities in a scenic manner.

According to Beni, 1998:381, “the demand for tourism still has its own specifications, according to the diverse motivations, needs and preferences of tourists for the main permanent or eventual product, which prints its tourism potential on the core destination, and its resulting power of attraction, allowing a self-determined

atividade turística. O produto turístico do núcleo receptor, que se propõe a esta atividade, necessita de especificidade própria consoante a motivação de seus usuários.

Para Beni, 1998:271-280, do subsistema da oferta e do diferencial turístico, os atrativos turísticos naturais “estão localizados no espaço físico-geográfico constituindo o que se convencionou a chamar de paisagem (...) de valores qualitativos para o uso do turismo.” Os atrativos históricos/culturais “são manifestações sustentadas por elementos materiais que se apresentam sob a forma de bens imóveis ou móveis”, bem como as manifestações e usos tradicionais e populares, ou seja, “todas as práticas culturais que são tidas como específicas do próprio local ou da região que as integram, ou ainda, idênticas em nível nacional como: atividades cotidianas e festivas de ordem sacra ou profana, de caráter popular e folclórico, consideradas objeto de apreciação e ou participação turística” e as realizações técnicas em “áreas rurais (fazendas, sítios e outros), onde sejam desenvolvidas atividades agrícolas e ou pastoris com técnicas e métodos que despertem interesse e condições para visitação turística” compõe a oferta turística de propriedades de turismo rural:

or guided affluence. Various types of tourism arise from this view.”

The potential for rural tourism is a relevant aspect for any introduction of tourism. The tourism product imprinted on the core destination which this activity proposes, needs its own specifications, according to its users’ motivations.

For Beni, 1998:271-280, the subsystem of the offer and the tourism attribute, natural tourist attractions “are located in the physical-geographical space constituting what is traditionally called the countryside (...), which is of qualitative value for tourism use.” Historical and cultural attractions are “manifestations supported by physical elements which appear as fixed assets or real estate”, as well as traditional and popular uses, that is, “all the cultural practices which are considered as specific to the local area or region, or even identical at national level, such as daily activities and religious or profane festivals of a popular and folkloric nature, which are considered objects of appreciation and/or tourist participation.” Also, technical procedures in “rural areas (farms, etc.) where agricultural or livestock activities may be carried out using techniques and methods which attract interest and offer conditions for tourist visits” in rural tourism properties.

TABELA TABLE

DETERMINANTES DA OFERTA TURÍSTICA RURAL DETERMINING FACTORS OF THE RURAL TOURISM OFFER		
<b>Paisagem natural</b> <i>Natural countryside</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flora local</li> <li>• Fauna local</li> <li>• Recursos hídricos</li> <li>• Qualidade do panorama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Local fauna</li> <li>• Local flora</li> <li>• Water resources</li> <li>• Quality of scenery</li> </ul>
<b>Condições ambientais</b> <i>Environmental conditions</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organização dos espaços</li> <li>• Condições das trilhas</li> <li>• Abastecimento de água potável</li> <li>• Conservação e limpeza</li> <li>• Disposição final do esgoto</li> <li>• Coleta e disposição final do lixo</li> <li>• Suprimento de energia elétrica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spatial planning</li> <li>• Road/track conditions</li> <li>• Supply of drinking water</li> <li>• Conservation and cleanliness</li> <li>• Sewage disposal</li> <li>• Collection and disposal of garbage</li> <li>• Electricity supply</li> </ul>
<b>Atividades econômicas rurais</b> <i>Rural economic activities</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultura</li> <li>• Pecuária</li> <li>• Avicultura</li> <li>• Fruticultura</li> <li>• Horticultura</li> <li>• Apicultura</li> <li>• Piscicultura</li> <li>• Aquicultura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agriculture</li> <li>• Livestock farming</li> <li>• Poultry farming</li> <li>• Fruit farming</li> <li>• Horticulture</li> <li>• Apiculture</li> <li>• Fish farming</li> <li>• Crustacean farming</li> </ul>
<b>Paisagem edificada (arquitetura e construção)</b> <i>Urban landscape (architecture and construction)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vias de acesso</li> <li>• Equipamentos turísticos</li> <li>• Equipamentos de apoio</li> <li>• Equipamentos culturais típicos rurais</li> <li>• Decoração típica rural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Access routes</li> <li>• Tourism facilities</li> <li>• Support facilities</li> <li>• Rural cultural facilities</li> <li>• Typical rural setting</li> </ul>
<b>Atividade turística</b> <i>Tourism activity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programadas (atividades cotidianas da propriedade rural ex.: ordenha, trato dos animais, trabalho em colheitas, manejo do gado, etc.)</li> <li>• Eventuais (festas tradicionais, atividades agropecuárias sazonais, etc.)</li> <li>• Não programadas (contemplação, meditação, caminhadas aleatórias, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programmed events (daily activities of the rural property, for example, milking, feeding animals, harvesting, management of livestock, etc.)</li> <li>• Eventualities (traditional festivals, seasonal cattle fairs, etc.)</li> <li>• Non-programmed events (contemplation and meditation, random walks, etc.)</li> </ul>
<b>Manifestações culturais</b> <i>Cultural manifestations</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artesanato</li> <li>• Gastronomia típica (alimentos e bebidas)</li> <li>• Festas tradicionais religiosas, (populares e folclóricas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Handicrafts</li> <li>• Food and drink typical of the region</li> <li>• Traditional religious, popular folkloric festivals</li> </ul>

Elaborado pelo autor com a aplicação do Subsistema da Oferta e Diferencial Turístico (Beni, 1998:271-80).

Elaborated by the author with the application of Subsystem of Offer and Tourism Attribute (Beni, 1998:271-80).

Para complementar a oferta turística, ainda se fazem necessários os aspectos históricos que fundamentaram a tradição familiar no desenvolvimento de atividades agropastoris, pois delas decorrem a herança cultural. “Cultura é resultado. É criação vivencial, isto é, condicionante de vida para o homem em sociedade. Assim é uma relação homem, natureza e idéias.” (Rodrigues, Armando C. apud Pereira, Nereu do V., 1993:146)

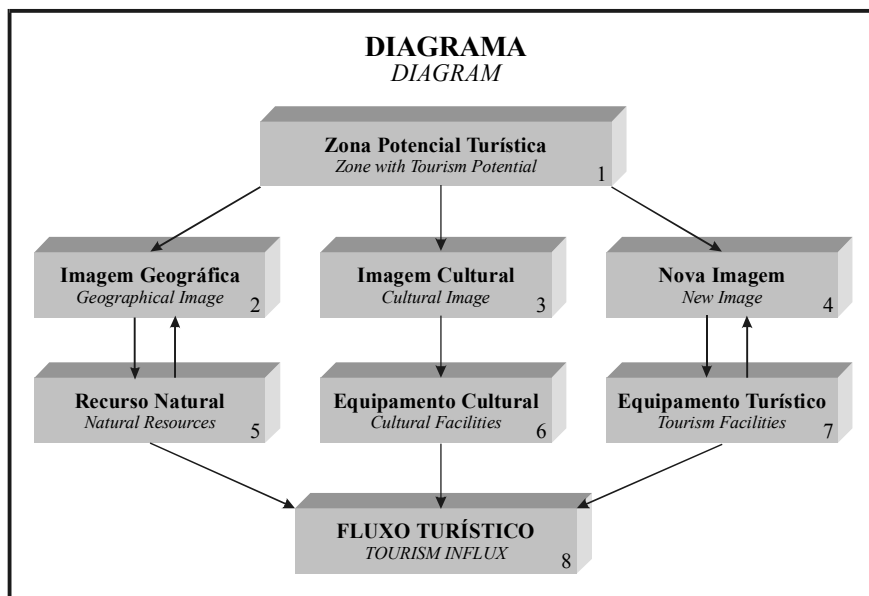
O entorno cultural é aspecto significativo no desenvolvimento do turismo rural para a fidedignidade e originalidade do entorno que, diretamente, influenciam na satisfação “ecológico-rural”,<sup>1</sup> plena da motivação turística, assim como a hospitalidade familiar que tem seu valor nesta modalidade de turismo. Portanto, “é impossível desconsiderar a cultura como uma das mais importantes motivações das viagens turísticas.” (Ruschmann, 1997:50)

A determinação para esta modalidade de turismo aplicando-se ao conceito de Zona Geográfica, potencialmente turística, de Jean-Marie Miossec, 1975, necessita de componentes tangíveis e intangíveis para compor a imagem da zona potencial turística, neste caso, o núcleo receptor ou seja, propriedade rural que desenvolve atividade turística.

Historical aspects are still needed in order to complement the tourism offer, since these form the basis of family tradition in the development of agricultural and cattle farming activities which give rise to cultural heritage. “Culture is the result. This is creation based on living experience that is a requirement of life for man in society. So, this is a relationship between man, nature and ideas.” (Rodrigues, Armando C. apud Pereira, Nereu do V., 1993:146)

The cultural environment is the significant feature of rural tourism development for the faithfulness to and originality of the environment which directly influences “ecological-rural”<sup>1</sup> satisfaction, which is perfect for tourism motivation, likewise for family accommodation, an important aspect of this type of tourism. However, “It is impossible not to consider culture as one of the most important motivations for tourist travel.” (Ruschmann, 1997:50)

The determination for this type of tourism using the concept of the Geographical Zone with tourism potential of Jean-Marie Miossec (1975), requires tangible and intangible components in order to make up the image of a zone with tourism potential, in this case, the core destination, i.e., the rural property that is developing tourism activity.



Elaborado pelo autor com a aplicação do conceito de Jean-Marie Miossec, 1975.

Elaborated by the author with the application of the concept of Jean-Marie Miossec, 1975.

Conforme o Diagrama, a Zona Potencial Turística<sub>(1)</sub>, propriedade turística rural, é composta por três imagens, a saber: Imagem Geográfica<sub>(2)</sub> que contempla aspectos da paisagem natural físico-geográfica, meio ambiente onde se insere a propriedade rural;

According to the Diagram, the zone with tourism potential<sub>(1)</sub>, the rural tourism property is composed of three images. These are: the geographical image<sub>(2)</sub>, which considers aspects of the natural geographical landscape, the environment in which the rural property is situated;

Imagem Cultural<sub>(3)</sub>, que implica no entorno cultural, histórico, econômico, social, político e suas manifestações; Nova Imagem<sub>(4)</sub>, atividade turística em si, seus componentes técnicos, de serviços e de qualificação profissional. Cada imagem implica uma resultante. Recurso Natural<sub>(5)</sub>, resultante do processo de transformação da imagem geográfica, paisagem natural em paisagem cultivada, na qual houve a intervenção do homem para suas atividades agropecuárias; Equipamentos Culturais<sub>(6)</sub>, resultante da imagem cultural, composto por feitorias, objetos e móveis, produzidos de maneira rudimentar, para suprir as necessidades do homem do campo; Equipamento Turístico<sub>(7)</sub>, resultante da nova imagem, infra-estrutura turística<sup>2</sup> necessária para o bom desenvolvimento de qualquer atividade turística. Nota-se que, em se tratando de um núcleo receptor de propriedade particular, esta infra-estrutura não necessariamente deve totalmente estar na propriedade, mas nas imediações. A resultante final dos aspectos supramencionados fazem da propriedade turística rural um empreendimento turístico, consolidado pelo Fluxo Turístico<sub>(8)</sub>.

O turismo rural, como empreendimento, necessita estruturação e adequação da propriedade para a recepção dos turistas, sendo um investimento capaz de tornar as propriedades em empresas turísticas, com objetivos específicos: “integrar nova fonte de renda, receita adicional da propriedade; melhorar a qualidade de vida do homem do campo, tornando sua propriedade auto-suficiente; diminuir o êxodo rural, evitando a venda da propriedade; favorecer o reequilíbrio dos lucros e dividendos da empresa agrícola; explorar adequadamente o meio rural, conservando e protegendo o meio ambiente; valorizar os produtos típicos; resgatar as tradições culturais do meio rural; estreitar as relações entre o campo e a cidade; gerar emprego e renda.” (SEBRAE/SP – Agência Bauru)

Segundo Ruschmann, 1997:132, “como vantagem deste ‘consumo’ da natureza deve-se ressaltar que, antes da sua utilização para o turismo, as localidades rurais eram economicamente débeis e registrava-se um acentuado êxodo rural. Atualmente em virtude dos rendimentos trazidos pelos equipamentos e serviços criados para atender os turistas, as localidades se desenvolveram economicamente e o êxodo rural praticamente não ocorre mais.”

São considerações estimulantes ao desenvolvimento deste empreendimento, basta as propriedades somatizarem os aspectos necessários à oferta turística para que o desenvolvimento do turismo rural seja pleno e consolidado.

the Cultural Image<sub>(3)</sub>, consisting of the cultural, historical, economic, social and political surroundings and their manifestations; and the New Image<sub>(4)</sub>, a tourism activity itself, its technical components of services and professional qualification. Each image implies a result. Natural Resources<sub>(5)</sub> resulting from the process of transformation of the geographical image, natural and cultivated landscape, where there has been human intervention in order to carry out livestock farming activities. Cultural Facilities<sub>(6)</sub>, resulting from cultural image, composed of settlements, objects and property produced in a rudimentary form, in order to provide the basic necessities of the rural dweller. Tourism Facilities<sub>(7)</sub>, resulting from the New Image, the tourism infrastructure<sup>2</sup> necessary for the proper development of any tourism activity. Note that when dealing with a core destination of private property, this infrastructure need not necessarily be within the property, but in the immediate surroundings. The final result of the above mentioned aspects makes the rural tourism property a tourism business consolidated by Tourism Influx<sub>(8)</sub>.

Rural tourism while being a business, requires the property to be well structured and adequate to receive tourists, being an investment capable of turning properties into tourism enterprises with specific goals: “to provide a new source of income, an additional revenue from the property; to improve the quality of life of rural dwellers, making their property self-sufficient; to lessen the rural exodus, avoiding the need to sell property; to favor re-balancing of profits and bonuses within the agricultural company; to adequately explore the rural environment, conserving and protecting the environment; to increase the value of regional products; to rescue cultural traditions of the countryside society; to improve relations between the rural and the urban environment; to generate employment and income.” (SEBRAE/SP – Bauru Agency)

According to Ruschmann, 1997:132, “as an advantage of this ‘consumption’ of nature, it must be emphasized that before its utilization for tourism, the rural locations were economically weak and registered a large rural exodus. Currently, thanks to the income brought by facilities and services created to meet the needs of tourists, these areas are now growing economically and the rural exodus has practically ceased.”

The above mentioned considerations are stimulating to the development of this enterprise. All one has to do is add the necessary aspects to the tourism offer, for the development of rural tourism to be complete and consolidated.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho permitiu demonstrar o conceito de Miossec sobre a importância dos aspectos da imagem geográfica, imagem cultural e nova imagem na composição da imagem de uma zona potencialmente turística. No caso das propriedades, que pretendem ou desenvolvem o turismo rural, este artigo relacionou aspectos determinantes da oferta turística rural, bem como a vocação turística rural das propriedades que desenvolvem tal modalidade.

Os recursos turísticos rurais devem ser preparados para o turismo, de forma planejada, adotando medidas de gestão e de planejamentos, que valorizem os recursos e contemplem a finalidade de promover o desenvolvimento da atividade. Também devem satisfazer a especificidade de seu cliente com originalidade na oferta apresentada, consolidando a atividade, do ponto de vista empreendedor.

---

## NOTAS

<sup>1</sup> A satisfação “ecológico-rural” (Peter, 1992:14 apud Ruschmann, 1997:132) “dos cidadãos urbanos deve ser preservada por meio de medidas empreendidas nas comunidades receptoras, que deverão investir os lucros em medidas que visem à proteção da atratividade da paisagem atual, para que as gerações futuras possam apreciá-las e viver as mesmas experiências dos turistas atuais.”

<sup>2</sup> Segundo o Manual de iniciação ao estudo do turismo de Barretto, Margarita, 1997:39, a “infra-estrutura turística está constituída pela soma de: Infra-estrutura de acesso (estradas, aeroportos, portos, rodoviárias, estações de trem); Infra-estrutura básica urbana (ruas, sarjetas, iluminação pública, etc.); Equipamentos turísticos, que são as construções que permitem a prestação de serviços turísticos (alojamentos, nos núcleos receptores; agências, nos núcleos emissores; transportadoras em ambos; rede gastronômica, restaurante); Equipamentos de apoio, que são as instalações que permitem a prestação de serviços que não são exclusivamente turísticos, mas são quase indispensáveis para o desenvolvimento desta atividade (rede de atenção médico-hospitalar, rede de atenção ao automóvel, rede de entretenimento, etc.).”

## FINAL CONSIDERATIONS

This work enables the demonstration of Miossec's concept of the importance of geographical image, cultural image and new image in the composition of the image of a zone with tourism potential. In the case of properties that intend to or are developing rural tourism, this article outlines determinant factors of the rural tourism offer as well as the rural tourism potential of properties which are developing such activity.

Rural tourism resources must be prepared for tourism in a carefully planned way, adopting management and planning methods which value the resources, while seeking to promote the development of the activity. They must also satisfy clients' demands in an original way within the offer presented, thus consolidating the activity from the business perspective.

---

## NOTES

<sup>1</sup> The “ecological-rural” satisfaction (Peter, 1992:14 apud Ruschmann, 1997:132) “of urban citizens must be preserved through measures carried out in the receiving communities, which should invest profits in measures which aim to protect the attractiveness of the current landscape, so that future generations can appreciate it and have the same experience as the present tourists.

<sup>2</sup> According to the introduction to the study of tourism manual by Barreto, Margarita, 1997:39, “the tourism infrastructure consists of: access infrastructure (roads, airports, ports, motorways, train stations); basic urban infrastructure (roads, gutters, street lighting, etc.); tourist facilities built to enable services to be carried out for tourists (accommodation; agencies; transport services; gastronomic network, restaurants); support facilities, which are installations to enable services to be rendered that are not solely for tourists, but are almost indispensable for tourism development (medical and hospital network, automobile servicing facilities, entertainment, etc.).”

---

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENI, Mário Carlos. *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: SENAC, 1998.
- BARRETTO, Margarita. *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. 2 ed. Campinas: Papyrus, 1997.
- DE LA TORRE, O. *El Turismo, Fenômeno Social*. México: Fondo de cultura Económica, 1992.
- MIOSECC, Jean-Marie. *Un Modèle de L'Espace Touristique. Révue Géographique n° 01*. Paris: 1975.
- RUSCHMANN, Doris v. de M. *Turismo e Planejamento Sustentável, a Proteção do Meio Ambiente*. Campinas: Papyrus, 1997.
- PAIVA, Maria das Graças de Menezes V. *Sociologia do Turismo*. Campinas: Papyrus, 1995.
- PELEGRINI, Américo Filho. *Ecologia, Cultura e Turismo*. Campinas: Papyrus, 1993.
- PEREIRA, Nereu do Vale. Raízes Culturais Açorianas na Freguesia de Nossa Senhora da Lapa do Ribeirão da Ilha (Santa Catarina, Brasil). *Anais da III semana de estudos da cultura açoriana e catarinense*. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 1993.
- POPCORN, Faith. *O Relatório Popcorn*: centenas de idéias de novos produtos, empreendimentos e novos mercados. Trad. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
- SEBRAE/SP. *Palestra: Turismo Rural*. Bauru: SEBRAE/SP - agência Bauru.