

Perspectivas para o desenvolvimento do turismo no espaço rural de Palmas - TO

Antenor Roberto Pedroso da Silva (beto@effto.gov.br)* e
Maria Geralda de Almeida (galmeida@iesa.ufg.br)**

Resumo

O Turismo Rural é uma das modalidades de turismo alternativo que mais vem apresentando crescimento no Brasil. Seus atrativos são os recursos naturais, a cultura, a gastronomia local e o modo de vida dos rurícolas. Ele é praticado em propriedades rurais, onde o turista vive o campo, enquanto observa o modo de vida e as práticas agrícolas do local de hospedagem. Para que os pequenos produtores possam gerar renda e emprego explorando a atividade, é preciso ter planejamento. Para isso, deve-se ter em mente que a atividade turística deve ser complementar à atividade agrícola e, principalmente, uma interface com o agronegócio. Na região do município de Palmas, no Tocantins não é diferente. Apesar de não estar consolidada a prática na região, a atividade de turismo no espaço rural tende a se configurar em uma saída para melhorar a geração de renda para os agricultores familiares. Para que a atividade seja bem sucedida na região, é necessária a participação mais ativa do poder público e dos outros agentes fomentadores do turismo, pois os atores locais envolvidos (os proprietários) precisam de mais informações para conhecer e desenvolver a atividade. Neste trabalho, objetiva-se a discussão teórico-metodológica da prática do turismo no espaço rural, a interface dessa atividade com o agronegócio. O objetivo principal é mostrar que a atividade de turismo no espaço rural, enquanto agronegócio, pode ser uma saída para a geração de renda para a população local. Esse trabalho foi extraído da dissertação de mestrado defendida pelo autor no Mestrado em Agronegócios pela Universidade Federal de Goiás.

Palavras-chave: agronegócios, turismo no espaço rural, agricultura familiar, Palmas.

Abstract

The Rural Tourism is one of the modalities of alternative tourism that has been increasing in Brazil. The agitated life in the great centers has provoked a race for this modality, which represents the come back of peace and the tranquillity. The attractive ones are the natural resources, the culture, the local feeding and the way of life of the man of the field. The rural tourism is practised in country properties, where the tourist lives the field, while he observes the way of life and the practical agriculturists of the lodging place. At the same time, the activity, when it is planned well, it can promote wealth for the local areas where it lies on itself. That is, small good producers may crop spoon fruits taking part in this activity. For that, it must be in mind that the tourist activity must also be a complement to the agricultural activity, without overlapping to this one and not replacing it, duly warned to lose the characteristic of tourism in agricultural space, mainly, its interface with the agribusiness. In the region of the city of Palms, Tocantins State, it is not different. Although it has not initiated, the activity of tourism in the agricultural space can be configured in an exit to improve the generation of income for the familiar agriculturists. However, in order to make the activity functions work out in the region, it is necessary an active participation of the public power, and a promotion agent of the tourism. Therefore, the involved local actors (the proprietors) need more information to get to know the activity, and how it is carried out, to be able to develop this activity at ease in their properties. This research, aims a theoretic-methodological discussion of the practice of the tourism in the agricultural space, the interface of this activity with the agribusiness, the mapping of the bases found in the region for the activity and an analysis of the agricultural way to observe if it has conditions to develop such activity.

Key-words: agribusiness, tourism in the rural space, familiar agriculture, Palmas.

Introdução

O turismo é uma das maiores fontes de emprego e renda na atualidade. Isso por que as pessoas apostam na globalização econômica, mostrando que a tecnologia e o desejo de consumo encurtam as distâncias. Com isso, o turismo cresceu de importância como atividade econômica.

Faltam informações exatas sobre a alocação da mão-de-obra pelo turismo, nas Américas, no biênio 1996/1997. Mas, no aspecto mundial - e sem discutir filigranas estatísticas, mesmo porque há, sempre, desigualdades entre indicadores de uma fonte de pesquisa em relação à outra - a EMBRATUR e a OMT admitem, segundo Carvalho (2001) a geração de 22,5 milhões de empregos, em 1996, e de 23 milhões, em 1997. No Brasil, segundo dados disponíveis no site da EMBRATUR, no ano de 2003 foram empregadas 1.397.216 pessoas na atividade turística.

Além de ser um grande sonho de consumo, as pessoas têm muitos motivos para viajar: negócios, lazer, saúde, cultura, esportes e aventura, religião e muitos outros. O Brasil tem atrativos de sobra para quem quer viajar: belezas naturais, praias, florestas, cidades históricas, cidades modernas, centros industriais, um rico calendário de festas e eventos, culinária, festivais de música e arte, acontecimentos esportivos, estações de cura e mais de uma infinidade de motivos para atrair turistas internos e também do exterior.

O setor rural brasileiro vivencia um momento caracterizado pela transição, que certamente contribuirá para a definição de novos rumos. Iniciamos o século XXI participando efetivamente do processo de inserção da nossa realidade em um mundo globalizado. Produtores rurais em suas bases agrícolas, assim como todos os outros setores da economia nacional, abrem suas propriedades para um cenário mundial de competitividade, que exige produtos/

serviços e estratégias empresariais compatíveis com os novos padrões vigentes.

Analisando o setor agrícola de nosso país, desde os primórdios até a sua atualidade, constata-se que houveram vários momentos de marcantes transformações no processo evolutivo e que ao longo dos anos, muitos foram os produtores que se adaptaram a estas transformações que o momento exigia.

A realização de mudanças nas formas de sobrevivência até então existentes, ocorreu pela utilização de novas estratégias que permitiram, pelo menos para alguns, a rentabilidade e a satisfação mínima para manutenção do homem no campo. Essas estratégias surgiram a partir do reconhecimento e da percepção da realidade que permeava seu cotidiano produtivo, garantindo a visão sistêmica da propriedade e possibilitando a realização do planejamento administrativo.

O propósito principal desse artigo é o de analisar o mercado consumidor para a atividade de turismo no espaço rural no município de Palmas - TO e seus principais entraves, para saber se é interessante o desenvolvimento da mesma na região.

A atividade turística e o desenvolvimento local

Assim como qualquer nova atividade que está para se iniciar, o turismo no meio rural em Palmas tem aspectos positivos e negativos. Portanto, é um negócio que exige muito conhecimento por parte de quem queira entrar no mercado, tanto de seus aspectos econômicos e financeiros, como do mercado e da demanda pela atividade.

Além de saber das condições locais e dos atrativos do município, tem de se conhecer os problemas existentes para a atividade no Estado do Tocantins, o

*Professor da ETF - Palmas
Mestre em Agronegócios pela UFG.

**Professora do IESA - UFG.

mercado consumidor e a demanda para esta atividade. Por isso, iniciar um negócio não é tarefa das mais simples. Para o SEBRAE (2004), montar um negócio exige todo um planejamento antecipado, qualquer que seja o empreendimento ou ramo de atividade. Portanto, alguns cuidados devem ser seguidos: o primeiro passo é avaliar as próprias características, identificando quais são os aspectos positivos que possuem encarando as limitações. Ser um empreendedor tem seus problemas. Mas pode ser uma alternativa para o desenvolvimento local. Dolabela (1999) fala que

tudo leva a crer que o desenvolvimento local seja função do grau de empreendedorismo de uma comunidade. As condições ambientais favoráveis ao desenvolvimento precisam de empreendedores que aproveitem e que, através de sua liderança, capacidade e de seu perfil, disparem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão sobretudo em valores culturais, na forma de ver o mundo (1999, p. 30).

Para ele, estimular a atividade empreendedora, com a abertura de negócios adaptados à realidade da cultura e dos costumes locais, pode levar uma determinada comunidade a alcançar o desenvolvimento local.

Antes de demonstrar como o turismo no meio rural pode contribuir para o desenvolvimento local, faz-se necessário conhecer o que é o Desenvolvimento Local em sua essência. Portanto, partindo-se da análise de algumas obras que tratam de forma direta ou indireta do tema, pretende-se abordar, ainda que de forma breve, essa temática.

Ávila et all. (2001, p. 19), começam buscando entender o significado de desenvolvimento, ao reportar-se ao "Novo Dicionário Aurélio", que demonstra seu

significado da seguinte forma: "1. Ato ou efeito de desenvolver (-se) (...). 2. Adiantamento, crescimento, aumento, progresso. 3. Estágio econômico, social e político de uma comunidade, caracterizando por altos índices de rendimento dos fatores de produção, i. e., os recursos naturais, o capital e o trabalho".

Todavia, o desenvolvimento tem dois sentidos: no primeiro, o ato ou efeito de desenvolver, que dá margem a outras interpretações, como aquilo que Ávila (2000, p. 69), chamou de "desenvolvimento no local". No outro sentido, aquele em que, segundo Merigue (2003), a localidade é somente a sede do desenvolvimento, sem haver um comprometimento com a comunidade, com sua cultura e identidade. Às vezes até buscando a participação da localidade, limitando o desenvolvimento porém, ao mero "fazer para acontecer", sem uma preocupação com sua sustentação.

De acordo com Martins (2002),

o termo desenvolvimento tem sido associado à noção de progresso material e de modernização tecnológica. Sua promoção, mediante o desrespeito e a desconsideração das diferenças culturais, da existência de outros valores e concepções, já teria funcionado como "Cavalo de Tróia", que, vestido da sedução do progresso, teria carregado em seu interior o domínio e a imposição culturais que desequilibram e abalam as sociedades. (2002, p. 52)

Para este, o desenvolvimento não pode ser visto como algo que vem pré-fabricado, pronto para ser aplicado em uma região sem se analisar as necessidades do lugar. Neste caso, corre-se o risco de se perder os valores locais em detrimento de uma cultura que não pertence àquela localidade.

Na visão de Souza (2002, p. 18), o desenvolvimento não deve ser visto como

sinônimo de desenvolvimento econômico, pois este vê o desenvolvimento econômico como um "binômio formado pelo crescimento econômico (...) e pela modernização tecnológica, em que ambos se estimulam reciprocamente". Para ele, o termo desenvolvimento deve "designar um processo de superação de problemas sociais, em cujo âmbito uma sociedade se torna, para seus membros, mais justa e legítima".

Assim como Martins (2002), Souza (2002) trata o desenvolvimento como uma atividade que leva os benefícios conjuntamente a toda a população envolvida, levando-se em consideração a sua cultura e seus valores. Para isso, a noção do desenvolvimento não deve se basear apenas em crescimento da economia ou o uso maior da tecnologia, e sim pelo acesso destes pela comunidade. Percebe-se que a comunidade local deve estar envolvida no processo, pois a maior interessada é esta e ela deve trilhar o caminho de desenvolvimento que for mais adequado. Nesse processo, a participação popular tende a contribuir para que se tenha a noção exata das necessidades locais.

Com o processo de descentralização das políticas públicas em curso no país, as iniciativas locais de estabelecer novas formas de integração e trocas entre os diferentes segmentos espaciais e setores de atividade começam a ganhar força. Com isso, a ordem do dia é investir para a valorização da economia local.

O turismo como atividade de preservação da natureza e da cultura, deve ser fomentadora de um desenvolvimento com base local e parte de políticas que visam esse viés do desenvolvimento. Poderá contribuir, portanto, para levar o desenvolvimento às comunidades rurais do local onde a atividade será implantada e/ou consolidada.

A atividade turística, como promotora do desenvolvimento local, tem sido objeto recente de estudos e pesquisas sistematizadas, sendo crescente o número de publicações a este respeito. O turismo, na atualidade, é visto como a alternativa econômica de muitos municípios sendo, inclusive, fator de incentivo às atividades não-agrícolas em áreas rurais marginalizadas.

Cavaco (2001) apresenta algumas experiências européias que mostram como essa valorização pode trazer desenvolvimento local e crescimento econômico:

propostas de valorização dos produtos agrícolas com planos de desenvolvimento do artesanato e de atividades ligadas ao turismo e à cultura, tais como feiras e festas centradas em temas regionais e locais: produtos, trabalhos, tradições, jogos e cantares, comeres, sabores e cheiros (...). em síntese, para lá do crescimento econômico (...) importa o desenvolvimento, que é simultaneamente econômico e social, e também territorial, e envolve processos de mudança estrutural, produção social significativa, redistribuição mais equilibrada de riqueza, melhoria dos rendimentos, das condições de vida e das expectativas, sobretudo dos grupos sociais mais favorecidos (2001, p. 98).

Porém, há de se considerar que, comparando com a Europa, a realidade que se encontra no Brasil é bem diferente. No caso do município de Palmas, a distância entre as realidades aumentam consideravelmente. Entretanto, não se pode desconsiderar essas experiências, pois o conjunto delas, adaptado à realidade da localidade onde serão aplicadas as políticas, pode levar a resultados satisfatórios.

Tem-se, portanto, o turismo no meio rural com essa vertente econômica, a função de gerador de emprego e renda para o pequeno produtor. De acordo com Ruschmann (2000),

o turismo rural exporá e 'capitaliza' o meio rural ou natural que, de outra forma, não agrega valor econômico, só aquele diretamente relacionado à produção agrícola ou à pecuária; estimula a aquisição de produtos artesanais e daqueles relacionados com as atividades do meio rural (...), atrai fluxos de pessoas de outros espaços econômicos (...), estimula o consumo nas áreas em que ocorre o desencadeando o tradicional efeito multiplicador da atividade turística (2000, p. 65).

Observa-se, então, que o turismo no meio rural quando explorado sem prejuízo para a cultura local e para o meio ambiente, pode trazer renda extra para esse agricultor, que tem na renda gerada pela atividade agrícola e pecuária, apenas a possibilidade de tentar sustentar sua família. Entretanto, duas opiniões acerca deste assunto deixam bem claro que esta atividade deve ser complementar às atividades agrícolas, sobre pena de perda de identidade local e cultural.

A primeira é de Ruschmann (op. cit, p. 72) que adverte: "(...) o turismo rural não representa a solução para os problemas do campo". Isto é, não se pode colocar o turismo rural como a alternativa que, sozinha e separada das atividades que o produtor tem ou teria tradicionalmente em sua propriedade, resolverá seu problema de baixa renda.

A segunda é de Mendes da Silva e Almeida (2003), que citam:

a atividade de turismo em propriedades rurais não deve sobrepor às práticas agropecuárias já desenvolvidas sob pena de perder um de seus principais atrativos turísticos, a saber: as atividades agrícolas, o modo de vida do campo e as paisagens naturais rurais. Quando isso ocorre, acelera o processo de derrocada da atividade turística com a retirada da sustentação, a forma de produção

tradicional típica das zonas rurais (2003, p. 6).

Tendo em vista esse problema de falta de identidade, deve-se ter o cuidado de não deixar de primar pela atividade apenas como complementação do que já vem sendo feito, sem procurar interferir no meio rural local. O que se deve fazer para melhorar a condição desse produtor, é apresentar o turismo no espaço rural como uma atividade que apenas aponta caminhos para o melhor aproveitamento dos recursos naturais disponíveis nas propriedades. Exige, também, a tomada de consciência de que o desenvolvimento das zonas rurais deve ser concebido no âmbito global, integrando as dimensões naturais, econômicas, sociais e culturais e, por fim, no reconhecimento de que este desenvolvimento se apóia nas pessoas e em comunidades rurais dinâmicas.

Para o gerente de projetos da Secretaria de Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Agrário, Arnaldo de Campos¹, "o turismo rural não contribui apenas para o desenvolvimento econômico e social das comunidades rurais, mas também promove a educação ambiental, a valorização e o resgate das culturas locais".

Distrito de Taquarussú e o turismo no espaço rural

Taquarussú é um dos distritos do município de Palmas. Localizado na Serra do Lageado, é um dos locais onde se pratica o ecoturismo no Estado, segundo relato de moradores do local². O distrito fica a 35 km do centro de Palmas, por estrada de asfalto em boa conservação. A estrada serpenteia por uma paisagem onde predominam as palmeiras típicas do cerrado, como os Burititis e Babaçus.

No local se destacam as cachoeiras da Roncadeira e a de Taquaruçú. A Cachoeira da Roncadeira é uma das mais famosas. Ela está localizada dentro de um hotel-fazenda

¹ Entrevista disponível em: www.mda.gov.br. (capturado em 29 de outubro de 2005)

² Entrevista informal feita pelo autor em visita ao distrito em março de 2005.

existente no distrito. São mais de 60m de altura, despencando em um pequeno lago. A atividade agropecuária é a principal fonte de renda do distrito, sendo o turismo a sua mais potencial fonte de renda, que ainda explora o artesanato e a culinária local.

Para Nascimento (2002), a existência de grande número de pequenas propriedades rurais na região, levou seus moradores a erguerem um povoado. Benedito Machado, Manoel Antônio Marciano Cordeiro, Miguel Araújo e Bruno Tribelli, lotearam suas propriedades para a implantação do novo povoado. Em 1963, Antônio Rodrigues, estabeleceu a primeira casa comercial. Taquarussú do Porto foi elevado a distrito pela Lei N.º 3.708 de 24 de maio de 1976 e o município pela Lei N.º 76, de 12 de maio de 1980. Voltou a ser distrito por uma manobra política em 1990, quando da inauguração da nova capital do Estado. Taquarussú significa taboca-gigante. Por tratar-se de vocábulo de origem indígena, até que a mudança seja efetivada oficialmente, o vocábulo Taquarussú com "ss" é o usual. Mas costuma-se usar Taquaruçú.

Com a instalação de Palmas, em 1989, uma nova safra de moradores chega a Taquarussú. São os chamados alternativos (ecologistas, artistas, produtores culturais, profissionais liberais e todos outros entusiastas de um maior contato com a natureza). Eles propõem maior interação com a comunidade e vêm promovendo o resgate da história e da cultura local, através da música, da arte cênica e do artesanato. A tranqüilidade do Vale desperta a atenção também de segmentos como o grupo espiritualista União do Vegetal, que mantém um núcleo de 30 associados no distrito. A produção artesanal começou a ganhar importância como atividade econômica a partir da criação da Associação dos Artesãos de Taquaruçú - ASAT, que vem organizando mensalmente a Feira Artesanal da Serra, para

comercialização dos produtos e de comidas regionais.

Essas potencialidades encontram ressonância nas idéias de Cavaco (2001), que foram citadas anteriormente. Nestas, a autora coloca as "culturas, tradições ou o que delas ainda resta" como atrativos para turistas. De acordo com a AMATUR - Agência Municipal de Meio Ambiente e Turismo, a infra-estrutura para o turismo receptivo de Taquarussú está sendo incrementada a cada dia. Entre os empreendimentos de médio porte em andamento está a Fazenda Encantada, um projeto ecoturístico numa área de proteção ambiental a 660 metros de altitude, na cabeceira do rio Taquarussú Grande. A fazenda dispõe de água e energia e abriga cinco cachoeiras grandes, várias cascatas, campos de futebol e 6 km de trilhas.

Porém, o fato de existir um grande número de moradores praticantes de religiões de cunho protestante, houve problemas para o desenvolvimento desse tipo de atividade. Por ser um assunto de maior complexidade e que em pouco interfere no objetivo desta dissertação, ele não será tratado aqui.

O inventário turístico, concluído em abril de 2005 pela AMATUR, revelou a existência de 61 pontos turísticos, sendo 58 cachoeiras e três grandes pedras com inscrições rupestres. Essa informação sobre as cachoeiras está aquém das as informações dos moradores locais, que relataram a existência de mais de 70 cachoeiras, conforme informado anteriormente.

Em algumas dessas propriedades, não é necessário o abandono da prática agrícola para se iniciar a exploração turística. Como geralmente a cachoeira está localizada em um local não agriculturável, ela pode ser explorada sem a necessidade de mudanças nas áreas. Essa informação

vem de encontro com a visão de Almeida e Blós (1998), citados anteriormente, que vêem no turismo um incremento à economia das coletividades locais e que não há necessidade do abandono das atividades agrícolas tradicionais.

Projetos de sucesso e insucesso no município

Na região pesquisada existe um hotel fazenda, o Hotel Fazenda Encantada. Durante a execução deste trabalho não se conseguiu contato com os proprietários do empreendimento para a entrevista. As informações obtidas são de que os mesmos não gostam de falar sobre o seu empreendimento. A gerente do local deu poucas informações sobre o empreendimento, mas autorizou a realização de algumas fotografias do local. Foi informado que a propriedade está em atividade o ano todo, mas a procura não é muito grande. Foi constatado, também, que uma das empresas que serve como receptivo para os turistas que visitam a região do Jalapão oferecem como opção, em um dos pacotes, um pernoite no local ou uma visita durante o dia.

Para acessá-lo faz-se necessário o tráfego em 20 KM de estrada de terra - que não estava em boas condições devido ao início do período de chuvas pelo qual a região passou nos dias em que foram feitas as visitas. O preço da diária no hotel, de R\$ 190,00, é um pouco fora do poder aquisitivo da região.

Segundo informações de uma funcionária que trabalha na limpeza do empreendimento, o hotel conta hoje com 15 funcionários e o salário médio é de 1 salário e meio, o que seria equivalente, em fevereiro de 2006, a R\$ 450,00. Ainda segundo a mesma, todos são oriundos do distrito de Taquarussú e das propriedades da região.

Para esta funcionária, se houvessem

mais empreendimentos deste, mais gente poderia estar com emprego garantido. Para ela: "aqui a gente trabalha com o que sabe trabalhar, em um lugar perto de casa, sem precisar pegar o coletivo para Palmas. Se mais gente montasse um negócio assim, a gente teria mais trabalho aqui mesmo e não passaria apertado". Para completar, a mesma afirmou que a maioria das pessoas que trabalha no hotel, como camareiras, faxineiras, cozinheiras, limpadores, jardineiros e guias turísticos estava desempregado antes dos proprietários do hotel decidirem manter a atividade em funcionamento durante o ano todo.

no município existiu um empreendimento que não teve sucesso em sua vida comercial: a Fazenda Ecológica. Em conversa com a gerente do local, a Srta. Andréa, teve-se os fatos que levaram ao fechamento do local. Entre os fatores mostrados por ela, um dos principais problemas enfrentados pela fazenda foi a falta de mercado consumidor. Durante o tempo em que ficaram em funcionamento, a quantidade de clientes não era suficiente para cobrir os custos. Isto levou ao encerramento das atividades da Fazenda Ecológica.

Considerações finais

Para que se chegasse a algumas conclusões, foram abordados os temas relacionados aos turismo como atividade que promove o desenvolvimento local, o local mais propício para se implantar essa atividade no município e o mapeamento do mercado consumidor e da demanda para essa modalidade de turismo.

Apesar da constatação de que o município recebe um fluxo de turistas consideravelmente alto pelo porte do mesmo, não se pode afirmar que todo esse contingente de pessoas seja consumidora do turismo no espaço rural. Pelas entrevistas feitas,

percebe-se que Palmas tem a visitação de dois públicos bem distintos: um, que procura a agitação e as praias locais, e outro, quem vem à cidade em virtude de sua viagem para a região do Jalapão.

Nas pesquisas pode-se constatar ainda, que o segundo grupo é um mercado natural para o turismo rural, enquanto o primeiro grupo enquadra-se em uma demanda potencial sendo necessário o estímulo para que se torne mercado consumidor.

Além do estímulo ao mercado consumidor, ressalta-se que o turismo deve ser planejado, além de ser necessário um maior envolvimento dos diversos atores ligados ao turismo no município. Os Governos Estadual e Municipal elaborando políticas que auxiliem financeiramente e tecnicamente os produtores; a FAET e o SEBRAE, provendo capacitação para os produtores; a população local, contribuindo para que a atividade se consolide e os produtores, transformando suas propriedades em atrativos e apostando na atividade apenas como um complemento de renda.

Analisando todos os tópicos de discussão, acredita-se que o turismo no espaço rural tende a ser um caminho a ser seguido para o desenvolvimento local. Entretanto, muito deve ser feito para que esta afirmação se torne realidade: maior apoio dos poderes governamentais, maior interesse dos atores envolvidos na atividade, união entre todos os que se beneficiarão do turismo.

Referências bibliográficas

ACERENZA, M. A. Administração do turismo: conceitualização e organização. Tradução: Graciela Rabuske Hendges. Bauru - SP: EDUSC, 2002.

AGÊNCIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE E TURISMO. Pesquisa de demanda turística na temporada Palmas Férias 2004. Palmas, 2004.

ALMEIDA, J.A.; BLOS, W. O marketing do turismo no espaço rural e o desenvolvimento sustentável. In: UFSM (ed.). Turismo no espaço rural e desenvolvimento sustentável. Santa Maria: UFSM, 1998. cap. 3, p. 57-64.

_____. Turismo rural: uma estratégia de desenvolvimento via serviços. In: Turismo no Espaço Rural Brasileiro - Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Piracicaba: FEALQ, 1999.

_____. Turismo e desenvolvimento em espaço rural. Ciência e Ambiente: Agricultura, Território e Meio Ambiente. n. 15, p. 31-49, 1997.

_____; RIEDL, M. (orgs). Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru: EDUSC, 2000. 263p.

ALMEIDA, M. G. Turismo e novos territórios no litoral cearense. In: RODRIGUES, A. A. B. Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Editora Hucitec, 1999. 2ª Edição. p. 184-190.

_____. Refletindo sobre o lugar turístico no global. In: CORIOLLANO, N. M. T. (Org). Turismo com ética. Fortaleza: UECE, 1998. p. 122-131.

ANDRADE, J. V. Turismo - fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 2000.

ARENDIT, E. J. Introdução à economia do turismo. 3ª edição. Campinas - SP: Alínea, 2002.

ÁVILA, V. F. Pressupostos para formação educacional em Desenvolvimento Local. Interações. Campo Grande, v.1, n.1, p.63-76, setembro de 2000.

_____, et all. Formação educacional em desenvolvimento local: relato de estudo em grupo e análise de conceitos. 2. ed. Campo Grande: UCDB, 2001.

CAVACO, C. Turismo rural e desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. Turismo e Geografia - Reflexões teóricas e enfoques regionais. Hucitec: São Paulo, 2001. p. 94-121.

- DOLABELA, F. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- _____, Anuário Estatístico da Embratur - 2004. Brasília: Ministério do Turismo/ Instituto Brasileiro de Turismo/ Diretoria de Estudos e Pesquisas, 2004. v. 31 180 p. Dados de 2003.
- HARGREAVES, L. et all. Qualidade na prestação de serviços. 2ª Ed. Editora Senac Nacional, 2001. 112 p.
- KOTLER, P. Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle. Tradução Ailton Bonfim Brandão. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- MARTINS, S. R. O. Desenvolvimento local: questões conceituais e metodológicas. Interações. Campo Grande, v.3, n.5, p.51-58, setembro de 2002.
- MATTEI, L. A dinâmica da pluriatividade e das ocupações rurais não-agrícolas em Santa Catarina nas décadas de 80 e 90. Projeto Rurbano. São Paulo. Disponível em <http://www.eco.unicamp.br/projetos/rurbano.html>. (capturado em 27 de maio de 2005)
- MENDES DA SILVA, A, ALMEIDA, M. G. O turismo rural na região metropolitana de Goiânia: as especificidades do turismo rural. Anais do VI Congresso Brasileiro de Geografia. Goiânia: UFG, 2004. Disponível em: www.igeo.uerj.br/VICBG-2004/Eixo1/e120356.htm (capturado em 21 de março de 2005).
- MERIGUE, G. L. A gestão do turismo para o desenvolvimento local. In: Anais do Colóquio Internacional de Desenvolvimento Local. Campo Grande - MS, 2003.
- RUSCHMANN, D.V.D. Marketing Turístico: um enfoque promocional. 7ª Ed. Campinas - SP: Papirus, 2001.
- SEBRAE. Iniciando um novo negócio. São Paulo - SP, 2004. Disponível em: www.sebraesp.com.br. (capturado em 03 de novembro de 2005).
- SOUZA, M. J. L. Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local? In: RODRIGUES, A. B. Turismo e desenvolvimento local. 3ª edição. São Paulo: Hucitec, 2002. pp. 17-22.
- STEVENSON, W. J. Estatística aplicada à Administração. São Paulo: Harper & Row do Brasil, 1981.
- TULIK, O. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento rural. In: RODRIGUES, A. B. Turismo e Desenvolvimento Local. 3ª edição. São Paulo: Hucitec, 2002. pp. 136-146