UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"

CÂMPUS DE TUPÃ

Programa de Pós Graduação em Agronegócio e Desenvolvimento

ANDRÉIA FUZINELI FERNANDES

O TURISMO NO ESPAÇO RURAL: O CASO DO AGROTURISMO CAMINHO CAIPIRA, MUNICÍPIO DE BORBOREMA – SP

TUPÃ

2016

ANDREIA FUZINELI FERNANDES

O TURISMO NO ESPAÇO RURAL: O CASO DO AGROTURISMO CAMINHO CAIPIRA, MUNICÍPIO DE BORBOREMA - SP

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócio e Desenvolvimento da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" Câmpus de Tupã, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Agronegócio e Desenvolvimento.

Área de concentração: Agronegócio e Desenvolvimento

Linha de pesquisa: Competitividade e Sistemas Agroindustriais

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme de Camargo Ferraz Machado
Co-orientadores: Profa. Dra. Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani
Prof. Dr. Gessuir Pigatto

TUPÃ
2016

F391t

Fernandes, Andréia Fuzineli.

O turismo no espaço rural : o caso do agroturismo Caminho Caipira, Município de Borborema - SP / Andréia Fuzineli Fernandes. – Tupã, 2016.

119 f.

Dissertação (Mestrado em Agronegócio e Desenvolvimento) – Faculdade de Ciências e Engenharia - Universidade Estadual Paulista, 2016.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme de Camargo Ferraz Machado.

1. Turismo Rural. 2. Pluriatividade. 3. Cadeias Curtas. 4. *Local food*. I. Autor. II. Título.

CDD 338.18

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
Câmpus de Tupã

ANDRÉIA FUZINELI FERNANDES

O TURISMO NO ESPAÇO RURAL: O CASO DO AGROTURISMO CAMINHO CAIPIRA, MUNICÍPIO DE BORBOREMA-SP

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócio e Desenvolvimento (UNESP/Tupã), como requisito para obtenção do título de Mestre.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof(a). Dr(a). João Guilherme de Camargo Ferraz Machado
(Orientador)

Prof(a). Dr(a). Andréa Rossi Scalco
(UNESP/Tupã-SP)

Prof(a). Dr(a). Fabiana Cunha Viana Leonelli
(USP/Pirassununga-SP)

Dissertação defendida e aprovada em:
05 de maio de 2016

Faculdade de Ciências e Engenharia / UNESP - Câmpus de Tupã
Av. Domingos da Costa Lopes, 780 – Jardim Itaipu – CEP 17.602-496 – Tupã/ SP
Fone (14) 3404-4200 – Fax (14) 3404-4201 – www.tupa.unesp.br
CNPJ. 48.031.918/0031-40

Dedico esse trabalho ao meu filho Antonio. Essa dissertação aconteceu por você, e é para você.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente ao coordenador desse Programa de Pós Graduação, Wagner Lourenzani, pelo carinho, apoio, orientação e, especialmente, por não permitir desistências.

Ao meu orientador, João Guilherme de Camargo Ferraz Machado, pela paciência com os textos mais jornalísticos e menos científicos, e principalmente por contribuir, a cada dia, para ampliar meu amadurecimento acadêmico.

Agradeço a Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani e Gessuir Pigatto, professores co-orientadores dessa dissertação, pelos insights na pesquisa e pelo tempo dedicado às leituras e reflexões.

Meu muito obrigada às professoras Fabiana Cunha Viana Leonelli e Andrea Scalco Rossi, pelas contribuições fundamentais no exame de qualificação dessa dissertação, à professora Cristiane Hengler Bernardo, pela amizade de sempre e pelo apoio no estágio docência, e ao professor Nelson Russo de Moraes, pela incentivo e disponibilidade constantes.

Agradeço especialmente a Graziela Grecco, amiga e professora do Senar, por me apresentar ao turismo rural, e me fazer contaminar pela paixão que nutre por esse assunto há tantos anos. Por comparecer à minha defesa, atitude que mudou tudo na obtenção desse título. Pela amizade e respeito de sempre, e especialmente pelo apoio “pedagógico” e “bibliográfico”, orientações que foram imprescindíveis para a elaboração final dessa dissertação.

Agradeço às “Anas” (Ariana, Luciana, Marciana e, indiretamente, também Poliana), irmãs Gomes Lopes, criadoras do Caminho Caipira, pela recepção, acolhimento e assessoria que fez a diferença durante a coleta de dados da pesquisa de campo, e busca de fontes de pesquisa sobre a cidade de Borborema.

Aos produtores rurais de Borborema, pela disponibilidade em me atender e pela dedicação durante a coleta de dados da pesquisa de campo, e também aos demais entrevistados nessa pesquisa.

Agradeço Carla Noli Bisco Flozi, mãe da Mariana, pela amizade essencial.

Aos colaboradores da Unesp, todo o pessoal da secretaria da pós graduação, especialmente Fábio Fontolan Sampaio, Adriana Andreassa Gilio Teren e Karimi Aparecida Rayes Borsatto Leal, pela eficiência no atendimento, e também Eliana Katia Pupim, Alzira Xavier Martins, Fernanda Alves Evangelista e Thiago Carvalho Cambaúva, pela ajuda na biblioteca.

Meu muito obrigada ao meu companheiro de vida, Almir Antonio Ferrari, pela serenidade que me proporcionou equilíbrio nos momentos de exasperação, pela compreensão e pelos incentivos constantes, apoio emocional e também financeiro, sem o qual não seria possível a realização desse mestrado.

Aos meus pais, André Fernandes Delvale e Idalina Fuzineli Fernandes, pela presença diária e compreensão incondicional.

Agradeço também a todos que não foram citados aqui, mas que, de alguma forma, contribuíram para que eu pudesse concluir mais essa importante etapa da minha vida profissional e pessoal.

E, por fim, agradeço imensamente a Antonio Fuzineli Fernandes Ferrari, meu filho, o maior incentivador (ainda que inconscientemente), que me acompanhou diária e intensamente nesses dois anos de mestrado, por ter me proporcionado força incomensurável e imprescindível para seguir em frente diante de tantas adversidades.

“A essência do conhecimento consiste em aplicá-lo, uma vez possuído” (Confúcio).

FERNANDES, A.F. **O turismo no espaço rural:** o caso do agroturismo Caminho Caipira, município de Borborema – SP. 2016. 118fls. Dissertação (Mestrado em Agronegócio e Desenvolvimento) – Unesp, Universidade Estadual Paulista. Tupã, 2016.

RESUMO

Transformações ocorridas na sociedade nos cenários econômicos, sociais, ambientais ocasionaram uma nova forma de atuar na agricultura, combinando a terra, o trabalho e a família. O morador do campo não atua mais somente como produtor de alimentos, mas passou a ser pluriativo, desenvolvendo também atividades não-agrícolas, que incluem comércio e serviços. Entre as atividades que caracterizam a multifuncionalidade no uso da terra estão os empreendimentos de turismo rural, que geralmente praticam a venda direta de produtos agroalimentares locais. Essa dissertação aborda o tema turismo rural e sua relação com a pluriatividade no campo e com as cadeias agroalimentares curtas em um estudo de caso em Borborema – SP, o agroturismo Caminho Caipira. O objetivo do trabalho foi investigar como o turismo se insere no espaço rural, verificando a potencialidade do Caminho Caipira para o turismo de Borborema De maneira específica, buscou-se analisar os pontos fortes e fracos do empreendimento, identificar a participação dos agentes públicos e privados na criação e manutenção do Caminho Caipira, e elencar os elementos que caracterizam a produção artesanal do empreendimento e sua relação com as cadeias curtas de comercialização. Para tal, a pesquisa teve caráter exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa. A coleta de dados foi feita por meio de questionários semiestruturados aplicados sob os princípios da pesquisa participante. Concluiu-se que o Caminho Caipira possui potencial no turismo de Borborema e que a adoção da venda direta foi uma conveniência baseada nos princípios de sustentabilidade e produção orgânica que obriga a sazonalidade do agroalimento. O estudo apurou que não houve apoio institucional, o que tem gerado entraves ao empreendimento.

Palavras-chave: Turismo Rural. Pluriatividade. Cadeias Curtas. *Local food*

FERNANDES, A. F. **The tourism in the country field:** the case of agritourism Caminho Caipira, Borborema City – SP state. 2016. 118fls. (Master in Agribusiness and Development) – Unesp, Universidade Estadual Paulista. Tupã, 2016.

ABSTRACT

Society transformations, in economic, social and environmental scenarios, led to a new way of working in agriculture, combining land, work and family. The residents of the field no more are only producer of food, but became *pluriativos* (people who words in several kinds of jobs) and also develop non-agricultural activities, including commerce and services. Among the activities that characterize the multifunctionality of land use are the rural tourism achievements, which usually practice the direct sale of local food products. This dissertation addresses the issue rural tourism and its relationship with pluriactivity in the field and with short food supply chains in a case study in Borborema - SP, the agritourism Caminho Caipira. The objective of this study was to investigate the insertion of the tourism into the rural áreas, and specifically to check the potential of Caminho Caipira for tourism of Borborema City, and the relation about the short circuits of sales. For this, the research was exploratory and descriptive qualitative approach. Data collection was made through semi-structured questionnaires on the principles of participatory research. It was concluded that the Caminho Caipira has potential for the Borborema City tourism and the adoption of direct sales was a convenience on the principles of sustainability and organic production which requires the seasonality of agroalimento. The survey also sought to identify the participation of the government in creating and maintaining the project. In this case, the study found that there was no institutional support, which has created barriers to enterprise.

Keywords: Rural Tourism. Pluriactivity. Short Food Supply Chains. Local food

CONVENÇÕES

Nesse trabalho foram adotadas as seguintes convenções:

- Os trechos em itálico, entre aspas, representam falas, palavras e expressões dos entrevistados;
- Os trechos em itálico sem aspas representam termos em idioma estrangeiro;
- As palavras “Estado” e “País”, com inicial maiúscula, referem-se, respectivamente, a São Paulo e Brasil.
- A palavra “Município”, com inicial maiúscula significa o município de Borborema – SP.
- Citações de obras anteriores ao acordo ortográfico foram mantidas com a grafia original.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Estrutura e organização da dissertação 23

Figura 2- Caminhos percorridos pela produção agrícola em circuitos curtos e longos 48

Figura 3- Tipologia de circuitos curtos de comercialização no Brasil..... 51

Figura 4- Grupos de Cadeias Curtas de acordo com características ... 54

Figura 5- Localização de Borborema no Estado de São Paulo 57

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa 29

Quadro 2 – Tipologia do turismo brasileiro 32

Quadro 3 – Significado do alimento local 42

Quadro 4 – Tipologia de cadeias alimentares curtas 52

Quadro 5 – Empreendimentos ligados ao turismo rural no município de Borborema – SP 58

Quadro 6 – Análise do potencial turístico do Caminho Caipira 62

Quadro 7 – Características das três propriedades que integram o Caminho Caipira 65

Quadro 8 – Perfil dos produtores rurais vizinhos ao agroturismo 81

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 16
1.1 Questões da pesquisa e objetivos 20
1.2 Justificativa 21

2. METODOLOGIA 24

3. REFERENCIAL TEÓRICO 30
3.1 O turismo rural 30
3.2 A refuncionalização do rural e a pluriatividade agrícola 38
3.3 Produção local do alimento: o *local food* 42
3.4 Comercialização agroalimentar e as cadeias curtas 46

4. RESULTADOS 56
4.1. Borborema e o turismo rural 56
4.2. O potencial turístico do Caminho Caipira 61
4.3. Caracterização das propriedades do Caminho Caipira 64
4.3.1. Sítio São Jerônimo 69
4.3.2. Sítio Santo Antônio 71
4.3.3. Sítio São João 72
4.4. A criação do Caminho Caipira 74
4.5. Impactos do Caminho Caipira nos empreendimentos vizinhos 79

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS 83
5.1 Limitações da pesquisa 87
5.2 Pesquisas futuras 88

REFERÊNCIAS 89

ANEXOS

APÊNDICE A – ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM AGRICULTORES CRIADORES DO CAMINHO CAIPIRA 101

APÊNDICE B – ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM PRODUTORES RURAIS QUE POSSUEM PROPRIEDADES VIZINHAS AO CAMINHO CAIPIRA 106

APÊNDICE C – ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM REPRESENTANTES DO PODER PÚBLICO 108

ANEXO A – FOLHETO DIVULGAÇÃO DO CAMINHO CAIPIRA 110

ANEXO B – PRINT DA CAMPANHA DE PUBLICIDADE DO CAMINHO CAIPIRA VEICULADA NA INTERNET 111

ANEXO C – PRINT DA HOMEPAGE DO CAMINHO CAIPIRA 112

ANEXO D – PRINT DA PÁGINA DIGITAL DO CAMINHO CAIPIRA NO FACEBOOK 113

ANEXO E – IMAGENS ILUSTRATIVAS DO AGROTURISMO 114

1. INTRODUÇÃO

Transformações ocorridas na sociedade envolvendo cenários econômicos, sociais, ambientais têm como consequência alterações na forma como os agentes econômicos observam sua inserção nessa sociedade. Independente do ambiente (urbano ou rural), essas alterações trouxeram novos desafios e oportunidades.

Uma das características mais marcantes do atual mercado de alimentos é a presença de grandes empresas processadoras de alimentos e de cadeias de supermercados monopolizando cada vez mais a produção, o processamento, a distribuição e o consumo de alimentos, chamados por Ploeg (2009) de impérios alimentares. Esse domínio das grandes empresas e o mercado globalizado reflete no aumento do fluxo de mercadorias entre diferentes países e localidades, criando no consumidor, a sensação de insegurança e turbulência por conta da deslocalização dos sistemas agrícolas (PLOEG, 2009).

Ao mesmo tempo, o crescimento dos mercados baseados em *commodities* tornou a concorrência no campo, especialmente para os pequenos produtores, mais árdua, forçando muitos a abandonar a atividade rural. Os que ainda permanecem no campo estão sendo estimulados, ou forçados pelas novas regras de mercado, a construir uma nova forma de atuar na agricultura, combinando a terra, o trabalho e a família (SCARABELOT; SCHNEIDER, 2012).

Dessa forma, a simples produção e comercialização de bens agrícolas deixou de ser a única alternativa de renda para os agricultores. Para autores como Graziano da Silva (1997) e Scarabelot e Schneider (2012), é possível observar, no meio rural brasileiro, uma nova configuração à medida que esse ambiente não é mais composto somente por famílias que trabalham em atividades agrícolas, mas também por pessoas que atuam em atividades agrícolas e outras não-agrícolas, o que caracteriza uma pluriatividade, fenômeno tido como a principal alternativa para evitar a queda da renda agrícola (MARAFON, 2006). Famílias pluriativas combinam atividades agrícolas e não-agrícolas, promovendo a integração entre setores diferentes - agricultura com comércio e serviços, e espaços distintos - rural com urbano (GRAZIANO DA SILVA, 1997). Nesse sentido, a população rural passa a

conviver com setores da economia antes não familiares ao seu ambiente, como por exemplo o comércio, serviços e a indústria da transformação (produtos artesanais). Essa realidade proporciona o surgimento de uma nova concepção da ruralidade em que existe a integração do homem com o meio ambiente em situações de caráter produtivo, social, lúdico, ambiental, entre outros (SCHNEIDER, 2006).

De acordo com Graziano da Silva (1997), uma das consequências dessa pluriatividade é a multifuncionalidade do uso da terra, chamada por Candiotto (2009) de refuncionalização do rural, em que o crescimento da pluriatividade incrementa outras funções não inerentes à agricultura, como o turismo rural, por exemplo.

Nesse caso, a terra deixa de representar apenas um ativo econômico e adquire valor patrimonial à medida que se constitui, além do local de produção e trabalho, um local de moradia das famílias. Ou seja, a propriedade rural deixa de ser apenas um lugar em que ocorre a produção agrícola, para se tornar um espaço que é valorizado pelas características da paisagem, ambiente natural, gastronomia e cultura, bens intangíveis antes ignorados pela exploração meramente mercantil (NIEDERLE, 2009).

Abramovay (2002), por exemplo, constatou uma aplicação da dimensão que o espaço rural europeu apresenta, surgindo dinamicamente novas formas de utilização do espaço e novas maneiras de relação entre homem e território.

Para Marafon (2006), no Brasil não é diferente, podendo-se constatar novas formas de utilização do espaço rural, como o turismo. Observa-se uma expansão crescente de atividades relacionadas ao turismo rural, ocorrendo frequentemente em áreas de colonização e industrialização ou antigas áreas de exploração de café e cana de açúcar. A questão das mudanças no meio rural, assunto que vem sendo estudado por Balsadi (2001), Rodrigues et al. (2001), Riedl et al (2007) e Del Grossi e Silva (2013), entre outros, é responsável pelo surgimento do fenômeno identificado por Graziano da Silva (1997) de novo rural brasileiro, que é composto por três grupos de atividades: agronegócio (*commodities*), novas atividades agropecuárias (nichos de mercado), e o terceiro, que engloba o turismo rural,

identificado como o conjunto de atividades não-agrícolas que envolve moradia, lazer, atividades industriais e de prestação de serviço.

Esse conjunto de atividades foi denominado por Schneider (2006) de empreendedorismo rural, fenômeno que possibilita a valorização e estímulo às novas formas (não-agrícolas) de ocupação, emprego e geração de renda. Para Marafon (2006), o desenvolvimento de atividades turísticas no espaço rural surgiu como uma possibilidade de complementação de renda para as unidades familiares de produção.

O turismo rural, em muitos casos, favorece o aparecimento, no campo, de profissões antes exclusivamente urbanas, como mecânicos, trabalhadores domésticos, secretários etc. Com isso, muitos agricultores deixam as atividades agrícolas de produção de alimentos e passam a ocupar vagas geradas por esse novo mercado alternativo que surge em áreas rurais (GRAZIANO DA SILVA, 1997). O incremento proporcionado pelas atividades turísticas também contribui para a melhoria da logística necessária para a recepção dos turistas, beneficiando a região em que está inserido (MARAFON, 2006).

De acordo com Scarabelot (2012), essas novas experiências de agricultores pluriativos que investem em turismo rural são baseadas na tradição, na cultura e nos valores de cada população ou região em que são realizadas.

O “saber fazer” de cada indivíduo possibilita a produção e transformação de alimentos que resultam em produtos artesanais diferenciados que, quando comercializados por meio de redes alternativas, possibilitam a criação de mercados de proximidade (ANSALONI, 2007; CRUZ; SCHNEIDER, 2010; SCARABELOT, 2012).

Uma das estratégias mais utilizadas nesse sentido é a construção e reprodução de circuitos curtos e descentralizados de comercialização que promovem justamente esses mercados de proximidade, fazendo a ligação direta entre produtores e consumidores de alimentos (PLOEG, 2009). Além de se constituir uma alternativa de renda e contribuir para o desenvolvimento rural, esse novo arranjo de produção e comercialização promove a relocalização de sistemas agroalimentares. Em países da Europa e dos Estados Unidos, pesquisadores como Marsden,

Banks e Bristow (2000) e Renting, Marsden e Banks (2003) denominaram esse processo de cadeias alimentares curtas.

Forsman e Paanamen (2002) verificaram que as cadeias curtas podem se constituir em alternativa às cadeias convencionais, à medida em que são baseadas em produtos específicos, como os típicos locais e regionais, incluindo um valor social para o cliente em sua produção e aperfeiçoando as relações entre agentes. Triches e Schneider (2014) complementaram essa afirmação apontando que a hegemonia do sistema agroalimentar mundial gerou distanciamento e, por consequência, a desconexão entre a produção e consumo, surgindo, assim, questionamentos que requerem um novo sistema de produção e comercialização de alimentos em que haja a reaproximação entre produtores e consumidores.

Apesar de ser um tema recente no Brasil, algumas iniciativas têm buscado a reconexão entre a produção e o consumo e entre o rural e o urbano, como é o caso dos empreendimentos de turismo rural e agroturismo, cujo objetivo é resgatar o modo de vida do homem do campo, suas tradições e costumes, oferecendo caminhadas ao ar livre, hospedagem em meio à natureza, e alimentação baseada nas culinárias locais. Em muitos casos, os alimentos são cultivados no local, de forma natural, e os produtos artesanais comercializados são confeccionados sem conservantes.

1.1 Questões da pesquisa e Objetivos

Sabendo que: (a) mudanças no cenário econômico, social e ambiental levaram a alterações no cenário agrícola, principalmente para o pequeno produtor rural; (b) que atividades alternativas à produção agrícola estão entre as estratégias de manutenção dessas propriedades; e (c) que a relação de proximidade entre produtores agrícolas e consumidores finais tem se consolidado como com um movimento social valorizado desencadeando, no campo, novas formas de produzir e comercializar, a questão central dessa pesquisa é estudar *como o turismo se insere no espaço rural, especialmente no caso do município de Borborema.*

Dessa forma, o objetivo geral da pesquisa é investigar a potencialidade do agroturismo Caminho Caipira para o turismo rural de Borborema. Como objetivos específicos, pretende-se: (i) analisar pontos fortes e pontos fracos do empreendimento; (ii) identificar a participação dos agentes públicos e privados na criação e manutenção do Caminho Caipira; (iii) elencar os elementos que caracterizam a produção artesanal do Caminho Caipira e sua relação com as cadeias curtas de comercialização.

1.2 Justificativa

As experiências de turismo no espaço rural podem ser observadas em todo o país, mas é no Sul e no Sudeste, regiões que apresentam formação cultural bem marcante e preservada, que ocorrem com mais intensidade. Entre os estados que mais possuem estabelecimentos agropecuários com rendimentos provenientes do turismo rural estão Minas Gerais, Rio Grande do Sul e São Paulo (ELESBÃO, 2014).

A prática do turismo acontece em um espaço que é concreto, porém, dinâmico e, por isso, a atividade pode gerar alterações nesse ambiente. Nem sempre os interesses econômicos de uma área rural estão em concordância com os interesses do turismo promovido, surgindo, assim, adaptações no campo, como os campings educativos, hotéis fazenda, exploração da produção agrícola como atrativo turístico, e muitas outras atividades recreativas ligadas ao meio rural (TULIK, 1990).

O potencial de transformar a economia e os possíveis efeitos na dinâmica econômica proporcionados pelo turismo rural torna importante o incentivo a essa atividade nos diferentes municípios e regiões, o que deve ser feito por meio da mobilização da capacidade empreendedora da população local, bem como da identificação das riquezas regionais, ou as chamadas amenidades rurais que são cada vez mais valorizadas (ELESBÃO, 2014), situação em que a pesquisa científica pode contribuir consideravelmente, sendo esse um dos fatores que justificam esse trabalho.

Considerando, ainda, que geralmente os empreendimentos de turismo rural comercializam seus produtos por meio de redes alternativas e venda direta, que consumidores conscientes compram produtos de época, ecológicos, que tenham preços justos e que possuam características dos produtores e do local de produção com frequência cada vez maior, que a procura por produtos que valorizem as tradições, o modo de vida e saber-fazer das comunidades, geralmente comercializados nesses mercados locais também vem aumentando (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013), essa pesquisa pode ser justificada também pela crescente necessidade de estudos que busquem o entendimento de formas alternativas de comercialização, onde sejam abordados a busca por produtos diferenciados, as relações entre

produtores e consumidores, os modos e escalas de produção dos alimentos e as estratégias de desenvolvimento rural, entre outros temas relacionados.

De acordo com Triches e Schneider (2014), existe atualmente uma carência de pesquisas acadêmicas com temas que abordam a redução de intermediários nas negociações de produtos agroalimentares, as motivações que levam à busca por produtos de melhor qualidade e de que forma essas motivações interferem na qualificação dos alimentos e nas transações econômicas, entre outros.

O assunto é pouco difundido e reconhecido nos meios políticos e sociedade civil. Nos meios acadêmicos já existem alguns estudos a respeito do tema, entretanto insuficientes (SCHNEIDER, 2006).

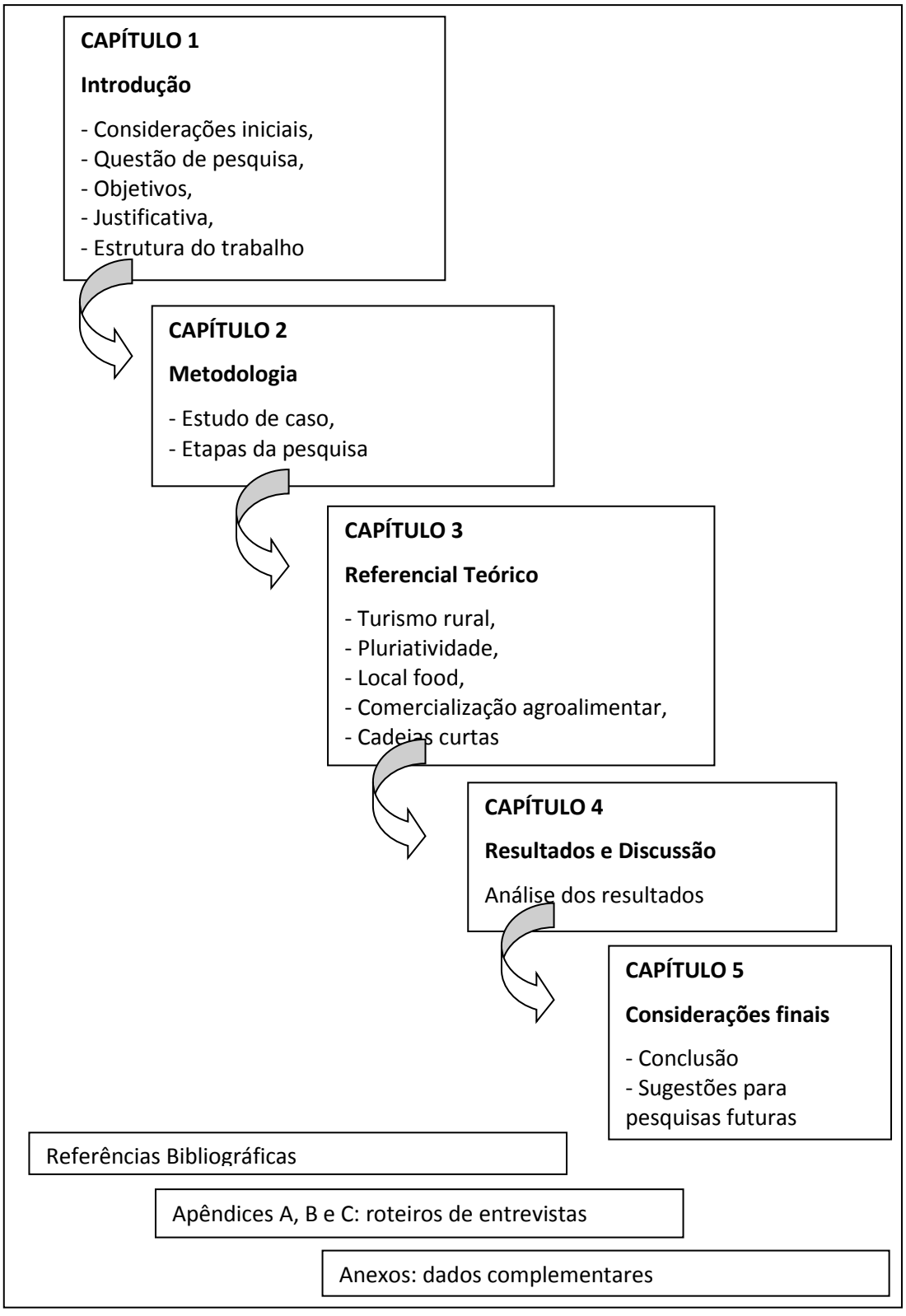
Por fim, destaca-se que são poucos os estudos acadêmicos sobre o tema cadeias curtas e também turismo rural voltados ao Estado de São Paulo, necessitando, portanto, que haja o aprofundamento e ampliação dos estudos nessa região do Brasil. Apesar de apresentar algumas semelhanças, a importação de modelos de turismo rural da Europa, onde consta vasta bibliografia, não condiz com o observado aqui, fazendo-se, portanto, necessário o aprofundamento em estudos sobre a realidade no Brasil.

Uma outra justificativa é o fato de que ainda é recente a discussão sobre geração de renda proporcionada por atividades não-agrícolas, pluriatividade nas relações sociais e uso da terra no Brasil.

O processo de modernização da agricultura brasileira está diretamente ligado à concentração de terra e renda nas mãos de grandes produtores, e também ao êxodo rural. Sendo assim, ocorreram, e ainda está em curso, mudanças marcantes no uso do espaço rural, havendo uma redefinição das suas atribuições. O estudo somente das atividades agrícolas não é mais suficiente para compreender a realidade rural brasileira (ELESBÃO, 2014).

Para atender aos objetivos propostos, o trabalho está organizado conforme evidenciado na Figura 1.

Figura 1 - Estrutura e organização da dissertação



Fonte: Elaborado pela autora

2. METODOLOGIA

Esta pesquisa pode ser classificada como exploratória, na medida em que existe a necessidade do pesquisador se aprofundar no problema e, se for o caso, definir mais apropriadamente novas hipóteses ao longo do estudo.

De acordo com Richardson (1999), a pesquisa exploratória busca pesquisar primariamente as características de um fenômeno para que então possam ser estudadas as causas e consequências desse fenômeno. Nesse sentido, Mattar (1996) ressaltou que a pesquisa exploratória é apropriada para aplicação nos primeiros estágios do trabalho, quando o pesquisador precisa se familiarizar com o tema, conhecer e compreender o problema a ser pesquisado.

Com relação à abordagem, a pesquisa pode ser definida como qualitativa, procedimento que, segundo Richardson (1999) abrange os assuntos de forma complexa e proporciona analisar a interação de variáveis, possibilitando o entendimento de processos dinâmicos vivenciados por grupos sociais. Pesquisas qualitativas não se preocupam apenas com os resultados ou o produto, mas com o processo em sua totalidade, analisando o fenômeno e suas manifestações. Abordar o problema de forma qualitativa constitui-se em uma maneira mais apropriada de conhecer a natureza de determinado fenômeno social (RICHARDSON, 1999), além do que somente mensurá-lo (YIN, 2005). De acordo com Silva e Menezes (2005), a pesquisa qualitativa promove a relação entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito, situação que não pode ser mostrada em números.

Entre os tipos de pesquisa qualitativa, o estudo de caso prevê a descrição mais ampla e profunda do fenômeno social (YIN, 2005), sendo caracterizado pelo estudo exaustivo do objeto de análise, o que permite gerar um conhecimento amplo e detalhado do tema (GIL, 1999). A principal finalidade em aplicar o estudo de caso não é quantificar o problema, mas compreendê-lo. Além disso, o estudo de caso único se enquadra em pesquisas que visam analisar fenômenos que raramente ocorrem e, portanto, são de difícil observação (LAZZARINI, 1997).

A adoção da estratégia de estudo de caso deve considerar dois pontos importantes: a proposta da pesquisa e a natureza do fenômeno (BONOMA, 1985). Em relação à natureza, o estudo de caso é aplicável porque, de acordo com Lazzarini (1997), é uma ferramenta hábil e sensível em analisar determinado fenômeno dentro do seu contexto mais amplo.

Além disso, segundo Bonoma (1985), o estudo de caso é adequado para estudos de fenômenos abrangentes e complexos, em que a teoria existente se torna insuficiente para determinar questões causais, ou seja, aqueles eventos que, se estudados fora do seu contexto, perdem a utilidade da pesquisa.

Neste sentido, Yin (2005) ressaltou que a técnica do estudo de caso busca responder especialmente a questões do tipo “como” e “por quê”. Se comparado com uma análise histórica, o estudo de caso tem como base praticamente as mesmas técnicas, embora possa conter a observação direta e a entrevista sistemática, duas fontes de evidências não utilizadas pelos historiadores. Assim, é uma estratégia mais adequada ao estudo de fatos contemporâneos.

O estudo de caso dessa pesquisa foi o Caminho Caipira, um agroturismo formalizado há cerca de três anos, localizado no município de Borborema-SP, região central do Estado, predominantemente de produção canavieira. A definição dos entrevistados foi feita de forma intencional, levando em conta o perfil do objeto de estudo:

- Produtores rurais integrantes do Caminho Caipira, que praticam formas alternativas de comercialização agrícola: i) loja dentro da propriedade e ii) venda em domicílio. São três agentes: mulheres de uma mesma família que herdaram dos pais as propriedades que fazem limite entre si, área anteriormente destinada à produção de cana de açúcar fornecida para usinas de álcool da região;

- Produtores locais que possuem áreas vizinhas ao Caminho Caipira. As propriedades que integram o empreendimento fazem divisa com duas dessas áreas, e nas demais extremidades com a linha férrea e uma estrada. Foram entrevistados os dois produtores que fazem divisa com o empreendimento, e outros três vizinhos com propriedades localizadas ao longo da estrada que dá acesso ao agroturismo;

- Representantes do Poder Público: o presidente do COMTUR (Conselho Municipal de Turismo de Borborema), a turismóloga responsável pelo planejamento turístico do Município, a Diretora de Cultura, Lazer e Turismo e o Prefeito Municipal. Borborema não possui instituições de apoio ao pequeno empresário, como por exemplo, Sebrae.

Visando promover a observação *in loco*, a pesquisa de campo incluiu visitação nas três propriedades integrantes do Caminho Caipira. Também foram entrevistados cinco produtores vizinhos, que responderam aos questionários em suas respectivas propriedades, e representantes do poder público, prioritariamente em seus locais de trabalho, esses últimos com o objetivo de verificar as possíveis influências geradas pelo empreendimento fora dele, tanto na região e cidade de Borborema, como verificar a percepção deles sobre essas influências em fazendas e sítios vizinhos.

A coleta de dados foi realizada no período de 22 a 27 de fevereiro de 2016, por meio de três roteiros de entrevistas diferentes (formulários nos anexos), direcionados (i) aos produtores rurais envolvidos no empreendimento, (ii) a produtores rurais vizinhos, e (iii) demais agentes. Questões complementares foram formuladas no decorrer das entrevistas com vistas a contemplar os objetivos propostos, de maneira que os entrevistados puderam interagir sobre os questionamentos apresentados.

Os estudos de campo procuram o aprofundamento das questões propostas e seu planejamento possui maior flexibilidade, podendo ocorrer mesmo que seus objetivos sejam reformulados ao longo do processo de pesquisa (GIL, 1999). Por isso, durante a aplicação dos questionários, bem como na vivência local durante os dias do trabalho de campo, foram utilizados recursos da pesquisa ação e observação participante. Segundo Valladares (2007), essa estratégia de pesquisa inclui acentuada interação entre o pesquisador e os pesquisados, ainda que sejam elementos diferentes no contexto do trabalho, bem como a aplicação de todos os sentidos por parte do pesquisador, como ouvir, escutar, ver, para que a coleta de dados não se restrinja às entrevistas formais.

Para melhor conhecer a realidade local é necessário interagir e considerar a contribuição dos grupos pesquisados, transformando-os em mais

que meros objetos de estudo, mas em sujeitos do estudo, o que não altera a “pureza” dos resultados (FREIRE, 1999, p.35).

Em pesquisas realizadas no setor agropecuário prevalece a utilização da metodologia convencional. Entretanto, mostraram-se positivas as experimentações sobre a aplicação de métodos alternativos, com participação dos usuários, como a pesquisa participante ou pesquisa ação, especialmente em temas que tratam de desenvolvimento rural e difusão de tecnologia no campo (THIOLLENT, 2004).

O trabalho de aplicação dos questionários foi complementado com entrevistas por telefone e e-mail. A totalidade das entrevistas foi registrada com gravador, incluindo as realizadas *in loco* e as obtidas por telefone. Apenas uma delas foi concedida por e-mail.

O estudo de caso apresentado é de natureza interpretativa e envolveu a análise descritiva das respostas dos agentes entrevistados que, segundo Godoy (1995), exige a realização de um diagnóstico do local e dos agentes sob a ótica holística, ou seja, esses elementos devem ser observados globalmente, e não apenas reduzidos a variáveis.

Para determinar a potencialidade do Caminho Caipira para o turismo rural de Borborema, utilizou-se o método matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras, desenvolvido por Almeida (2006) com base na metodologia de inventário da oferta turística da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR, 1984, citado por ALMEIDA, 2006, p.189), e uma proposta de Leno Cerro (1993, p.42-50), que condiz com a hierarquização estabelecida pelo Centro Interamericano de Capacitação Turística da Organização dos Estados Americanos (CICATUR/OEA).

De acordo com Almeida (2006), as expressões potencial turístico, vocação turística ou potencialidade turística, tem sido atualmente vulgarizadas devido à ausência de definições precisas. O prejuízo disso é a decisão por investir ou definir políticas públicas ou planos turísticos com base na crença do potencial ou em demagogias que representam apenas interesses econômicos financeiros de uma minoria, atitudes que podem representar desperdício de verbas públicas e fracasso de projetos e projetos turísticos nas localidades.

Diante disso, sugere-se que a avaliação da potencialidade seja realizada de forma concreta, com métodos e instrumentos criados especificamente para essa finalidade, como é o caso da metodologia proposta pela Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR, que visa à hierarquização dos atrativos turísticos, e é a base da matriz da avaliação proposta por Almeida (2006).

Nessa metodologia são emitidas pontuações de 1 a 5 para cada um dos itens de avaliação que totalizam três dimensões (atrativos turísticos, equipamentos e serviços turísticos, e normativo-institucional), divididos em oito categorias que são subdivididas em 13 subcategorias. Para esse trabalho, o método foi adaptado com o objetivo de avaliar somente os itens constantes em uma empresa de turismo rural, visto que a intenção na utilização da metodologia é determinar especificamente o potencial turístico de um empreendimento, e não de uma localidade. Por isso, decidiu-se por desconsiderar a dimensão normativo-institucional, mantendo-se apenas os itens (i) Atrativos turísticos: pontos atribuídos de acordo com a atratividade em nível internacional, nacional, regional, se constitui-se um atrativo por si só ou se depende de um conjunto de outros atrativos; e (ii) Equipamentos e serviços turísticos: avaliação feita de acordo com a capacidade, estrutura e qualidade. Foram avaliados os meios de hospedagem, alimentação, equipamentos de entretenimento e outros serviços de uso turístico, com pontuação para cada tipo de equipamento. Ao final, foi feita a somatória de todos os pontos atribuídos a cada parâmetro analisado, e em seguida a média de cada um destes. A média final da somatórias desses números é o índice de potencial turístico do agroturismo Caminho Caipira, que deve variar de 1 a 5, sendo 1 o índice mínimo, e 5 o nível máximo, indicando o potencial turístico do empreendimento.

Nos demais objetivos propostos, a sistematização e análise de dados teve como finalidade organizar o conteúdo e possibilitar o confrontamento com a teoria. As informações coletadas foram transcritas e organizadas em temas investigados. Posteriormente, cada categoria foi disposta em tabelas possibilitando o cruzamento de dados e facilitando assim a interpretação de forma descritiva do material.

Portanto, o tratamento das informações obtidas durante as entrevistas consistiu em: ordenação; classificação e análise propriamente dita, de forma a possibilitar a teorização sobre os dados, confrontando a abordagem teórica anterior e o que a investigação de campo trouxe como contribuição (MINAYO, 2010).

Os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa estão demonstrados de forma simplificada no Quadro 1.

Quadro 1 – Procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa

Item	**Classificação**
Objetivo	Exploratória
Abordagem	Qualitativa
Método de pesquisa	Pesquisa de Campo
Estratégia de pesquisa	Estudo de caso
Coleta de dados	Entrevistas roteirizadas. Método pesquisa ação/observação participante
Espaço de análise	Três propriedades em Borborema – interior de SP
Objeto de análise	Caminho Caipira – turismo rural
Sistematização e análise de dados	Análise descritiva/ matriz de avaliação do potencial turístico (Almeida, 2006)
Agentes	Produtores rurais criadores do Caminho Caipira, produtores rurais locais, representantes do poder público

Fonte: Elaborado pela autora

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O embasamento teórico da pesquisa abordou o conceito de cadeias produtivas, redes alternativas de comercialização, além da relação do turismo rural com cadeias curtas e com a pluriatividade agrícola.

3.1 O turismo rural

Quando se fala em turismo em áreas não urbanas, é necessário pensar o meio rural como definiu Schneider (2007): um espaço de sociabilidade, ambiente propício para manifestações culturais diversas, um lugar onde ocorre a interação do homem com a natureza, ocorrências que vão além da mera produção de alimentos e matérias-primas para alimentação.

Nesse sentido, a terra deixa de ser vista somente como um ativo econômico, passando também a ser valorizada por outros fatores, como a paisagem, cultura, gastronomia, artesanato etc. (NIEDERLE, 2007).

O registro de atividades turísticas no meio rural remonta à antiga Roma, quando os povos da Babilônia (4.000 a.C) utilizavam o bucolismo do campo para fugir da agitação da *polis*. Mil anos depois, os turistas já viajavam ao Egito para conhecer as pirâmides e o rio Nilo. Na Idade Média, a aristocracia inglesa se refugiava no campo, nas longas viagens chamadas *grand tour*. E no início do século XI já existiam as hospedarias rurais espanholas, que conduziam ao caminho de Santiago de Compostela (ROQUE, 2004).

As origens e princípios do turismo rural no mundo são diversas. Nos Estados Unidos e Nova Zelândia, por exemplo, a atividade surgiu a partir de hospedagens informais, quando os rancheiros cediam alimentação e espaços em suas residências para a pernoite de viajantes, caçadores e pescadores que passavam pelo local. Atualmente, essa modalidade de turismo é denominada *farm houses* (casas de fazenda) ou *country vacations* (férias no campo), que passaram de hospedagens e alimentação gratuitas, para um serviço profissional, representando parte do lucro da propriedade rural (ROQUE; VIVIAN, 1999).

Em países da Europa, como França, Espanha, Portugal e Irlanda, é um hábito comum receber turistas em propriedades rurais. Exemplos mais conhecidos são os paradores de Santiago de Compostela, na Espanha, e o turismo de habitação, ou agroturismo, muito comum em Portugal, em que as pessoas abrem suas casas no campo, geralmente construções antigas, rústicas e de valor cultural elevado, para receber os turistas, que acabam participando da convivência diária como se fossem integrantes da família (EMBRATUR, 1994).

No Brasil, a atividade começou a se desenvolver há 20 anos, com atividades voltadas à valorização do campo, das tradições e dos recursos naturais e patrimônio histórico. O primeiro empreendimento de turismo rural que se tem notícia no Brasil foi constituído no município de Lages-SC, conhecida como a Capital Nacional do Turismo Rural, abrigando a sede da Associação Brasileira de Turismo Rural (ABRATURR). No Estado de São Paulo, a região de Mococa se mostra como pioneira nesse tipo de exploração turística, por ter criado a primeira rota rural nacional, oferecendo cavalgadas, hospedagem, gastronomia típica e reunindo as mais tradicionais propriedades rurais do município. No interior de São Paulo, cidades como Avaré, Bauru e Marília (região de Borborema) e Presidente Prudente, entre outras, ainda não despertaram para investimentos em turismo rural, embora iniciativas pontuais mostrem que existe potencial, desde que essas localidades busquem mecanismos de integração entre o campo e a cidade (ROQUE, 2004).

Entre as alternativas para que o turismo rural se constitua fator de desenvolvimento local, Blanco (2004) citou a criação de cooperativas de produtores, a implementação de canais de venda direta, o apoio de sindicatos e do poder público, tanto na criação do associativismo, essencial para o sucesso dos empreendimentos, quanto na realização de feiras municipais e mini depósitos para abastecimento do mercado regional, na realização de parcerias com escolas para utilização na merenda escolar de alimentos produzidos localmente, na promoção de eventos socioculturais que divulguem e valorizem a produção local. A implementação do turismo rural em parceria com a agricultura familiar, por exemplo, leva o empreendedorismo para o campo e aumenta consideravelmente as chances de sucesso dos

empreendimentos. É conhecido que cada vez mais a metrópole dependerá do campo, por isso, não se trata de submeter o rural às necessidades das cidades, mas de desenvolver ações em que as demandas de ambos sejam atendidas.

Para Benevides (2011), populações que atuam na extração de recursos naturais e produção artesanal dependem de uma rede de relações institucionalizadas, e precisam se organizar para juntos traçar estratégias de forma a contemplar os valores comuns.

De acordo com EMBRATUR (1994), as atividades de turismo rural na Europa e no Brasil apresentam muitas semelhanças, entretanto, vale salientar que esse segmento na Europa nem sempre pode ser equiparado ao desenvolvido por aqui, por se tratarem de realidades diferentes, tanto do ponto de vista ambiental, econômico e social.

Entre os autores que estudam o fenômeno turístico no Brasil, Beni (2001) foi o primeiro a retratar uma tipologia do turismo no país, dividindo a atividade em 15 tipos, conforme o quadro 2.

Quadro 2: Tipologia do turismo brasileiro

Tipologia do turismo	**Descrição**
Turismo cultural	Aquele em que o turista tem contato com o legado histórico do homem, especificamente em ruínas, monumentos, museus, obras de arte, não necessariamente no campo;
Turismo religioso	Que inclui deslocamentos de pessoas a centros religiosos, peregrinos que assumem um comportamento de turista ao passo que consomem produtos e utilizam equipamentos, serviços e estrutura turística;
Turismo empresarial e de negócios	O deslocamento se dá motivado pelo desejo de efetuar transações comerciais, cursos de treinamento etc., ocorrendo geralmente em áreas urbanas;
Turismo hedonista	Situações em que o turista viaja pelo simples prazer de conhecer lugares e culturas diferentes, sem motivação específica, podendo ser em áreas urbanas ou rurais;

Turismo esotérico ou esoturismo	Quando inclui grupos que viajam a lugares em que existe a presença de energias facilitadoras a experiências e vivências internas e/ou exteriorizadas;
Turismo educacional	Que são viagens culturais organizadas por e com a presença de professores, a destinos que contribuem para o aprendizado dos alunos participantes;
Turismo de incentivos	Inclui as viagens oferecidas como recompensas ou premiação a estudantes ou funcionários de empresas;
Turismo étnico- histórico-cultural	Quando a pessoa viaja a destinos relacionados à sua ascendência;
Turismo de eventos fixos, sazonais, de oportunidades e monotemáticos	Viagens a eventos sazonais como feiras, exposições e festas regionais e nacionais consolidadas;
Turismo de aventura	Especificamente viagens a espaços naturais, motivadas pela possibilidade de enfrentar situações de desafios, como esportes radicais, por exemplo;
Turismo de aventura e entretenimento	Viagens de grupos a centros de lazer, como parques aquáticos ou temáticos;
Turismo ecológico	Deslocamentos a espaços naturais com a pretensão de observação a fauna e flora de forma passiva;
Ecoturismo	Deslocamentos a espaços naturais delimitados e protegidos, como parques estaduais, por exemplo, com o objetivo de estudar os fenômenos do lugar e também compartilhar as pesquisas realizadas no local;
Agroturismo	Deslocamento de pessoas a espaços rurais com roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite;
Turismo rural	Deslocamento de pessoas a espaços rurais com roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para fruição de cenários e instalações rurais.

Fonte: Adaptado de Beni (2001)

Note-se que, pela definição de Beni (2001), dos 15 tipos identificados, cinco se desenvolvem com maior intensidade em áreas rurais: turismo de aventura, turismo ecológico e ecoturismo, que se destacam por deslocamentos, geralmente, a espaços naturais, e agroturismo e turismo rural, especificamente para deslocamento a espaços rurais. O autor também definiu agroturismo e turismo rural como atividades com praticamente as mesmas características, porém diferenciando-se apenas na questão do comportamento do turista: no turismo rural o hóspede apenas usufrui do ambiente agrícola, enquanto no agroturismo, ele é convidado a participar das atividades rurais desenvolvidas na propriedade. Outra diferença entre as duas modalidades é que no turismo rural a estrutura pode ser construída ou modificada para receber o hóspede, enquanto no agroturismo, as instalações e equipamentos podem ser adaptados para receber o turista desde que as características originais e arquitetônicas sejam mantidas.

Apesar dessa diferença apontada, a Embratur (1994) não considerou as diferenças entre turismo rural e agroturismo, conceituando o turismo rural brasileiro como um setor que engloba todas as atividades (alternativas, domésticas, agroturismo e turismo), organizadas para e pelos habitantes do país em áreas não urbanas, considerado como uma forma de fazer turismo conhecer o ambiente rural ao mesmo tempo em que se resgata e valoriza a cultura regional.

Schneider (2006), baseado em autores como Graziano, Vilarinho e Dale (1998), também considerou o agroturismo como uma das modalidades de turismo rural praticadas no Brasil, juntamente com o ecoturismo, turismo cultural, esportivo e ecológico. Todas essas modalidades englobam os empreendimentos localizados em áreas rurais, tais como hotéis fazenda, que prestam serviços e atividades de acolhimento, hospedagem, transporte, alimentação, lazer, recreação e entretenimento, entre outros.

Campanhola e Graziano da Silva (1999) refinaram o conceito de agroturismo, definindo-o como o conjunto de atividades desenvolvidas dentro da propriedade, que são complementares às ocupações agrícolas, tais como hotel fazenda, pesque-pague, pousada, restaurante típico, vendas diretas do produtor, ou seja, atividades que possuem relação com o cotidiano dos moradores. O agroturismo e o ecoturismo (atividades realizadas em áreas

com recursos naturais preservados, como cachoeiras, rios, florestas, e que tem como finalidade o estudo, contemplação e desfrute da flora e fauna, bem como de manifestações culturais) estão entre as modalidades que mais se destacam no Brasil.

A exploração do turismo em áreas rurais no Brasil teve como marco inicial os anos 1980, entretanto, a valorização de práticas ambientais responsáveis e de atividades relacionadas à natureza, nos anos 1990, impulsionaram o crescimento dessa atividade (MARAFON 2006).

Candiotto (2009) chamou a atenção para o fato de que a busca por novas atividades no campo tem relação direta com a incorporação da ideologia de desenvolvimento sustentável, surgida em 1992, com a realização da conferência Eco 92. Com isso, o campo passou a combinar crescimento econômico, conservação ambiental e justiça social, e o crescimento da procura e oferta turística nessas áreas representaram mudanças significativas no tecido social e cultural das comunidades típicas desses territórios.

Sob o ponto de vista da legislação, no Brasil o assunto é ainda recente. Somente em 2015, o turismo no campo passou a ser reconhecido oficialmente como alternativa de exploração econômica das propriedades rurais. A Lei 13171/15, aprovada em 2015, considera o turismo em propriedades rurais como atividade econômica para fins de tributação e, com isso, passaram a ser consideradas como atividade rural a administração e hospedagens, o fornecimento de alimentação e bebidas em hotéis e restaurantes, organização de eventos artísticos e religiosos ligados ao campo, promoção de visitas a propriedades rurais produtivas ou de importância histórica, bem como a exploração do cotidiano do ambiente rural. O projeto inclui o turismo rural na Lei nº 8.023, de 12 de abril de 1990, que trata da tributação de atividades rurais.

A demanda por participar de atividades de lazer e turismo em áreas rurais atualmente é grande, proveniente de pessoas residentes em áreas urbanas porém com forte ligação com o campo. O Brasil passou por um intenso processo de urbanização ocorrido entre as décadas de 1960 e 1970, que praticamente inverteu o contingente populacional urbano e rural. É essa população que se mudou para as cidades que constituem a maior parte da demanda por empreendimentos de turismo localizados em áreas rurais, que

antes eram vistas como lugar de atraso, agora se tornaram ambiente desejado para descanso e lazer (ELESBÃO, 2014).

O Censo Agropecuário realizado em 2006, já mostrava que das 5.175.489 propriedades recenseadas, 3.551 declararam ter rendimentos provenientes do turismo rural, sendo a maioria (56,7%) localizada nas regiões Sul e Sudeste. Os estados que mais possuem estabelecimentos com empreendimentos desse segmento são Minas Gerais (12,87% do total), Rio Grande do Sul (11,91%), e São Paulo (11,86%), que juntos somam mais de um terço do total do país. Embora concentradas nessas regiões, o turismo rural aparecia em todo o país, por isso faz-se necessário abordar o tema considerando a diversidade do espaço rural brasileiro, onde a atividade de turismo rural vai se organizando em função das características de cada localidade, surgindo então a dificuldade em definir um modelo único (ELESBÃO, 2014).

Para Tulik (1990), a discussão acerca do tema está pautada nas mudanças que esse tipo de atividade provoca no campo, gerando alterações no meio rural, que podem ser tanto do ponto de vista negativo (prejuízos ao meio ambiente, por exemplo), como positivamente, gerando o efeito inverso que inclui a preservação do meio ambiente e melhoria no desenvolvimento local.

Entre as transformações proporcionadas pelo turismo rural na localidade em que se insere, Elesbão (2014) considerou os gastos monetários realizados pelo turista como o primeiro passo de um efeito multiplicador, que pode ser analisado sob dois ângulos: (i) a presença do turista desencadeia a circulação financeira em determinado local à medida que gasta dinheiro com hospedagem e produtos vendidos localmente, dinheiro reinvestido em compra de bens a serem processados e consumidos novamente e (ii) o incentivo ao surgimento de novos empreendimentos à medida que a atividade cria oportunidades de negócios. Quanto à geração de empregos, mostra-se pouco significante se considerados os números de empregos gerados no município, região ou Estado, mas são importantes se analisados sob o ponto de vista das comunidades locais, carentes de dinamismo econômico. Outras mudanças observadas pelo autor são: a participação da mulher na atividade, estabelecimento de relações econômicas entre os empreendedores e

comunidade em geral, incentivo na organização das famílias, valorização dos atributos locais por parte dos moradores, mobilização de recursos produtivos ociosos.

De acordo com Candiotto (2009), tanto do ponto de vista da demanda quanto da atuação do produtor rural, a dinâmica do espaço rural tem se tornado cada vez mais complexa e mutável. A população urbana tem demonstrado interesse crescente por áreas rurais (residência, lazer, visitas a recursos naturais e descanso), e a população rural tem ocupado funções antes apenas urbanas, condições que conduzem a uma refuncionalização do rural, termo também utilizado por Elesbão (2014), que pode ser considerado como multifuncionalidade da terra.

3.2 Refuncionalização do rural e pluriatividade agrícola

A Europa foi pioneira e se tornou uma referência mundial no debate ao reconhecimento da multifuncionalidade da agricultura. Na França, esse reconhecimento se dá por meio de contratos entre agricultores e Estado, onde as múltiplas funções da agricultura, como segurança alimentar e manutenção do tecido econômico e social, são fatos reconhecidamente históricos. A diferença contemporânea está no reconhecimento institucional dessa multifuncionalidade, com o desenvolvimento de políticas públicas que favorecem as famílias e com compensações financeiras para garantir a preservação ambiental, social e cultural (CANDIOTTO, 2009). Unidades produtivas multifuncionais europeias já foram consideradas marginais, mas agora ganham cada vez mais importância no cenário de produção agroalimentar mundial, necessitando, porém, que as propriedades se adaptem às exigências da sociedade moderna no meio rural (ABRAMOVAY, 2002).

No Brasil, essa questão está voltada à produção agroalimentar, reprodução de famílias rurais e conformação do rural, elementos que diferenciam a multifuncionalidade brasileira da europeia (BONNAL; CAZELLA; MALUF, 2013).

No geral, a expressão multifuncionalidade é ambígua e pode ser vista sob dois pontos de vista, de acordo com Abramovay (2002): é uma forma de disfarçar interesses protecionistas, e também um indício de crise em um modo de desenvolvimento rural, uma forma de atender às novas demandas da sociedade moderna em relação ao uso do meio rural.

Candiotto (2009) alertou para outro duplo sentido em relação à análise do conceito de multifuncionalidade: o termo aplicado ao agricultor e o termo aplicado à agricultura, que são diferentes, porém complementares. Para o autor, a multifuncionalidade da agricultura só é reconhecida se o agricultor for valorizado como multifuncional. A multifuncionalidade da agricultura pode representar a aparecimento de mais agricultores multifuncionais.

Esse fenômeno vem crescendo desde o início da década de 1990, com o surgimento, em áreas rurais, de indústrias, condomínios

residenciais, áreas de lazer e turismo, e com o crescimento da produção e venda de mercadorias com valor agregado, produtos *in natura* ou processados artesanalmente, que carregam informações históricas do local e o “saber fazer” das comunidades, geralmente comercializados em circuitos curtos (CANDIOTTO, 2009).

Para Bonnal, Cazella e Maluf (2013), quando se fala em multifuncionalidade o foco de análise deixa de ser a propriedade rural, local de produção com fins econômicos, e passa a ser a família rural reconhecida, não mais somente como unidade produtiva, mas também como unidade social situada em um território com características socioeconômicas, culturais e ambientais.

Nesse caso, a multifuncionalidade pode ser associada à pluriatividade do agricultor, à medida que novas atividades, entre elas o turismo rural e a produção agroecológica aparecem no meio rural e demandam do agricultor o desenvolvimento de habilidades para exercer funções não agrícolas (CANDIOTTO, 2009).

A pluriatividade é um termo que descreve a diversificação observada dentro e fora das propriedades rurais, bem como para indicar o conjunto de novas atividades que surgem no meio rural. É um fenômeno que serve de alternativa à queda da renda agrícola, desenvolvido especialmente por unidades familiares localizadas próximas a centros urbanos, locais que contam com fluxo maior de turistas interessados no espaço rural e na natureza (MARAFON, 2006).

Para Darolt, Lamine e Brandemburg (2013), a pluriatividade é caracterizada pelo desenvolvimento de atividades não agrícolas e ocupações das populações do campo em atividades antes urbanas, e observada geralmente em pequenas propriedades, em que torna-se fundamental agregar valor à produção.

Schneider (2006) considerou que o aparecimento no campo de atividades não agrícolas, entre elas as provenientes do turismo rural que têm se expandido bastante nas últimas décadas, é uma das consequências do processo de reestruturação social e econômica que vem sendo observada no país decorrente da globalização. O resultado dessa expansão são mudanças em termos econômicos e também culturais, onde por um lado o morador

urbano se beneficia com o acolhimento e a tranquilidade do campo, e por outro, os produtores rurais possuem ganhos econômicos, com o aumento da renda gerada na propriedade, além de ganhos sociais e culturais, a partir do contato com os hóspedes, resultante das atividades ligadas ao turismo rural.

Entre as principais características de um empreendimento de turismo rural estão as questões culturais, como gastronomia característica e arquitetura atrativa, condições que em muitos casos superam em importância os atrativos naturais. Outra característica desse tipo de negócio é a criação de oportunidades de empregos, considerando que geram interesse das populações em atividades diversas, antes confinadas à propriedade e que passam a ser disponibilizadas ao comércio local, como elaboração de produtos artesanais (cachaça, pães, geleias, conservas, embutidos etc.), artesanato, restaurantes de comidas típicas e trilhas ecológicas, entre outros (CAMPANHOLA; GRAZIANO DA SILVA, 1999).

No crescente processo de valorização do ambiente rural por que passa o Brasil, o turismo aparece como uma das principais alternativas para gerar oportunidades de emprego e renda para algumas comunidades rurais, que passam a executar outras atividades além daquelas relacionadas à produção agropecuária (ELESBÃO, 2014).

As atividades complementares surgidas no campo, entre elas as ocupações relacionadas ao turismo, são tidas como oportunidades para a complementação da renda familiar agrícola e deram origem ao termo pluriatividade (MARAFON, 2006).

Entretanto, ainda que o turismo rural se torne a atividade mais importante da propriedade, o agricultor geralmente não substitui a atividade agrícola tradicional pelo turismo, mas mantém as duas paralelamente, propiciando o processo de refuncionalização à medida que passa a se dedicar mais àquela atividade que se torna a maior geradora de renda da propriedade (ELESBÃO, 2014). A substituição da atividade original pela atividade não-agrícola não é recomendada por Schneider (2006), que considerou ser mais viável que o produtor rural trabalhe de forma pluriativa, administrando paralelamente as atividades do turismo rural e agricultura, devido a variação que pode sofrer o fluxo de turistas dependendo das estações do ano e mudanças climáticas regionais.

A crise na agricultura convencional, realidade que faz parte de um contexto global de crise do modelo econômico dominante, foi um dos impulsos para que surgissem os métodos especiais de agricultura, que são operações que incluem a preservação das tradições locais e comportamento inovador das novas gerações de agricultores e consumidores no que diz respeito às suas relações de comércio (GIUCA, 2012).

As novas funções econômicas que surgem no meio rural (atividades não agrícolas demandadas pelo turismo, agroindústria e comércio/serviços), por meio da crescente valorização de produtos locais e regionais, e da demanda por produtos e atividades desenvolvidas no campo, são temas cada vez mais discutidos e valorizados na literatura científica, em organizações profissionais e públicas, quando tratam de desenvolvimento rural (ABRAMOVAY, 2002).

Portanto, para Giuca (2012), definir o meio rural como produtor de alimentos, e o meio urbano como consumidor desses alimentos, atualmente se tornou uma concepção bastante simplista, pois a agricultura não produz somente alimentos, mas também vantagens ambientais, sociais e educacionais.

Para Sims (2010), promover a produção da região, e incentivar, no turista, o consumo agroalimentar local, é uma forma de promover o turismo sustentável, obtendo, com isso, o equilíbrio dos impactos que a atividade de turismo provoca, e combatendo, portanto, os fatores negativos ocasionados pela expansão turística e pelo aumento no número de visitantes à localidade. Os benefícios apontados pela autora incluem ganhos econômicos, mas também sociais e ambientais.

3.3 Produção local do alimento: o *local food*

Para Brunori (2007), a comida produzida e comercializada localmente adquire significados fortes para o consumidor sob diversos pontos de vista, como por exemplo: (i) significado funcional, cujos valores estão relacionados ao sabor e saúde de quem consome, (ii) significado ecológico, relativo a diminuição das milhas percorridas para a produção e distribuição de determinado produto, (iii) significado estético, à medida que são produtos diferenciados dos padronizados, muitas vezes artesanais, sendo únicos, (iv) significado ético, devido a autenticidade e a identidade dos produtos, e finalmente (v) significado político, por alterar o equilíbrio de poder na cadeia alimentar, podendo também orientar novos padrões de consumo.

Os significados do alimento local sob o ponto de vista do consumidor estão resumidos no Quadro 3.

Quadro 3 - Significado do alimento local

Funcional	Saúde Sabor
Ecológica	Milhas alimentares Biodiversidade e paisagens
Estética	Diversidade versus padronização Distinção
Ética	Autenticidade Identidade e solidariedade
Política	Alterar o equilíbrio do poder na cadeia alimentar Orientar produção e padrões de consumo

Fonte: Adaptado de Brunori (2007).

Entretanto, para Sims (2010), esses significados nem sempre são reconhecidos pelo turista, à medida que o consumo de produtos locais pode representar a necessidade de mudanças de hábitos dos visitantes. Essa barreira cultural e conceitual no que diz respeito ao consumo da comida local constitui-se em um dos fatores que tornam problemática a relação entre turismo rural sustentável e comida local. Outros aspectos dizem respeito à

questão da preservação do meio ambiente, devido à dificuldade em definir quão realmente sustentável é a produção e armazenamento dos produtos, bem como definir com exatidão qual a pegada de carbono dessa produção. Sob o ponto de vista econômico, pesam também a concorrência comercial da produção local com as grandes redes de distribuição de alimentos que importam produtos mais baratos, o que pode inviabilizar financeiramente a atividade turística.

Apesar dos problemas apresentados, a produção local de produtos alimentares autênticos pode beneficiar a atividade turística caso venha a se tornar um alimento ou bebida icônicos, auxiliando, assim, na criação de uma imagem do destino e, portanto, atraindo mais visitantes, aumentando a sustentabilidade econômica a longo prazo (SIMS, 2009).

O sistema agroalimentar local, conhecido como *local food,* consiste na combinação de quatro fatores, segundo Giuca (2012): (i) os circuitos curtos de comercialização, em que se pratica a venda direta, (ii) a reduzida distância entre produção e consumo, quando comparada aos mercados convencionais, (iii) um processo que considera fatores, como por exemplo, o reuso da água, o tratamento do lixo, o transporte ecológico e, por fim, (iv) um processo que tem administração em nível local e regional.

Para Feenstra (1997), essa definição engloba um esforço colaborativo para a construção de economias alimentares de base local e autossuficiente, cuja produção sustentável de alimentos, processamento, distribuição e consumo são integrados para melhorar a saúde econômica, ambiental e social de um determinado lugar.

O termo *local food* é ambíguo, possui diversas definições, e não há um consenso sobre a definição, especialmente quando se trata da distância geográfica entre a produção e o consumo (MARTINEZ, 2010). Eriksen (2013) analisou descrições apresentadas por vários pesquisadores, publicados entre 2000 e 2012, e constatou que o tema é complexo e a definição do termo varia de acordo com os objetivos, valores, prioridades e contextos de cada pesquisador. A maioria desses autores (MORRIS; BULLER, 2003; BROWN; GELDARD, 2008; ROSE et al., 2008; DUNNE et al., 2010; EDWARDS-JONES, 2010; MARTINEZ et al., 2010; PEARSON et al., 2011) considera como característica central do sistema as milhas alimentares,

e o debate sobre mudanças climáticas, especificamente sobre a emissão de carbono, embora o transporte seja apenas uma parte do processo de produção responsável pela poluição. A relação com uma área específica também foi apontada por muitos desses pesquisadores, como Selfa e Qazi (2005), Futamura (2007) e Schonhart et al. (2008). E, embora menos frequentemente, a relação social entre consumidores e produtores também aparece nas definições analisadas por Eriksen (2013).

Em suma, o termo pode ser entendido sob três domínios de proximidade: (i) a proximidade geográfica, relativo ao território geográfico e às milhas alimentares; (ii) as relações de proximidade, incluindo o contato direto e relações de confiança entre consumidores, produtores e outros atores; e (iii) os valores de proximidade, geralmente relacionados ao frescor e boa qualidade dos produtos, atribuídos pelos diferentes atores. Para Ostrom (2006), Blake et al. (2010) e Kremer e DeLiberty (2011), o local é um conceito relativo formado em conjunto pelos consumidores e produtores. Ostrom (2006) também considerou as milhas alimentares e a relação com uma área específica, enquanto Kremer e DeLiberty (2011) destacaram as “redes sociais” formadas em determinada localidade.

De acordo com Eriksen (2013), *local food* pode apresentar significados diferente para diferentes pessoas em diferentes contextos. Portanto, a distância e abrangência dos sistemas locais podem variar tanto de acordo com as perspectivas dos produtores, quanto em relação à percepção do consumidor, já que para uns o *local food* são os produtos plantados, transformados e comercializados na localidade em que vive, para outros, são os produtos processados e consumidos em um mesmo país.

Da mesma forma, para Kneafsey (2010), os sistemas de produção locais não devem ser definidos como um mercado que abrange apenas uma pequena cadeia produtiva localizada. Diversos autores, entre eles Morris e Buller (2003), Fonte (2008) e Scarabelot e Schneider (2012), compreenderam o mercado local sob dois pontos de vista. O primeiro engloba os produtos processados e comercializados em um limite geográfico definido como local, ou seja, a produção local para os consumidores locais, considerando a proximidade social com o objetivo de reaproximar produtores e consumidores. Já o segundo tipo pode ser entendido como sendo a

produção que possui valor agregado por conta da localidade, mas que não é necessariamente distribuída dentro do limite geográfico considerado local, ou seja, a produção é local, mas atende consumidores distantes, que consideram as condições específicas de produção dos alimentos e a valorização de sua origem em mercados distantes do local de produção.

Em ambas as categorias percebe-se a importância da proximidade entre produtores e consumidores que remete a formas de comercialização da produção agrícola que propiciam maior interatividade na construção de relações de confiança, podendo ser, portanto, uma forma de inserção do produtor no mercado (SCARABELOT; SCHINEIDER, 2012).

3.4 Comercialização agroalimentar e as cadeias curtas

Em se tratando de mercados em que ocorre a proximidade entre consumidores e produtores, a comercialização de produtos tradicionais/artesanais deve ocorrer por meio daquilo que Goodman (2003), Wilkinson (2003), Marsden (2004) e Sonnino e Marsden (2006) denominaram redes alternativas - *Alternative Agro-food Netwoks (AAFNs),* caracterizadas pela aproximação entre produção e consumo, mas também pela confiança entre os agentes, qualidade dos produtos, transparência das relações e localidade.

Para Holloway e Kneafsey (2004), as AAFNs envolvem uma enorme diversidade de formas, motivos e práticas. Como exemplos de mercados locais alternativos incluem-se os circuitos curtos de comercialização, utilizando-se, na maioria das vezes, da venda direta, como as feiras livres (HOLLOWAY; KNEAFSEY, 2000), lojas de produtos agrícolas, vendas por meio de cestas, CSA - agricultura apoiada pela comunidade (HOLLOWAY et al., 2007), hortas comunitárias e produção orgânica (HOLLAND, 2004).

As redes alternativas surgiram em uma época em que a população teve seu poder de compra enfraquecido devido a crises financeiras, enquanto a atenção do consumidor se volta para a segurança alimentar, em busca de alimentos de alta qualidade e/ou naturais. Nesse sentido, as AAFNs vêm contribuindo para a recuperação do elo mais fraco da cadeia agroalimentar, o pequeno agricultor, que passou a praticar preços mais justos, embora as cadeias curtas nem sempre representem diminuição do preço ao consumidor (GIUCA, 2012).

Segundo Darolt, Lamine e Brandemburg (2013), o termo circuitos alternativos também é utilizado com a intenção de questionar a forma de comercialização convencional, operado na maioria das vezes em circuitos longos, apresentando convenções de comercialização pouco justas.

Sonnino e Marsden (2006) e Cruz e Schneider (2010) compartilham dessa alegação à medida que afirmaram que o surgimento dessas redes alternativas, incluindo as cadeias curtas, ocorreu em função da insatisfação do consumidor com um sistema industrial, seja no que diz respeito à distribuição e comercialização, seja no tocante à procedência, e muitas vezes,

até da qualidade dos produtos oferecidos. Entretanto, alertaram que ainda não são claros os limites entre o convencional e o alternativo, no que diz respeito à comercialização de produtos agroalimentares.

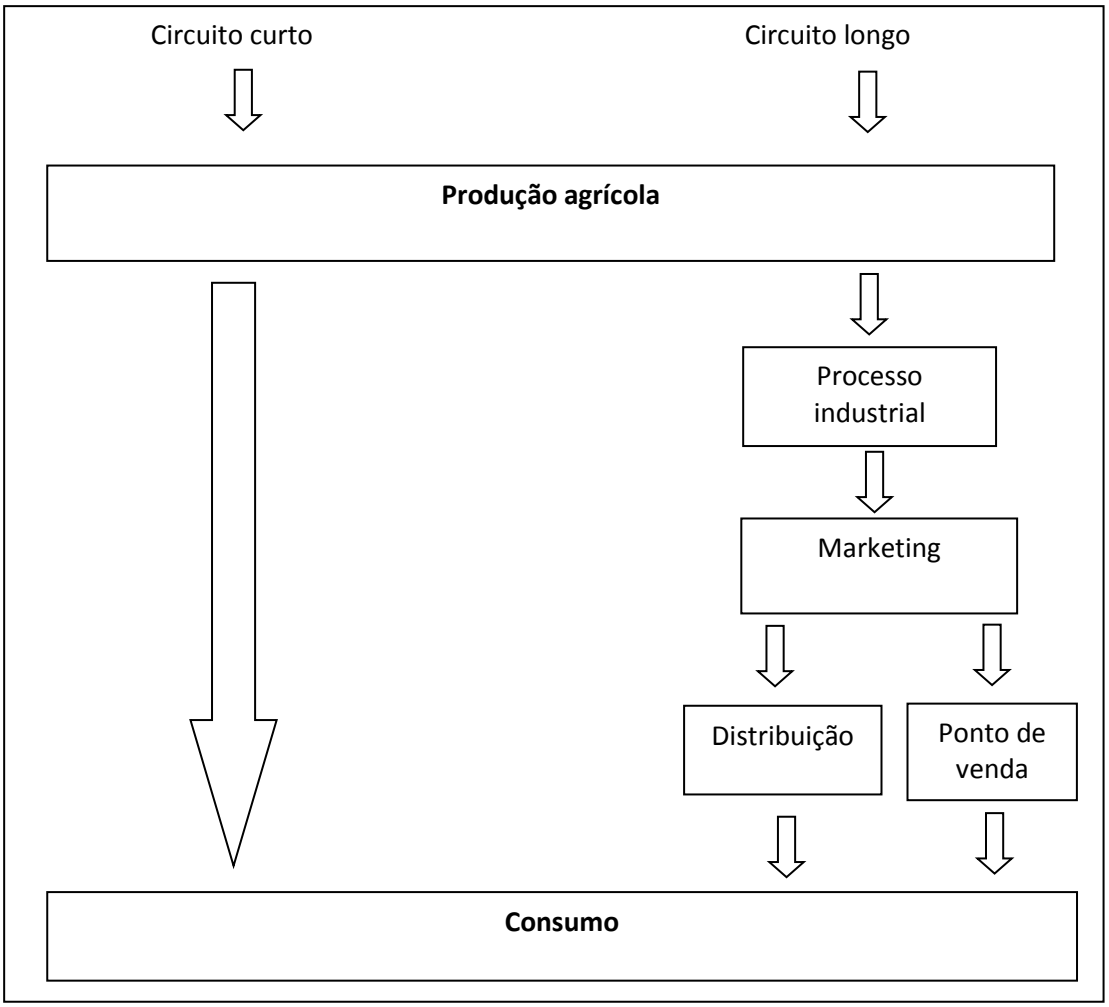
Para Ferrari (2011), considerando os trabalhos de Sonnino e Marsden (2006) sobre esses circuitos curtos, o setor produtivo agroalimentar pode ser dividido em duas partes: cadeias globais industrializadas e padronizadas, e processos de produção localizados e especializados, ou seja, de um lado os mercados convencionais e globalizados, e de outro a valorização do produto local.

Scarabelot e Schneider (2012) foram mais cautelosos que Ferrari (2011) quando citaram a existência de ações que apontam para mudanças na forma de produzir e consumir no setor agroalimentar, afirmando que esse processo de monopólio do mercado globalizado, que inclui grandes redes atacadistas, ainda é dominante, e age construindo a confiança na marca. No caso da comercialização em circuitos curtos, um dos exemplos que reforça essa ideia é o fato da maioria dos consumidores ainda não associarem a qualidade com a forma de produzir, a origem da produção, o transporte mais sustentável e a relação com o produtor.

Para Wilkinson (2003), apesar da percepção superficial do consumidor, a produção e práticas tradicionais podem sim ser consideradas estratégias sustentáveis de produção alimentar, bem como se constituírem em alternativas ao sistema de produção padronizado que muitas vezes não considera esse fator.

Giuca (2012) traçou o perfil dos circuitos curtos, considerando a venda direta, e circuitos longos, geralmente utilizados na comercialização de produtos industrializados, e os comparou (Figura 2).

Figura 2 - Caminhos percorridos pela produção agrícola em circuitos curtos e longos



Fonte: Adaptado de Giuca (2012)

Nos circuitos longos, a produção agrícola passa por uma série de intermediários, como o processamento industrial, distribuição, disponibilização em pontos de vendas, para só então chegar ao consumidor final. Fazer o alimento percorrer esse caminho pode representar preços mais altos, comida menos fresca e prejuízos ao meio ambiente, por causa da poluição gerada com o transporte. Já o circuito curto envolve um ou nenhum intermediário, ou seja, o que é produzido no campo vai praticamente direto para as mãos do consumidor final (GIUCA, 2012).

Cadeia curta não se constitui um novo sistema de comercialização no setor agroalimentar. No passado distante, a falta de ferramentas e conhecimento para conservação de alimentos fazia com que a

comida circulasse em uma área geográfica limitada. Os circuitos longos passaram a substituir os curtos à medida que foram sendo criadas técnicas de conservação, como salga, secagem e uso de especiarias e, mais tarde, no Século XIX, com o desenvolvimento da tecnologia que permitiu a disponibilidade de comida em lata, permitindo que o alimento pudesse ser consumido cada vez mais longe do seu local de produção (ALBISINNI, 2005, citado em GIUCA, 2012). O desenvolvimento dos sistemas de transportes também foi muito relevante para que os alimentos atingissem além dos mercados locais.

Marsden, Banks e Bristow (2000), Brunori (2007), Ansaloni (2009), Raffaelli, Coser e Dios (2009), Giuca (2012), Scarabelot e Schneider (2012), Darolt, Lamine e Brandemburg (2013) e Retière (2014), apresentaram definições semelhantes acerca das cadeias curtas, com algumas variações quando a análise é feita sob o ponto de vista das distâncias físicas ou sociais.

Esses sistemas agroalimentares alternativos ainda podem ser vistos sob diferentes pontos de vista, de acordo com o país em que é analisado (VIAL, 2009). Segundo Retière (2014), na América do Norte o foco desses sistemas é a *food security* (segurança alimentar), que garante o acesso à alimentação a todos os cidadãos do país. No Reino Unido, a produção e comercialização alternativa volta-se para a questão da sanidade do alimento, a chamada *food safety* (alimentação com segurança), problema relacionado às crises do sistema agroalimentar ocasionadas pelo sistema dominante e globalizado, como contaminações, por exemplo. Os ingleses consideram, também como relevantes, o incentivo a mercados locais e o desenvolvimento de garantias de origem dos produtos.

Na França, os sistemas alternativos focam na agricultura e sua relação com a gastronomia, buscando o desenvolvimento da agricultura familiar camponesa e turismo (DAROLT; LAMINE; BRANDENBURG, 2013). No Brasil, o desenvolvimento de sistemas agroalimentares alternativos está mais relacionado à comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos (RETIÉRE, 2014).

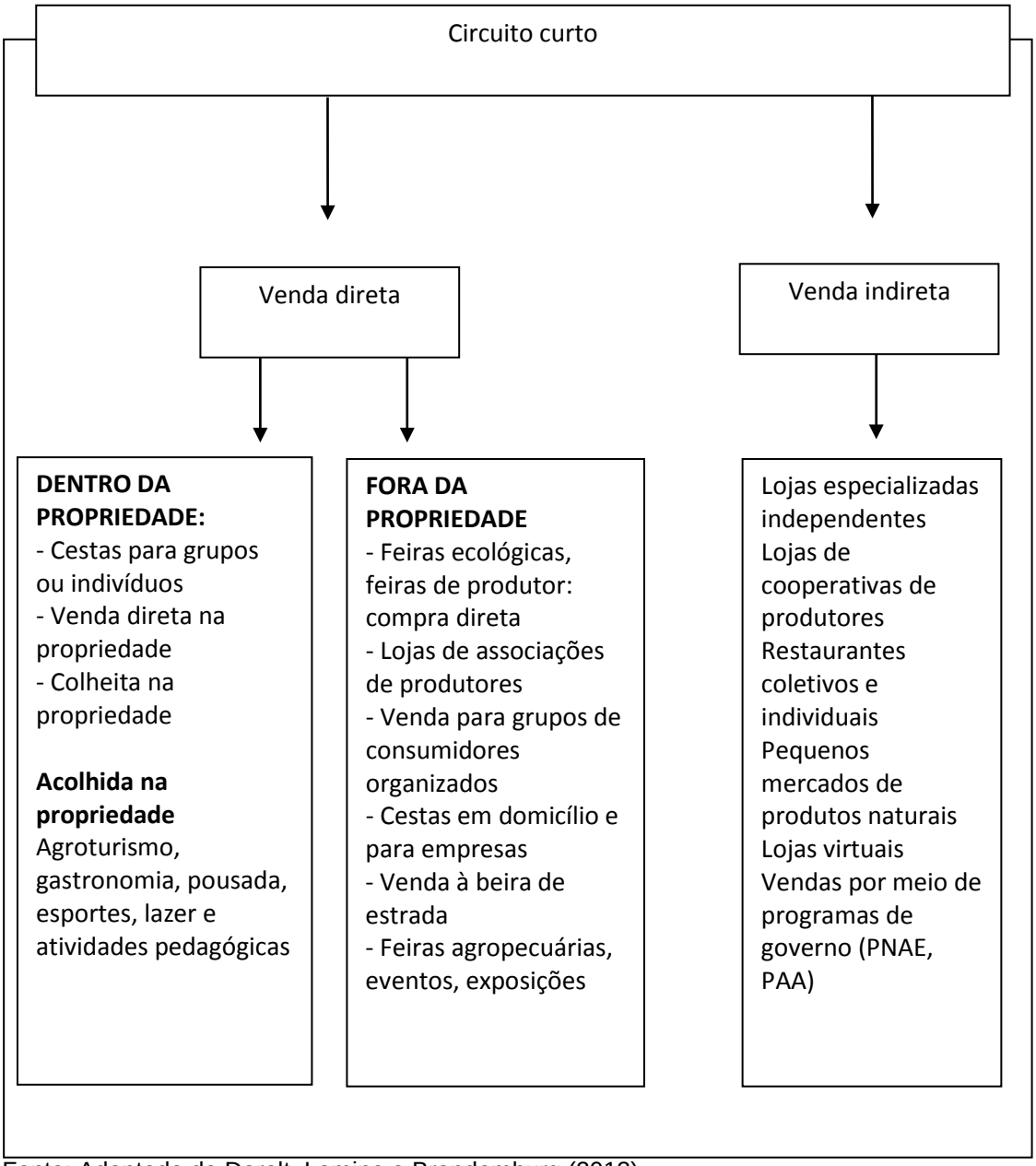
De acordo com Darolt, Lamine e Brandemburg (2013), as cadeias curtas brasileiras podem ser classificadas em venda direta, quando existe o contato direto entre o produtor e o consumidor, e venda indireta,

quando existe a presença de um intermediário. Fazem parte da classificação de venda direta dois segmentos: (i) comercialização dentro da propriedade (cestas, agroturismo, lojas etc.) e (ii) fora da propriedade (feiras, cestas em domicílios e venda na beira de estrada, entre outros). No caso da venda indireta, a comercialização compreende lojas especializadas, restaurantes, pequenos mercados, lojas virtuais e venda por meio de programas de governo. Considerando essa classificação de cadeias curtas, os autores definiram os circuitos curtos de comercialização brasileiro da seguinte forma (Figura 3).

Embora tenham identificado dois tipos de cadeias curtas, Darolt, Lamine e Brandemburg (2013) alertam para a inconsistência dessa definição, que apropriada sob o ponto de vista institucional, é discutível à medida que o intermediário da classificação venda indireta for um supermercado e, nesse caso, não oferecer a comercialização justa e a proximidade esperada em um circuito curto.

Por se tratar de uma definição mais completa, essa pesquisa considerou as definições de Marsden, Banks e Bristow (2000) e Renting, Marsden e Banks (2003), que classificaram cadeias curtas considerando a distância física e o trajeto percorrido pelo produto, que interferem na relação entre o consumidor e produtor e se constituem na distância social. Para eles, são três os tipos de cadeias curtas: (i) *face-a-face*, (ii) de proximidade espacial e (iii) as espacialmente estendidas.

Figura 3 - Tipologia de circuitos curtos de comercialização no Brasil



Fonte: Adaptado de Darolt, Lamine e Brandemburg (2013)

A compreensão desses três tipos de cadeias curtas, bem como as modalidades de cada uma delas são apresentados no Quadro 4.

São características das cadeias *face a face* as diferentes formas de venda direta entre produtor e consumidor, que pode ser feita por meio de feiras, vendas em domicílio, casas coloniais, rotas de turismo ou portas de propriedades rurais, comércio eletrônico, entre outros canais. As cadeias de proximidade espacial estão relacionadas ao saber fazer tradicional, vinculado ou não a algum atributo local, cujo comércio se dá por meio de vendas a

varejistas locais, restaurantes, comércio institucional (merenda escolar, por exemplo) e, ainda, em mercados regionais, casas coloniais e eventos nos municípios, e as cadeias espacialmente estendidas são aquelas que incluem produtos envolvidos em processos *fair trade* e certificação de indicação geográfica, em que a comercialização extrapola os limites territoriais característicos dos outros dois tipos anteriormente apresentados (RENTING; MARSDEN; BANKS, 2003).

Quadro 4 - Tipologia de cadeias alimentares curtas

Face a Face	**Proximidade espacial**	**Espacialmente estendida**
1. Lojas de produtos agrícolas 2. Feira livre 3. Escolha/colheita pelo próprio consumidor 4. Venda à beira da estrada 5. Esquema de cestas 6. Entrega em domicílio 7. Venda pelo correio 8. Comércio eletrônico (internet)	1. Grupos de lojas de produtos agrícolas 2. Marca regional 3. Cooperativas de consumo 4. Agricultura apoiada pela comunidade 5. Rotas temáticas – ex.: turismo rural (articulação com o espaço) 6. Eventos especiais e feiras (articulação no tempo)	1. Selos de certificação 2. Código de produção 3. Efeito de reputação

Fonte: Adaptado de Renting, Marsden, Banks (2003)

Dentre as principais vantagens das cadeias produtivas curtas, estão: (i) a relação direta entre produtor e consumidor (SCARABELOT; SCHNEIDER, 2012); (ii) preços mais vantajosos para o consumidor local (RAFAELLI; COSER; DIOS, 2009); (iii) a criação de novos canais de vendas para o produtor; (iv) a redução do impacto ambiental, graças à redução do transporte e das embalagens (GIUCA, 2012); (v) o destaque para produtos típicos locais; (vi) o aumento do fluxo econômico no local; e (vii) a maior possibilidade de desenvolvimento de inovação, como resultado do constante fluxo de capital e de conhecimento em âmbito local (VIAL et al., 2009).

Segundo Vial et al. (2009), os mercados de cadeias agroalimentares curtas são um espaço de reconexão entre produtores e consumidores que proporcionam a redução da quantidade de intermediários comerciais, a criação de valor agregado no local de produção e a valorização

das especificidades do território, melhorando dessa forma a relação entre produtor e consumidor, e aumentando a sinergia entre a atividade agrícola e outras como turismo e artesanato regionais.

O termo “cadeia curta” foi associado, por diversos autores, a adjetivos dos alimentos, como sazonalidade (RETIÈRE, 2014), autenticidade (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013) e frescor (RAFFAELLI; COSER; e DIOS, 2009; ANSALONI, 2009) e, ainda, outros mais complexos, como valorização do território (BRUNORI, 2007; MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000), e origem dos produtos (SCARABELOT; SCHNEIDER, 2012), e ainda conservação do meio ambiente (BRUNORI, 2007; GIUCA, 2012), devido ao reduzido trajeto executado para o transporte, bem como segurança alimentar (CRUZ; SCHNEIDER, 2010). Giuca (2012) considerou, ainda, os benefícios não monetários, como a comercialização de produtos de valor agregado devido a informações sobre o local, o modo de produção, sobre boas práticas agrícolas, entre outros.

Segundo Lugli (2006), a cadeia curta vai além de uma simples operação logística, ou seja, vai além do caminho percorrido pelo produto desde sua transformação até o consumidor final, pois consiste em uma busca pela valorização do território de origem do produto, respeito ao meio ambiente e cuidados especiais com a sanidade do alimento. Para Brunori (2013), soma-se a isso a maior flexibilidade da produção e comercialização, e consequente possibilidade de adaptação às necessidades do consumidor. Cadeias curtas de comercialização podem ser também um fator que propiciar a criaçãoo surgimento de sinergias com o turismo, representando um novo modelo de desenvolvimento rural.

Os conceitos de cadeia curta e *local food* são complementares. Enquanto uma cadeia curta é uma peça fundamental para a “relocalização” da produção e do consumo (HINRICHS, 2000), o movimento do *local food* é considerado um componente importante para o desenvolvimento rural local e regional à medida que melhora as condições das comunidades rurais e das economias regionais, constituindo-se em uma alternativa eficiente para superar a crise na agricultura e reestabelecer a confiança dos consumidores nos processos de produção (RENTING; MARSDEN; BANKS, 2003; GOODMAN 2004).

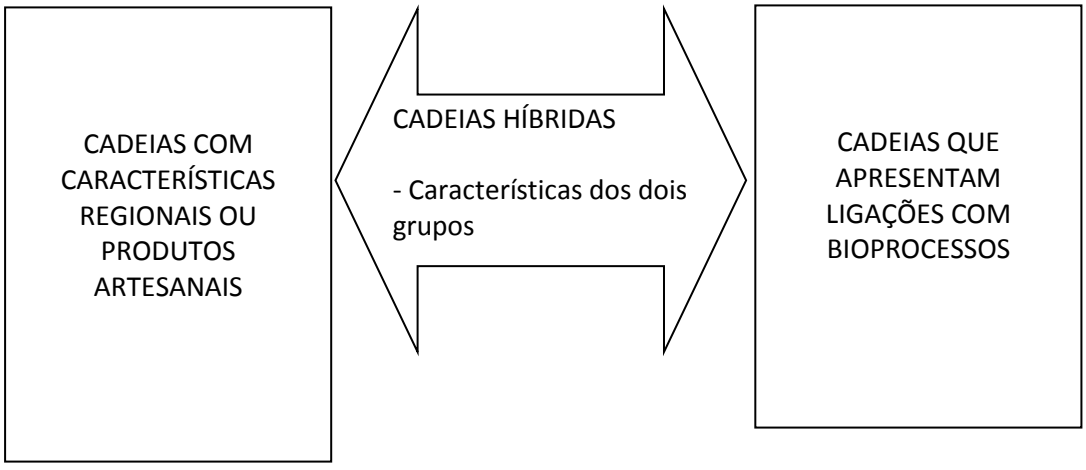
Segundo Schmitt (2011), os mercados locais podem ser considerados como uma estratégia sustentável de desenvolvimento rural e não apenas “localismo defensivo”, que não considera o complexo relacionamento necessário entre o local e o global, isto é, indo além da reestruturação dos circuitos de mercado, pois os mercados são instrumentos de orientação de fluxo de energia e matérias-primas que sustentam as atividades econômicas.

Ansaloni (2009), Giuca (2012), Brunori (2013) e Raffaelli (2009), consideraram que a produção local é capaz de promover a fixação das famílias nas propriedades rurais de origem, possibilitar a geração de renda na comunidade, melhorar a qualidade de vida dos agricultores, e conduzir ao respeito pelo meio ambiente.

Embora muitos trabalhos abordem o tema, os espaços e as formas de distribuição das cadeias curtas não estão definidos claramente. As lógicas seguidas e os processos adotados, no que diz respeito aos modos de produção, circulação e compra, podem variar bastante dependendo da realidade em que são aplicados. É o que Retière (2014) chamou de hibridações entre as modalidades, que ocorrem tanto nas decisões de compra do consumidor, como na forma como o produtor decide comercializar sua produção.

Considerando essa hibridação, Renting, Marsden e Banks (2003), dividiram as definições em três grupos de cadeias curtas, de acordo com as características de cada uma, como mostra a Figura 4.

Figura 4 – Grupos de cadeias curtas de acordo com suas características



Fonte: Adaptado de Renting, Marsden e Banks (2003)

As cadeias com características regionais ou que incluem produtos artesanais possuem forte ligação com o local e o produtor, geralmente comercializam produtos de indicação geográfica ou denominação de origem, produtos vendidos diretamente em feiras de produtor ou nas próprias fazendas, comércio justo (*fair trade*).

No caso das cadeias com ligações com bioprocessos, as principais características são (i) a produção e comercialização de alimentos orgânicos, naturais ou biodinâmicos, (ii) comida saudável e segura, os chamados alimentos “verdes”, além de dos produtos ligados à natureza da produção, considerando os processos produtivos, e ainda (iii) produtos livres de organismos geneticamente modificados (OMG). Já as cadeias híbridas podem apresentar características das duas.

4. RESULTADOS

4.1 Borborema e o turismo local

O agroturismo Caminho Caipira está localizado no município de Borborema, que tem sua origem na colonização de agricultores que povoaram a região nos anos de 1900, provenientes de cidades do interior de São Paulo, como Ribeirão Bonito, Dourado, Ibitinga, Bocaina e Boa Esperança do Sul. Em 1902, recebeu o primeiro nome, Fugidos, que um ano depois foi substituído por São Sebastião dos Fugidos, patrimônio pertencente ao município de Itápolis, tendo sua condição política elevada ao nível de município somente em 1925, quando então recebeu o nome de Borborema. Sua história apresenta uma estreita relação com a agropecuária. A cultura do algodão foi a principal atividade econômica desenvolvida no Município, especialmente na final dos anos 1930 e na década de 1940, contribuindo para o maior crescimento econômico da cidade, e ficando no auge até a Segunda Guerra Mundial, quando a cultura começou a declinar. Nos anos 1940, Borborema foi considerada referência no Estado de São Paulo na produção de algodão, possuindo uma das maiores área plantadas no estado e grandes usinas de beneficiamento (Usina Beatriz, SAMBRA – Sociedade Algodoeira Nordentes Brasileiro e Cia. Anderson Clayton, entre outras). No final da década de 1940, a cidade retomou o crescimento econômico com a implantação da cultura cafeeira, que contribuiu para o desenvolvimento do município, resultando em infraestrutura urbana, como rede de energia elétrica e telefonia, rede de água e esgoto, pavimentação das ruas (WHITAKER, 2000).

Borborema está localizada na área central do Estado de São Paulo, entre os municípios entre as regiões de Marília, Araraquara e Bauru, (Figura 5), e abrange uma área de 552.256 km², onde moram 14.529 habitantes, dos quais 13.095 residentes na área urbana e 1.434 na área rural (IBGE, 2010).

Figura 5 - Localização de Borborema no Estado de São Paulo



Fonte: Reprodução www.wikipedia.org

Por estar localizada às margens do rio Tietê, apresenta variada hidrografia, somando, de acordo com a secretaria estadual do Meio Ambiente e Comitê da Bacia Hidrográfica Tietê-Batalha (1996), 37 ribeirões e córregos, motivo pelo qual tem seu desenvolvimento também relacionado ao turismo, além da agricultura.

O município busca a obtenção do título de Estância Turística de Borborema para em seguida, obter os benefícios instituídos pelo governo do Estado para os municípios que possuem tal referência. O projeto para requerer esse reconhecimento apresenta o rio Tietê e as atividades aquáticas relacionadas a ele, como principal argumentação para justificar a atividade turística local. Constam também, no requerimento, como atrativos turísticos, as áreas localizadas ao redor do rio Tietê, chamadas prainhas, sendo a principal delas a praia José da Silva Correia, um *camping* à beira do rio Tietê, também conhecido pelos nomes populares de praia Juqueta e prainha de Borborema. Nas proximidades do rio Tietê localizam-se também condomínios particulares explorados turisticamente por meio de arrendamento por temporada ou finais de semana.

É nesse contexto, de turismo de pesca e esportes aquáticos, dependente do rio Tietê, que está inserido o agroturismo Caminho Caipira, modalidade diferente do turismo praticado na cidade. O Quadro 5 mostra um comparativo entre a principal atividade turística explorada na área urbana, e o turismo praticado na zona rural do município de Borborema - SP.

Quadro 5 - Empreendimentos ligados ao turismo em Borborema - SP

O Turismo em Borborema		
	Caminho Caipira	**Praias de Borborema**
Tipo de turismo	Particular	Público
Perfil do público	Turistas de São Paulo, São José do Rio Preto, e cidades distantes de Borborema	População de Borborema e cidades vizinhas
Estrutura	Pousada e Camping – oferece também hospedagem doméstica	Camping e quiosques
Custo	Por pessoa, dependendo do tipo de hospedagem e da alimentação consumida	Gratuito
Atrativos	Vegetação nativa, animais, hábitos rurais, alimentação típica	Rio Tietê
Atividades	Caminhadas ao ar livre, trilhas, coleta de frutas, interação com a produção agropecuária, eventos culturais	Pesca e esportes aquáticos
Alimentação	Comidas típicas caipira e italiana	Comida brasileira – basicamente churrasco
Produtos comercializados	Agroalimentares artesanais com matéria-prima orgânica	Produtos industrializados

Fonte: Elaborado pela autora com base em pesquisa de campo

Vale salientar que o comércio de roupas e enxovais bordados também é considerado pelo Município como um atrativo turístico. Por influência da proximidade geográfica com a cidade de Ibitinga, tradicional centro de produção e comercialização de bordados, Borborema conta, atualmente, com grande quantidade de ateliês, pequenas fábricas e lojas que comercializam roupas e enxovais bordados, recebendo caravanas e visitantes especificamente para o turismo de compras.

O Caminho Caipira foi criado em uma área particular, enquanto as prainhas estão em espaço público e, portanto, são abertas e com acesso

gratuito, sendo esse fator um dos principais argumentos do COMTUR para não reconhecer o Caminho Caipira nas políticas públicas de incentivo e concessão de verbas para desenvolvimento turístico, bem como para justificar o fato do turismo rural do município não integrar o plano de solicitação do título de Estância Turística.

O agroturismo local ainda não é reconhecido também pelo governo do Estado. No levantamento da Secretaria Estadual de Agricultura, que mapeia as propriedades rurais dos municípios paulistas, não constam ocupações com Turismo Rural e Ecoturismo no Município de Borborema (LUPA, 2008). O potencial para o turismo rural de Borborema pode ser analisado sob a perspectiva de que se constitui alternativa para pequenas propriedades rurais, visto que os arredores do núcleo urbano do Município é ocupado por propriedades rurais familiares de pequeno tamanho. Das 891 Unidades de Produção Agropecuária (UPAs) identificadas no Município, 628 possuem menos de 20,5 hectares.

Enquanto para alguns autores, o turismo rural constitui-se alternativa de geração de renda, e muitas vezes de sobrevivência da pequena propriedade rural. Para Schneider e Fialho (2000), o turismo rural pode trazer a valorização das terras na localidade em que a iniciativa ocorre, especialmente em lugares em que predominam pequenas propriedades rurais. Para Blanco (2006), o turismo rural provoca em produtores familiares a noção de empreendedorismo, que pode melhorar as oportunidades e aumentar as chances de sucesso na geração e renda da pequena propriedade. Marafon (2006) considerou que a atividade de turismo rural tem contribuído consideravelmente para a complementação de renda nas pequenas propriedades, em que se pratica a produção familiar. Graziano da Silva, Vilarinho, Dale (1998) apontaram que a turismo rural familiar, à medida que valoriza o meio ambiente e a cultura local, converte-se em uma alternativa para o desenvolvimento rural, cria atividades comerciais e, assim, proporciona a manutenção das populações nos locais de origem.

Diante desse exposto, e considerando o tamanho das propriedades rurais do Município, observa-se um grande potencial turístico. Porém, embora com a confirmação do potencial para iniciativas de turismo rural, a ocupação agrícola na maioria das pequenas propriedades é

característica de grandes áreas. Em cerca de 50% das UPAs (401 unidades) estão plantadas lavouras de cana de açúcar, 433 unidades são ocupadas com pastagens, 345 com plantações de laranja, e um total de 183 UPAs estão cultivadas com milho, amendoim, eucalipto e banana (LUPA, 2008).

4.2 O potencial turístico do Caminho Caipira

A análise realizada com base na matriz de avaliação do potencial turístico de Almeida (2006) mostrou que o agroturismo tem potencialidade turística no município de Borborema.

Em acordo com o método de diagnóstico proposto por Almeida (2006), foram avaliadas quatro categorias (naturais, histórico-culturais, atividades rurais e eventos programados) relacionadas ao agroturismo Caminho Caipira no que diz respeito às dimensões “atrativos turísticos”, e “equipamentos e serviços turísticos”, que compreendem os meios de hospedagem, serviços de alimentação, de entretenimento, de agenciamento, de informação e outros serviços. Foram analisados os meios de hospedagem (pousada, *camping* e hospedagem doméstica), e alimentação (almoço caipira, café da manhã colonial, café da manhã da fazenda e jantar italiano), ambos analisados sob o ponto de vista da estrutura dos equipamentos e da qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

Para a definição dessas duas dimensões e suas respectivas categorias de análise, foi utilizada como base a metodologia de inventário de oferta turística da Empresa Brasileira de Turismo (1984).

Os dados obtidos, bem como a pontuação atribuída a cada um deles, foram determinados com base no conhecimento adquirido pela pesquisadora durante as visitas *in loco* e observação participante, considerando as respostas às questões dos formulários aplicados às produtoras responsáveis pelo empreendimento e pelos produtores vizinhos, e também com base na pesquisa de dados secundários, realizada em publicações e material promocional publicado na internet e pontuação de turistas em *sites* de avaliação, como Guiahotelinsite.com e Tripadvisor.com. Os resultados podem ser observados no Quadro 5.

Quadro 5 – Análise do potencial turístico do Caminho Caipira

			Resultados		
Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	n.º itens avaliados	Total Pontos	Média
Atrativos turísticos	Naturais	Hierarquia dos atrativos	2	8	4
	Histórico-culturais		3	9	3
	Atividade rural		4	18	4.5
	Eventos programados		3	14	4.5
Subtotal			12	52	4
Equipamentos e serviços turísticos	Meios de Hospedagem	Estrutura e equipamentos	3	15	5
		Qualidade dos equipamentos	4	18	4.5
	Subtotal		6	28	4,5
	Alimentação	Estrutura e equipamentos	4	16	4
		Qualidade dos equipamentos, produtos e serviços	4	20	5
	Subtotal		8	36	4.5
Total geral* (* soma dos subtotais dividida pelo número de itens avaliados)			52	232	4,5

Fonte: Elaborado pela autora

Na dimensão atrativos turísticos, o principal atrativo analisado, atributos naturais, foram analisadas as trilhas e matas nativas, em que o empreendimento obteve média 4, o que indica a necessidade de algumas adaptações e melhorias na recepção dos turistas para contemplar esses atrativos, embora o índice esteja muito próximo do máximo.

Na categoria dos atrativos histórico-culturais, foram analisados o museu de peças caipiras, a sala de convivência da pousada e o cemitério de cachorros, que obtiveram respectivamente notas de 5, 3 e 1, com média igual a 3. Esse resultado sugere que os visitantes não procuram o local motivados por esse atrativo. Somente o museu de peças caipiras, provavelmente por estar visível aos hóspedes do *camping*, recebe um maior número de visitantes e, por isso, recebeu nota 5.

A participação na atividade rural e os eventos realizados foram bem conceituados, com média 4,5. No geral, com a média dos quatro fatores avaliados, o item atrativos turísticos obteve nota 4, o que demonstra potencialidade, embora necessite de melhorias para atingir o índice máximo.

A avaliação da dimensão “equipamentos e serviços turísticos”, dada a grande importância para verificar a potencialidade do empreendimento, apresentou como resultados médias altas para as categorias meios de hospedagem e alimentação, que foram avaliadas pela estrutura e qualidade apresentadas, e obtiveram, respectivamente, médias de 4,5 e 5, com média igual a 4,25.

Dessa forma, analisando a média de todos os subtotais, obteve-se um resultado geral igual a 4,5, apontando que o Caminho Caipira possui potencialidade turística alta para a cidade de Borborema, embora necessite de algumas adaptações para ser classificado com a nota máxima.

4.3 Caracterização das propriedades do Caminho Caipira

O Caminho Caipira é um empreendimento que reúne três propriedades independentes, oriundas da partilha de bens de uma família. Tanquinho 1 era o nome da área de 200 hectares que reunia as quatro propriedades que, após a partilha, deram origem ao Caminho Caipira. Com a divisão dos bens da família, a propriedade que está localizada no bairro rural Tanquinho foi desmembrada em quatro partes praticamente iguais. Das quatro áreas, somente três integram o Caminho Caipira, sendo que duas delas participam mais efetivamente das atividades do agroturismo: Sítio São Jerônimo e Sítio Santo Antônio. A terceira, o Sítio São João, foi incorporado recentemente. A quarta propriedade não participa diretamente de atividades do turismo rural, sendo ocupada, atualmente, com plantação de seringueira. Entretanto, o espaço permanece disponível também para integrar eventuais roteiros de caminhadas planejados para os hóspedes incluindo essa área.

Apesar de pertencerem à mesma família, as três áreas que compõem o Caminho Caipira, com a recepção de turistas e produção agroalimentar, são independentes e possuem também características distintas. O empreendimento funciona como uma espécie de associação, com as três propriedades integradas e trabalhando conjuntamente, entretanto, com faturamentos discriminados em contabilidades individuais, decisões administrativas também individuais, de acordo com o planejamento de cada uma das produtoras para a área de que são proprietárias.

O Quadro 7 apresenta as atividades de cada propriedade, bem como a participação de cada uma no agroturismo.

O Caminho Caipira tem como base o modo de vida simples do homem do campo. Na pousada, não há serviço de quarto, nem ar condicionado ou televisão, salvo um aparelho em uma sala de convivência comum a todos os hóspedes. Em ambos os sítios com estrutura para receber os turistas o sinal de telefonia celular é quase inexistente e não há oferta de rede sem fio para conexão de internet. Mesmo assim, as redes sociais são o principal meio de divulgação e reservas. A rede de relacionamentos criada ao longo da vida pelas irmãs é mantida na página do Caminho Caipira do Facebook e no *site* do empreendimento, que promove a divulgação do local,

publicação de novidades na produção de agroalimentares e eventos sazonais, garantindo a frequência e facilitando as reservas, que também podem ser feitas por telefone.

A filosofia adotada pelo Caminho Caipira está pautada na simplicidade, que explica o tipo de recepção praticada com hospitalidade familiar, tranquilidade e tradições do mundo rural. Com essa proposta as produtoras objetivam proporcionar aos hóspedes uma percepção diferenciada do ambiente rural, promovendo a aproximação das pessoas com o campo, e a oportunidade de vivenciar o dia a dia rural dentro dos princípios da sustentabilidade.

Quadro 7 - Características das propriedades que integram o Caminho Caipira

	Sítio Santo Antônio	**Sítio São Jerônimo**	**Sítio São João**
Área total (em hectares)	50	48,7	48
Área utilizada para o Caminho Caipira (em hectares)	16,12	12,4	48
Funcionários contratados	2	0	2
Funcionários temporários	0	3	0
Trabalhadores da família envolvidos	2 pessoas	1 pessoa	2 pessoas
Participação no Caminho/Atrativos	- pousada - jantar italiano - café da manhã - ordenha cabras - eventos culturais - trilhas	- *camping* - hospedagem doméstica - almoço caipira - café da manhã colonial - eventos culturais - trilhas	- museu (em construção) - cemitério de cachorros - ordenha vacas - trilhas
Atividades da propriedade	- leite de cabras - galinhas caipiras - hortaliças - agroalimentares (queijos, pães, massas, doces) - cana- de-açúcar (arrendamento)	- hortaliças e frutas - agroalimentares (geleias, doces, pasta de tamarindo, licores, etc) - grãos: soja, milho, amendoim e girassol (arrendamento)	- produção de leite de vaca

Fonte: Elaborado pela autora

Atualmente, duas das proprietárias possuem a renda principal proveniente da produção agrícola das propriedades, da venda dos produtos processados artesanalmente, da hospedagem realizada na pousada e no *camping* pertencentes ao Caminho Caipira, e dos arrendamentos. Uma das proprietárias recebe, também, aposentadoria, além dos rendimentos gerados pela propriedade e pelas atividades relacionadas ao agroturismo.

As três produtoras apresentaram visões similares, porém com focos distintos, acerca do empreendimento: (i) *"compartilhar a vivência rural e promover o retorno das famílias para o gosto da roça"* (MARCIANA), (ii) *"fazer com que o hóspede se sinta em casa, com total liberdade, sem horários rígidos, porque agroturismo é diferente de hotel fazenda"* (LUCIANA), e (iii) *"praticar a sustentabilidade baseada nos valores locais, trabalhar de acordo com o que a natureza oferece, interferindo o mínimo possível no ambiente natural*" (ARIANA).

Essa sustentabilidade pode ser observada com mais clareza na questão dos produtos agroalimentares, em que a totalidade dos alimentos são processados com matérias-primas da propriedade, respeitando a sazonalidade e a quantidade de produção de cada safra. Devido a isso, as refeições oferecidas na pousada e *camping* são diferenciadas de acordo com a época de produção de cada produto usado como matéria-prima, os produtos são cultivados sem a adição de agrotóxicos, priorizando o respeito ao meio ambiente. Parte das propriedades é utilizada para arrendamentos de grãos, e, para manter a qualidade dos produtos agrícolas produzidos no restante das áreas, consta nos contratos de arrendamento cláusula em que o arrendatário se compromete a não utilizar pulverização química aérea. O plantio constante de árvores nativas e a limpeza frequente das nascentes dos rios contribui para a conservação e melhoria do meio ambiente local, atitudes que combatem o impacto que o turismo provoca em áreas rurais, citado por Tulik (1990), que são variados e em diferentes escalas, como a destruição e a remoção da cobertura vegetal e o comprometimento da qualidade da água com prejuízos à flora e fauna locais.

As embalagens das geleias, compotas e polpas de frutas também visam agredir o mínimo possível o meio ambiente. A rede de relacionamentos, composta por amigos, parentes, moradores de Borborema,

bem como turistas que visitam o local com regularidade, é responsável pela doação de vidros vazios de diversos produtos industrializados, que são lavados, esterilizados e envazados com os produtos artesanais do Caminho Caipira. Essa ação desenvolvida pela rede de relacionamentos foi identificada por uma das entrevistas como uma "*corrente do bem"*, dado a conscientização ambiental que tal ação promove entre os agentes.

A produção agroalimentar é totalmente comercializada por meio de venda direta, em duas das modalidades do tipo face a face. As compotas, geleias, pasta de tamarindo e licores são comercializados na loja que fica no Sítio São Jerônimo. Os pães, massas e queijos são comercializados diretamente aos hóspedes da pousada, no Sítio Santo Antônio, e também por meio das entregas em domicílio mediante encomendas, especialmente na cidade de Borborema.

Essas formas de produção (natural com respeito ao meio ambiente) e comercialização dos produtos (na loja da propriedade e em domicílio), caracterizam o agroturismo Caminho Caipira como uma cadeia curta tipo híbrida, pois apresenta características das duas vertentes apresentadas por Renting, Marsden e Banks (2003), e tendência para as cadeias com ligações com bioprocessos, baseado na produção de alimentos orgânicos e naturais, "verdes", ligados à natureza da produção, sem organismos geneticamente modificados, e com algumas características das cadeias regionais/artesanais, devido à forte ligação com o local e o produtor e comercialização nas próprias fazendas.

Entre os facilitadores para a produção e comercialização de produtos aparecem elementos que caracterizam uma cadeia curta de acordo com as definições de diversos autores: a flexibilidade em relação aos prazos de entrega, a despreocupação com o transporte e promoção do Km 0, por serem produtos comercializados por meio de venda direta (VIAL, 2010; GIUCA, 2012), a autenticidade da produção, à medida que segue receitas de família baseadas na tradição caipira e italiana (SLEE; KIRWAN, 2007; RETIÈRE, 2014), e a qualidade dos produtos, em que as produtoras tem total controle das matérias-primas utilizadas e do processo de fabricação e armazenamento (RAFFAELLI; COSER; DIOS, 2009; SCARABELOT; SCHNEIDER, 2012).

O Caminho Caipira promove a aproximação com o consumidor (MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000; GIUCA, 2012; SCARABELOT, SCHNEIDER, 2012; RETIÈRE, 2014), por meio da modalidade de venda escolhida, e também à medida que permite ao hóspede interagir na produção de hortaliças, frutas, criação de cabras e vacas, nas ordenhas e no processamento desses alimentos, acompanhando a produção dos queijos, massas, geleias e dos pães. Essa interação ocorre com mais frequência entre crianças e idosos, que geralmente participam de atividades como a preparação de canteiros e o plantio de hortaliças, a capina, a coleta de frutas para os doces, torrefação e moagem de café, elaboração dos queijos e massas, coleta e separação do lixo para reciclagem, entre outras.

No Sítio Santo Antônio, por exemplo, eventualmente são realizadas atividades e/ou cursos planejados para grupos, ligados a escolas ou não, como compostagem e adubação natural, acompanhamento da ordenha e elaboração dos queijos, entre outros. Dessa forma, verifica-se que o Caminho Caipira, promove fortemente a proximidade entre produtores e consumidores.

Entre os elementos que caracterizam as relações do Caminho Caipira com as cadeias curtas de comercialização, está ainda a promoção do *local food*. A produção agroalimentar é local, e comercializada, em sua maioria, na comunidade local. Para Kneafsey (2010), a produção local deve ser entendida como um sistema que vai além da pequena cadeia produtiva localizada. Em relação à comercialização dessa produção, Morris e Buller (2003), Fonte (2008) e Scarabelot e Schneider (2012), compreenderam o mercado local como a comercialização dentro de um limite geográfico definido como local (produção local para consumidores locais), mas também como produção de valor agregado devido às características da origem, que pode ser comercializada fora dos limites geográficos daquela comunidade (produção local para consumidores distantes), o que ocorre quando os compradores do Caminho Caipira são turistas de outras regiões do Estado.

4.3.1. Sítio São Jerônimo

A ideia inicial de criar o sistema de hospedagem e acolhimento que hoje é denominado Caminho Caipira partiu da proprietária do sítio São Jerônimo, Ariana Gomes Lopes, a mais nova das quatro irmãs. Há cerca de 15 anos, Ariana integrava um grupo de teatro em São José do Rio Preto-SP e os integrantes do grupo demonstravam frequentemente interesse em visitar a fazenda em que os pais dela residiam, em Borborema, porém, a ausência de alojamentos adequados impossibilitava a viagem. Assim, em concordância com o pai, a "*casa de caboclo"* que existia no sítio Santo Antônio, hoje a pousada do Caminho Caipira, foi reformada e recebeu mobiliário.

> E foi feito isso em 95. Eu reformei, nós conseguimos muitas doações de cama, colchão, utensílios pra montar, dos pais das pessoas que faziam parte desse grupo, e começamos a vir. E com eles começou a vir outras pessoas, e aí começou a vir gente... falavam, ah vou trazer meu amigo, meu grupo de ioga, o pessoal do balé... então começou. Então partiu disso daí... começou a vir gente, vir gente, e já começamos a receber.... então, o caminho caipira ele já existe há anos informalmente (ARIANA GOMES LOPES).

O empreendimento que ainda não levava o nome de Caminho Caipira, não contava com a participação das outras irmãs que ainda não residiam em Borborema. Com o aumento do interesse pela hospedagem e alimentação rurais, da experiência em agroturismo, agregada ao conhecimento em queijaria artesanal de uma das irmãs, e ao conhecimento em peregrinação da outra, acostumada a fazer caminhadas de longa distância em vários países do mundo, a família vislumbrou a possibilidade de empreender e aproveitar a terra que receberiam de herança.

> Os motivos foi o retorno às raízes e a herança que já vem da quinta geração... O fato de voltarmos pra cá e já sermos a quinta geração nessa terra, nos motivou. Porque nós não somos agricultores. Nós saímos e fomos fazer outras coisas. A gente não teria condições de trabalhar na terra. Eu não teria condições de plantar, nem de criar gado, eu não entendo disso. Então a gente tinha de fazer algo para aproveitar... temos terra, temos conhecimento, né?, adquiridos nesse período que ficamos fora, e temos contatos com muita gente, então, a partir daí, surgiu essa possibilidade de viver da terra trabalhando com turismo (ARIANA GOMES LOPES).

No Sítio São Jerônimo está localizado o *camping* e o núcleo de cultura e comida caipira. Também é praticada a hospedagem doméstica, na casa da proprietária, e apresentações de teatro informais, com a personagem Nhá Colaca, que recebe os hóspedes com o cachorro amarrado na coleira e uma galinha embaixo do braço. É a personagem, representada pela proprietária, que além de receber os hóspedes na porteira também prepara o café na mariquinha[1], serve o café da manhã, prepara o almoço em fogão à lenha, e serve os turistas, conta "*causos*"[2] e serve de guia aos que desejam conhecer o local.

A estrutura do *camping* é composta por estacionamento para ônibus e carros de passeio, piscina, vestiários e banheiros, refeitório, casa de hospedagem doméstica, loja de produtos artesanais e um pequeno museu caipira, que será transferido para um espaço maior, ainda em construção, no sítio São João. O sítio São Jerônimo conta, ainda, com pomar e horta que produzem a maioria dos alimentos servidos no local, sem a adição de agrotóxicos ou adubos químicos.

No período de férias, a movimentação média mensal é de 60 pessoas e, na baixa temporada, de aproximadamente 20 hóspedes. Também são realizados projetos e recepção de grupos, quando o número de turistas aproxima-se de 200 no mês. O perfil dos hóspedes é eclético, mas no geral, são pessoas que residem na cidade e buscam a experiência da vida rural, e muitos grupos ligados à diversidade, como a comunidade LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros), terceira idade, portadores de síndrome de *down*, amputados, obesos, devido à privacidade do lugar.

Do faturamento da propriedade relacionado ao Caminho Caipira, 30% são provenientes da hospedagem, 40% das refeições, 10% dos eventos, e 20% vem dos produtos processados, como geleias, pimentas em conserva, compotas, licores, pasta de tamarindo, incluindo também o artesanato produzido com material reciclável. A renda obtida com o arrendamento da

[1] Suporte de ferro com três apoios em que é preso o coador de pano para café, geralmente com um bule esmaltado embaixo.
[2] Histórias com temas caipiras, geralmente envolvendo tropeiros, animais selvagens, trabalho rural e personagens do folclore brasileiro.

propriedade é utilizada para investimentos em novas construções e compra de implementos agrícolas e máquinas necessárias para o melhor funcionamento do empreendimento, bem como móveis e materiais diversos.

4.3.2. Sítio Santo Antônio

O Sítio Santo Antônio, onde está localizado o núcleo de comida italiana e a pousada do Caminho Caipira, aderiu ao projeto em 2011. Inicialmente a intenção da proprietária Luciana Gomes Lopes era construir uma queijaria com produção em grande escala, que seria distribuída para todo o Estado de São Paulo, mas percebeu que não teria a matéria-prima necessária, e que, no mercado brasileiro, a demanda por queijos especiais ainda é pequena. Assim, a proprietária optou por aproveitar a experiência em hospedagem rural que obteve na Itália, ao trabalhar em empreendimentos de agroturismo entre 2007 e 2009, e transformar em uma pousada, a *"casa de caboclo"* que tinha se tornado hospedagem improvisada.

> Como a Ariana (irmã) tinha iniciando esse negócio do campo, e essa ideia, um dia ela veio me visitar e eu falei que tava conversando com o Franco (marido) e achava que a gente ía fazer mudanças ali e transformar em uma pousada. E ela disse: 'essa foi a melhor ideia que você teve até agora'. Aí nasceu, o pedreiro já estava mexendo, fiz pouquíssimas mudanças... e virou a pousada (LUCIANA GOMES LOPES).

A pousada tem capacidade para 14 pessoas e recebe turistas principalmente de cidades distantes de Borborema, como São Paulo, Bauru e São José do Rio Preto, que buscam contato com a natureza, geralmente famílias com crianças, pessoas com consciência ecológica, de preservação do meio ambiente. Por mês a média de hóspedes é de 15 pessoas, sendo que em épocas de maior movimento, entre dezembro e fevereiro, devido às festas de final de ano, férias e carnaval, o movimento é um pouco maior, alcançando cerca de 20 pessoas ao mês, em média.

> Fui fazendo melhorias aos poucos... mas não tenho intenção de ampliar, é isso. Nosso limite é isso. Por que? Se eu aumentar eu teria que ter mais pessoas e eu não tenho mais condições nem saúde pra isso. Então, meu

> envolvimento é isso. 14 pessoas, encheu e pronto, acabou (LUCIANA GOMES LOPES).

Os produtos agroalimentares produzidos no Sítio Santo Antônio, entre eles os queijos cremoso de cabra, curado de cabra, frescal e curado de vaca, pães, massas caseiras e escabeche de berinjelas da horta, são responsáveis por 40% do faturamento do empreendimento. As hospedagens, os eventos, que incluem os jantares italianos e rodízios de pizzas, e a venda da produção excedente de leite de cabra, ovos, galinha caipira e, eventualmente, frutas e hortaliças, respondem aos 60% restantes. A renda com o arrendamento de parte da propriedade não é investido no turismo rural.

4.3.3. Sítio São João

Atualmente, o cemitério de cachorros, com túmulos dos 11 cachorros que pertenceram à família, é o único atrativo do sítio São João, que participa do Caminho Caipira somente com o fornecimento do leite de vaca para a produção de parte dos queijos vendidos aos clientes e em domicílio. O espaço foi incorporado ao empreendimento recentemente, em 2014, quando a proprietária Marciana Gomes Lopes, a mais velha das quatro irmãs, aposentou-se da função de bibliotecária em São José do Rio Preto-SP, e voltou a viver em Borborema. Ela já participava do Caminho Caipira auxiliando as irmãs nas outras duas propriedades, vendendo a produção agroalimentar em São José do Rio Preto, e organizando as caminhadas.

> Eu aposentei e vim para cá. Mas já ajudava. Sou guia de trilha e ajudo no que posso também. Ajudo a Ariana (irmã) porque ela não tem funcionários, ajudo a colher as frutas e preparar as frutas pra fazer os doces, ajudo na casa, ajudo no que for possível da minha competência (MARCIANA GOMES LOPES).

Os planos da proprietária incluem a transformação do Sítio São João em núcleo cultural do Caminho Caipira. Assim, além do cemitério de cachorros, o local deve sediar, ainda, o museu caipira, com um acervo que está sendo captado na região junto a integrantes da família Gomes Lopes e

outros produtores locais, com o por exemplo, maquinário agrícola, móveis antigos, utensílios rurais e peças de decoração.

A produção leiteira é tradicional, não mecanizada, e totaliza 10 litros de leite por dia. É comandada pelo patriarca da família, com vocação agrícola, trabalhando há mais de 50 anos no campo. Não há área arrendada, sendo toda a propriedade ocupada com pastagens para a produção de leite.

Eventualmente, dependendo da extensão das caminhadas, o Sítio São João é incluído no trajeto. O perfil das pessoas que participam das trilhas é caracterizado por moradores urbanos que buscam roteiros tranquilos para fugir da vida agitada das cidades, que procuram retornar às raízes e mostrar aos familiares o modo de vida no campo, que muitos deles vivenciaram na juventude.

4.4. A criação do Caminho Caipira

Diante do apresentado acerca do empreendimento, constatou-se que o surgimento do Caminho Caipira é semelhante à modalidade que deu origem ao turismo rural nos Estados Unidos e Nova Zelândia, em que os proprietários forneciam informalmente alimentação e pouso para pescadores, caçadores e viajantes, atividade que evoluiu para hospedagem rural dos dias atuais, conhecida como *farm houses* - casas de fazenda e *country vacations* - férias no campo (EMBRATUR, 1994).

Para as proprietárias do Caminho Caipira, o empreendimento é mais que uma fonte de renda, pois trata-se também de uma oportunidade de interagir com os turistas que frequentam o local e, dessa forma, continuar em contato com a vida urbana, mesmo vivendo no ambiente rural.

> Na verdade, eu digo que pra nós é compartilhar... estamos compartilhando esse espaço com as pessoas e, de certa forma, ganhando pra isso... E como é legal isso, porque a partir do momento que você volta a morar no sítio você fica um pouco isolada. Eu fiz História (graduação), fiz vários cursos... fiz tanto curso que eu nem sei. E com tudo isso você tem uma bagagem, e você fica...sei lá... você vai passar pra quem isso? Você vai compartilhar com quem, com os cachorros, com a vaca, os bezerros? Então foi muito legal essa coisa de vir essas pessoas, e, assim, essa troca de informações... Vem tanta informação, tanta gente diferente, cultura diferente, educação diferente... Aqui ninguém quer enricar... eu não quero ser rica. Eu quero é ter uma coisa que eu gosto de fazer até o final dos meus dias (ARIANA GOMES LOPES).

> Eu tinha uma vida muito agitada quando trabalhava. Se eu viesse pra cá e ficasse só cozinhando e lavando... ia morrer de tédio. Pra mim é fundamental essa movimentação. Gosto muito de mostrar o sítio, de acompanhar nas trilhas, eu me realizo, me sinto muito bem. Pessoalmente, ganho financeiro eu tenho pouco. Eu gosto mesmo do que eu faço aqui, da interação com os turistas (MARCIANA GOMES LOPES).

> Mais que ganho econômico, tem minha realização pessoal, porque eu adoro fazer meus queijinhos... A interação com pessoas novas também é muito interessante... E tem ainda a qualidade de vida que eu tenho aqui (LUCIANA GOMES LOPES).

A criação do empreendimento foi intuitiva, partiu inicialmente da necessidade de hospedar amigos, depois da vontade de viver da terra e não

ter vocação agrícola, tampouco conhecimentos suficientes para o cultivo alimentar e criação animal. O processo foi acontecendo naturalmente até se apresentar como uma oportunidade de negócio e ser formalizado.

> A gente sempre teve a ideia de voltar né? Isso sempre foi uma concordância de todas nós que íamos sair pra fazer faculdade e voltar. E o agroturismo aconteceu naturalmente... Em 2011 a gente começou a gestar essa ideia, que a Lu (Luciana Gomes Lopes) tava voltando da Itália, onde fez cursos de queijos, e a Ari (Ariana Gomes Lopes) já fazia o queijo de vaca para não perder o leite e as geleias pra não perder as frutas, e começou a vender... e a coisa foi encaminhando. A coisa aconteceu naturalmente, não foi nada planejado (MARCIANA GOMES LOPES).

A criação do empreendimento foi uma iniciativa empresarial das produtoras, um projeto isolado, sem relação com a política municipal de apoio ao turismo. Após a formalização, por não terem experiência em agroturismo, duas das irmãs procuraram o curso de Turismo Rural realizado pelo Senar – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural e, a produtora responsável pela produção de queijos, também fez cursos pelo Sindicato Rural de Borborema, especificamente no segmento de processamento de alimentos.

O Panorama Empresarial do Turismo Rural, documento elaborado pelo Indestur (Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural), com apoio do Sebrae, mediante entrevistas com 60 empresários de 18 estados brasileiros, traçou um perfil da atividade de turismo rural no Brasil, e mostra que o apoio institucional para a atividade é cada vez maior. Dos entrevistados, 85% receberam apoio governamental na implantação do projeto de turismo.

Marsden, Banks e Bristow (2000) ressaltaram, em estudo sobre cadeias curtas de comercialização, a vulnerabilidade das redes alternativas, sendo o apoio institucional um fator primordial de fortalecimento desse tipo de comércio, e o suporte do Estado, essencial para a sobrevivência e sustentabilidade dos empreendimentos baseados em circuitos curtos, como é o caso do Caminho Caipira.

Blanco (2004) salientou que, entre outros fatores, é necessário o apoio de sindicatos de produtores rurais e do poder público, essenciais na promoção de eventos e na divulgação dos empreendimentos, para que o

turismo rural se constitua fator de desenvolvimento local. Esses apoios podem facilitar também o escoamento da produção agroalimentar por meio de feiras de produtores oficiais e parcerias com escolas, por exemplo, para utilização na merenda escolar.

Em Borborema, o poder público não vislumbra a possibilidade de desenvolvimento local por meio do turismo rural. A política pública do município em relação ao turismo é centralizada no Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), criado em 22 de novembro de 2013, por meio da Lei n° 2.852.

De acordo com o Projeto de Lei aprovado:

> Art. 1º O COMTUR é um órgão colegiado, de caráter deliberativo e consultivo, para o assessoramento da Administração Municipal, e que tem por finalidade a conjugação de esforços entre o Poder Público e a Sociedade Civil, nas questões referentes ao desenvolvimento turístico do Município de Borborema; (Lei n° 2.852, 2013).

Esse projeto ainda não contempla o turismo rural no município, visto que essa modalidade não é citada na Lei, tampouco em materiais de divulgação do turismo local produzidos pela prefeitura e COMTUR, em que a atividade turística do Município é relacionada exclusivamente com a pesca e esportes aquáticos proporcionados pela proximidade com o rio Tietê.

Um exemplo é a divulgação de material institucional do Município, onde, na página oficial da prefeitura de Borborema na Internet, o empreendimento pesquisado é citado somente na área destinada à Turismo e Lazer, em que consta o calendário de eventos religiosos, rodeios e carnaval, a praia Juqueta, e o agroturismo, ainda assim, sem o nome Caminho Caipira.

Na seção Roteiro Turístico, consta apenas praia Juqueta, lojas de enxovais ligadas ao comércio do centro da cidade, igreja Matriz de São Sebastião, Usina Hidrelétrica das Três Barras e Santuário Diocesano de Nossa Senhora Aparecida. O agroturismo também não é citado nessa seção do *site*. Possivelmente, a falta de informação sobre o Caminho Caipira, e sobre o turismo da cidade em geral, pode ser resultante de problemas políticos recentemente ocorridos na prefeitura, que teve três prefeitos diferentes em um período de 30 dias no final do ano de 2015.

O COMTUR é composto por dez membros, dentre os quais representantes do Poder Executivo do Município, da Câmara Municipal, Associação Comercial, da indústria de bordados, clubes e condomínios, imprensa e um representante do setor de bares, lanchonetes, restaurantes e hotéis, e nenhum ligado às atividades turísticas rurais. A composição do conselho não conta com nenhum agente vinculado a atividades rurais.

Para o COMTUR o Caminho Caipira é um empreendimento particular, sendo essa a razão da falta de interesse do poder público na criação e manutenção do agroturismo. De forma geral, o Município não prioriza os investimentos em turismo:

> Aquilo é particular, né? Na verdade são três irmãs que montaram e foram tocando o projeto... elas conseguiram montar sem ajuda....Tudo esbarra na falta de dinheiro... No orçamento anual o COMTUR tem uma verba pequena, que acabou não chegando porque acaba desviando pra outros setores... Hospital, por exemplo... pra não deixar fechar, acaba usando a verba que iria pro turismo. Tem realmente falta de recursos para investir no turismo" (ANTONIO CARLOS TORRES DE ARRUDA).

Borborema ainda não tem um Plano Diretor de Turismo, pois os recursos para sua elaboração devem ser provenientes do Governo Estadual, caso a cidade seja promovida a município de interesse turístico, procedimento ainda incerto. A contribuição da prefeitura na criação do empreendimento se resumiu à infraestrutura básica, como melhoria das estradas de acesso, e colaboração na divulgação do projeto no período de implantação.

Essa carência de apoio institucional não se mostrou relevante no processo de criação do empreendimento, uma vez que as empreendedoras já tinham a experiência pessoal nessa modalidade de turismo, e dispunham de capital suficiente para o investimento inicial. Também não foi importante na divulgação do negócio, visto que as produtoras contam com uma rede de relacionamentos suficiente para suprir a capacidade máxima de atendimento do agroturismo. Entretanto, nesse momento do empreendimento, essa falta de apoio representa o surgimento de alguns obstáculos ao negócio, como o transtorno em manter as vias de acesso transitáveis, e a dificuldade em providenciar a sinalização adequada.

Outros agentes participaram indiretamente do empreendimento, como Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar) e Sindicato Rural de Borborema, quando da oferta de cursos de turismo rural e processamento de produtos agroalimentares às produtoras.

A pesquisa mostrou, ainda, que os produtores locais, assim como o poder público, não reconhecem no turismo rural uma possibilidade de negócios e geração de renda e, com isso, além do empreendimento acabar por não contribuir com o desenvolvimento local, não conta com o engajamento desses produtores, apesar deles sentirem as mudanças provocadas pelo empreendimento.

Segundo Tulik (1990), a prática do turismo introduz mudanças no espaço geográfico rural, provocando uma grande variedade de problemas, propostas e alternativas, especialmente no que diz respeito ao meio ambiente, embora atualmente, o conceito de meio ambiente deve considerar, além da terra, água, ar, flora e fauna, as comunidades locais, suas atividades e as condições sociais, econômicas e culturais que afetam a vida dos moradores.

4.5. Impactos do Caminho Caipira nos empreendimentos vizinhos

Foram entrevistados cinco produtores, dois que fazem divisa com as propriedades do Caminho Caipira, e os demais com áreas que ficam ao longo da estrada que liga a rodovia SP-304 ao empreendimento estudado.

Todos os entrevistados têm vocação agrícola e pertencem a famílias que sempre trabalharam no campo com atividades ligadas à agropecuária (Quadro 8).

Entre os entrevistados, três apontaram mudanças percebidas na região. Os produtores B e D verificaram aumento no número de carros e ônibus de turistas na estrada, e o produtor E relatou a presença de *"gente diferente",* turistas que percorrem a região durante as caminhadas organizadas pelas produtoras do Caminho Caipira.

Apenas o produtor C apontou melhorias na infraestrutura local, mais especificamente na estrada não pavimentada que passa em frente à sua propriedade, e relacionou, à existência do Caminho Caipira o fato de a prefeitura fazer a manutenção na estrada com frequência, melhorando as condições de tráfego. O mesmo produtor relatou que a esposa é contratada temporária do Sítio São Jerônimo para ajudar na cozinha em ocasiões, datas e/ou eventos, em que o *camping* recebe grupos ou turistas em quantidade maior que o usual, reconhecendo o emprego da esposa como uma influência atribuída ao Caminho Caipira.

Apenas um dos produtores entrevistados (o produtor A), disse não perceber mudanças, seja na propriedade ou na região, influenciadas pela criação do agroturismo Caminho Caipira, fato que pode ser justificado pelo curto período em que o produtor adquiriu a propriedade rural na região, apenas oito meses.

Sobre o interesse em participar de atividades ligadas ao turismo rural na região, ou mesmo do Caminho Caipira, fornecendo produtos ou integrando a propriedade nas trilhas ou roteiros de eventos, apenas o produtor A – o mais jovem entre os entrevistados e o único com escolaridade em nível superior – respondeu afirmativamente. Este produtor também foi um dos entrevistados que demonstrou conhecimento sobre a atividade de turismo rural

e a respeito de cadeias curtas de comercialização. A justificativa apresentada por ele para ainda não ter aderido ao turismo rural é que a propriedade está em formação, com árvores frutíferas plantadas recentemente, em meados de 2015.

Quadro 8- Perfil dos produtores rurais vizinhos ao Caminho Caipira

Produtor	**A**	**B**	**C**	**D**	**E**
Idade	26 anos	43 anos	58 anos	62 anos	51 anos
Tempo na agricultura (em anos)	10-20	31-40	41-50	41-50	41-50
Escolaridade	Superior	Médio	Fundamental	Fundamental	Médio
Atividades agrícolas	- Produção de figo, goiaba e uva	- Produção de banana; - Criação e abate de suínos; - Produção de cana de açúcar (arrendamento)	- Produção de laranja e banana	- Produção de banana e pimentão	- Produção de banana, laranja, pimentão; - arrendamento (cana e peixe)
Outras atividades não agrícolas	Não	Não	Não	Não	Não
Relação com Turismo e/ou Caminho Caipira	Não	Não	Sim	Não	Não
Interesse em participar de turismo	Sim	Talvez	Não	Não	Talvez

Fonte: Elaborado pela autora

Os produtores que afirmaram não ter interesse em participar de atividades ligadas ao turismo rural são os que têm idade mais avançada (produtores C e D), e justificaram a opção por *"não ter tempo"*, e *"não ser do ramo".* Contraditoriamente, um dos produtores que disseram não ter interesse em integrar a sua propriedade e a atividade desenvolvida ao Caminho Caipira, participa indiretamente do agroturismo, quando a esposa é contratada temporária do Sítio São Jerônimo. Talvez por ser ocasional, esse trabalho temporário oferecido pelo empreendimento não é reconhecido, pelo agricultor, como atividade de geração de renda representativa na família dele.

De modo geral, os produtores vizinhos demonstraram, durante a aplicação dos formulários, desconhecimento da atividade de agroturismo e até desconfiança sobre o empreendimento, atitude também identificada pelas produtoras responsáveis pelo Caminho Caipira:

> Eu fui numa loja de materiais de construção daqui de Borborema e falei pro dono: por que você não vai lá visitar? Ele respondeu: Tá louca, eu também tenho sítio... o que eu vou fazer lá no teu sítio? No outro, falou assim: Ah para com isso, isso aí não vai dar nada, você vai dar com os burros n´água porque todo mundo tem sítio. Em Borborema não tem um ser que não tem sítio. E eu falei: não, mas a nossa proposta é um resgate da tradição, da culinária caipira, das histórias... E ele: Ah, para com isso... não vai dar certo (ARIANA GOMES LOPES).

De acordo com Elesbão (2014), essa atitude é compreensível, porque os moradores locais possuem um olhar diferente dos visitantes. Um atributo que para o visitante é um atrativo turístico, para o habitante local, acostumado a ele, pode ser um problema, como por exemplo os morros, que para o visitante é paisagem natural exótica, para o agricultor é fator limitante da produção agropecuária.

A inserção do agroturismo no ambiente desses produtores pode estar mudando a percepção das pessoas sobre o turismo rural:

> Quando começou a vir os ônibus, passar em frente às casas das pessoas, eu acho que ouve um respeito... Hoje melhorou muito, entendem o que é turismo, não jogam tanto lixo... não deixam as porteiras abertas... Mudou muito essa questão da visão (MARCIANA GOMES LOPES).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente é necessário destacar que essa pesquisa possibilitou constatar que ainda é exígua no Brasil o interesse em iniciativas voltadas ao turismo rural, tanto do ponto de vista do empreendedor como do consumidor desse tipo de serviço, e também que o entendimento sobre cadeias agroalimentares curtas ainda é superficial na região estudada. Entretanto, a literatura mostra que em outros países, especialmente os da Europa, empreendimentos nessa área, bem como essa forma de comercializar a produção local, já é uma realidade mais avançada e, portanto, com vasto material bibliográfico.

Este estudo buscou identificar os pontos fortes e fracos do Caminho Caipira, a relação do empreendimento com o sistema de comercialização denominado cadeias curtas, bem como a participação de agentes públicos e privados na criação e manutenção do empreendimento. Portanto, considerando os objetivos propostos e os resultados da pesquisa empírica realizada nessa dissertação, foi possível estabelecer as seguintes conclusões:

- Entre os pontos fortes do empreendimento estudado estão: a produção agroalimentar limitada, que não demanda a contratação de mão de obra de fora da propriedade, a boa qualidade dessa produção, atestada pela confiança do consumidor, a facilidade na divulgação por meio da *network* criada pelas produtoras ao longo da vida.

- Entre os pontos fracos destaca-se a localização do empreendimento: (i) em área que não tem tradição de turismo, com cultivos tradicionais, o que inviabiliza a integração de produtores e a criação de núcleo voltado ao desenvolvimento rural, e (ii) o acesso adequado dos turistas que se mostra dependente da colaboração pública para a manutenção das estradas.

- As produtoras do Caminho Caipira trabalham somente utilizando matérias-primas próprias. Nesse sentido, a sazonalidade dos produtos é considerada um fator limitante da produção dos alimentos artesanais, mas não representa dificuldade relevante para o bom

funcionamento do negócio, tendo em vista que as empreendedoras não têm a intenção de ampliar a comercialização dos produtos. A quantidade produzida é suficiente para atender a demanda atual, e a sazonalidade é uma ocorrência compreendida pelos clientes. Ao contrário do que ocorre no mercado convencional agroalimentar, em que a produção é determinada de acordo com a demanda, no Caminho Caipira a demanda se adequa à produção.

- Diferentemente de países europeus, em que muitas vezes a adoção da venda sem intermediários e transporte reduzido é uma alternativa para contribuir para a segurança do alimento e evitar as incertezas geradas pelos grandes distribuidores globalizados, no empreendimento estudado, a adoção do sistema de cadeias curtas não foi intencional, mas se mostrou como o sistema de comercialização mais conveniente, considerando as características do agroturismo, e a intenção de gerar renda para pequenos agricultores que não dispunham de meios para sobreviver com o faturamento de lavouras convencionais.

- A adoção da cadeia curta, por meio principalmente do turismo rural, surgiu espontaneamente da vontade de herdeiros de retornar a viver no local em que nasceram, associado ao fato de não possuírem vocação para explorar a propriedade rural exclusivamente com a produção agrícola (por meios próprios ou arrendamento). Para viabilizar esse retorno ao campo, as produtoras incorporaram ao negócio as experiências pessoais de cada uma, associadas à busca de treinamento e aperfeiçoamento profissional.

- Ao comercializar localmente (loja na propriedade), e não ter a obrigação de entregar diariamente as encomendas em domicílio (entregas em domicílio são semanais) os produtos agroalimentares, as produtoras se beneficiam com a redução do custo com transporte. O sistema de comercialização em circuito curto também representa a otimização do tempo das produtoras, pois não é necessário dedicar horas de trabalho com o atendimento em lojas, nem na realização de entregas de produtos em diferentes pontos de venda.

- O agroturismo mostra-se de acordo com os princípios de sustentabilidade à medida que utiliza matéria-prima local, que processa

os alimentos de foram artesanal, com o a utilização de embalagens recicladas, que promovem o “KM 0” de Giuca (2012), reduzindo os danos ao meio ambiente provocados pela queima de combustíveis fósseis utilizados nos veículos, promove a reciclagem de quase 100% do lixo produzido, e contribui sensivelmente com a diminuição da poluição local, à medida que realiza coleta manual de lixo das estradas durante as trilhas.

- O Caminho Caipira vem se sustentando, até o momento, independentemente de apoio institucional. A análise verificou que a formação do agroturismo praticamente não contou com ajuda da prefeitura local, tampouco do COMTUR, ou de instituições de apoio, como Sebrae, por exemplo, sendo, portanto, uma iniciativa particular e isolada. Nesse sentido, essa carência de apoio institucional pode representar obstáculos ao negócio no futuro, visto que os estudos de Marsden, Banks e Bristow (2000) mostraram que o sistema de comercialização em circuitos curtos torna-se vulnerável e perdem sustentabilidade quando não conta com suporte do Estado e apoio institucional.

- O Caminho Caipira não representa, até o momento, modificações no ambiente em que está inserido. Não foram relatadas mudanças no cotidiano dos produtores, nem em serviços e infraestrutura locais, como transporte e estradas, por exemplo.

- A falta de interesse na integração ao empreendimento é recíproca por parte das produtoras do Caminho Caipira e dos produtores vizinhos, que não demonstraram pretensão de participar da atividade turística, seja fornecendo produtos agroalimentares ou serviços, seja empreendendo na área do turismo rural. Os produtores rurais com propriedades ao longo do trajeto que dá acesso ao Caminho Caipira não visualizam oportunidades de negócios que podem ser geradas pelo agroturismo.

- O Caminho Caipira foi constituído em uma região tipicamente de produção canavieira, de laranja *in natura* e com histórico de produção algodoeira e cafeeira, ou seja, propriedade com grandes áreas contínuas cultivadas, enquanto o turismo rural, na ótica das

cadeias curtas, se baseia em características como a produção agroalimentar artesanal e valorização da cultura local.

- Os resultados da análise da estrutura do Caminho Caipira apontaram um empreendimento com potencialidade turística alta, e a localização deste, em região com propriedades familiares de porte pequeno, mostrou que o turismo rural também apresenta potencialidade no município de Borborema.

- E, por fim, observa-se que, apesar do sucesso do empreendimento, ele ainda não traz influências suficientes para incentivar o turismo local, sendo a principal razão detectada, a ausência de planejamento e infraestrutura de equipamentos e serviços voltados a esse setor por parte do poder público local.

5.1 Limitações da pesquisa

O processo de coleta de dados envolveu algumas dificuldades, sendo a maior delas os dados escassos e conflitantes provenientes de fontes oficiais, especificamente do poder executivo, que se encontrava em meio a uma crise política durante o período em que foi realizada a pesquisa de campo. Esses obstáculos foram resolvidos com análise de fontes não oficiais e cruzamento de dados.

Outra limitação se deve ao fato de ser um estudo de caso único, em que a amostra do estudo se restringiu apenas a um empreendimento de agroturismo, o que limita a análise de dados e impede a generalização das conclusões obtidas. O problema poderia ser resolvido com a ampliação do estudo, efetuando a aplicação da pesquisa em outros empreendimentos de turismo rural que adotam o mesmo sistema de recepção e acolhimento e de produção e comercialização agroalimentar que o caso estudado.

5.2 Pesquisas futuras

Considerando que essa pesquisa baseou-se em um estudo de caso único, é de suma importância o aprofundamento de pesquisas acadêmicas acerca da alternativa da venda direta de produtos agroalimentares artesanais no interior de São Paulo, a constituição de cadeias curtas de comercialização nas modalidades apresentadas na revisão bibliográfica desse trabalho. Para a compreensão mais aprofundada dos efeitos da adoção de cadeias curtas, sugere-se a realização de pesquisa com amostragem maior na área de turismo rural, com vistas a criar um quadro comparativo considerando situações observadas em diferentes regiões do estado.

Outra sugestão seria a realização de um estudo sobre a produção agroalimentar no interior de São Paulo, a valorização das tradições e a comercialização baseada na proximidade produtor/consumidor e na confiança entre os agentes, como fatores contribuem para a geração de renda nas pequenas propriedades rurais familiares, para o desenvolvimento rural local, e podem ser decisivas no retorno e fixação do homem ao campo.

Ainda como sugestão para pesquisas futuras, sugere-se o resgate da cultura caipira no interior de São Paulo, movimento já iniciado, assim como no Caminho Caipira, em outras cidades paulistas, por meio de empreendimentos na área do turismo rural.

Por fim, sugere-se um pesquisa que demonstre, no Estado, a possibilidade de desenvolvimento local por meio de iniciativas do turismo rural com propriedades integradas, como o Circuito das Frutas, Circuito das Águas, Circuito das Pedras, Roteiro Natureza Café com Leite, Circuito das Montanhas e Rota do Vale do Paraíba, entre outros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABELLÁN, Francisco Cebrián (coord). **Turismo Rural y Desarrollo Local.** Sevilha: Ediciones de la Universidad de castilla – la Mancha, 2008. 330p.

ABRAMOVAY, Ricardo. Subsídios e multifuncionalidade na política agrícola europeia **Revista Economia Rural**, vol. 40, n.2, p235-264, abr/jun 2002. Disponível em https://issuu.com/ricardoabramovay/docs/subsidios_multifuncional Acesso em 17 novembro 2015.

ALMEIDA, Marcelo Vilela. Matriz de Avaliação do Potencial Turístico de Localidades Receptoras. **Revista Turismo em Análise e-ISSN: 1984-4867**, v. 20, n. 3, p. 541-563, 2009.

_____ . 2006. Matriz de Avaliação do Potencial Turístico de Localidades Receptoras. Tese (Doutorado) – Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. 233p.

AMBROSINI, Larissa Bueno; GIRAUD, Georges; FILIPPI, Eduardo Ernesto. **Indicação de origem "Montanha" e "ancrage" territorial -** O caso dos produtos alimentares de montanha na França. Anais do XLVII Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Porto Alegre, RS: SOBER. 2009. p.1–20. Disponível em http://www.sober.org.br/palestra/13/161.pdf Acesso em 15 abril 2016.

ANSALONI, Francesco; CHIORRI, Massimo; GALIOTO, Francesco; GUCCIONE, Giovanni Dara; MENGHI, Alberto; PYSZNY, Francesco; SCHIFANI, Giorgio. **Estrategie imprenditoriali delle aziende zootecniche biologiche**. 3° Workshop GRAB-IT. 22 maggio 2007 "Sostenibilità e Qualità delle produzioni agricole biologiche". Roma,. http://www.equizoobio.it/downloads/ansaloni_02.pdf Acesso em 23 março 2016.

ANSALONI, Francesco. Trasformazione aziendale e fliliera corta della carne bovina. **Revista Agriregionieuropa**, v.18, p.74-7, 2009. Disponível em http://agriregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/18/trasformazione-aziendale-e-filiera-corta-della-carne-bovina Acesso em 06 abril 2016.

BALSADI, Otavio Valentim. Mudanças no meio rural e desafios para o desenvolvimento sustentável. **São Paulo em perspectiva**, v. 15, n. 1, p. 155-165, 2001. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-88392001000100017&script=sci_arttext
Acesso em 15 abril 2016

BATALHA, Mário Otávio. As cadeias de produção agroindustriais: uma perspectiva para o estudo das inovações tecnológicas. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 30, n. 4, 1995.Disponível em http://rausp.usp.br/wp-content/uploads/files/3004043.pdf Acesso em 15 abril 2016

BENEVIDES, Aletusya de Araújo. Etnoconhecimento como potencialidade para os negócios turísticos: micro-análise etnográfica da comunidade de Tatajuba, Camocim, Brasil. **GEOUSP: espaço e tempo**, n. 20, p. 121-127, 2011.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do Turismo.** 5 ed – São Paulo: Ed. Senac, 2001, pp422-432.

BLANCO, Enrique Sergio. O turismo rural em áreas de agricultura familiar: as" novas ruralidades" e a sustentabilidade do desenvolvimento local.**Caderno Virtual de Turismo**, v. 4, n. 3, 2006. Disponível em http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php?journal=caderno&page=article&op=view&path%5B%5D=63 Acesso em 31 de maio 2016.

BONNAL, Philippe.; CAZELLA, Ademir Antonio.; MALUF, Renato. Multifuncionalidade da agricultura e desenvolvimento territorial: avanços e desafios para a conjunção de enfoques. **Estudos sociedade e agricultura**, v.2, p1-43, 2013.Disponível em http://r1.ufrrj.br/esa/V2/ojs/index.php/esa/article/view/302 Acesso em 15 abril 2016.

BONOMA, Thomas V. Case research in marketing: opportunities, problems and process. **Journal of Marketing Research**. v.22, p.199-208. Mai.1985. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/235361937_Case_Research_in_Marketing_Opportunities_Problems_and_a_Process_Journal_of_Marketing_Research_Volume_22_pp_199-208 Acesso em 06 abril 2016.

BORBOREMA. Lei n. 2.852, de 22 de novembro de 2013. Dispõe sobre a criação do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR do Município de Borborema e dá outras providências. Disponível em http://borborema.sp.gov.br/wp-content/uploads/2013/11/Lei_2852_221113.pdf Acesso em 15 abril 2016.

BRASÍLIA. Lei n. 13.171, de 21 de outubro de 2015. Dispõe sobre o empregador rural; altera as Leis nos 8.023, de 12 de abril de 1990, e 5.889, de 8 de junho de 1973; e dá outras providências. Disponível em http://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/245883468/lei-13171-15 Acesso em 29 junho 2016.

BRASÍLIA. Lei n. 8.023, de 12 de abril de 1990. Altera a legislação do Imposto de Renda sobre o resultado da atividade rural, e dá outras providências. Disponível em

http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1990/lei-8023-12-abril-1990-376215-norma-pl.html Acesso em 29 junho 2016.

BRASÍLIA. Lei n. 5.889, de 08 de junho de 1973. Estatui normas reguladoras do trabalho rural e dá outras providências. Disponível em http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1970-1979/lei-5889-8-junho-1973-357971-norma-pl.html Acesso em 29 junho 2016.

BRUNORI, Gianluca, GALLI, Francesca. (eds). **Short food supply chains as drives of sustainable development**. 2013. Evidence document. Document developed in the framework of the FP7 project FOODLINKS (GA No.265287). Laboratorio di studi rurali Sismondi. Disponível em: http://orgprints.org/28858/1/evidence-document-sfsc-cop.pdf Acesso em 03 maio 2015.

BRUNORI, Gianluca. Local food and alternative food networks: a communication perspective. **Anthropology of food**, n. S2, March 2007. Disponível em: http://aof.revues.org/430 Acesso em 21 julho 2015.

CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessôa. Elementos para o debate acerca do conceito de turismo rural. **Revista Turismo em Análise**, v. 21, n. 1, p. 3-24, 2010.

_____ , Luciano Zanetti Pessôa. Aspectos históricos e conceituais da multifuncionalidade da agricultura. XIX Encontro Nacional de Geografia Agrária, São Paulo, 2009, pp. 1-16. Disponível em http://www.geografia.fflch.usp.br/inferior/laboratorios/agraria/Anais%20XIXENGA/artigos/Candiotto_LZP.pdf Acesso em 18/nov/2015

CAMPANHOLA, Clayton; GRAZIANO DA SILVA, José. **Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor**. In: I° CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL. 1999. Piracicaba (SP). Anais. FEALQ, 1999. p. 9-42.

CRUZ, Fabiana Thomé da. **"Qualidade dos alimentos e escalas de produção:** em defesa de critérios e normas para legitimação dos produtos artesanais/tradicionais". Sober - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, Porto Alegre, 26 a 30 de julho, 2009. Disponível em: http://www.aba-agroecologia.org.br/revistas/index.php/rbagroecologia/article/view/9822/6689 Acesso em 03 jun. 2014

CRUZ, Fabiana Thomé da, SCHNEIDER, Sérgio. Qualidade dos alimentos, escalas de produção e valorização de produtos tradicionais. **Revista Brasileira de Agroecologia.** n.2, v.5, p. 22-38. 2010. Disponível em: http://www.aba-agroecologia.org.br/revistas/index.php/rbagroecologia/article/view/9822/6689 Acesso em 03 junho 2014.

DAROLT, Moacir R.; LAMINE, Claire.; BRANDEMBURG, Alfio. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Construção Social dos Mercados**. n.2, v.10, p. 8. 2013. Disponível em: http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/08/Agriculturas_JUN-2013.pdf#page=8. Acesso em 15 agosto 2015.

DEL GROSSI, Mauro Eduardo; DA SILVA, José Graziano. A pluriatividade na agropecuária brasileira em 1995. **Estudos Sociedade e Agricultura**, 2013. Disponível em http://r1.ufrrj.br/esa/V2/ojs/index.php/esa/article/view/134/130 Acesso em 15 abril 2016.

ELESBÃO, Ivo, O turismo no contexto das transformações do espaço rural brasileiro. In CRISTOVÁN, Artur, et al (orgs.). **Turismo Rural em tempos de novas ruralidades.** 1 ed. - Porto Alegre, Ed. Da UFRGS, 2014. 266p.

EMBRATUR. **Turismo Rural: manual operacional.** Ministério da Indústria, Comércio e Turismo, Brasília, 1994. 38 p.

ERIKSEN, Safania Normann. **Defining local food:** constructing a new taxonomy – three domains of proximity. vol.63, ed.sup1, p47-55, 2013.

FEENSTRA, Gail. Local food systems and sustainable communities. **American Journal of Alternative Agriculture.** v.12, p.28, 1997.

FERRARI, Dilvan Luiz. **Cadeias agroalimentares curtas: a construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina.** 345 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Faculdade de Ciências Econômicas/ Porto Alegre, 2011. Disponível em http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/49829 Acesso em 06 abril 2016.

FONSECA, Marcelo Jaques. **Globalização e comida: uma análise microssociológica da relação global/local na alimentação**. 285fls. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul – URFGS, Programa de Pós-graduação em Administração. Porto Alegre, 2011.Disponível em: http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/49167/000835553.pdf?sequence=1 Acesso em 01 ago. 2015

FONTE, Maria. Knowledge, Food and Place. A Way of Producing, a Way of Knowing. **Sociologia Ruralis**, v. 48, n. 3, p. 200–222, 2008. Disponível em http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9523.2008.00462.x/full Acesso em 15 abril 2016.

FORSMAN, Sari; PAANANEN, Jaana. Customer value creation in the short food supply chain: theoretical aspects and explorative findings. In: TRIENEKES, J.H.; OMTA, S.W.F. (Eds.) **Paradoxes in food chains and**

networks: proceedings of the fifth International Conference on Chain and Network Management in Agribusiness and Food Industry. Wagningen: Wageningen Academic Publishers, p. 153-164, 2002.

FREIRE, Paulo. **Criando métodos de pesquisa alternativa: aprendendo a fezê-la melhor através da ação.** In: BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org.). Pesquisa participante. 1.a reimpr da 8.a ed de 1990. SP, Ed Brasiliense, 1999, 212p, p.34-41.

GALLI, Francesca; BRUNORI, Gianluca. Short Food Supply Chains as Drivers of Sustainable Development. Evidence Document. 2013. Disponível em http://orgprints.org/28858/1/evidence-document-sfsc-cop.pdf Acesso em 10 junho 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008. 220p

GIUCA, Sabrina. Understanding the short chain. In: GIARÈ, Francesca;GIUCA, Sabrina (orgs). **Farmers and short chain:** legal profiles and socio-economics dynamics. Roma: INEA. p.11-30. 2012. Disponível em: http://62.94.18.131:8080/bitstream/inea/770/1/Farmers_short_chain.pdf#page=12. Acesso em 15 agosto 2015.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, n.3, v.35, p.20-29. 1995. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901995000300004 Acesso em 06 abril 2016.

GOODMAN, David. Rural Europe Redux? Relections on Alternative Agro-Food Networks and Paradigm Change. **Sociologia Ruralis**. n.44, p. 3-16, 2004. Disponível em: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9523.2004.00258.x/epdf Acesso em 06 abr. 2015

_____ The “Turn Quality” and Alternative Food Pratices: Reflections and Agenda. **Journal of Rural Studies**, n.1, v.19, Jan. 2003.

GRAZIANO DA SILVA, José.; VILARINHO, Carlyle.; DALE, Paul. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. **Caderno CRH**, v. 11, n. 28, 1998. Disponível em http://www.cadernocrh.ufba.br/viewarticle.php?id=214&layout=abstract Acesso em 15 abril 2016

GRAZIANO DA SILVA, José. O novo rural brasileiro. **Nova economia**, v. 7, n. 1, 1997. Disponível em http://revistas.face.ufmg.br/index.php/novaeconomia/article/view/2253 Acesso em 01 junho 2016

_____ Velhos e novos mitos do rural brasileiro. **Estudos avançados**, v. 15, n. 43, p. 37-50, 2001

GROSSI, Mauro Del; SILVA, José Graziano da. Mudanças recentes no mercado de trabalho rural. **Parcerias Estratégicas**, v.11, n.22, p.201-216, 2010. Disponível em: http://seer.cgee.org.br/index.php/parcerias_estrategicas/article/viewFile/277/271 Acesso em 31 de maio de 2016.

HINRICHS, Claire C.Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. **Journal of rural studies**. v.16, n. 3, p. 295-303, 2000. Disponível em: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0743016799000637 Acesso em 05 set. 2014.

HOLLAND, Leigh. Diversity and connections in community gardens: a contribution to local sustainability. **Local Environment**. n.3, v. 9, p. 285-305. 2004.

HOLLOWAY, Lewis et al. Possible food economies: a methodological framework for exploring food production–consumption relationships.**Sociologia Ruralis**, n.1, v. 47, p. 1-19. 2007. Disponível em:http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9523.2007.00427.x/pdf. Acesso em 10 outubro 2014.

HOLLOWAY, Lewis; KNEAFSEY, Moya. Reading the Space of the Framers' Market: A Case Study from the United Kingdom. **Sociologia Ruralis**. n3, v.40, p. 285-299. 2000. Disponível em: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9523.00149/epdf Acesso em 09 outubro 2014.

IDESTUR, **Panorama empresarial do Turismo Rural Brasileiro, 2010**. Disponível em: http://www.idestur.org.br/download/20120219112607.pdf Acesso em 24 de maio de 2016.

KELLOU, Imene. **Alternative Food Systems:** The Case of Agri-food SMEs. In: U. Rickert; G. Schiefer (Eds.); Proceedings of the 8th International European Forum on System Dynamics and Innovation in Food Networks. Anais. Innsbruck-Igls, Austria: International Center for Food Chain and Network Research, University of Bonn, Germany. p.155–160, 2014. Disponível em: http://centmapress.ilb.uni-bonn.de/ojs/index.php/proceedings/article/view/387/384 Acesso em 01 jun. 2014

KNEAFSEY, Moya. The region in food—important or irrelevant?. **Cambridge Journal of Regions, Economy and Society**, p. rsq012, 2010. Disponível em: http://cjres.oxfordjournals.org/content/early/2010/05/10/cjres.rsq012.full.pdf+html Acesso em 01 ago. 2014.

LABONNE, M. **Sur le concept de filiére em economie agrialimentaire**. Montepelier: Institut Nacional de la Recherche Agronomique. 1985.Disponível em http://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/pleins_textes_4/colloques/24865.pdf Acesso em 6 novembro 2015.

LAZZARINI, Sérgio Giovanetti. Estudos de caso para fins de pesquisa: aplicabilidade e limitações do método. In: FARINA, Elizabeth Maria Mercier Querido; ZYLBERSZTAJN, Décio (Coord.). **Estudos de caso em agribusiness**. São Paulo: Pioneira, 1997. 180p. p. 9-23.

LUPA, Levantamento Censitário das Unidades de Produção Agropecuária do Estado de São Paulo. Disponível em http://www.cati.sp.gov.br/projetolupa/dadosmunicipais.php#b Acesso em 31 de maio de 2016.

MARAFON, Gláucio José. Agricultura Familiar, Pluriatividade e Turismo Rural: reflexões a partir do território fluminense. **Campo-Território: Revista de Geografia Agrária**, Uberlândia, n.1, v. 1, p. 17-60. Fev.2006. Disponível em http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TwqAwQgimO4J:www.seer.ufu.br/index.php/campoterritorio/article/download/11776/6891+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br Acesso em 06 novembro 2015.

MARSDEN, Terry. The Quest for Ecological Modernisation: Re-Spacing Rural Development and Agri-Food Studies. **Sociologia ruralis**, v. 44, n. 2, p. 129-146, 2004. Disponível em http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9523.2004.00267.x/epdf Acesso em 15 abril 2016.

MARSDEN, Terry; BANKS, Jo; BRISTOW, Gillian. Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. **Sociologia Ruralis**. n.4, v.40, p. 424–438. 2000. Disponível em http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9523.00158/pdf Acesso em 06 abril 2016.

MARTINEZ, Steve. Local Food Systems: Concepts, Impacts, and Issues, United States Department of Agriculture, **Economic Research Report**, n.97 May, 2010.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1996. 270p.

MCMICHAEL, Phillip. A food regime analysis of the ‘world food crisis’. **Agriculture and human values**. n.4, v. 26, p. 281-295. 2009. Disponível em http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10460-009-9218-5 Acesso em 06 abril 2016.

MIELE, Marcelo**. Análise do Cadastro Vinícola do Rio Grande do Sul para um processo inicial de caracterização do sistema**

agroindustrial vitivinícola gaúcho. Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, Vol.42. Cuiabá: Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 2004. Disponível em http://www.sober.org.br/palestra/12/04O203.pdf Acesso em 15 abril 2016.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. (Org.). **Pesquisa social:** teoria, método e criatividade. 29.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

MORRIS, Carol; BULLER, Henry. The local food sector: A preliminary assessment of its form and impact in Gloucestershire, **British Food Journal**, n.8, v.105, p.559-566, 2003. Disponível em: http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/00070700310497318 Acesso em 02 out. 2014.

MURDOCH, Jonathan; MIELE, Mara. A new aesthetic of food? Relational reflexivity in the 'alternative'food movement. **Qualities of food**, p. 156-175. 2004. Disponível em http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:aKCpPLDl9a8J:scholar.google.com/+A+new+aesthetic+of+food%3F+Relational+reflexivity+in+the+%E2%80%98alternative%E2%80%99food+movement.&hl=pt-BR&as_sdt=0,5 Acesso em 06 abril 2016.

NIEDERLE, Paulo André. **Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França**. Tese de Doutorado. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro / RJ, 2011. Disponível em http://r1.ufrrj.br/cpda/wp-content/uploads/2012/07/Tese_Paulo_Nierdele_20111.pdf Acesso em 06 abril 2016.

_____. Delimitando as fronteiras entre mercados convencionais e alternativos para a agricultura familiar, **Revista Extensão Rural**, DEAER/ PPGExR – CCR – UFSM, Ano XVI, n°18, Jul – Dez de 2009.

_____. Mercantilização, estilos de agricultura e estratégias reprodutivas dos **agricultores familiares de Salvador das Missões, RS**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural. 2007. Disponível em http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/11008 Acesso em 15 abril 2015

PEREIRA, Paulo Rodrigues Fernandes; FUNCKE, André Luis; LIMA, Luiz Carlos Oliveira. Desenvolvimento de cadeias de produção locais e sua inter-relação com a economia global: O caso da banana no Estado do Rio de Janeiro. **ANAIS do XLVI SOBER**, Rio Branco, 2008. Disponível em https://ideas.repec.org/p/ags/sbrfsr/114001.html Acesso em 15 abril 2016

PLOEG, Jan Douwe van der. Sete teses sobre a agricultura camponesa. **Revistas Agriculturas: Experiências em Agroecologia**, 2009.

Disponível em: http://www.bibliotecadigital.abong.org.br/bitstream/handle/11465/373/ASPTA_agricultura_familiar_camponesa_constru%E7%E3o_futuro.pdf?sequence=1#page=17 Acesso em 05 novembro 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BORBOREMA, **Roteiro Turístico**, http://borborema.sp.gov.br/?page_id=382 Disponível em http://borborema.sp.gov.br/ Acesso em 15 abril 2016.

PRONAF – CARTILHA de orientação – **turismo rural na agricultura familiar, um jeito simples de conviver**. Disponível em: file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Fotos%20Desapego/Cartilha_de_Orienta%C3%A7%C3%A3o_TRAF_-_um_jeito_simples_de_conviver.pdf Acesso e 24 de maio de 2016.

RAFFAELLI, Roberta; COSER, Lorena; GIOS, Geremia. Esperienze di filiera corta nell´agroalimentare: um´indagine esplorativa in província di Trento. **Economia agro-alimentare,** 2009. Disponível em file:///C:/Users/Usuario/Desktop/DISSERTA%C3%87%C3%83O/DISSERTA%C3%87%C3%83O/ANOTA%C3%87%C3%95ES%20P%C3%93S%20QUALIFICA%C3%87%C3%83O/Filiera%20corta%20-%20RAFFAELLI.pdf Acesso em 27 novembro 2015.

RIEDL, Mario; MAIA, Cláudio Machado. Especialização e potencial endógeno na análise regional.**Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 3, n. 2, 2007. Disponível em http://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/6/2 Acesso em 15 abil 2016.

RENTING, Henk, MARSDEN, Terry K. e BANKS, Jo. **Understanding alternative food networks**: exploring the role of short food supply chains in rural development. Environment and planning A. v.35.3, p.393-412. 2003. Disponível em http://epn.sagepub.com/content/35/3/393.full.pdf+html Acesso em 06 abril 2016.

RETIÉRE, Morgane Isabelle Helène. **Agricultores inseridos em circuitos curtos de comercialização:** modalidades de venda e adaptações dos sistemas agrícolas. 203p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) - Universidade de São Paulo/ São Paulo, 2014. Disponível em http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/91/91131/tde-06102014-160246/pt-br.php. Acesso em 01 setembro 2015.

RICHARDSON, Roberto Jarry **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 336p.

ROQUE, Andréia Maria VIVIAN, Antonio Marcos O Turismo no espaço rural: uma estratégia para a nova gestão rural brasileira**. Organizações Rurais & Agroindustriais.** n.1, v.1, 2011. Disponível em

http://revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/viewArticle/296 Acesso em 06 abril 2016.

ROQUE, Andreia. Turismo Rural Brasileiro: região sudeste. São Paulo: Editora Turismo de Campo, 2004. 151p.

SCARABELOT, Maristela. **Construção de cadeias agroalimentares curtas e papel dos atores em Nova Veneza, SC**. 201 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS / Porto Alegre, 2012. Disponível em http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/61926 Acesso em 06 abril 2016.

SCARABELOT, Maristela; SCHNEIDER, Sérgio As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local – um estudo de caso no município de Nova Veneza/SC. **Revista Faz Ciência**, n.20, v.15, p.101–130. 2012. Disponível em http://www.ufrgs.br/pgdr/publicacoes/producaotextual/Sergio%20Schneider/scarabelot-m-schneider-s-as-cadeias-agroalimentares-curtas-e-desenvolvimento-local-um-estudo-de-caso-no-municipio-de-nova-veneza-sc-faz-ciencia-unioeste-impresso-v-14-p-101-130-2012 Acesso em 11 novembro 2014.

SCHMITT Claudia Job. “Encurtando o caminho entre a produção e o consumo de alimentos”**, Revista Agriculturas: experiências em agroecologia** 8.3. set/ 2011. Disponível em: http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2011/11/editor-convidado.pdf Acesso em 15 jul. 2015.

SCHNEIDER, Sérgio. Situando o desenvolvimento rural no Brasil: o contexto e as questões em debate. **Revista de Economia Política**. n.3, v.30, p.511-531, jul./set.2010. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-31572010000300009 Acesso em 06 abril 2016.

_____ A importância da pluriatividade para as políticas públicas no Brasil. **Rev. de Política Agrícola**, ano XVI, n. 3, jul/ago/set 2007. Disponível em https://seer.sede.embrapa.br/index.php/RPA/article/view/457 Acesso em 15 abril 2016.

_____. **Turismo em Comunidades Rurais: inclusão social por meio de atividades não-agrícolas**, In Diálogos do Turismo: Uma Viagem de Inclusão, Brasília, Ministério do Turismo, 2006. Disponível em http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/dialogos_turismo_.pdf Acesso em 06 abril 2016.

_____ . Turismo em Comunidades Rurais: inclusão social por meio de atividades não-agrícolas. **BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo social, diálogos do turismo: uma viagem de inclusão. Rio de**

Janeiro: Instituto Brasileiro de Administração Municipal, p. 264-293, 2006.

SECRETARIA DE SANEAMENTO E RECURSOS HÍDRICOS, **Comitê da Bacia Hidrográfica do Tietê-Batalha,** Disponível em http://www.comitetb.sp.gov.br/ Acesso em 15 abril 2016.

SILVA, Andrea Lago, BATALHA, Mário Otávio, Marketing estratégico aplicado ao agronegócio. **Gestão agroindustrial**, v.1, p.3, 2001. Disponível em http://br.librosintinta.com/gest%C3%A3o-agroindustrial-batalha-pdf.html Acesso em 15 abril 2016.

SILVA, Edna Lúcia e MENEZES, Estera Muzkat, **Metodologia de Pesquisa e Elaboração de Dissertação**, 4. ed., Florianópolis: UFSC, 2005, 138p. Disponível em https://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia_de_pesquisa_e_elaboracao_de_teses_e_dissertacoes_4ed.pdf Acesso em 06 abril 2016.

SILVA, Leiser da. **Cadeia Produtiva de Produtos Agrícolas**. Universidade Federal do Espírito Santo: Departamento de Engenharia Rural. Boletim Técnico: MS: 01/05, 2005.

SIMS, Rebecca. Putting place on the menu: The negotiation of locality in UK food tourism,from production to consumption. **Journal of Rural Studies** 26, p.105–115, 2010.

_____ Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. **Journal of Sustainable Tourism** 17, p.321–336, 2009.

SOARES, Joélcio Gonçalves; CARDOZO, Poliana Fabíula. Metodologia para aferimento de potencialidade turística: um estudo de caso. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 11, n. 128, p. 171-179, 2011. Disponível em: http://eduem.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/13378 Acesso em 31 maio 2016.

SONNINO, Roberta; MARSDEN, Terry. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. **Journal of economic geography**. n.2**,** v. 6. p181-199. 2006. Disponível em http://joeg.oxfordjournals.org/content/6/2/181.full.pdf+html Acesso em 05 abril 2016.

THIOLLENT, Michel. Metodologia da Pesquisa-Ação.13 ed. São Paulo: Ed. Cortez, 2004. 108p.

TIBÉRIO, Manoel Luiz; CRISTÓVÃO, Arthur. Produtos agroalimentares qualificados: uma abordagem na perspectiva da pluralidade das convenções. In: NIEDERLE, P.A. (Org.) **Indicações geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares**. Porto Alegre: Ed.

UFRGS. p.81-100, 2013. Disponível em ftp://ftp.sp.gov.br/ftpiea/rea/2012/rea2-7-12.pdf Acesso em 15 abril 2016.

TRICHES, Rozane Marcia e SCHNEIDER, Sérgio. (2014). Alimentação, sistema agroalimentar e os consumidores: novas conexões para o desenvolvimento rural. **Cuadernos de Desarrollo Rural,** Disponível em: http://www.ufrgs.br/pgdr/arquivos/952.pdf
Acesso em 16 mar.2015.

TULIK, Olga. Turismo e repercussões no espaço geográfico. **Revista Turismo em Análise**, v. 1, n. 2, p. 63-77, 1990.

VALLADARES, Licia. Os dez mandamentos da observação participante.**Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 22, n. 63, p. 153-155, 2007.

VARGAS, Daiane Loreto; BORBA, Silvia Naiara; GODOY, Cristiane Maria Tonneto. [in] Sustentabilidade, desenvolvimento e segurança alimentar. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, v. 8, p. 172-184, 2013. Disponível em: http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/revistadireito/article/view/8259/4979#.VfjQgRFViko
Acesso em 01 abr. 2015

VIAL, Luiz Antonio Machado. **Encurtando distâncias entre produtores e consumidores: a abordagem da fileira corta para cadeias agroalimentares**. São Leopoldo – RS: 2010. 139p. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2010. Disponível em
http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3581?locale-attribute=es Acesso em 15 abril 2016.

VIAL, Luiz Antonio Machado, et al. Arranjos produtivos locais e cadeias agroalimentares: revisão conceitual. **GEPROS - Gestão da Produção, Operações e Sistemas**. n.4, v. 3, p.105–121. 2009. Disponível em: http://revista.feb.unesp.br/index.php/gepros/article/view/290/379 Acesso em 21 outubro 2014.

WILKINSON, James Hardy **A agricultura familiar ante o novo padrão de competitividade do sistema alimentar na América Latina**. Estudos Sociedade e Agricultura, Rio de Janeiro, p.62-87. 2003. Disponível em: http://r1.ufrrj.br/esa/V2/ojs/index.php/esa/article/view/239/235 Acesso em 30 outubro 2014.

_____ A new paradigm for economic analysis? In: **Economy and Society**. n.3, v.26, 1997. Disponível em
http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03085149700000017
Acesso em 15 abril 2016.

WITHAKER, Dulce Consuelo Andreatta. **Memória Viva: A História de Borborema**. 1.Ed. Borborema/SP: Gráfica Editora São Sebastião, 2000. 124p.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 289p.

ZYLBERSZTAJN, Décio. **Estruturas de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da nova economia das instituições**. 1995. Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo. São Paulo, 1995. Disponível em: http://200.144.188.9/PortalFEA/Repositorio/616/Documentos/Tese_Livre_Docencia_DZ.pdf
Acesso em 01 ago. 2014

APÊNDICE A

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM AGRICULTORES FUNDADORES DO CAMINHO CAIPIRA

<table>
<tr><th colspan="6">Identificação</th></tr>
<tr><td colspan="2">1. Data:
___/___/___</td><td colspan="4">Entrevistador:</td></tr>
<tr><td colspan="6">2. Nome do entrevistado</td></tr>
<tr><td colspan="2">3. Idade</td><td colspan="4">4. Escolaridade
( ) Fundamental ( ) Médio ( ) Superior ( ) Pós graduação</td></tr>
<tr><td colspan="6">5. Endereço</td></tr>
<tr><td colspan="2">6. Telefone</td><td colspan="2">7. Celular</td><td colspan="2">8. e-mail</td></tr>
<tr><td colspan="2">9. Estado</td><td colspan="4">10. Cidade</td></tr>
<tr><td colspan="2">11. É agricultor familiar?
( ) Não ( ) Sim</td><td colspan="2">12. Tem DAP (Declaração de Aptidão ao PRONAF)?
( ) Não ( ) Sim</td><td colspan="2">13. Exerce outra atividade econômica?
( ) Não ( ) Sim Qual?</td></tr>
<tr><td colspan="6">14. Perfil do entrevistado:
( ) Proprietário ( ) Esposa (o) ( ) Filho (a) ( ) Administrador/contratado
( ) empregado/contratado ( ) Outro _____</td></tr>
<tr><td colspan="6">Sobre a atividade agrícola da propriedade:</td></tr>
<tr><td colspan="2">15. Tem empregados permanentes contratados para a atividade agrícola?
( ) Não ( ) Sim
Quantos? _____</td><td colspan="2">16. Contrata empregados temporários para período de plantio e colheita?
( ) Não ( ) Sim
Quantos? _____</td><td colspan="2">17. Número de pessoas da família que contribuem na atividade agrícola.</td></tr>
<tr><td colspan="6">Sobre o Caminho Caipira:</td></tr>
<tr><td colspan="2">18. Número de pessoas da família que colaboram no Caminho Caipira.</td><td colspan="2">19. Tem empregados permanentes contratados especificamente para a atividade de Turismo (incluindo produção e venda agroalimentar)?
( ) Não ( ) Sim Quantos?
_____</td><td colspan="2">20. Contrata empregados temporários para período de férias escolares ou eventos?
( ) Não ( ) Sim</td></tr>
</table>

Caracterização da atividade produtiva na propriedade (média do último triênio):

Produto	Unidade	Produção anual (toneladas ou sacas)	Quanto representa no faturamento (%)	Forma de comercialização antes do Caminho Caipira	Forma de comercialização depois do Caminho Caipira

Participação do Caminho Caipira no faturamento total da propriedade: (baseado na média mensal do último ano)

Produto	Descrição	Representa quanto (%) do faturamento?
Agroalimentares – venda direta (queijos, pães, doces, massas, etc)		
Agroalimentares – venda indireta (se houver) (queijos, pães, doces, massas, etc)		
Alojamento (pousada e camping)		
Alimentação (almoços e cafés da manhã)		
Atividades (Caminhadas, visitação, eventos, etc)		

Caracterização do Caminho Caipira e motivação para a criação

1. Quais os motivos que levaram vocês a desenvolver o Caminho Caipira?	
2. Como e quando surgiu o Caminho Caipira?	
3. Como evoluiu ao que é hoje?	
4. Qual a filosofia do Caminho Caipira?	
5. Como funciona o empreendimento? Quais os atrativos dos produtos do Caminho Caipira?	
6. Qual o perfil dos clientes do Caminho Caipira?	
7. Quantas pessoas, em média, visitam o local por mês?	
8. Qual a movimentação aos finais de semana? (média de visitantes)	
9. Qual o grau de interação dos turistas com relação ao	10. Existe envolvimento dos turistas com relação à produção e comercialização dos

<table>
<tr><td>funcionamento do empreendimento?</td><td>produtos?

( ) Não ( ) Sim Qual?
_____</td></tr>
<tr><td>11. Atualmente como são comercializados os produtos?</td><td>12. Em que localidades são vendidos esses produtos?</td></tr>
<tr><td colspan="2">13. Por que a decisão de comercializar os produtos/serviços direto ao consumidor (venda na propriedade e entrega em domicílio)?</td></tr>
<tr><td colspan="2">14. Quais os principais facilitadores e dificuldades para a comercialização dos produtos do Caminho Caipira?</td></tr>
<tr><td colspan="2">15. O negócio de vocês influenciou de alguma maneira as propriedades vizinhas?
( ) Não ( ) Sim De que forma?

A partir de quando?</td></tr>
<tr><td colspan="2">16. Os vizinhos participam de alguma forma?</td></tr>
<tr><td colspan="2">17. Existe a intenção de integrar mais propriedades nesse empreendimento?</td></tr>
<tr><td colspan="2">18. Vocês sabem o que é uma cadeia curta de comercialização?</td></tr>
</table>

19. Há algum tipo de ganho (não econômico) proveniente da comercialização desses produtos?
20. Há algum tipo de ganho (não econômico) proveniente da interação com os turistas?

Sobre o apoio de outras instituições:

Recebeu apoio?	Não	Contratado (agrônomo técnico)	Cooperativa /associação	Governo	SENAR	SEBRAE	Outro
Assist. técnica							
Assist. gerencial							
Assist. à comercia-lização							
Capacita-ção de mão de obra							
Outro							

APÊNDICE B

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM AGRICULTORES RESPONSÁVEIS POR PROPRIEDADES VIZINHAS

<table>
<tr><th colspan="4">Identificação</th></tr>
<tr><td colspan="2">1. Data:
___/___/___</td><td colspan="2">Entrevistador:</td></tr>
<tr><td colspan="4">2. Nome entrevistado</td></tr>
<tr><td colspan="2">3. Idade</td><td colspan="2">4. Escolaridade
( ) Fundamental ( ) Médio ( ) Superior ( ) Pós graduação</td></tr>
<tr><td colspan="4">5. Endereço</td></tr>
<tr><td>6. Telefone</td><td colspan="2">7. Celular</td><td>8. e-mail</td></tr>
<tr><td>9. Estado</td><td colspan="3">10. Cidade</td></tr>
<tr><td>11. É agricultor familiar?
( ) Não ( ) Sim</td><td colspan="2">12. Tem DAP (Declaração de Aptidão ao PRONAF)
( ) Não ( ) Sim</td><td>13. Exerce outra atividade econômica?
( ) Não ( ) Sim. Qual?</td></tr>
<tr><td colspan="2">14. Há quanto tempo é produtor rural?
( ) menos de 10 anos ( ) 10 – 20 anos ( ) 21-30 anos ( ) 31 – 40 anos
( ) 41-50 anos
14a. Sempre na mesma atividade?</td><td colspan="2">15. Qual a principal atividade da sua propriedade?</td></tr>
<tr><td>16. Quantas pessoas da família trabalham atualmente na atividade rural?</td><td colspan="2">17. Tem alguma relação com o turismo?
( ) Não ( ) Sim Qual?</td><td>18. Tem alguma relação com o Caminho Caipira?
( ) Não ( ) Sim Qual?</td></tr>
</table>

Influências do Caminho Caipira

<table>
<tr><td colspan="2">1. O senhor(a) conhece o Caminho Caipira?

( ) Sim ( ) Não</td></tr>
<tr><td>2. Depois que o Caminho Caipira foi criado, o que mudou aqui na sua propriedade?</td><td>3. E na região, é possível verificar mudanças?

( ) Não ( ) Sim Quais?</td></tr>
</table>

4. O senhor (a) considera que ainda pode mudar alguma coisa?	
5. O senhor (a) participa do Caminho Caipira?	
( ) Sim De que forma?	( ) Não Por que? Se participasse, acha que poderia mudar alguma coisa? O que?

APÊNDICE C

ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM REPRESENTANTES DO PODER PÚBLICO E INSTITUIÇÕES DE APOIO

Identificação		
1. Data: ___/___/___	Entrevistador:	
2. Nome do entrevistado		
3. Idade	4. Instituição que representa	5. Cargo que ocupa
6. Endereço		
7. Estado	8. Cidade	
9. Telefone	10. Celular	11. e-mail
12. Atividade que desenvolve:		

Externalidades geradas na região

1. Essa instituição teve alguma participação na criação do Caminho Caipira?	
( ) Sim Qual?	( ) Não Por que?
2. Por que não participou da criação e participa agora?	
3. Por que participou da criação e não participa agora?	
4. Por que nunca participou?	
3. Na sua opinião, o que O Caminho Caipira representa para a cidade de Borborema?	

4. Na sua opinião, o que o Caminho Caipira representa para a região?
5. O Caminho Caipira gera algum benefício aos produtores vizinhos? Se sim, que benefícios são esses?

ANEXO A – FOLHETO DE DIVULGAÇÃO DO CAMINHO CAIPIRA



ANEXO B – PRINT DA CAMPANHA DE PUBLICIDADE DO CAMINHO CAIPIRA VEICULADA NA INTERNET





ANEXO C – PRINT DA HOMEPAGE DO CAMINHO CAIPIRA



ANEXO D – PRINT DA PÁGINA DIGITAL DO CAMINHO CAIPIRA NO FACEBOOK



ANEXO E – IMAGENS ILUSTRATIVAS DO AGROTURISMO



À esquerda: peças que ficarão no museu do Sítio São João. Abaixo: mesa do café da manhã na pousada







Acima: entrada da pousada. À direita: a horta orgânica do Sítio Santo Antônio







Alguns dos produtos agroalimentares vendidos na loja da propriedade e em domicílio





Os cafés do Caminho Caipira: a brasileira mariquinha (ao centro), cafeteiras francesa (à esquerda) e italiana (à direita). Acompanhamento: bolachas de natas (abaixo).









Turistas interagem com as cabras que produzem leite para a produção de queijos



Loja da propriedade no Sítio São Jerônimo: agroalimentares locais e artesanato de moradores vizinhos



Entrada do Sítio Santo Antônio





Abaixo: produtora com as cabras que produzem o leite para os queijos locais. Ao lado, Nhá Colaca, personagem que recebe os turistas e conta “causos”

