



Febrero - Marzo 2003

Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sítios de Interés

Novedades

Ediciones Especiales



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Turismo Rural na Grande Imprensa de Pernambuco

Número Actual

Por *Ceci do Eirado Amorim y Angelo Brás Fernandes Callou*
Número 31

INTRODUÇÃO

Contextualização

A mídia impressa tem sido amplamente utilizada na divulgação das políticas públicas, como também um dos mais importantes veículos de comunicação para tornar conhecidas aquelas propriedades com estrutura receptiva para a modalidade do turismo rural, atividade não-agrícola que vem sendo apontada como das mais promissoras na revitalização socioeconômica do espaço rural, cenário onde a Comunicação Rural esteve presente como instrumento na implementação das políticas agropecuárias. Hoje, o espaço rural não mais se limita à produção de alimentos e a Comunicação Rural expande o seu leque de atuação, incorporando as novas ruralidades, como o turismo rural. Diante dessas observações pareceu interessante investigar como a imprensa pernambucana vem abordando o tema.

O turismo rural surge em Pernambuco na década de 90, quando os problemas decorrentes do processo da globalização estão mais evidentes. Ao expandir-se por todos os cantos e recantos do mundo, principalmente após o término da Guerra Fria e da queda do Muro de Berlim (1989), a globalização foi levando consigo um capitalismo que tem acentuado as desigualdades sociais, econômicas, políticas e culturais⁴. Além do mais, a concentração do poder econômico tem contribuído para o agravamento da questão social⁵. Diante de um cenário nada promissor, observa-se o aumento do número de desempregados e da violência social. Nas ruas se avolumam os lumpens. Fatos tão comuns, hoje, no Brasil e em tantos outros países do mundo. Contraditoriamente, a "... globalização do mundo ao mesmo tempo em que integra e articula, desagrega e tenciona, [sic] reproduzindo e acentuando desigualdades em todos os quadrantes"⁶.

O capitalismo se fortalece com a desarticulação da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas - URSS e frente à ideologia neoliberal - que juntos vão ocupando mais e mais o espaço-mundo, cujas barreiras geográficas tornam-se invisíveis diante do avanço das novas tecnologias da informação que propiciaram uma outra dinâmica à economia e à sociedade em sentido amplo⁷. A modernização de todos os setores da economia não foi capaz de modernizar as formas de vida de modo igualitário, mas sim, de modo excludente. Complementando:

"Mais do que nunca, as desigualdades sociais, econômicas, políticas e culturais estão lançadas em escala mundial. O mesmo processo de globalização, com o que se desenvolve a interdependência, a integração e a dinamização das sociedades nacionais, produz desigualdades, tensões e antagonismos. O mesmo processo de globalização, que debilita o Estado-Nação, ou redefine as condições de sua soberania, provoca o desenvolvimento de diversidades, desigualdades e contradições, em escala nacional e mundial"⁸.

Não há mais como tentar disfarçar a gravidade do quadro em que se encontra grande parte das populações rurais no país. Um quadro visivelmente agravado não só pelas questões aqui já apontadas mas, também, pela inserção de políticas públicas que excluem as forças endógenas e que privilegiam modelos e práticas alheias à situação real do local. Para minimizar ou evitar que isso se mantenha, entende-se que um instrumento como a Comunicação Rural na perspectiva do desenvolvimento local, como propõem Tauk Santos e Callou⁹ seja capaz de, num ponto de vista mais amplo e adequado à realidade, trabalhar de forma harmônica as forças exógenas e endógenas, visando a uma *concertação*¹⁰.

Para Callou "a noção de desenvolvimento em seus diferentes matizes se mantém colada, ainda hoje, à concepção de Comunicação Rural"¹¹. Mantém-se, assim, como salienta Tauk Santos, a sua característica fundamental que é "se constituir em processo comunicativo na perspectiva de construir mudança"¹². Com essa preocupação, os autores propõem o conceito de Comunicação Rural na perspectiva do desenvolvimento local adotado nesta pesquisa.

"é um processo que sai do patamar genérico das interações entre populações rurais e organizações não-governamentais, para legitimação de políticas agrícolas ou transformações estruturais e torna-se um instrumento prioritariamente viabilizador de um 'fórum' local com capacidade de definir e gerar localmente políticas de desenvolvimento"¹³.

Os autores afirmam que essa Comunicação Rural preocupada com o desenvolvimento local deverá "... promover uma ação econômica-produtiva imediata; garantir a oportunidade para que os projetos de desenvolvimento sejam resultado das aspirações das pessoas envolvidas e que o apoio governamental, em seus diferentes níveis, sirvam como reforço à lógica local"¹⁴.

Nesse aspecto, percebe-se uma ação, ainda pontual, que parece estar seguindo um modelo de desenvolvimento identificando as potencialidades locais, a partir de um trabalho de construção coletiva, em que os mais diferentes representantes da sociedade e dos governos marcam presença na discussão dos problemas e dos indicadores de possíveis soluções¹⁵. Atrelado às regras econômicas mundialmente ditadas, e diante da situação em que se encontram as populações menos favorecidas, o poder público trata de buscar parcerias e de trabalhar localmente com a intenção de transformar esse quadro social em que elas se encontram. Todo o esforço volta-se para a formação de uma cultura que contemple a parceria, a solidariedade e a cooperação dos diferentes atores, tendo em vista o aproveitamento das potencialidades locais. Essa nova cultura começa a ser plantada nos *fóruns* de construção do desenvolvimento local compreendido, neste trabalho, como:

"Um modo de promover o desenvolvimento que abarca várias dimensões e leva em conta o papel de vários fatores - econômicos e extra-econômicos - para tornar dinâmicas potencialidades que podem ser identificadas quando focalizamos as atenções e os esforços numa unidade socioterritorial delimitada"¹⁶.

O Desenvolvimento Local ou como trata Franco, o Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável parece estar em pauta, como também a Comunicação Rural, na perspectiva do desenvolvimento local como sugerem Tauk Santos e Callou.

TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO LOCAL

Em Pernambuco, políticas públicas¹⁷ começam a ser discutidas em *fóruns* promovidos localmente com a presença dos mais diversos atores sociais. Nessas discussões coletivas, o turismo rural tem surgido como uma possível nova atividade econômica para as áreas rurais, considerando-se as potencialidades do

Estado. A visível crise das atividades agrícolas, ao longo das últimas décadas, tem levado o espaço rural a não se restringir apenas às atividades agropecuárias. A implantação de novas atividades e o resgate de outras objetivando o desenvolvimento sustentável do campo foi sugerida por Graziano ao afirmar que o rural deveria ser visto não apenas como espaço agropecuário, mas também, como espaço de produção de serviços e de bens não-agrícolas¹⁹.

Começa-se a ver um "novo rural". Essa percepção ainda não se dá de forma homogênea em todo o território brasileiro. Algumas regiões, por motivos que não serão aqui tratados por fugirem ao âmbito deste trabalho, desenvolvem-se num ritmo mais acelerado, outras menos e outras, ainda, se mantêm em total estagnação. Uma das propostas que acena com grande capacidade para reformular e revitalizar algumas dessas áreas é o turismo rural. Experiências nesse sentido vêm sendo desenvolvidas em vários estados do país e em outros continentes²⁰.

Em Pernambuco, na última década, o turismo deslocou-se da faixa litorânea e se adentrou para a zona rural, chamando a atenção do potencial do Estado para o novo segmento do turismo, o rural, e as opções de lazer nas fazendas e engenhos que acolhem turistas e excursionistas²¹ interessados em vivenciar o dia-a-dia no campo.

Essa idéia só começa a ser concretizada, no início dos anos 90, quando fazendas de café do agreste e engenhos de açúcar começam a oferecer essa modalidade de turismo. Além dessas iniciativas, o Projeto Agroecoturístico de Barra Azul²², no Engenho Barra Azul (desapropriado pelo Instituto Nacional da Reforma Agrária - INCRA), município de Bonito, vem tendo apoio dos governos estadual e federal através do INCRA, da Empresa de Abastecimento e Extensão Rural do Estado de Pernambuco - EBAPE, da Empresa de Turismo de Pernambuco S/A - EMPETUR e da Fundação Municipal de Pernambuco - FIDEM²³. O projeto não foi totalmente concluído e o antigo engenho ainda não é comercializado como produto turístico.

Outra iniciativa em andamento, para incrementar o turismo nas propriedades rurais, é o Projeto Turismo Rural e Ecoturismo que faz parte da Componente Diversificação Econômica do PROMATA, coordenado pela Secretaria do Planejamento e Desenvolvimento Social do Estado de Pernambuco - SEPLANDES. Essas e outras ações e intenções começam a acenar com uma perspectiva de mudança no cenário rural pernambucano, ao lado de atividades agropecuárias que atendem a nichos de mercado e de outras atividades não-agrícolas que estão sendo gestadas e, ao que parece, poderão indicar saídas para minimizar as graves questões econômicas e sociais.

O turismo, e, em especial o turismo rural, começa a ser visto pelos setores público e privado como uma das atividades não-agrícolas mais promissoras na revitalização do espaço rural pernambucano²⁴. Vale ressaltar que as tradicionais e as "novas atividades agrícolas" - "piscicultura, criação de aves nobres e exóticas, criação de rãs, criação de outros animais para corte, produção orgânica de ervas medicinais, produção orgânica para o mercado internacional diferenciado, produção de verduras e legumes para as redes de supermercado e de *fast-food*, floricultura e mudas de plantas ornamentais, fruticultura de mesa, produção de sucos naturais e polpa de fruta congelada, reprodução de plantas extrativas, cultivo de cogumelos"²⁵ - são fundamentais a esse segmento turístico. Assim, uma atividade não exclui a outra, pelo contrário, complementam-se. Trata-se, portanto, de uma atividade que revaloriza o campo "desencadeando o tradicional efeito multiplicador da atividade turística"²⁶. Além disso, como diz Rodrigues, "o turismo vive das especificidades dos lugares. Quase todos partem em busca do novo, do diferente, do exótico"²⁷.

O turismo vem ocupando espaços diversos em nosso território brasileiro e, nas duas últimas décadas, o agroturismo vem se difundindo em algumas propriedades rurais. A crise das atividades agrícolas seja por questões climáticas, tecnológicas ou da globalização vem, há algum tempo, concebendo um novo cenário, o que aí está. Esse fenômeno tem mostrado, ao longo dos últimos anos, que o espaço rural vem sofrendo transformações gradativas em suas atividades produtivas. A introdução de novas atividades e o resgate de outras objetivando o desenvolvimento sustentável do campo vêm sendo amplamente discutidos. A diversificação²⁸ faz-se necessária e dentre as atividades não-agrícolas apontadas como das mais promissoras na retomada do desenvolvimento das áreas rurais tem sido o turismo²⁹.

No que se refere ao turismo rural, de fato, ele vem se instalando aos poucos, nas propriedades pernambucanas. Observa-se que há um grande potencial para esse segmento turístico - os engenhos de açúcar da Zona da Mata, hoje, de "fogo morto"³⁰ são registros do ciclo da cana-de-açúcar que teve início no século XVI. Alguns engenhos, ainda, conservam um patrimônio edificado de rara beleza em meio a paisagens naturais típicas daquela região; os engenhos de rapadura de Triunfo e de Santa Cruz da Baixa Verde; as fazendas de café e de criação de animais do agreste, e as fazendas do Vale do São Francisco, do sertão, com o cultivo de frutas, são alguns dos locais vocacionados para esse segmento turístico. Em cada uma dessas regiões, expressões culturais se manifestam por meio da gastronomia, do artesanato, da música e da dança, atrativos turísticos que integram e enriquecem o produto turismo rural.

O segmento turístico em estudo é uma atividade recente do ponto de vista comercial e, pelo que foi exposto, parece ter todas as condições para promover o desenvolvimento local. Políticas públicas que contemplassem esse segmento, até bem pouco tempo, inexistiam. Da mesma forma, ações que promovessem o desenvolvimento local compreendido como aquele que é planejado e construído juntamente com a população, considerando as potencialidades do lugar, gerando renda e receita para a localidade. Além disso, a escassez de material promocional e informativo não tem promovido suficientemente esse turismo em Pernambuco. A ausência de campanhas publicitárias, a escassa distribuição de *folders* e de *sites* na Internet, têm mantido a imprensa como uma das poucas formas de se obter esse tipo de informação³². Palestras sobre o tema têm sido promovidas por algumas instituições a exemplo da EMPETUR, do Instituto de Administração e Tecnologia - ADM&TEC, do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD, da Associação Pernambucana de Ecoturismo - APECO, entre outras. Esses eventos têm contribuído na divulgação dessa modalidade de turismo, na atração de proprietários rurais e, também, têm despertado o interesse da imprensa que tem dedicado espaço de destaque nas páginas dos principais jornais do Estado.

A IMPORTÂNCIA DA IMPRENSA PERNAMBUCANA DA DIVULGAÇÃO DO TURISMO RURAL

A imprensa tem se mostrado um importante veículo na transmissão de informações sobre o turismo rural em Pernambuco. Fato confirmado através de conversa informal com América Regher, proprietária da Fazenda Sambaíba, localizada no município de Brejão, pioneira nesse segmento do turismo em nosso Estado e com Ricardo Cavalcanti, proprietário da Fazenda-Engenho Cordeiro, em Carpina/Lagoa do Carro, há dois anos na nova atividade. Eles afirmaram que o crescimento da procura, em seus empreendimentos, se dá quando a imprensa veicula matéria sobre as opções de turismo rural no Estado. Isso ocorre nos meses de férias e próximo aos feriados prolongados. Enfaticamente, Cavalcanti disse que "a imprensa é, sem dúvida nenhuma, responsável pelo aumento do fluxo turístico do segmento turismo rural. Quando sai uma matéria sobre a

Fazenda, a resposta é imediata. O que está faltando é publicidade institucional"[33](#).

A imprensa atinge um número significativo de pessoas e, como pode ser constatado pelas palavras do proprietário da Fazenda-Engenho Cordeiro, influencia nas decisões de compra do produto turístico e de lazer; e, porque não, também, nas decisões de investimentos, como é o caso da fazenda-pousada ou da fazenda-hotel e dos pesque-pague nas propriedades rurais.

Os jornais ressaltam, por exemplo, os atrativos e as vantagens das opções de turismo e de lazer nas fazendas e engenhos do Estado, agindo, dessa forma, como estímulos sedutores para que haja o deslocamento em direção ao campo. Assim entendido, concorda-se com Medina quando afirma que a mensagem jornalística "vista no complexo da comunicação de massa, é realmente um dos produtos de consumo da indústria cultural"[36](#) e que, esse "produto/matéria desenvolveu uma linguagem própria para atrair o consumidor-leitor"[35](#).

Pode-se afirmar que a imprensa tem sido, realmente, um dos mais importantes veículos de comunicação na transmissão de informações sobre o turismo rural. Esse novo segmento turístico, essa nova atividade não-agrícola que começa a emergir, mesmo que de forma tímida em nosso espaço rural, interfere, de alguma maneira, na paisagem e na ocupação daqueles que, até então, eram exclusivamente agricultores, enfim, no cotidiano do homem rural. Nesse contexto, a Comunicação Rural passa a se preocupar, também, com o modelo de inserção dessas novas atividades e assume o papel de articuladora nas ações de desenvolvimento local.

O turismo rural vem se espalhando no corpo dos jornais pernambucanos. Parece que a idéia dessa modalidade começa a ser mais absorvida pela mídia, pelos proprietários rurais, pelos governos e pelo consumidor-leitor. Vislumbram-se seus efeitos por dinamizar os mais diversos setores da economia, como também, por conservar os valores culturais das áreas rurais e otimizar os recursos endógenos. Mas estará o turismo rural, em Pernambuco, realmente promovendo o desenvolvimento local por meio da Comunicação Rural no Estado?

Ao pesquisar o turismo rural na imprensa pernambucana, constatou-se que ele tem ocupado espaço tanto nos cadernos de turismo como nos de economia e, até, nas colunas sociais. Ele não tem sido visto apenas como mais um segmento do turismo, mas, também, como uma atividade econômica que começa a despontar no espaço rural.

As matérias publicadas sobre o turismo rural, em Pernambuco, pelos jornais -Diário de Pernambuco e Jornal do Commercio - no período pesquisado[36](#), abordando assuntos que davam subsídios às respostas das questões formuladas, levaram às seguintes constatações:

1. O turismo rural ganha espaço na mídia impressa a partir de 1993, quando a Fazenda Sambaíba, localizada em Brejão, agreste meridional, passa a receber turistas e visitantes interessados nesse segmento turístico. A partir dessa iniciativa, outros proprietários rurais daquela região, da Zona da Mata e da Região Metropolitana do Recife começam, também, a pensar na possibilidade de diversificação das atividades produtivas. Alguns chegaram a implantar infra-estrutura, e já ampliaram suas instalações. Também, no ano de 1993, o Governo do Estado começa a chamar a atenção para a importância do turismo rural, ao promover o I Seminário sobre Turismo Rural. Apesar das iniciativas pública e privada terem dado o primeiro passo no agreste meridional, observou-se uma maior concentração de equipamentos de turismo e de lazer rural, de estudos e de projetos na Zona da Mata Norte e na Região Metropolitana do Recife.

2. O potencial turístico do Estado para o segmento turismo rural é exposto pelos jornais pesquisados, como também a preocupação com a conservação do patrimônio cultural edificado, que vem se deteriorando pela ausência de ações de conservação e de uso.

3. Ao abordar a diversificação das atividades econômicas no campo, a imprensa aponta o turismo rural como uma opção e como uma atividade que deve ser complementar à atividade existente na fazenda ou no engenho, ou seja, na propriedade rural.

4. Ao descrever os estudos e os projetos que contemplam o turismo rural, as matérias jornalísticas enfocam preocupações que vão ao encontro da filosofia do desenvolvimento local, como: promover o desenvolvimento socioeconômico da população; incentivar a preservação ambiental; criar processo de interação homem x meio ambiente; incentivar a produção local; aumentar a renda do homem do campo; evitar ou reduzir o êxodo rural; preservar o patrimônio rural; divulgar e preservar o modo de vida e as tradições culturais e estimular atividades produtivas através do turismo.

5. Os jornais também apontam a dificuldade de se estabelecer uma cultura associativa. Um obstáculo que se julgava mais restrito ao Estado ou à região, mas parece ser quase que generalizado, no país, como pontuou o presidente da Associação Brasileira de Turismo Rural - ABTR durante palestra. Esta dificuldade pode ser um dos entraves à formação da cultura da participação e da parceria, fundamentais ao desenvolvimento a partir da base local. Mas, no final do mês de abril deste ano, O Diário de Pernambuco publica matéria informando a criação da Associação das Propriedades de Turismo Rural de Pernambuco, o que pode ser um bom sinal para o crescimento de um turismo integrado e promotor do desenvolvimento local.

6. Alguns proprietários, empresários do turismo rural, vêm promovendo a interação dos turistas com outras propriedades. São pequenos e médios proprietários rurais que se beneficiam com essas visitas ao vender parte da produção de doces, geléias, queijos, ovos, licores, frutas e legumes, entre outros. Uma maneira inteligente de distribuir os gastos dos turistas na localidade e de promover os primeiros passos do desenvolvimento local. Uma maneira, também, de ampliar a oferta de lazer daqueles que procuram o turismo rural.

7. Constatou-se que há uma tendência em reproduzir modelos europeus de turismo rural. Palestrantes e consultores de Portugal, da Espanha e da Itália expuseram suas experiências e deixaram algumas contribuições. A experiência do italiano Romano Toppa parece ser a que realmente se fundamenta nos princípios do desenvolvimento local e que se utilizou estratégias de Comunicação Rural para transformar Veneto.

8. Pelo que a imprensa divulgou, nos oito anos e meio pesquisados, apesar das trocas de informações com especialistas internacionais e nacionais, ainda não se concretizou, de fato, uma experiência de desenvolvimento local resultante da inserção do turismo rural em Pernambuco.

9. A grande imprensa pernambucana descreveu, ao longo dos últimos anos, uma quantidade considerável de propostas em que estavam envolvidos diversos órgãos estaduais, organizações não-governamentais, poder municipal e instituições internacionais. Em alguns casos, mais de um estudo, desenvolvido por diferentes executores, para a mesma localidade.

10. Uma outra observação que merece registro é que as matérias jornalísticas analisadas contemplam, apenas pontualmente, a população como participante nas decisões e na construção das políticas públicas. O que leva à inferência de que ela não é consultada, como deveria, se forem levadas em consideração as

características do desenvolvimento local. Nesses casos, constata-se, por consequência, a ausência da Comunicação Rural.

11. A falta de uma formação mais profunda dos profissionais e/ou a exigência das editoriais de uma maior rapidez, na cobertura jornalística de temas como o turismo rural, tem levado a imprensa a reproduzir informações superficiais e incompletas. Em alguns momentos, recorreu-se ao *site* da ADM&TEC para complementar análise dos assuntos abordados, constatando-se a omissão de informações aqui consideradas importantes para o público-leitor.

CONCLUSÃO

Em síntese, pode-se dizer que o desenvolvimento local está presente nas intenções daqueles que planejam o turismo rural em Pernambuco. Esse segmento é reconhecido como vetor do desenvolvimento local, por sua capacidade de estimular diversas outras atividades produtivas agrícolas e não-agrícolas. Constatou-se que a imprensa dá leves sinais da intenção da presença da Comunicação Rural. Índícios ocorrem mais claramente no Projeto de Revitalização Produtiva Engenhos da Mata Norte, absorvido pelo Programa de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável da Zona da Mata Pernambucana - PROMATA e no Projeto Rio Formoso, da Universidade Católica de Pernambuco - UNICAP.

Conclui-se este estudo alertando os responsáveis pelas políticas públicas do turismo rural, em Pernambuco, que sem o envolvimento da Comunicação Rural, como está sendo compreendida na atualidade, não se promove o desenvolvimento local. Ou seja, não se concretiza o efeito multiplicador do turismo de maneira a que haja uma distribuição mais equitativa dos benefícios gerados. Complementando, não se reduz o êxodo, nem a miséria do campo; não se preserva o meio ambiente, nem o patrimônio cultural; não se incentiva a produção local, nem se redistribui melhor a renda e a receita geradas. A mudança do cenário que aí está e que a tantos incomoda poderá tornar-se realidade com a incorporação de uma nova cultura. A cultura "da parceria, da participação e da solidariedade"³⁷. A Comunicação Rural como estratégia fundamental ao desenvolvimento precisa ser absorvida, definitivamente, para atingir-se o modelo ideal de sustentabilidade no meio rural pernambucano.

Notas:

¹ Este artigo é parte da dissertação de mestrado da primeira autora, sob a orientação do segundo autor.

⁴ IANNI, Octavio. A grande transformação. In: *A sociedade global*. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995a. p. 32.

⁵ Id., A dialética da globalização. In: *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995b. p. 147.

⁶ Id., As formas do poder global. In: *A sociedade global*. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995a. p. 145.

⁷ Ver: Id., *A sociedade global*. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995a. 194 p.; Id., *Teorias da globalização*. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995b. 225 p.

⁸ IANNI, Octavio. A sociedade... op. cit., 1995a., p. 50.

⁹ Ver TAUKE SANTOS, Maria Salett; CALLOU, Angelo Brás Fernandes. Desafios da comunicação rural em tempos de desenvolvimento local. *Signo*, João Pessoa, n. 3, p. 42-47, 1995.

¹⁰ *Concertação* - uma analogia à orquestração. Termo utilizado no sentido de combinar o conjunto de objetivos comuns aos diversos atores sociais e institucionais de forma harmônica, buscando a conciliação e a concretização de interesses que levem ao desenvolvimento local.

¹¹ CALLOU, op. cit., 1999. p. 182.

¹² TAUKE SANTOS, op. cit., 2000a. p. 292.

¹³ TAUKE SANTOS; CALLOU, op. cit., p. 46.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Isso é o que parece estar acontecendo no Projeto-piloto (inclui cinco municípios da Zona da Mata Norte) do Programa de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável da Zona da Mata Pernambucana - PROMATA, programa coordenado pela Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Social - SEPLANDES do Governo do Estado de Pernambuco, que busca encontrar soluções para a crise que se instalou naquela região.

¹⁶ FRANCO, Augusto de Porque precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável? In: *Porque precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável*. 2. ed. Brasília, DF: Instituto de Política, 2000. p. 79.

¹⁷ Referindo-se às políticas de turismo, Rodrigues diz que "estabelecidas no bojo das instituições nacionais, são sempre orquestradas pela política econômica vigente, hoje macroescala, com vistas ao mercado global. Indiferentes às características dos

lugares, contemplam as elites hegemônicas do capitalismo transnacional, expressando-se pelas 'verticalidades', que segundo Milton Santos, constituem os 'vetores de uma racionalidade superior". RODRIGUES, A. B., op. cit., 1997, p. 56.

18 "... o turismo rural tem papel fundamental na gestão do território, dada a sua capacidade de estimular o aproveitamento do potencial de desenvolvimento endógeno de um determinado local". Cals, Capellà e Vaquè por GRAZIANO DA SILVA, José; VILARINHO, Carlyle; DALE, Paul J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio; FROELICH, José Marcos; RIEDL, Mário (Org.). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Santa Maria: UFSM, 1998. p. 13.

19 GRAZIANO DA SILVA, José. *Por um novo programa agrário*. Reforma Agrária, [S. l.], v. 23, n. 2, p. 11, maio/ago. 1993.

20 Ver: EMBRATUR. *Manual operacional do turismo rural*. Brasília, DF, 1994, p. 6-7; GRAZIANO; VILARINHO; DALE, op. cit., p. 39.

21 A título de esclarecimento, entende-se como turista toda pessoa que se desloca e permanece por mais de 24 horas distante de onde mantém residência fixa, efetuando pernoite. O motivo desse afastamento não pode ser o de fixar residência nem o de assumir atividade remunerada, mas sim, o de lazer, de negócios, de rever parentes e amigos, entre outros. Já excursionista ou 'turista itinerante' é toda pessoa que permanece por menos de 24 horas, sem efetuar pernoite, em cidade que não seja a de sua residência permanente, por motivo de recreação e lazer. EMBRATUR. *Município: potencial turístico: orientação às prefeituras municipais*. Brasília, DF, 1992. p. 47.

22 Projeto mencionado em GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, op. cit., p. 39.

23 A Fundação do Desenvolvimento Municipal do Interior de Pernambuco - FIAM, órgão incorporado à FIDEM em 1999, fez parte do grupo interinstitucional que desenvolveu o projeto.

24 Labat e Perez "consideram que na Espanha o turismo rural é a atividade econômica que tem maior futuro como motor do desenvolvimento rural". LABAT; PEREZ apud GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, op. cit., p. 25. Da mesma idéia compartilham PORTILLO e ALAMO apud GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, op. cit., p. 25.

25 GRAZIANO DA SILVA, José; CAMPANHOLA, Clayton. Diretrizes de políticas públicas para o novo rural brasileiro: incorporando a noção de desenvolvimento local. In: (Ed.). *O novo rural brasileiro: políticas públicas*. Jaguariúna, SP: EMBRAPA, 2000. v. 4, p. 67. Nota 4. Ver matéria: DUARTE, Dina. Mar de rosas. Produtores de Pernambuco lucram ao trocar antigos canaviais pelo cultivo de flores. *Veja*, São Paulo, ano 32, n. 44, p. 114, nov. 1999.

26 RUSCHMANN, Dóris van de Meene. O turismo rural e o desenvolvimento sustentável. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio; FROELICH, José Marcos; RIEDL, Mário (Org.). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Santa Maria: UFSM, 1998. p. 50.

27 RODRIGUES, A. B., op. cit., 1997. p. 58.

28 A pesquisa intitulada "O Novo Rural Brasileiro", coordenada pelo Projeto Urbano da Universidade de Campinas - UNICAMP, constatou que "o 'novo rural' ainda é muito limitado em Pernambuco, principalmente no tocante ao seu componente não-agrícola..." BALDASI, op. cit., p. 148. Em 1993, matérias veiculadas no *Jornal do Commercio* já tratavam da diversificação da produção na Zona da Mata. CASTANHA Cláudio. Surge uma nova ordem econômica. *Jornal do Commercio*, Recife, 7 dez. 1993. Economia, p. 1; CASTANHA, Cláudio. Começa a diversificação. *Jornal do Commercio*, Recife, 8 dez. 1993. Economia, p. 1.

29 Matéria intitulada "A salvação da LAVOURA" relata a experiência de proprietários rurais que vêm complementando a "produção da propriedade cultivando turistas". EDWARD, José. A salvação da LAVOURA. *Veja*, São Paulo, ano 34, v. 9, p. 94-95, mar. 2001.

30 Fogo morto - "No Nordeste, especialmente, na região produtora de açúcar, diz-se do engenho que não funciona mais". FOGO MORTO. In: CASCUDO, Luís da Câmara. *Dicionário do folclore brasileiro*. 3. ed. Brasília, DF: Instituto Nacional do Livro, 1972. p. 380. Mesmo não produzindo o açúcar mascavo, grande parte dessas propriedades continua cultivando e fornecendo a cana-de-açúcar para as usinas; outras diversificaram suas atividades produtivas. Muitas delas abrigam um patrimônio arquitetônico impar composto por casa-grande, capela, senzala, engenho.

31 Ver: SILVA, Geraldo Gomes da. *Engenho&arquitetura*. Recife: Fundação Gilberto Freyre, 1997. 136 p.

32 Uma outra maneira de obter esse e outros tipos de informações é por meio do serviço de informações turísticas disponibilizado pela EMPETUR. Ao consultar o Sr. Eduardo Travassos Bandeira, chefe desse setor, sobre o volume de consultas feitas sobre turismo rural, o mesmo afirmou que é pequeno e que o mês que concentra o maior volume de informações é o de julho. Além de ser o período de férias escolares, coincide com o Festival de Inverno em Garanhuns onde, a poucos quilômetros, encontram-se fazendas com esse tipo de oferta de turismo. Vídeos destinados a empreendedores estão disponíveis no mercado como também alguns programas de televisão dirigidos aos investidores rurais. Nas duas situações, geralmente, apresentam experiências de turismo rural nas regiões Sul e Sudeste.

33 Informou Ricardo Cavalcanti por meio de contato telefônico em fevereiro de 2002.

34 MEDINA, Cremilda. Formulação verbal (subcategorias). In: *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. 2. ed. São Paulo: Summus, 1988. p. 118. (Coleção novas buscas em comunicação, 24).

35 Id., Conceito de mensagem jornalística como informação. In: *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. 2. ed. São Paulo: Summus, 1988. p. 40. (Coleção novas buscas em comunicação, 24).

36 De janeiro de 1993 a julho de 2001. Estabeleceu-se como ponto de partida o ano de 1993 para o início do levantamento das matérias jornalísticas, ano em que a Fazenda Sambaíba, pioneira nessa modalidade de turismo em Pernambuco, coloca à disposição do turista uma estrutura receptiva e, a partir daí se começa a falar em turismo rural no Estado.

37 JARA, Carlos Julio. Introdução. In: *A sustentabilidade do desenvolvimento local: desafios de um processo em construção*. Brasília, DF: IICA, 1998. p. 11.

Mtr. Ceci do Eirado Amorim

Dr. Angelo Brás Fernandes Callou

Professor do Curso de Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural da Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE. Recife, Pernambuco

