

---

## ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA: EXPERIÊNCIA DE TURISMO COMUNITÁRIO DA MICROBACIA DO RIO SAGRADO, MORRETES (PR)

Carlos Alberto Cioce Sampaio<sup>1</sup>  
Gabriela Zamignan<sup>2</sup>

---

Recebido em 14/02/2011

Aprovado em 06/09/2011

---

<sup>1</sup> Pós-Doutor em Ecosocioeconomia e Cooperativismo Corporativo pela Universidad Austral de Chile. Professor da Universidade Federal do Paraná – UFPR. [carlos.cioce@gmail.com](mailto:carlos.cioce@gmail.com)

<sup>2</sup> Mestranda em Meio Ambiente e Desenvolvimento pela UFPR. [gabinhaaa@hotmail.com](mailto:gabinhaaa@hotmail.com)

---

### RESUMO:

O Turismo de Base Comunitária desponta como alternativa ao modelo de turismo convencional praticado, priorizando a conservação de modos de vidas tradicionais e a preservação da biodiversidade, oportunizando às pequenas comunidades com desvantagens socioeconômicas, a geração de trabalho e renda balizada por um projeto de educação para o ecodesenvolvimento. Como objeto de estudo tem-se a experiência de Turismo de Base Comunitária da parte sudoeste da Microbacia do Rio Sagrado, a qual é composta pelas comunidades rurais de Rio Sagrado de Cima, Canhembora, Brejumirim e Candonga, localizadas em Morretes (PR). Diante disso, o presente estudo norteou-se pela pesquisa-ação participativa, utilizando-se também de dados, obtidos em 2009, oriundos da aplicação de questionários aos turistas que visitaram a região. Tendo como principal objetivo identificar o perfil e a percepção dos visitantes na localidade, analisando a contribuição do Turismo de Base Comunitária na conservação da sociobiodiversidade local, conclui-se que mesmo por encontrar-se em fase incipiente, a experiência de Turismo Comunitário do Rio Sagrado, possui alto nível de satisfação e de qualidade percebida por parte dos visitantes. Ao mesmo tempo, oportuniza uma aproximação do visitante em relação ao visitado, pois conforme relatos obtidos na pesquisa, as vivências possibilitam de forma especial a emergência da convivencialidade quando se compartilha do cotidiano, dos costumes da população local, consolidando a identidade das comunidades tradicionais.

### PALAVRAS-CHAVES:

Turismo de Base Comunitária. Estudo da Demanda. Comunidades Tradicionais.

## 1. INTRODUÇÃO

Atualmente as atenções mundiais estão focadas nas questões sobre o meio ambiente e a sustentabilidade. Os problemas advindos da exploração desordenada dos recursos naturais e das práticas predatórias trouxeram à tona a necessidade de se pensar e incorporar as premissas de respeito e consciência em relação ao meio ambiente. Nesse sentido, a busca por relações mais harmônicas entre sociedade e meio ambiente possibilita que idéias, percepções e ações sobre o meio ambiente sejam reavaliadas e novas iniciativas de desenvolvimento se projetem.

Considerando a realidade acerca deste cenário, novas propostas de desenvolvimento vêm sendo apontadas, as quais primam pelo estabelecimento de uma relação mais equilibrada entre sociedade e natureza, de uma forma mais racional e mais eficiente social e ambientalmente. Assim, a atividade turística tem sido foco central em grande parte destas experiências, tanto pela dinâmica natural de deslocamento urbano para espaços de natureza abundante, quanto pelo poder de resgate e manutenção cultural, interação e conservação ambiental.

Neste sentido, o turismo vem sendo tratado como uma das principais alternativas seja no âmbito social ou econômico, para promover o desenvolvimento de diversas localidades. Sabe-se que este segmento representa um dos maiores setores econômicos do mundo, no que se refere a faturamento e empregabilidade, movimentando mais de outros 50 setores em sua cadeia produtiva. Contudo, este cenário mostra que, ao mesmo tempo em que o turismo pode ser considerado um importante instrumento de promoção social, transformador de economias e sociedades, quando mal planejado e estruturado, pode gerar impactos sócio-ambientais, econômicos e culturais irreversíveis.

Na intenção de fomentar uma modalidade de turismo que se utiliza dos recursos naturais e culturais existentes nos lugares de forma sustentável, surge o turismo de base comunitária, o qual se diferencia do turismo convencional, chamado de massa, por priorizar a conservação do meio ambiente e das culturas tradicionais, e emergir como alternativa para que pequenas comunidades potencializem que seus modos de produção e de organização possam ser compreendidos como atrativos turísticos, sem que ocorra a espetacularização, mas sim oportunidades de trabalho e geração de renda para seus moradores.

O Turismo Comunitário surge, portanto, como uma modalidade que oportuniza aos indivíduos geralmente excluídos de políticas públicas, não só a geração de trabalho e renda, mas também educação, saúde e habitação, através da produção de serviços turísticos de forma associativa, comunitária, compartilhada e responsável. Compreende-se assim que se trata de uma nova vertente do turismo que atrai uma demanda específica de turista.

O presente estudo tem como principal objetivo identificar o perfil e a percepção dos visitantes na localidade, analisando a contribuição do Turismo de Base Comunitária como mecanismo de fortalecimento de experiências de convivencialidade entre visitante e visitado, na qual há uma preocupação com a conservação de populações tradicionais e da biodiversidade.

## **2. METODOLOGIA**

Como objeto de estudo tem-se a experiência de turismo comunitário da parte sudoeste da Microbacia do Rio Sagrado, a qual é composta pelas comunidades rurais de Rio Sagrado de Cima,

Canhembora, Brejumirim e Candonga, localizadas a 65 km de Curitiba-PR. Para o alcance dos objetivos propostos e com o intuito de chegar a uma problematização mais detalhada das questões abordadas, norteou-se pela pesquisa-ação participativa, que pode ser definida como um processo de questionamento sistêmico, no qual aqueles que estão experimentando uma situação problemática participam, em colaboração com pesquisadores, na execução da pesquisa e nos rumos das decisões a serem tomadas, diante das demandas comunitárias surgidas e não necessariamente das priorizadas pelo pesquisador (DESHLER e EWERT *apud* Seixas In: VIEIRA *et al.*, 2005, p. 80). Como aponta Seixas (In: VIEIRA *et al.*, 2005), a equipe de pesquisa serve apenas como um facilitador na implementação da pesquisa.

Utilizou de dados oriundos da aplicação de questionários aos turistas que visitaram a região, no período de julho a outubro de 2009, com 31 visitantes que participaram das experiências de Turismo de Base Comunitária na Microbacia do Rio Sagrado, em Morretes (PR), com intuito de se conhecer o perfil e a percepção dos turistas que visitam o local de forma a propiciar uma maior integração destes aspectos no planejamento do turismo desenvolvido no local e, conseqüentemente, garantir uma experiência rica e agradável aos visitantes sem causar impactos significativos aos recursos naturais e principalmente culturais (ZAMIGNAN, 2009).

### **3. TURISMO COMO AGENTE DE DESENVOLVIMENTO LOCAL E SOCIOCULTURAL**

O turismo pode ser considerado uma atividade essencialmente humana, pois a viagem cria intrínsecas relações do resultado do encontro entre os visitantes e visitados. Caracteriza ainda uma prática social, pois oportuniza a união de culturas, trocas de experiências, satisfação de desejos, busca de emoções e formas de aprendizagem diante do novo. Neste sentido, o turismo compõe juntamente com o lazer, a cultura, as atividades artísticas, a melhoria da qualidade de vida e o hedonismo, um “novo estilo de vida” caracterizado por elementos que visam cada vez mais a supremacia do indivíduo RODRIGUES (1997).

Ao mesmo tempo, percebe-se que o surgimento das novas modalidades de turismo é influenciado pelas mudanças no perfil do turista contemporâneo, o qual busca por experiências turísticas com novos valores naturais e culturais, pela autenticidade e originalidade das comunidades tradicionais, maior responsabilidade e preocupação com a biodiversidade, através da integração com a comunidade local, desencadeando um processo de desenvolvimento sustentável.

Deste modo, aponta-se atualmente para uma nova demanda turística, a qual é formada por consumidores mais informados e conscientes, que tem outras prioridades e que manifestam motivações mais complexas e variadas que em décadas passadas, caracterizada pela forte

massificação e pelo *status*. Diante da problemática ambiental que a sociedade atual está enfrentando, estes novos turistas demonstram ter maior consciência ecológica e preocupam-se com a conservação da autenticidade cultural das comunidades tradicionais (OMT, 2001).

Contudo, uma série de fatores influencia a demanda turística, devido à variedade de condicionantes a serem consideradas no processo de decisão de compra de determinado produto ou serviço. Um dos principais aspectos é o conceito de valor, pois na concepção do turista, o destino escolhido deverá apresentar maior valor para si, em relação a outros lugares. Essa percepção ou valor percebido pelo turista é caracterizado pela personalidade e valores sociais relacionados ao conjunto de características que variam de indivíduo para indivíduo (DIAS & CASSAR, 2005). Krippendorf (2003) indica essa tendência geral das motivações de viagens, ao afirmar que

*[...] o ser humano viaja sobretudo em função de um desejo de fuga. Na verdade, esta seria a principal razão de ser do turismo hoje. O universo industrial é percebido como uma prisão que incita a evasão. E isto porque, na realidade, o mundo do trabalho é feio, o ambiente é desagradável, uniformizado e envenenado, o ser humano é tomado pela necessidade obsessiva de se liberar, o que torna inevitável o desejo de fuga. (KRIPPENDORF, 2003, p. 47).*

Diante dessas tendências de novos padrões culturais, desponta-se um novo interesse por parte do turista, com foco nos anseios de uma geração que se importa com a discussão ética e deseja vivenciá-la e experimentá-la. O turista deixa de lado o papel de expectador passivo e se torna o protagonista de sua experiência. Este é intuito das vivências comunitárias oferecidas no turismo de base comunitária, a de compartilhar experiência, o que se chama de convivencialidade. Deste modo, a motivação e a conduta dos turistas se caracterizam, cada vez mais, pelo crescimento da seletividade ao escolher o destino, da sensibilidade pelo meio ambiente e cultura local e pela qualidade da experiência.

### **3.1 Turismo de Base Comunitária**

As novas tendências da demanda mundial fazem com que o turismo conquiste constantemente novos espaços e incorpore novos atrativos à sua oferta. Neste cenário, inúmeros microempreendimentos familiares, cooperativos e comunitários enriquecem a oferta turística nos âmbitos local, nacional e internacional, ao incorporarem “um turismo com selo próprio”, a partir de uma combinação de atributos singulares e originais (MALDONADO, 2009).

Segundo a discussão de Beni (2006), para que a prática turística seja bem planejada, é necessário o envolvimento da comunidade local em todo o processo de desenvolvimento da atividade. Nesse sentido, as práticas do desenvolvimento endógeno apresentam-se como fortes instrumentos que devem ser utilizados no planejamento turístico.

De acordo com Beni (2006, p. 36), o planejamento endógeno

*[...] visa atender às necessidades e demanda da população local por meio da participação ativa da comunidade envolvida. Mais do que obter ganhos em relação à posição do sistema produtivo local na divisão nacional ou internacional do trabalho, o objetivo é buscar o bem-estar econômico, social e cultural da comunidade local, o que leva à diferentes caminhos de desenvolvimento, conforme as características e capacidades de cada economia e sociedades locais.*

Para Buarque (2002, p. 30), “o desenvolvimento de uma localidade – município, microrregião, bacia, ou mesmo espaço urbano – deve ter um claro componente endógeno, principalmente no que se refere ao papel dos atores sociais, mas também em relação às potencialidades locais”. Ou seja, este conceito transforma o território no qual a atividade é desenvolvida num grande agente de transformação, onde se trabalha evidenciando as potencialidades locais, promovendo o desenvolvimento sociocultural sustentável e melhor qualidade de vida para a comunidade autóctone.

Neste limiar, diante deste projeto de gestão do território com base no planejamento de atividades que possam promover níveis expressivos de desenvolvimento local, surge o Turismo de Base Comunitária (TBC) como alternativa econômica para comunidades que, por um lado, possuem desvantagens socioeconômicas, mas por outro, preocupam-se com a conservação da biodiversidade e dos aspectos culturais que as compõem. Ainda, pode-se citar o turismo comunitário como aquele “socialmente responsável”, ou seja, de base comunitária, pois é o resultado de um processo de conscientização da comunidade, onde a união, a cooperação e o espírito de cooperação são apresentados pelos moradores como elementos fundamentais para a construção deste modelo “diferenciado” de turismo (IRVING & AZEVEDO, 2002).

O TBC é caracterizado pela forma de associação em que as comunidades se organizam, através de arranjos produtivos locais, gerenciando o território e as atividades econômicas associadas ao turismo. Ao mesmo tempo, Maldonado (2009) fala da importância de se pensar no patrimônio comunitário como fonte de atração e instrumento de desenvolvimento, ao definir que:

*O patrimônio comunitário é formado por um conjunto de valores e crenças, conhecimentos e práticas, técnicas e habilidades, instrumentos e artefatos, lugares e representações, terras e territórios, assim como todos os tipos de manifestações tangíveis e intangíveis existentes em um povo. Através disso, se expressam seu modo de vida e organização social, sua identidade cultural e suas relações com a natureza (MALDONADO, 2009, p. 29).*

Portanto, o turismo comunitário possibilita o contato do turista com o patrimônio comunitário e o modo de vida das comunidades autóctones. Oportuniza ainda, que visitantes conscientes - estudantes, professores, pesquisadores e simpatizantes – entrem em contato com

assuntos relacionados à conservação da natureza (sistemas ecológicos) e, ao mesmo tempo, a conservação de modos de vida tradicionais (sistemas sociais) (SAMPAIO; ZECHNER; HENRÍQUEZ, 2008).

O TBC pode ser entendido como aquele “[...] desenvolvido pelos próprios moradores de um lugar que passaram a ser os articuladores e os construtores da cadeia produtiva, onde a renda e o lucro ficam na comunidade e contribuem para melhorar a qualidade de vida” (CORIOLANO, 2003 p. 41). Trata-se, assim, de um novo conceito de turismo, o qual *a priori* não se diferencia totalmente das demais modalidades, pois também utiliza serviços de hospedagem e alimentação, bem como oportuniza a integração de vivências.

Contudo, podem ser apresentadas algumas características que distinguem o turismo comunitário das demais temáticas abordadas. Uma das diferenças é o entendimento da atividade turística como um subsistema interligado a outros sistemas como meio ambiente e educação. A segunda característica é a visão do turismo comunitário como um projeto de desenvolvimento territorial sistêmico por meio da própria comunidade. A terceira característica está ligada a convivencialidade entre a população local e os visitantes, imbricada em um arranjo socioprodutivo de base comunitária (SAMPAIO; ZECHNER; HENRÍQUEZ, 2008).

Neste limiar, Sampaio (2005) complementa o conceito de turismo comunitário como um projeto de comunicação social que favorece as experiências de planejamento para o desenvolvimento de base local, na qual os residentes se tornam os principais articuladores da cadeia produtiva, bem como no resgate e conservação de seus modos de vida, os quais podem ser vivenciados através da atividade turística. Assim, estas comunidades tradicionais que vivem em espaços rurais podem conservar modos de vida próprios, manifestados em suas atividades produtivas agrícolas e através de seu artesanato local. Espera-se que o TBC proporcione às famílias autóctones oportunidades de desenvolvimento, sem interferir nas particularidades e dinamismo comunitário.

Do ponto de vista cultural, o Turismo de Base Comunitária significa aprendizagem, conhecimento, encontro de pessoas. Representam-se os valores, signos e símbolos que favorecem as relações interpessoais e de hospitalidade entre turistas e visitados. Oferece um local de encontro e convivencialidade, expressando sua essência nas trocas e intercâmbios culturais.

Se contrapondo ao turismo convencional, Coriolano (2006) enfatiza que a idéia do Turismo de Base Comunitária é mais do que visitar atrações turísticas; busca-se oferecer aos visitantes a oportunidade de experimentarem a vida local da comunidade como ela realmente é, fortalecendo a relação entre visitantes e residentes, promovendo um processo de intercâmbio cultural, trocas de experiências, conhecimentos e saberes.

A partir deste modo de organização comunitária, Coriolano (2003, p. 191) afirma que “[...] o turista é atraído pela simplicidade, pelas belezas naturais, calma e a rusticidade do lugar”. A autora acrescenta ainda que uma das principais características do turismo comunitário é a criação de comunicação entre visitantes e visitados, havendo interação e respeito mútuo entre turista e morador, as relações são humanizadas, pessoais e singulares, ao contrário do turismo convencional, onde as relações são impessoais, distantes ou nem chegam a existir. Ademais da convivencialidade, outro atrativo é o de vivenciar a dimensão espaço-tempo, regulado pelo ciclo natural de um modo de vida mais conectado com a natureza (SAMPAIO; ZECHNER; HENRÍQUEZ, 2008).

O turismo é considerado em âmbito global como uma atividade econômica, que gera crescimento, oportunidades de emprego, rendas e divisas. Contudo, a proposta do TBC se opõe à esse estilo consumista, oportunizando a descoberta de experiências com outros modos de vida, superando a hegemonia da sociedade de mercado, prezando pela relação harmônica entre turista e comunidade receptora, onde ambos são considerados agentes de ação socioeconômico e ambiental, repensando as bases de um novo estilo de desenvolvimento (SAMPAIO, 2005). O autor acrescenta que esta nova alternativa de turismo se baseia na relação dialética entre turista e comunidade receptora (e não na sobreposição de comunidade ao turista).

Frente a todas as potencialidades apresentadas acima, são inúmeras as vantagens socioeconômicas e culturais que o Turismo de Base Comunitária pode proporcionar a todos os agentes econômicos envolvidos. Acredita-se, portanto, que na comunidade envolvida, a atividade turística se caracteriza como um fator que contribuirá para a melhoria do nível e da qualidade de vida da população, bem como para a prosperidade dos microempreendimentos e economia local.

Ainda neste contexto, o TBC aparece como potencializador da conservação dos aspectos culturais da comunidade autóctone, preservando e resgatando a autenticidade cultural. Segundo Max-Neef (2008), o elemento fundamental para a vitalidade das comunidades é a diversidade. Logo, o turismo comunitário pode ser visto como o “meio” para alcançar a conservação da diversidade dos modos de vida das comunidades e das identidades locais.

#### **4. A EXPERIÊNCIA DE TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NA MICROBACIA DO RIO SAGRADO**

A região sudoeste da Micro-Bacia é composta pelas comunidades rurais de Rio Sagrado de Cima, Canhembora, Brejumirim e Candonga, localizadas a 65 km de Curitiba-PR. A população é constituída aproximadamente por 520 famílias, sendo 270 famílias residentes, predominantemente

pequenos proprietários rurais, e 250 famílias não-residentes, ou seja, proprietários de chácaras ou sítios de lazer.

As comunidades estão organizadas através de duas associações, a Associação de Moradores do Rio Sagrado (AMORISA) e a Associação Comunitária Candonga, tendo a primeira entre outras finalidades a da gestão do abastecimento da água. A segunda associação tem como finalidade principal a agroindustrialização de produtos *in natura* em sua sede (onde está instalada uma cozinha comunitária) e desenvolve ações com o intuito de atuar na defesa dos interesses sociais, culturais e econômicos das famílias associadas.

Diversos projetos vêm sendo realizados no Sudoeste da Microbacia do Rio Sagrado, em Morretes – PR, desde janeiro de 2006, através de um projeto intitulado “Projeto Piloto Montanha Beija-Flor Dourado”, considerado uma ação concreta de um projeto maior (guarda-chuva) denominado “Zona de Educação para o Ecodesenvolvimento, conservando modos de vida de comunidades tradicionais e preservando a biodiversidade na Microbacia do Rio Sagrado”. Este projeto é coordenado pelo Laboratório de Gestão de Organizações que Promovem o Ecodesenvolvimento (Instituto LaGOE), sediado no início em Curitiba e posteriormente na mesma localidade, em parceria com a Universidade Regional de Blumenau (FURB), juntamente com as duas associações comunitárias mencionadas anteriormente, e mais recentemente com a Universidade Federal do Paraná (UFPR), na qual vem articulando uma rede de esforços de organizações que pensam sistemicamente (globalmente) e atuam comunitariamente (localmente) nas comunidades do Rio Sagrado (SAMPAIO *et al.*, 2007).

Entre as vivências oferecidas é possível mencionar a agroindustrialização da mandioca, na qual os turistas participam da demonstração do processo de transformação artesanal da mandioca em farinha e biju, em um antigo engenho de farinha localizada na residência de uma moradora tradicional. A vivência do café também é oferecida aos visitantes, onde esses podem conhecer todo o seu processo de fabricação, que vai desde a retirada do grão do cafeeiro até o café pronto para ser consumido.

Outra atividade apresentada é a agroindustrialização da cana-de-açúcar, que ocorre a partir de uma unidade de destilação e a produção artesanal de licores. Neste atrativo, os visitantes recebem informações a respeito da fabricação da cachaça, que vai desde a extração da cana até o engarrafamento do produto.

A agroindustrialização de frutas e verduras é outra vivência para os turistas, sendo que o processo acontece em uma cozinha industrial comunitária e é oferecida pela associação comunitária que representa 20 famílias. Neste espaço, são preparadas compotas e conservas de frutas típicas do local, bala de banana, bolachas e o *chips* de mandioca e de banana. Incluem-se ainda as atividades

de agroecologia: os turistas são levados para conhecer cultivos de horta (três propriedades particulares de sócios da cozinha) sem o uso de agrotóxico e com adubação orgânica.

Fazem parte das vivências também, a extração da fibra da bananeira e o feitiço de artesanato, onde é demonstrado o processo de seleção e secagem da fibra na propriedade e são confeccionados itens de decoração artesanais. A observação de pássaros (*birdwatching*) é outra atividade, onde primeiramente os visitantes recebem informações sobre as principais características dos pássaros encontrados no local e depois são guiados pela floresta para realizar a observação. A vivência é baseada em estudos de ornitologia, oferecida por uma estudante de biologia, e na sabedoria tradicional de um agricultor local, que oferece serviços de guia comunitário.

É possível contemplar ainda, a extração de ervas e fabricação artesanal de essências fitoterápicas, sendo que o visitante conhece um pequeno laboratório onde se trabalha com ervas naturais, no qual são preparados cremes, pomadas, travesseiros aromáticos e repelentes. A roda de viola ao redor da fogueira é outra alternativa para os turistas, a qual é oferecida por músicos regionais e nesta atividade são tocadas músicas tradicionais e as pessoas são motivadas a participarem da cantoria. Esta vivência acontece no espaço de convivencialidade da Hospedaria Montanha Beija-Flor Dourado. Outras vivências são a Ioga, *Reiki*, que é uma terapia de origem japonesa baseada na manipulação da energia vital através da imposição das mãos, e Terapias Complementares.

Na região, a qual compreende em parte a Área de Preservação Ambiental (APA) de Guaratuba, Unidade de Conservação Estadual de Uso Sustentável instituída pelo Decreto Estadual nº 1.234 de 27/03/92, existe uma forte relação entre a comunidade com a biodiversidade de seu território, seus modos de vida são repletos de conhecimentos de conservação do patrimônio natural. Tais conhecimentos são incorporados no planejamento e nas atividades turísticas. Assim, através das vivências, o turista toma contato pleno com os modos de vida e costumes da comunidade autóctone, mantendo contato com a história local, com a diversidade e com a cultura do espaço visitado. O turista passa a fazer parte do ambiente, passa a pertencer a um contexto específico, através de suas percepções e experiências que as vivências proporcionam. Emerge, portanto, a possibilidade real de outro estilo de vida, passível de outro sentido de valor, menos utilitarista e mais voltado para a relação com a natureza e com o outro.

Uma das vivências onde grande parte da comunidade tem se visto envolvida é a Feira de Trocas, que tem como principais participantes os próprios moradores da comunidade e visitantes.

As feiras de troca podem ser entendidas como espaços propícios para novas (e velhas) formas de relacionamento para a troca de bens (coisas materiais, como artesanato, geléias, livros, roupas, etc.), serviços (técnicos, profissionais, como cabeleireira, costura) e saberes (transmissão e

intercâmbio de conhecimento, não sendo necessária a utilização de dinheiro para intermediar a troca, ou seja, as pessoas podem trocar de acordo com suas necessidades e desejos, sem atribuir valor monetário aos objetos e serviços (FRANÇA FILHO & LAVILLE, 2004). A periodicidade da feira é mensal, sendo que é realizada no último sábado de cada mês.

Em conjunto com as outras atividades que compõe o turismo comunitário e solidário, dessa forma, observou-se que nestas feiras, a presença de visitantes torna a experiência ainda mais diversa, pois usualmente, os turistas oriundos da cidade trazem consigo objetos distintos do meio rural, os quais chamam atenção dos autóctones. Ao mesmo tempo, os visitantes sentem-se agraciados ao trocarem seus objetos por produtos artesanais, como compotas e geléias. Percebe-se, portanto, que as feiras compõem e incrementam a oferta turística local, oportunizando que os turistas troquem seus objetos por produtos artesanais e outros típicos do espaço rural.

#### **4.1 Caracterização da Demanda**

Dentre os dados coletados na pesquisa do perfil do turista que visita o Rio Sagrado, a maior parte dos turistas possui nacionalidade brasileira (94%), com destaque para o percentual de visitantes do Estado de Santa Catarina, representando 87% da demanda turística. Houve predominância da faixa etária entre 20 à 29 anos, com 75% de incidência, o que caracteriza um perfil de visitantes jovens ao destino. Referente ao gênero, 58% é composto pelo sexo feminino. Quanto ao estado civil, 84% são solteiros, evidenciando uma tendência de viagem sem acompanhantes ou com amigos. Vale destacar que os resultados obtidos no questionamento referente aos acompanhantes de viagem, 49% afirmaram viajar com grupos de excursão e 35% com amigos.

No tocante ao grau de instrução, 55% possuem curso superior incompleto, sendo que 32% concluíram um curso de pós-graduação ou mestrado, demonstrando um alto nível intelectual e cultural. Este perfil é caracterizado por estudantes universitários (graduação e pós-graduação), pesquisadores e visitantes simpatizantes em temas relacionados à conservação da natureza e de modos de vida tradicionais, vinculados a projetos de desenvolvimento sustentável comunitário.

Em relação à profissão, 62% são estudantes e 10% são professores, o que concorda com o alto grau de instrução apresentado pela pesquisa. Referente ao nível de renda dos visitantes, 32% afirmou ter renda individual entre R\$ 450,00 à R\$ 900,00 e 26% na faixa entre R\$ 901,00 à R\$ 1.500,00. Estes dados afirmam os resultados obtidos quanto à profissão dos turistas, que por serem na sua maioria estudantes, muitas vezes dispõem de apoio financeiro dos pais. Quanto ao número de viagens realizadas por ano, 33% afirmou viajar mais de quatro vezes ao ano, o que representa a disponibilidade e a experiência destes turistas em viajar.

Quanto às características da vigem, a maior parcela dos entrevistados (88%) permaneceu no destino entre dois a quatro dias, o que confirma a tendência de um turismo de curta duração. O principal meio de transporte utilizado foi o ônibus, sendo que o gasto médio da viagem foi entre R\$ 51,00 e R\$ 150,00, o que comprova ser um turismo de baixo custo.

Referente à oferta de produtos e serviços do destino, a pesquisa revelou que a maioria dos visitantes utilizou-se da Hospedaria e Espaço de Convivencialidade Montanha Beija-Flor Dourado, um espaço que oferece hospedagem simples e confortável com alimentação caseira e natural, bem como realiza vivências no meio da Floresta Atlântica em parceria com as comunidades residentes. A Hospedaria Montanha Beija-Flor Dourado é a única que está formalmente estabelecida e em funcionamento no local. Outra alternativa para a oferta de meios de hospedagem do destino é a prática da hospedagem domiciliar – termo traduzido do conceito inglês *bed and breakfast* (cama e café) - onde o hóspede dispõe de um quarto para passar a noite e o café da manhã inclusos (PIMENTEL, 2009). Ou seja, os residentes abrem suas portas e recebem os turistas, acrescentando uma renda extra à família e, ao mesmo tempo, possibilitam que o turista entre em contato com a rotina de seu dia-a-dia.

Tratando-se dos fatores motivacionais, as viagens de estudo representam 37% do total, sendo que 18% foram motivados pelo contato com a natureza e 17% em conhecer outros povos/culturas. Dentre os pesquisados, 75% adquiriram informações a respeito do destino turístico do Rio Sagrado através trabalhos acadêmicos, o que corrobora com o grande número de acadêmicos que visitam o local. A mídia (televisão, revistas, folhetos e jornais) não é citada com fonte divulgadora do destino. No entanto, está em curso no local um Projeto financiado pelo Ministério do Turismo, edital Turismo de Base Comunitária, que prevê a elaboração de um plano de marketing turístico responsável para divulgação do destino.

Cabe ressaltar que a elaboração de um plano de marketing responsável necessita ter como principal foco a promoção da diversidade de atrativos turísticos aliado com a preocupação de relacionar e acrescentar discussões e alternativas a fim de fortalecer a promoção da cultura local. Ainda, consiste em uma ferramenta para a conservação ambiental, promovendo a comunicação entre os empreendimentos locais e os turistas que se interessam pelo Turismo Comunitário, assegurando assim, o envolvimento da comunidade no planejamento da atividade turística. Contudo, o planejamento de marketing, segundo Cobra (2001), deve estender suas prioridades para além do lucro sobre os produtos turísticos, reconhecendo o impacto social da promoção turística sobre o destino, as necessidades e os anseios das comunidades autóctones e bem como o gerenciamento dos recursos naturais do destino.

No tocante à média do índice de satisfação geral com a visita ao Rio Sagrado, 62% dos visitantes avaliou como bom ou ótimo, atestando o elevado grau de satisfação dos visitantes com a imagem do destino, incluindo a possibilidade de retorno, no futuro, e a recomendação da visita aos amigos e familiares. Os dados obtidos revelaram que os turistas se mostraram satisfeitos em relação à qualidade percebida nos serviços oferecidos. Estes dados apontam condições favoráveis e colocam o Rio Sagrado numa posição privilegiada, projetando um grande potencial de desenvolvimento do setor turístico. No entanto, vale ressaltar a necessidade de melhorias na sinalização turística e no acesso às localidades.

A culinária típica da região ou da localidade é um dos diferenciais. A gastronomia como produto turístico é um importante motivador, além de ser considerada como patrimônio cultural e, portanto, capaz de vincular-se à representação da identidade cultural da região do Rio Sagrado.

Cabe aqui ressaltar o alto índice de satisfação dos turistas em relação às vivências realizadas, afirmando que esse contato direto dos visitantes com a natureza e a cultura local é uma das características mais singulares do turismo de base comunitária. A sinergia existente entre visitantes e visitados confirma-se nas relações de proximidade e convivencialidade. Esse fato comprova-se com o relato dos entrevistados, quando questionados sobre como se deu a aproximação com a comunidade. Torna-se evidente que as vivências permitem uma proximidade maior com a comunidade, despertando, assim, a sensação de realidades mais conscientes ou até mesmo de um retorno no tempo - a sua produção, o seu artesanato, o seu espaço e o seu ambiente norteiam um ambiente de novas possibilidades.

Os relatos obtidos na pesquisa evidenciam as relações entre o turista e o autóctone, pois as comunidades abrem suas portas com intuito de compartilhar um pouco de sua cultura com os visitantes que buscam esses lugares, e estes têm o interesse em conhecer e vivenciar uma realidade diferente da sua origem (SANSOLO e BURSZTYN, 2009).

A maioria dos entrevistados afirmou que esta experiência de turismo possibilitou a aproximação com a comunidade anfitriã. Na maioria dos relatos, a aproximação aconteceu por meio de pesquisas e estudos no local e, principalmente, através das vivências. Conforme palavras de turistas, a relação com a comunidade possibilita um contato direto com os modos de vida locais, favorecendo experiências entre o turista e o residente. Como descreve um turista: “Os indivíduos da localidade são receptivos no olhar e isso é transmitido ao visitante de maneira extremamente cativante e, isso a meu ver é virtuosidade em tempos de cólera” (ZAMIGNAN, 2009).

Percebe-se, portanto, que os resultados obtidos com a pesquisa em relação à experiência dos turistas no destino reflete uma qualidade percebida pelos visitantes, em relação às suas expectativas, apontando um grande potencial para o fomento da atividade turística na região.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das discussões abordadas, entende-se que o Turismo de Base Comunitária favorece o intercâmbio cultural, estimulado pela convivência direta e cotidiana, facilitando a troca de experiências e o agradável relacionamento de hospitalidade entre os turistas e os habitantes locais.

Ao mesmo tempo, possibilita a apropriação de benefícios gerados pela atividade, onde a comunidade passa de espectadora à protagonista de seu próprio desenvolvimento, uma vez que os recursos são aplicados para a melhoria da qualidade de vida local como um todo. A relação entre autóctones e visitantes sobrepõem as relações comerciais, consolidando laços afetivos singulares que caracterizam a essência do Turismo Comunitário.

Isso porque a experiência possibilita que o visitante vivencie e se aproxime do modo de vida local, entre em contato com a realidade dos residentes e promova o intercâmbio de conhecimentos. De nada adianta conhecer determinado conceito se não se pode vivenciar ou praticá-lo em sua essência. E este é o ponto-chave, a premissa do Turismo de Base Comunitária, no qual tanto o turista quanto o residente passam a atuar de forma dinâmica, estabelecendo relações com potencialidades endógenas e com valores autênticos.

Não obstante, não se trata de entender o TBC como a solução para todos os problemas, isto é, um fim em si. Ao contrário, necessita ser encarado como uma possibilidade que favorece o desenvolvimento local e oportuniza a geração de benefícios às comunidades envolvidas.

Neste sentido, é preciso uma cooperação e intensa atuação na gestão pública quanto a elaboração de ações integradas e de manutenção, na qual comunidade e poder público participem do processo de planejamento e de tomada de decisões no que confere às ações relativas à infraestrutura, programas de formação profissional e políticas de incentivo e promoção, oportunizando assim progresso econômico, político e social às comunidades envolvidas.

Por fim, um turismo desejável somente ocorrerá com a gestão integrada dos planos municipais, manutenção da qualidade ambiental, a participação ativa da sociedade local e o associativismo co-participativo dos agentes envolvidos. Aí sim, um novo discurso poderá enfatizar, além do desenvolvimento do turismo, o desenvolvimento local no sentido mais pleno da expressão.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENI, M. C.. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BUARQUE, Sergio C.. **Construindo o desenvolvimento local sustentável**. Rio de Janeiro/RJ: Garamond, 2002.

COBRA, M. **Estratégias de marketing de serviços**. SP: Cobra, 2001.

CORIOLOANO, L. N. M. T.. Os limites do desenvolvimento e do turismo. In: CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. **O Turismo de inclusão e o desenvolvimento local**. Fortaleza: FUNECE, 2003. p. 13-27.

CORIOLOANO, L. N. M. T.. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006. 238 p.

DIAS, R.; CASSAR, M.. **Fundamentos do marketing turístico**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

FRANÇA FILHO, G. C. de; LAVILLE, J.. **Economia solidária: uma abordagem internacional**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.

IRVING, M. A.; AZEVEDO, J.. Refletindo sobre o turismo como mecanismo de desenvolvimento local. **Revista de Desenvolvimento Econômico - RDE** . Salvador, ano IV, n. 7.p. 69-74. dez/2002.

KRIPPENDORF, J.. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Tradução de Contexto traduções. 3ªed. São Paulo: Aleph, 2003.

MALDONADO, C.. O turismo comunitário na América Latina: gênese, características, e políticas. In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

MAX-NEEF. M.. **La dimension perdida: la inmensidad de la medida humana**. Içaria: Barcelona, 2008.

ORGANIZAÇÃO Mundial do Turismo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PIMENTEL, A. B.. Dádiva e hospitalidade no sistema de hospedagem domiciliar. In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

RODRIGUES, A. B.. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1997. 159 p.

SAMPAIO, C. A. C.. **Turismo como fenômeno humano: princípios para se pensar a socioeconomia e sua prática sob a denominação turismo comunitário**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.

SAMPAIO, C. A. C.; CARVALHO, M. B.; ALMEIDA, F. H. R. de. **Turismo comunitário: projeto piloto montanha beija-flor dourado (Microbacia Rio Sagrado, Morretes, Paraná)**. Turismo. Visão e Ação (Itajaí), v. 9, p. 249-266, 2007.

SAMPAIO, C. A. C.; ZECHNER, T. C.; HENRÍQUEZ, C.. “Pensando o conceito de turismo comunitário a partir de experiências brasileiras, chilenas e costarriquenha”. In: II Seminário Internacional de Turismo Sustentável (SITS), 12 a 15 de maio de 2008, Fortaleza (CE). **Anais...**, Fortaleza: 2008.

SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I..Turismo de base comunitária: potencialidade no espaço rural brasileiro. In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de base**

**comunitária:** diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

VIEIRA, P. F.; BERKES, F. e SEIXAS, C. S. (Org.). **Gestão integrada e participativa de recursos naturais.** Florianópolis: Secco/APED, 2005.