



Vol. 11, Nº 24 (junio / junho 2018)

LIMITES E POSSIBILIDADES DO TURISMO RURAL: A PERCEPÇÃO DOS PRODUTORES DO DISTRITO DE IRRIGAÇÃO TABULEIROS LITORÂNEOS DO PIAUÍ, NA CIDADE DE PARNAÍBA/BRASIL

Amanda Maria dos Santos Silva

Mestre em Educação Brasileira (UFC)

Bacharel em Turismo (UFPI)

Licenciada em História (UESPI)

Professora da Universidade Federal do Piauí – UFPI

E-mail: amssphb@gmail.com

Jacqueline Sousa Nascimento

Bacharel em Agronomia (UESPI)

Graduanda em Agroecologia - IFPI

E-mail: Jacqueline.sousa.n@gmail.com

Matheus Henrique David Silva

Graduando em Bacharelado em Turismo pela Universidade Federal do Piauí – UFPI / Parnaíba.

E-mail: Matheus_daidsilva@live.com

Yuri Waisman da Guarda

Graduando em Bacharelado em Turismo pela Universidade Federal do Piauí – UFPI / Parnaíba.

E-mail: yuriwaisman00@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Amanda Maria dos Santos Silva, Jacqueline Sousa Nascimento, Matheus Henrique David Silva y Yuri Waisman da Guarda (2018): "Limites e possibilidades do turismo rural: a percepção dos produtores do distrito de irrigação tabuleiros litorâneos do Piauí, na cidade de Parnaíba/Brasil", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 24 (junio / junho 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/turydes/24/piaui-parnaiba.html>

RESUMO

A presente investigação tem como objetivo central verificar o conhecimento dos produtores do distrito de irrigação de Parnaíba sobre o turismo rural e o que os mesmos pensam do turismo em suas propriedades, e se eles se disponibilizariam a agregar valores na formação de um possível roteiro turístico, para chegar a tais informações foi utilizado o modo de investigação de pesquisa qualitativa, de cunho exploratório por meio da pesquisa campo, Foram entrevistados 13 produtores associados ao distrito de irrigação de diferentes cooperativas que responderam a um questionário com 9 perguntas. Com o questionário foi possível chegar à seguinte conclusão de que não há um conhecimento elevado sobre o turismo rural no local mais os produtores em sua maioria demonstram grande interesse na implantação do turismo rural no Tabuleiro Litorâneo de Parnaíba -PI, chegando até a se disponibilizar a fazer algo atrativo em suas propriedades para chamar a atenção dos turistas e da sociedade local.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo, Turismo Rural, Tabuleiro Litorâneo de Parnaíba.

ABSTRACT

To present investigation he/she has as central objective to verify the knowledge of the producing of the district of irrigation of Parnaíba about the rural tourism and the one that the same thinks of the tourism about their properties, and if they would be made available to join values in the formation of a possible tourist itinerary, for the to arrive such information the way of investigation of qualitative research was used, of exploratory stamp through the research field, they were interviewed 13 producers associated to the district of irrigation of different cooperatives that answered the a questionnaire with 9 question. With the questionnaire it was possible to reach the following conclusion that not to a high knowledge about the rural tourism in the more place the producers in your majority demonstrate great interest in the implantation of the rural tourism in the Tabuleiro Litorâneo Parnaíba - PI, arriving until the if she makes available to do something attraction in their properties to call the tourists' attention and of the local society.

Key Words: Tourism, Rural Tourism, Tabuleiros Litorâneos de Parnaíba.

INTRODUÇÃO

Novos segmentos vêm complementando o espaço rural, entre eles se encontram atividades com um poder de inclusão social como o turismo rural. Esse movimento vem ganhando força e conquistando seu lugar dentro da comunidade campestre, o mesmo por se tratar de uma atividade social, não exclui a comunidade local de participar dos seguimentos direta ou indiretamente, do mesmo modo o ele também é uma atividade econômica e por não excluir a comunidade pode ser uma fonte de renda complementar para os agricultores familiares. A pratica do turismo rural pode ser um auxílio para conservação do meio ambiente, uma forma de aumentar a valorização da cultura local, além de ser uma assistência para a diminuição do êxodo rural e como já citado anteriormente gera emprego e renda, podendo assim mudar a realidade de vida dos moradores que se encontram fora do perímetro urbano da cidade.

Parnaíba é uma cidade litorânea que se localiza no norte do Piauí, possui uma população de 150 201 e área de 435,564 km², ela está posicionada a 336 Km da capital Teresina, a cidade tem um clima Tropical úmido com uma temperatura média de 27, 6 graus, ela possui diversos espaços que são explorados no aspecto turístico, como praias e o Delta do Parnaíba, o site da prefeitura apresenta dez pontos turísticos, e são eles, Delta do Parnaíba, Lagoa do Portinho, Porto das Barcas, Praia Pedra do Sal, Praça Santo Antônio, Praça da Graça, Igreja Nossa SRA da Graça, Beira Rio, Casarão Simplício Dias e o Museu do Trem e Maria Fumaça (Parnaíba:

2017), no entanto quando se trata de turismo rural a cidade deixa um pouco a desejar.

Parnaíba possui um distrito de irrigação que abastece três assentamentos, pequenos produtores com 4ha a 8,5ha para o desenvolvimento de suas tarefas no campo, no local pode ser estudado qual o seu potencial turístico e qual o conhecimento dos produtores de tal segmentação turística, Segundo Sousa e Elesbão (2011: p.267), “uma propriedade sozinha não configura um atrativo suficiente para a contribuição de um fluxo turístico, sendo necessária a formação de um roteiro, agregando a um grupo de propriedades e proporcionando, assim, uma maior relação com o entorno.”

Com base na informação acima o objetivo central do presente trabalho visa investigar o conhecimento dos produtores do distrito de irrigação de Parnaíba sobre o turismo rural e o que os mesmos pensam do turismo em suas propriedades e se eles pretendem agregar na formação de um roteiro turístico, além das propriedades o distrito de irrigação, mais conhecido como Tabuleiro Litorâneo possui estradas de terra batida perfeita para prática do ciclo turismo o que já pode caracterizar alguma movimentação turística no local.

O Distrito de Irrigação Tabuleiros Litorâneos do Piauí (DITALPI) encontra-se na BR-343 no Km 34 de Parnaíba, o mesmo beneficia os agricultores da cidade de Parnaíba, possui uma área total de 9.033,65 há, porém, apenas 8.007 ha são irrigáveis, ele é dividido em duas etapas a primeira possui 2.443 ha e a segunda que está em um momento de ampliação, com o término das obras, sua segunda etapa irá possuir 5.985 ha que se estende até a cidade vizinha Buriti dos Lopes, a associação do distrito de irrigação de Parnaíba não é responsável pelas práticas agrícolas dos produtores é responsável apenas pelas vendas e regularização dos lotes de terras vendidos, as vendas dos produtos cultivados no DITALPI é de total responsabilidade das cooperativas, atualmente há no Tabuleiros Litorâneos 3 cooperativas que são BioFruta, Orgânicos e Parnaíba Litoral.

O presente estudo utilizou como modo de investigação as técnicas da pesquisa qualitativa, entre elas pesquisa bibliográfica para indicar conceitos básicos sobre turismo e algumas de suas ramificações como turismo rural e de base comunitária, a pesquisa de campo foi utilizada para levantamento de dados sobre o DITALPI, as cooperativas e o conhecimento dos produtores sobre o turismo rural.

Segundo Vieira (2014), as entrevistas qualitativas permitem investigar feitos da vida sobre os quais o entrevistador tem experiência e um certo grau de interesse. É neste aspecto que a entrevista pode fornecer pormenores da visão de mundo do entrevistado. Desta forma eles sentem-se mais à vontade para falar do assunto abordado.

Foram entrevistados 13 produtores associados ao distrito de irrigação de diferentes cooperativas que responderam a um questionário com 9 questões que tinha como objetivo investigar o conhecimento dos produtores sobre o turismo rural, sua disponibilidade para agregar a um possível roteiro turístico e sua visão sobre a integração do turismo com a agricultura.

TURISMO, TURISMO RURAL E TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA

A discussão sobre o que é turismo é bastante abrangente e diversificada. Dentro de seus respectivos campos de atuação, diferentes autores chegam a definições que não necessariamente se contradizem, mas que deixam claro o quão vasto é esse fenômeno. O que é hoje definido como turismo, vem de um grande processo de formação ao longo da história humana, que perpassa por todas as civilizações até se organizar e ter os requisitos que o caracterizam na atualidade. As formas de o homem viajar tomaram um rumo organizacional e econômico proporcional ao avanço das civilizações.

Alguns estudiosos denominam o período que se estende de meados do século XIX até o início do século XX de turismo moderno ou organizado, pois foi nele que houve a implantação e o desenvolvimento da atividade turística como grande negócio, em decorrência de inúmeros fatores, dentre os quais se destacaram as transformações econômicas e sociais e as novas tecnologias. Disso resultaram mudanças envolvendo novos hábitos de viagem, novos tipos de viajantes, o florescimento e a diversificação das empresas turísticas. (REJOWSKI et al., 2002: p. 43).

Para que fosse possível uma compressão mais imediata, é dada uma definição global para a atividade turística, segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT: 2010), Turismo é a atividade do viajante que visita uma localidade fora de seu

entorno habitual, por período inferior a um ano, e com propósito principal diferente do exercício de atividade remunerada por entidades do local visitado. É certo que o ato de viajar não se resume apenas ao turismo, porém existe uma intrínseca ligação entre turismo e viagens, a definição da OMT denota essa inerência em relação ao turismo, pois torna o deslocamento um fator essencial para a caracterização dessa atividade, sendo exercido sem qualquer relação com trabalho remunerado, mas gerando relevante impacto econômico no ambiente visitado.

Quando bem trabalhado, o turismo pode ser uma importante ferramenta de promoção social, pois é evidente que, assim como os serviços que qualificam a atividade turística são múltiplos, as oportunidades de complementação e geração de renda são equivalentes a eles, por isso é essencial uma boa gestão do mesmo por parte tanto da administração pública quanto da privada.

Sendo não somente uma atividade econômica, o turismo possui aspectos ambientais, sociais e culturais de grande impacto. A importância de perceber essa grande abrangência é tão essencial quanto à atividade propriamente dita. Uma análise dos riscos e das potencialidades das atividades turísticas, compreendendo suas diversas formas e aplicações, pode carregar em soluções sustentáveis e inclusivas do turismo em comunidades e ambientes distintos.

Sendo o negócio apenas uma parte do fenômeno turístico, analisá-lo somente com os paradigmas econômicos que verificam os fluxos de dinheiro leva ao esquecimento da dimensão antropológica, a enxergar os turistas não como pessoas, mas como simples portadores de dinheiro. Ao mesmo tempo, tratar o turismo somente a partir da dimensão socioantropológica e ambiental leva ao esquecimento das suas derivações no plano econômico, o que pode constituir-se numa visão romântica deslocada das atuais condições históricas. (BARRETO: 2003, p.21).

O conhecimento da diversidade das atividades turísticas leva a uma potencialidade maior das mesmas em locais pouco explorados, o surgimento de novas modalidades turísticas traz consigo novas possibilidades de integração e geração de renda. O Turismo Rural é um grande exemplo de uma atividade turística integradora e sustentável. Sendo cada vez mais praticado, é uma modalidade onde o meio rural é posto como atrativo turístico, integrando ao mesmo, produtores rurais das áreas exploradas, tendo como foco, principalmente, as produções agroecológicas.

Caracteriza-se, portanto, uma atividade baseada em um tripé de interações socioculturais e sustentável, trazendo assim benefícios que vão desde a difusão dos modelos de produção - principalmente o da agricultura familiar -, até a relação de consumo dos produtos oriundos das propriedades, gerando renda ao produtor.

O turismo rural pode se consolidar como uma alternativa econômica viável de desenvolvimento sustentável da região, trazendo benefícios sociais, econômicos e ambientais, agregando renda e melhoria da qualidade de vida dos moradores da região. (CELSO: 2008, p 8).

O perfil do turista rural é, geralmente, de um turista mais consciente, o qual busca no campo uma fuga da vida urbana, objetivando um ambiente de sossego e contato com a natureza, dispostos a uma integração a novos modelos de vida participando do cultivo, tendo interação com a cultura e usufruindo da gastronomia local. É, portanto, um público pouco danoso ao ambiente visitado, porém isso não significa dizer que não haja a necessidade de um controle e uma averiguação dos impactos desse tipo de turismo. Faz-se necessário um controle dessa atividade. Segundo o CNTUR e SEBRAE (2012, p.26)

A tranquilidade foi atribuída ao turismo rural como um dos principais elementos de atratividade, motivando a escolha por um destino com estas características. Expressaram sentimentos de valorização do espaço, do silêncio, da relação do homem com o campo, a natureza, a vivência destes momentos em família e a desaceleração como forma de reduzir os impactos da dinâmica do cotidiano em cidades grandes sobre a qualidade de vida das pessoas. Um momento de fuga para um lugar tranquilo

O turismo rural é caracterizado como uma atividade secundária, ou seja, o ambiente rural não existe em função do turismo, de acordo com Silva e Parra (2006: p4), “agroturismo são atividades turísticas que acontecem em ambiente rural, porém o local continua a exercer suas atividades agrícolas. Neste caso, o turismo seria uma atividade rentável e complementar.”.

Segundo MTUR, (2010), esse deslocamento para áreas rurais começou a ser encarado com profissionalismo na década de 1980, porque determinadas propriedades em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul, devido às dificuldades econômicas do campo agropecuário, decidiram buscar a diversificação das suas

atividades e passaram a receber turistas. Para entender melhor o que é turismo rural, é necessário compreender que o mesmo pode ser um conjunto ou um único segmento trabalhado em áreas rurais, segundo o Ministério do Turismo é caracterizado turismo rural:

Todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na oferta: Turismo Rural, Turismo Ecológico ou Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Saúde, Turismo Cultural, Turismo Esportivo, atividades estas que se complementam ou não (MTUR, 2010: p. 17).

O turismo rural é uma forma alternativa que vem ganhando força ao passar dos anos, com o estresse do trabalho e a correria das grandes cidades, cada dia, mais, as pessoas buscam a calma e o ar fresco do campo, esta segmentação turística pode proporcionar experiências diversificadas o que pode ser um atrativo diferencial.

Apesar de ser o mais comum, o turismo convencional tal o qual é mais conhecido hoje-com agências, prestadoras de serviço, marketing e etc.- não é o único modelo turístico existente, há uma grande variedade de modelos alternativos de turismo, dentre elas está o turismo de base comunitária. Um dos fatores que mais geram fluxo turístico são, certamente, os atrativos naturais, praias, rios, campos, dunas e etc. muitos destes locais são ocupados por comunidades tradicionais, as quais certamente são impactadas pelo fluxo turístico - muitas vezes, não participam e nem ganham com a atividade turística, que são geralmente administradas por empresas convencionais – são elas:

Grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição (BRASIL: decreto n.º 6.040, 07 de fevereiro de 2007).

A proposta do turismo de base comunitária é a de um turismo onde própria comunidade possa ter autonomia na administração e no desenvolvimento da atividade turística de forma cooperativa, sustentável e mantendo seus valores e tradições.

O turismo de base comunitária (TBC), ou turismo comunitário, versa em um exemplo de desenvolvimento turístico centrado nos recursos humanos, naturais e de infraestrutura. Assim, carrega em sua essência o protagonismo das comunidades receptoras na gestão e oferta de bens e aparelhos turísticos (COSTA: 2013, p.124).

A renda produzida a parti da exploração turística não será a única, pois, mantidas as tradições e os ecossistemas as fontes de renda como a atividades de pesca e agricultura permanecem as mesmas, tornando a atividade turística uma renda complementar e uma forma de difundir valores e cultura.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para realização da seguinte análise foi aplicado um questionário com 13 dos 67 produtores associados ao DITALP, dos quais dois são membros da cooperativa Parnaíba litoral, oito da cooperativa BIOFRUTA e três da cooperativa orgânicos. Segundos os produtores as cooperativas são necessárias para a venda da acerola pôs a mesma só é comprada em uma quantidade em que um só produtor não possui capacidade de produzir. A maior parte dos hectares dos produtores entrevistados são voltados para o cultivo da acerola a qual, segundo eles, é toda vendida para uma multinacional chamada Nutrilite, pelo preço, de três reais o quilograma da fruta verde e noventa centavos ela já madura, há também o cultivo de outras culturas como coco, manga, mamão, porém em menor escala. Cada produtor pode iniciar com apenas 4,5 hectares podendo futuramente comprar outros lotes.

Figura 01: Mapa das propriedades associadas ao DITALPI



Fonte: BIOFRUTA (2016)

Atualmente a ideia de turismo rural é pouco trabalhada na cidade e na perspectiva dos produtores não adiantaria iniciar um trabalho sem ter o mínimo apoio da gestão municipal um dos produtores disse “uma andorinha só não faz verão, nós só podemos levar um trabalho como esse a frente com a ajuda do poder público”, porém os mesmos afirmam que já houveram propostas anteriores para a adesão do DITALPI à rota das emoções feitas pelo Serviço Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE). A atenção dos produtores atualmente é voltada para produção e comercialização da acerola que segundo eles requer muita dedicação, a atenção triplica por conta da fiscalização da empresa que a compra e pelo fato de ser um produto orgânico, chega a ser comparado a cuidar de um filho.

Diante destas questões foi elaborado um questionário com nove perguntas para os produtores associados ao DITALPI e que fazem parte de alguma das cooperativas, a primeira delas foi, de qual cooperativa você faz parte?

Tabela 1: Vínculo associativo dos sujeitos da pesquisa

ASSOCIAÇÃO	Nº DE ASSOCIADOS
BIOFRUTA	08
ORGÂNICOS	03
PARNAÍBA LITORAL	02

Fonte: Pesquisa de campo (2017)

Apesar de haver essa separação de cooperativas todas elas vendem a acerola para uma única empresa: Nutrilite. O fato de haver cooperativas mobilizadas para o bem comum de todos os produtores é algo que possibilitaria trabalhar o turismo rural de forma comunitária não em uma propriedade apenas, mas em todas que os integrantes que se disponibilizasse a agregar valores a um possível roteiro.

A segunda e a terceira pergunta buscavam investigar o conhecimento dos produtores sobre turismo rural, e se eles possuem alguma compreensão sobre o assunto ainda que ínfimo. As questões são as seguintes, você já ouviu falar de turismo rural? O que você entende por turismo rural?

Produtor 1: Sim. Já ouvi falar mais num sei o que é.

Produtor 2: Sim. Turismo rural é um povo da cidade que quer conhecer o campo.

Produtor 3: Sim. Turismo rural é um ambiente para receber o turista, ambiente bem estruturado pra servi um café, uma geleia, licor.

Produtor 4: Não

Produtor 5: Não

Produtor 6: Sim. Já vieram aqui e tentaram incluir o tabuleiro na rota das emoções. Turismo rural é um turismo diferente, no qual se intende a produção que move o desenvolvimento humano, faz a pessoa intender o campo e o valor que ele tem.

Produtor 7: Sim. Não sei li dizer.

Produtor 8: Não.

Produtor 9: Não.

Produtor 10: Sim. Pouca cousa, mais me diga ai o que é venda seu peixe.

Produtor 11: Sim. Não tenho nenhuma compreensão sobre o assunto.

Produtor 12: Não.

Produtor 13: Não

6 dos 13 entrevistados nunca ouviram falar de turismo rural e 4 dos 7 que disseram sim não souberam dizer o que intendiam sobre o assunto, notou-se com a seguinte pergunta que alguns produtores já até ouviram falar do assunto mais pouco se compreende e outros nunca ouviram falar, o que dificulta o desenvolvimento desta segmentação turística na localidade pois uma vez que não se conhece e também não a interesse em se aprofundar no tema para adquirir mais conhecimento, não havendo valorização do próprio produtor desta forma não há possibilidades de fazer o turismo rural crescer, para Sampaio (2017: p, 17):

O Turismo Rural é um segmento que contribui para a interiorização da atividade turística, além de incentivar a conservação de destinos e a manutenção da paisagem rural. Temos, ainda, que destacar a importância do Turismo Rural como atividade complementar às atividades agropecuárias, gerando alternativas de emprego e renda, agregando valor a produtos e serviços e, dessa forma, atuando para

o surgimento de novas funções econômicas no espaço rural, contribuindo para a permanência no campo.

O que beneficiaria diversas famílias gerando empregos e contribuindo para valorização de suas propriedades, quando a abordagem foi feita e as perguntas foram efetuadas o produtor 5 pediu uma explicação do que é turismo rural, logo após a explicação ele disse “é interessante e é até um meio de atrair empresários que venham visitar minha propriedade como turista e acabem virando clientes e comprando minhas frutas.” Despertando assim o interesse por conhecer mais sobre o turismo rural.

A relação com visitantes não é um fato completamente novo para boa parte dos produtores, pois há entre eles quem recebe ou já recebeu visitas de estudantes em suas propriedades, nas quais, mesmo sendo com fins de estudos e análises de campo, podem ser caracterizadas como importante segmento turístico. Segundo MTUR, o “Turismo de Estudos e Intercâmbio constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional (MTUR, 2006: p.15).” Porém não há por parte de alguns produtores entrevistados a compreensão de que esses estudantes podem ser turistas, a quarta questão visa saber se há fluxo de visitação na área, a pergunta é: existem visitas turísticas na sua propriedade?

Produtor 1: Sim, às vezes, de estudantes.

Produtor 2: Não.

Produtor 3: Sim, turismo acadêmico.

Produtor 4: Não.

Produtor 5: Não

Produtor 6: Sim, raramente de pessoas que querem conhecer o Processo de produção.

Produtor 7: Sim, de estudantes.

Produtor 8: Não, só estudantes.

Produtor 9: Sim, visitas universitárias

Produtor 10: Não.

Produtor 11: Não

Produtor 12: Não, só estudantes.

Produtor 13: Não.

Busca-se em seguida analisar qual impressão que um possível fluxo de visita causaria ao produtor, e ainda se um fluxo turístico seria bem aceito em sua propriedade, fazendo o mesmo analisar quais os eventuais prós e contra dessa atividade em sua propriedade. A maioria dos produtores entendem que o turismo pode ser um agregador de valor ao seu espaço e também uma fonte de renda complementar, porém existe uma grande preocupação em relação a implementação dessa atividade no que se diz respeito à organização de visitas, alguns temem que o fluxo turístico tome um rumo desordenado e inconsequente, não é de boa aceitação grandes públicos nas propriedades, pois além de não possuírem experiência na organização turística, temem perder forças de produção tendo que trabalhar duas atividades ao mesmo tempo. O objetivo proposto foi alcançado aplicando a pergunta de número cinco do questionário que é: Você gostaria de receber fluxo turístico em sua propriedade?

Produtor 1: Sim.

Produtor 2: Não.

Produtor 3: Sim.

Produtor 4: Sim.

Produtor 5: Sim.

Produtor 6: Sim, desde que eles me deixem alguma coisa aqui também, comprem dos meus produtos.

Produtor 7: Não.

Produtor 8: Não.

Produtor 9: Sim.

Produtor 10: Sim.

Produtor 11: Sim.

Produtor 12: Sim.

Produtor 13: Sim.

Sendo assim 10 produtores favoráveis e apenas 3 contra a visitação turística em suas propriedades, percebeu-se uma grande cautela por parte dos produtores, até mesmo dos que são favoráveis a uma abertura para o turismo rural, pois já tiveram de alguma forma um contato, mesmo que indireto, com atividades turísticas nas quais puderam perceber seus impactos, o que faz ser compreensível a posição de cada um, pois como se sabe o turismo pode ter impactos relevantes tanto positivos quanto negativos. Doris Ruschmann (1997: p. 10) aponta que,

[...] o planejamento é fundamental para o desenvolvimento turístico equilibrado e em harmonia com os recursos físicos, culturais e sociais das regiões receptoras, evitando assim, que o turismo destrua as bases que o fazem existir.

Prosseguindo com o questionário a sexta pergunta procurava obter informações sobre o que era feito com os produtos (Frutas) que não eram vendidos, investigando se os produtores chegavam a um produto final como licores, geleia, vinho, café, pães e etc., para degustação, comercialização ou para a vivencia do feitiço de tais produções em caso de visitação turística, pois segundo MTUR (2010), A atratividade das propriedades rurais está na oportunidade do turista acompanhar a produção de produtos agrícolas - doces, geleias, pães, café, queijo, vinhos, aguardentes - ou vivenciar o dia-a-dia da vida rural, por meio do plantio, colheita, manejo de animais, consumindo as ciências e a experiência das atividades do campo. Assim foram feitas as seguintes perguntas: O que é feito com os produtos (as frutas) que não são vendidos? Vocês (produtores) jogam fora ou as utilizam para outros fins?

Produtor 1: Vendemos tudo.

Produtor 2: Tudo que eu produzo é vendido para uma multinacional.

Produtor 3: Ainda não, mais pretendo produzir licor, geleia da acerola, porque eu demorei pra entender que o que vale de verdade é o produto final, enquanto eu vendo a acerola a três reais eu posso vender um licor a vinte reais.

Produtor 4: É difícil mais a gente faz um doce de caju.

Produtor 5: Aqui a gente faz doação pra mesa Brasil.

Produtor 6: Nois vende tudo. Só que a gente faz queijo, tem a produção de ovos também faz.

Produtor 7: Vendo tudo.

Produtor 8: A acerola a gente vende tudo como exportação agora o Coco a gente importa pra cá mesmo pra Parnaíba.

Produtor 9: É vendido tudo. Mais a gente fazia aqui, a gente tá com um projeto de fazer a poupa da acerola agora.

Produtor 10: A gente aqui faz doação, fazia também uma geleia afrodisíaca de pimenta com acerola mais num foi muito pra frente porque no início é só flores mais depois a dificuldade aparece ai a gente parou.

Produtor 11: Não, porque é vendido tudo.

Produtor 12: Vendemos tudo pra Nutrilite.

Produtor 13: Tudo vendido.

Analisando o comentário dos produtores, aqueles que tentam fazer algo reclamam que a maior dificuldade deles consisti em serem esquecidos e não tem apoio da prefeitura, pois segundo os mesmos só são lembrados em tempos de política os produtores afirmam que necessitam de apoio pois o distrito de irrigação é grande mais a maioria das pessoas não o conhecem.

A sétima questão fora proposta para analisar a disponibilidade do produtor em fazer algo que chamasse atenção do turista ou até mesmo os moradores da cidade para sua propriedade, pois se o produtor se empenha em trazer o viajante para o seu campo de trabalho provavelmente se torne algo menos estressante, sabendo que o turismo e uma atividade também social, trabalhar com aquilo que você não gosta pode ocasionar vários atritos, neste caso trabalhar com o turismo sem ter disponibilidade para agradar o visitante ou não gostando do que está fazendo pode comprometer a qualidade do serviço e ser algo estressante para as duas partes,

pois segundo Bellati (2016) trabalhar com aquilo que você não gosta pode gerar transtorno bipolar, síndrome do pânico e depressão.

Para que a análise fosse realizada a seguinte pergunta foi feita: Você se disponibilizaria a fazer algo atrativo, para o turista e também para a sociedade de Parnaíba?

Produtor 1: Sim, inclusive já foi pensado nisso, mais não foi pra frente.

Produtor 2: Não.

Produtor 3: Sim, quero muito pretendo até fazer uma oca pra receber os turistas aqui, quando eu vim pra cá minha ideia inicial na verdade era viver do turismo na barra grande, mais não deu muito certo.

Produtor 4: Sim.

Produtor 5: Sim, eu poderia me organizar mais outros produtores pra oferecer uma coisa legal, por exemplo um ali produz o mamão, tem um cara ali em baixo que tem um viveiro de peixe bem grandão que dá pra pescar cobrar pelo peixe, ai aqui tem a acerola o abacaxi tem dois hectares que dava pra fazer qualquer coisa, porque não tem nada plantado, acho que seria legal.

Produtor 6: Sim, com apoio e instrução, com apoio e instrução eu faria sim.

Produtor 7: Não.

Produtor 8: Sim.

Produtor 9: Sim.

Produtor 10: Sim.

Produtor 11: Não.

Produtor 12: Sim.

Produtor 13: Sim.

Novamente 10 dos 13 produtores foram favoráveis a disponibilizar-se a atrair o turista ou a sociedade local para suas propriedades, foi possível perceber na conversação dos entrevistados que nem todos desejam fazer algo que atraia o turista, já outros que se disponibilizariam não sabiam bem o que fazer para atrair visitantes, o que também pode ocasionar dificuldades para obter resultados em seus

investimentos relacionados ao turismo rural, pois muitos deles acreditam que o que já tem nas suas propriedades é o suficiente para chamar a atenção do turista, no entanto como já citado anteriormente uma propriedade só pode não constituir potencial turístico sendo assim todos os produtores entrevistados são produtores na maior parte de suas propriedades de uma monocultura o que pode ocasionar uma possível saturação por não haver uma diversidade no cultivo. segundo pois segundo Coriolano e Almeida (2011), O novo rural incorpora prestação de serviços às tradicionais práticas agrícolas, turismo rural, agroturismo que oferecem como atrativos a atividade produtiva, acesso, hospedagem, paisagens, gastronomia, cultura, clima, lazer, informações e compras diferenciadas. Sendo assim necessário mais que apenas o cultivo de uma mono cultura.

A próxima questão buscava uma análise da visão do produtor a respeito da integração do turismo à atividade exercida por ele, a oitava questão, portanto foi: O que você acha de integrar a agricultura com o turismo?

Produtor 1: Uma ideia bem interessante e nova.

Produtor 2: Uma coisa boa.

Produtor 3: Pretendo integrar muito em breve.

Produtor 4: Seria bom.

Produtor 5: Eu queria que começasse era logo a funcionar na minha propriedade.

Produtor 6: Excelente.

Produtor 7: Uma boa ideia.

Produtor 8: Interessante, trazer pessoas de fora pra conhecer.

Produtor 9: É bom para aprender mais sobre o campo.

Produtor 10: Acho importante para aprender mais.

Produtor 11: Pode dar certo.

Produtor 12: Interessante

Produtor 13: É um bom negócio.

A partir das respostas tidas, percebe-se que os produtores vêem possibilidades de um bom resultado como fruto dessa integração, para alguns trata-se de um termo novo, mas de interesse relevante, pois partindo da ideia teórica sobre o turismo rural vislumbra-se um novo horizonte de possibilidades, mas é preciso levar em conta que o mesmo necessita de uma atenção específica para ser gerido assim como também políticas públicas para impulsionar seu desenvolvimento, pois como coloca Silva, (1997: p, 56)

O papel do Estado e de suas instituições torna-se relevante, pois os resultados serão muito diferentes na medida em que apoiem uma ou outra modalidade de turismo. Obviamente projetos em larga escala são mais fáceis de apoiar do que um grande número de pequenos projetos, mas este não deve ser o único critério a considerar na elaboração de políticas públicas e de incentivos às atividades de turismo no meio rural.

A última questão investigava possíveis potenciais turísticos nas propriedades de forma individual e se os produtores acreditam ser possível ganhar uma renda extra com o turismo, assim a seguinte pergunta foi feita aos entrevistados: Você acredita que sua propriedade pode ser atrativa para Turista, e que pode gerar uma renda extra com o turismo rural?

Produtor 1: Sim, pois tem atrativos como a biodiversidade e animais.

Produtor 2: Sim, acho que o turista ficaria interessado em ver as plantações de acerola, beber um suco, mas não tenho interesse nem estrutura no momento.

Produtor 3: Sim, e muito, o distrito todo possui potencial turístico

Produtor 4: Não sei, mas tem que arriscar, né?

Produtor 5: Sim, tenho vários hectares que não foram plantados ainda que eu poderia usar.

Produtor 6: Sim, o próprio sistema de irrigação, que pode trazer conscientização para a importância do Rio Parnaíba.

Produtor 7: Sim, porque é bonito.

Produtor 8: Sim, é bem interessante a cultura orgânica.

Produtor 9: Sim.

Produtor 10: Sim, por conta do plantio de massas.

Produtor 11: Sim, fiz um morro de pedra, meus amigos acham muito louco e gostam de ir lá.

Produtor 12: Sim, por conta das plantações.

Produtor 13: Sim.

Todas as respostas foram unânimes, porém, mesmo os produtores que visam alguma possibilidade da implantação do turismo em suas residências sentem que falta uma segurança para a consolidação desse segmento, pois acreditam que pode não ter uma boa visibilidade ou ainda pouco auxílio governamental sendo difícil sua manutenção. Apesar de tentadora a proposta parece um tanto quanto ousada. Como já citado os produtores têm experiências quanto a agricultura, mas em relação ao turismo carecem de assistência e preparo.

(...) os proprietários rurais precisam ser direcionados e embasados em uma metodologia confiável para a formação do produto a ser oferecido, objetivando a sustentabilidade desses empreendimentos. Caso não seja utilizada uma metodologia consistente, o empreendimento pode tornar-se uma experiência malsucedida, resultando em frustrações, tanto para o empreendedor quanto para os visitantes (FONTANA, 2006: p, 6).

Existe uma esperança que essa realidade de esquecimento mude, e que um dia sejam vistos e reconhecidos pelo poder público, com base na análise realizada, apesar da quase inexistência de conhecimento sobre o turismo rural os produtores demonstram interesse em trabalhar a segmentação turística no local, pois a alternativa como já dito antes gera emprego, renda e a valorização do local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como já descrito anteriormente, 77% dos produtores desconhecem o turismo rural, apesar de suas propriedades já existirem visitas de estudantes de Parnaíba e outras cidades e pessoas que buscam conhecer mais sobre o plantio orgânico, no entanto apesar de não haver um amplo conhecimento os produtores se demonstram interessados em aprender mais sobre, e também 77% dos

entrevistados desejam ter visitas turísticas em suas propriedades com mais frequência e se disponibilizariam em fazer algo atrativo para chamar a atenção dos turistas e sociedade local.

As principais dificuldades encontradas na realização da pesquisa foram na aplicação dos questionários em função da distância das propriedades e da indisponibilidade dos produtores, a dificuldade de acesso ao distrito, o qual conta com muitas entradas de difícil acesso em determinados pontos por se tratar de entradas de terra o que impossibilita a entrada de carros pequenos com pouca tração.

Conclui-se assim o trabalho na expectativa de que sirva para futuros estudos no ramo do turismo rural, e servir de auxílio para aumentar a visibilidade do Tabuleiro Litorâneo e elevar o conhecimento das pessoas sobre o local e que o turismo rural venha ser mais explorado na região não somente no DITALPI mais em toda a cidade de Parnaíba, pois como já dito anteriormente o turismo rural pode gerar empregos direta ou indiretamente auxiliando assim famílias carentes em um cenário de precarização, mas para que isso aconteça é necessário oferece condições de ocupação turística, organizando uma infraestrutura e fazendo marketing para que aja a visibilidade do local, uma medida que deve ser tomada da parte produtores em conjunto com o poder público.

A temática do turismo rural é bastante nova e pouco explorada na região norte do Piauí, partir da breve análise realizada nesse artigo, pretende-se chegar brevemente a mais resultados e novas possibilidades em pesquisas posteriores. Tendo em vista o fluxo turístico já existente na região e o potencial de integração do turismo no DITALP as possibilidades de pesquisas são diversas, espera-se que o tema explanado sirva de condutor para novas análises levando a uma possível preparação para um turismo rural planejado e responsável.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, M. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. In: Horizontes Antropológicos. 2003, Porto Alegre.

BELLATI, A. P. **Entenda os tipos de ambientes de trabalho e aprenda como identificar o seu.** 2016. Disponível em: < <http://www.minhavidacom.br/bem-estar/materias/17625-ambiente-de-trabalho-negativo-pode-causar-doencas-como-depressao-e-ansiedade> >. Acesso em: 16 nov. 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo:** Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo rural:** orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – 2.ed – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL, **Decreto que institui a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais.** decreto n.º 6.040, de 07 de fevereiro de 2007.

CELSO, B. **Agroecologia e turismo rural:** Alternativa viável para a região. In: li Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, 2008, Foz do Iguaçu, PR. P 08.

CNTUR. SEBRAE. **Perfil do Turista e dos Segmentos de Oferta.** 2012.

CORIOLOANO. L. N; ALMEIDA. H. M. **O turismo rural no semiárido do nordeste brasileiro.** 2011. Disponível em: < <http://revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/1805/0> >. Acesso em: 17 nov. 2017.

COSTA, H. A. **Destinos do turismo:** percursos para a sustentabilidade. Rio de Janeiro: FGV, 2013.

FONTANA, R. e DENCKER, A. **Turismo Rural:** Desencontros de uma realidade. In: Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 4., 2006, Caxias do Sul. Anais.

SILVA, G., BALSADI, J. DEL GROSSI, M. E. **O emprego rural e a mercantilização do espaço agrário.** São Paulo em Perspectiva, v. 11, n.2, p.50-64, 1997.

REJOWSKI, M et al. **Turismo no percurso do tempo:** Desenvolvimento do turismo. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e planejamento sustentável:** a proteção do meio ambiente. 3. ed. Campinas: Papirus, 1997. 199p.

SAMPAIO, A. **Parceria gera conhecimento sobre o Turismo Rural.** Disponível em: < <http://cnc.org.br/imprensa/releases/turismo/parceria-gera-conhecimento-sobre-o-turismo-rural> >. Acesso em: 15 nov. 2017.

SOUSA, M; Elesbão, I. **Turismo rural: iniciativas e inovações**. Porto Alegre: UFRGS, 2011. 360 p.

PARRA, C.S; SILVA, C. P. **Agroturismo como Fonte de Renda para Pequenos Agricultores**. Revista científica eletrônica turismo. Ed 5. 2006.

PARNAÍBA. **Pontos turísticos**. Disponível em: <<http://parnaiba.pi.gov.br/phb/pontos-turisticos/>>. Acesso em: 15 de nov. 2017.

VIEIRA, S. **Vantagens e desvantagens das entrevistas qualitativas**. 2014. Disponível em: < <http://soniavieira.blogspot.com.br/2014/01/vantagens-e-desvantagens-das.html> >. Acesso em: 15 nov. 2017.