

Artigos



PARA PENSAR O TURISMO RURAL: CONSIDERAÇÕES A PARTIR DA REALIDADE CAMPONESA NA AMAZÔNIA-ACREANA¹

TO THINK THE RUAL TOURISM: CONSIDERATIONS STARTING FROM THE REALITY FARMER IN THE AMAZONIAN-ACREANA

Silvio Simione da Silva - UFAC
imione@terra.com.br

Resumo

Pensar no turismo rural como alternativa de renda para as famílias que oferecem seu lugar de vivência aos visitantes é a maior contribuição que apresentamos neste texto. Partindo da realidade territorial amazônica-acreana, analisamos estas questões sob o ponto de vista conceitual, do potencial local, das condições de oferecimento e do território de vida camponês, em áreas tanto de produções agrícolas e pecuárias como florestais.

Palavras-chave: turismo, espaço rural, território, reprodução camponesa, Amazônia.

Abstract

Thinking of rural tourism as an alternative of income for the families who offer their living place to visitors is the best contribution we can present in this text. Based on the Amazonian territorial reality in Acre, we have analyzed this issue under a conceptual point of view. We have also evaluated the potential of the area, the conditions of offering and the peasant living territory in areas of agricultural, cattle-raising and forestry production.

Keywords: tourism, rural space, territory, peasant reproduction, Amazonia.

Considerações introdutórias

A paisagem, não só de conteúdo natural, mas também dotada de vida humana, ganha [...] grande destaque no mundo das imagens do turismo. (MARTINELLI, 2001, p. 152)

Tratar de sobre o *turismo rural* na Amazônia-acreana, trás em si um caráter de desafio. Todavia, quando se trata de algo que gostamos, fazemos, vivemos e acreditamos, como a estudar o espaço rural amazônico em suas dimensões humanas/territoriais, tudo se torna mais fácil. Assim, trataremos da temática que como forma de pensar este território, em face às alternativas socioeconômicas para quem quer trabalhar e viver da terra, na terra. Então encontramos significados para “refletir” a questão do *turismo rural*, na geração de território de lazer para visitantes, ao mesmo tempo em que gera novas possibilidades de ganhos para quem oferece seu território de vivência à visitas de outrem.

Tomando o a caráter desafiante, queremos inicialmente pontilhar algumas questões que nos inquieta ainda neste início de reflexão. Referirmo-nos a explicação do porquê nesta reflexão vemos, sobretudo, desafios:

- É desafiante porque não somos especialistas no assunto de *turismo*. Mas ousamos falar e refletir sobre a questão a todos os interessados, que podem ser, inclusive, especialista no assunto.

- Mesmo com estas condições, como geógrafo, estudando a reprodução do espaço, colocamo-nos sempre diante desta problemática. Isto faz que de certa forma, em alguns momentos de nossa atividade de pesquisador e docente, temos que entender o *turismo*, mormente, a partir de observações sobre as potencialidades naturais, socioeconômicas e socioculturais de lugares.

- Porque entendemos ser esta atividade ainda pouco explorada no Brasil, e em especial, no Acre. Referimos-nos a exploração tanto do ponto de vista de suas potencialidades socioeconômicas e ambientais, como também no caráter de estudo e investigação científica. Nisto do ponto de vista socioeconômico, ainda falta se criar uma mentalidade nacional do que o *turismo* pode significar em geração de renda, ocupação e emprego, em todos os setores da sociedade brasileira. Do ponto de vista do estudo e investigação científica, conseqüência a primeira situação, esta atividade, somente a partir das duas últimas décadas do século XX, tendeu a despertar maiores interesses de estudiosos no Brasil inteiro. Então, o *turismo* passa a ser metas de políticas, nas diversas instâncias da administração públicas, ao mesmo

tempo em que há uma multiplicação dos cursos de graduação em *Turismo*. Ao nosso ver, estas são as maiores demonstrações de que a situação de pouca da importância atividade turística está sendo mudada.

- Porque vemos o turismo sempre como a venda de elementos visuais e do desfrute da paisagem (p.e., a mercadoria visual, ambientes naturais ou socioculturais exóticos etc.) para outrem². Nisto, às vezes, são relegados planos secundários as condições de vida da maioria dos moradores locais. Em nossa conduta de pesquisador que acredita na possibilidade de compreender, pensar o espaço para transformá-lo, queremos propor de vermos o turismo como uma atividade também humana/social. Se por um lado, é o econômico que move a atividade, por outro, esta é feita por homens e mulheres (mesmo quando o que se vende é a natureza), para homens e mulheres. Vemos então no *turismo*, a necessidade de superar visões “economicistas” de pensar apenas o econômico; ou de um “ecologismo desumano” que vê a natureza, mas separa o homem que vive nela e dela e, projetam aí estes (pré) conceitos em suas intervenções políticas na reprodução territorial do espaço rural e com potencial para o *ecoturismo*³. Pensando em intervenções para além destas visões (pré) conceituais, podemos ter um instrumento de melhoria da vida das pessoas que vivem num lugar, e oferecem as suas *condições vivenciais* como mercadoria para ser vendida ao visitante⁴.

- Por final, para falar da temática considerando os pontos expostos e defrontando as contradições que povoam nosso imaginário, estamos cientes de que pode ser simplificador da problemática. Nisto, talvez, nossas reflexões não vá além de pontos elementares para quem já se dedica há muito ao estudo do *turismo*. Todavia, se conseguirmos chamar atenção para pensarmos no âmbito da atividade não apenas a condição dos turistas, mas das pessoas que recebê-los em seu lugar, certamente nosso objetivo fora atingido.

Realização do turismo: pensado a organização

O *turismo* também no espaço rural, é uma atividade essencialmente relacional. O turista é externo ao lugar. Em seu deslocamento, suas ações são de relações que se estabelecem em níveis diferentes desde o transporte, alimentação, abrigo etc. Ao chegar no lugar visitado, com quem o recebe, estabelece novas relações humanas/sociais e socioambientais. Considerando estas dimensões, temos então uma atividade que redimensiona a produção do agrário (isto é, processos de relações de produção integral do território

rural), e não apenas a caracterização de ruralidade em oposição a urbanidade (que pode ser visto como modos de vida diversos, mas complementar). Aqui quando delimitamos estes termos, tratamos de especificidades para pensar a atividade em um universo habitado e produzido por camponeses e não-camponeses⁵. Estes poderão vender mais que o ambiente natural que o cerca. Aí transformam em mercadoria o significado de seu tempo e de seu espaço, para os interessados em interar-se em suas dimensões socioespaciais e socioculturais. Isto se dá tanto em seus territórios vivenciais, como em sua história vivida e em seu cotidiano social. Vemos que só nesta visão integral, em meio a camponeses, poder-se-á falar da geração de condições de maior autonomia e auto-sustentabilidade, na adoção desta atividade no âmbito complementar da renda familiar.

Numa caracterização mais geral, pensar o *turismo* numa visão geográfica, nos conduz a vê-lo na dimensão de sua expressão territorial. Então a atividade se manifestará sob a ótica de três dimensões territoriais⁶: os “territórios de origem do turista”, os “territórios que irá percorrer para chegar” e os “territórios que o receberá”⁷. Senão se planeja vias de chegar ao lugar, não se têm fluxos de turistas, por isto não se desenvolve a atividade. Senão se planeja a propaganda e divulgação extra-regional, não se têm turistas de fora, pois não se faz conhecer externamente o potencial que existe em tal lugar. Senão pensar o lugar que detém potencial turístico, não se tem como receber o visitante; ninguém irá fazer *turismo* para ser maltratado e acomodada em condições desconfortáveis⁸.

Além disto, pensar o lugar de potencial turístico a ser oferecido, é também pensar a condição do morador local. Isto é importante para que não ocorra que apenas alguns se beneficiem dos ganhos e a maioria fique a sofrer os *efeitos nefastos do turismo* não planejado (como o lixo gerado, a prostituição adulta e infantil, ao consumo de drogas etc.).

Neste sentido há grandes carências ao tratá-lo na Amazônia. O potencial aí é imenso, mas desconhecido. Aliás, como desconhecida é a Amazônia pelos brasileiros externos a região. Ao poder público e a iniciativa privada que tratam do setor, em nível nacional e regional, sobram discursos e faltam ações planejadas. Todavia, vemos que aí estão tarefas em que mais que do Poder Público, são de todos nós.

Assim, no âmbito do lugar que irá receber o turista, o planejamento é fundamental e estratégico. E nesta ação que se tem a projeção de como ocupar o tempo do turista com as atividades possíveis no espaço local. Neste momento que se dá a transferência de recursos, pois se o tempo do agente

que promove o *turismo* é dinheiro, o turista estará disposto a pagar, mas de forma justa⁹ quando bem servido. Por outro lado, aí ocorre a transferência sociocultural e ambiental na visualização, nas atividades de lazer, nas atividades de exploração da natureza e no convívio social no lugar. Vende-se o visual, mas também o desfrute daquilo que de bom a natureza e sociabilidade das pessoas receptoras oferecem.

Na *Amazônia*, precisamos pensar o *turismo regional* como atividade de lazer para brasileiro, não só para aqueles que vive na região, mas em especial, para aquelas que pessoas de outras áreas do país. Para isto é necessário repensar as vias de transporte, ou seja, os territórios de passagem, para os turistas. E, então com políticas de apoio intensivo, lançar “um desafio aos brasileiros” de conhecer o seu próprio país, para além das regiões que vivem. Para isto a *Amazônia* tem a oferecer atrativos que vai desde suas riquezas naturais, seu povo, sua culinária, sua cultura e até suas cidades que se desponta no coração da floresta. Muitos turistas estrangeiros já conhecem o que temos a oferecer, e se não freqüentam mais, é talvez, por falta de ações planejadas para atraí-los. Dizemos isto de maneira geral, referindo-se, inclusive, a infra-estrutura, circulação de informações, vias de transporte mais eficiente, os preços de passagem áreas internas mais acessível etc.

O sentido do planejamento econômico e social

Com as considerações até aqui feitas, vemos turismos no Brasil e, sobretudo na *Amazônia*, em geral tem que ser mais planejado. No caso do *turismo rural* na *Amazônia-acreana*, estamos certo que este planejamento tem que ser participativo. Deve emergir de trabalho do poder público junto às comunidades que possui este potencial a ser explorado.

Para pensar ações desta natureza, é precisamos da convivência da comunidade envolvida no processo. Caso contrário será visto por esta, como um projeto externo, não terá sustentação local, mesmo quando é uma determinação do Poder Público por si próprio. Neste sentido, tratando do planejamento e organização da atividade como do setor econômico, Oliveira (2001) refere a cinco pilares básicos do turismo, que são pertinentes para nossa reflexão:

- **Cama:** refere-se às condições de hospedagem. Normalmente, os programas feitos por empresa muita estruturada, oferecem excelentes condições

de hospedagem. São hotéis fazenda, *resorts* etc. No que estamos tratando na Amazônia-acreana (como já ocorre em Xapuri), esta atividade seria feita por famílias camponesas que habitam a floresta, em sistemas de hospedagens em suas próprias casas. Neste sentido, há necessidade de melhorias das condições de edificação das casas, sem, contudo, descaracterizar as condições tradicionais do lugar. Já em algumas áreas que a demanda é maior, além deste sistema, no futuro, pode-se viabilizar a implantação de pequenos hotéis, em pontos estratégicos, sendo administrado pela própria comunidade via organizações de associações do moradores locais.

- **Caminho:** as formas de acesso ao local é um ponto crucial. Sem vias de acesso em razoáveis condições de tráfego, é muito difícil de se implantar atividades desta natureza. Este parece ser o maior desafio na região que estamos tratando. As distancias dos lugares, as poucas estradas, às vezes em péssimas condições de trafegabilidade, os rios poucos navegais acessíveis apenas a embarcações de pequenos e médios portes, e a lentidão deste tipo de transporte são condições limitantes. Além disto, deve-se ressaltar, a pouca eficiência do transporte público oferecido. Isto são barreiras para a efetivação de uma organização das atividades turísticas rurais na Amazônia-acreana, inclusive, para uma prática doméstica (isto é, da demanda interna da própria população acreana).

- **Compras:** Em alguns lugares que já se definem como metas a expansão da atividade turística, estas formas comerciais têm sobressaído. Em Xapuri, lojas de artefatos para lembranças feitos com produtos regionais por artesões locais e da Reserva Extrativista Chico Mendes, têm surgido gradativamente, após a primeira metade da década de 1990. Isto, então no Acre tem se dado com o incentivo a produção de artesanatos de borracha, de sementes, de madeiras, e na industrialização e embalagem de produtos locais etc.

- **Comida:** a gastronomia local é importante produto turístico. A estrutura de atendimento alimentar que se associa a empresa especializada em turismo rural, normalmente, traz o requinte da cidade combinado à tradição caseira. Todavia, no âmbito de uma iniciativa sob base da unidade de produção camponesa amazônica-acreana, isto é oferecido em ambiente de recepção ao visitante, pelo trabalhador anfitrião. Vemos nisso problemas como: a questão de como ampliar a variação dos alimentos que se oferece, sem perder a tradição gastronômica local, para a alimentação do visitante. Além disto, tem-se que incrementar um padrão de higiene pessoal e do ambiente, de forma a fazer que o visitante se sinta bem. Tudo isto são situações que

desafiam, porém são possíveis de serem contornados, com a boa vontade dos interessados (comunidades e Poder Público).

• **Carinho:** Este é sem dúvidas o ponto mais importante. A atenção demonstrada ao receber o visitante, e fazê-lo sentir bem é o “cartão de visita” de um lugar. Neste sentido, geralmente as pessoas que estão envolvidas mais diretamente no atendimento, devem receber o mínimo de treinamento, mas também gostar do que faz. Os turistas bem atendidos, satisfeitos retornam e trazem outros visitantes. Vemos que este é um dos pontos mais fáceis de aprimorado no contexto socioespacial agrário amazônico-acreano. Dizemos isto por experiência própria: “ser hospitaleiro e bom anfitrião” é uma característica dos amazônida, sobretudo, da população do campo e da floresta.

Numa sociedade mais capitalizada, “o turismo se apresenta como uma forma de programa gerenciado pela empresa: todos os instantes previstos é preenchidos. Tudo programado nos mínimos detalhes no tempo e no espaço” (Carlos, 1996, p.30). Porém, com base no que conhecemos da realidade camponesa amazônica-acreana, acreditamos que esta atividade pode ser gerida, também por uma estrutura não-capitalista no âmbito da produção familiar, na lógica de prover ganhos coletivos. Então, como já referimos, entra o papel das organizações comunitárias e coletivas¹⁰.

Em almejar ganhos financeiros, a diferença básica é que para a iniciativa capitalista, busca-se auferir ganhos individuais, com a exploração de mão-de-obra de outrem (gerando mais-valias coletivas, apropriadas individualmente). Já a iniciativa coletiva ou comunitária familiar, poderá auferir ganhos coletivos, com a auto-exploração de sua mão-de-obra (gerando ganhos individuais, apropriados coletivamente). Aí podem ser construídos projetos alternativos, na exploração da atividade turística no ambiente rural (seja no campo ou na floresta).

Vemos que nisto, também as iniciativas de organizações comunitárias e coletivas camponesas, serão submetidas à produção geral capitalista. O seu ponto mais relevante está na possibilidade de se constituir, num instrumento de melhoria das condições das famílias trabalhadoras que pratica. Além disto, haverá um aprendizado destes sujeitos em gerenciar estes seus negócios. Nisto a atividade turística poderá ter um peso social maior no espaço rural, diante das perspectivas, as vezes, um tanto limitada ao trabalhador camponês na floresta e nas áreas de assentamentos.

O turismo rural como atividade alternativa e complementar

Segundo Rodrigues (1996, p. 57), o *turismo* é uma “atividade produtora de espaço, mesmo quando se apropria sem transformar”. Esta situação, no turismo rural praticado por famílias camponesas, em geral, tem-se de início, a especialização dos agentes que oferecem e a revigoração dos potenciais do território receptor¹¹. Neste processo, revaloriza uma determinada paisagem sem que haja grandes intervenções para a produção espacial. Todavia, “se não há uma transformação direta do território, há uma apropriação direta e/ou indireta e uma produção espacial simbólica – a beleza natural”, mas também “sociocultural”.

Há muitos que vêem o turismo rural como uma panacéia aos problemas do campo. Não vemos por aí. É uma atividade importante quando praticada por comunidades trabalhadores, porém está longe de ser a “solução” para tudo e para todos. Isto, pois existem limitações de caráter de geração, de demanda, de adequação do espaço etc. Por outro lado, há sim um turismo rural altamente capitalizado, em que as empresas têm nele suas principais atividades. Estas empresas se especializam apenas em fazer isto. Todavia, não são destas práticas que estamos tratando.

Por outro lado, no que se refere ao turismo rural em áreas de reprodução territorial camponesa, como tratamos na realidade da Amazônia-acreana, esta atividade é feita numa dimensão de complementação da renda familiar. Na realidade, em muitos casos tem-se percebido que se pode ter aí, um atenuante a baixa rentabilidade e pouca mobilidade de moedas em junto a esses sujeitos sociais agrários. Assim, mesmo uma família dedicando-se parcialmente a atividade turística, a geração de condições de sobrevivência, sustenta-se também na diversificação de atividades no cultivo agrícola, na criação de animais e na coleta de produtos naturais (quando em região florestal). Nisto o próprio produto do trabalho camponês entrará na formação das condições de recebimento e hospedem para visitante. Estes produtos poderão ser oferecidos na alimentação como parte das mercadorias que provêm das práticas agrícolas, agroextrativas e agropecuárias locais. Portanto, aí se comercializa parte de sua produção, com uma mercadoria específica e autêntica – a comida caseira (o que pode significar também formas de agregar valores ao produto camponês).

Quando referimos ao turismo rural (juntamente ao ecoturismo) como atividade complementar, não queremos dizer que isto dispensa um certo profissionalismo para a atividade. É preciso amparo profissional externo

para viabilizar a atividade, mas é também necessário o treinamento e a qualificação dos agentes familiares que irão se responsabilizar direto pela atividade em seus territórios de vida.

Ademais, abordando a questão a partir da realidade camponesa amazônica-acreana, vemos que a base territorial local se sustentará na revitalização de seu território vivencial camponês e das potencialidades para outra atividade que não o trabalho direto com a terra. Como já referimos o preparo de pessoas, a identificação do que se pode oferecer nestes “mercados de lazer”, a viabilização de vias de transportes e comunicação, a infra-estrutura física para receber visitante, forma as condições locais para a efetivação da atividade. É claro que se faz necessário a externalização de tais condições (divulgação e propaganda), o que pode ser feito por organizações dos próprios trabalhadores (associações e cooperativas) ou através de parcerias (com órgãos públicos ou com a iniciativa privada).

Esta eficiência nas bases locais irá delinear a racionalização do tempo do turista, e conseqüentemente, o montante do valor em moedas que deixará no lugar. Assim, a função desta organização de turismo rural familiar é de “ocupar o tempo livre do turista, pois quanto mais ocupa, mais eles permanecem no local e contribuem para aumentar a renda que fica” (OLIVEIRA, 2001).

Nos territórios de recebimento do turista, também haverá conseqüências que poderão até ter efeitos nefastos ao lugar. Aí se sente o impacto de atividades, às vezes, promovidas por pessoas não conscientes da necessidade de conservar o ambiente para poder usufruí-lo para sempre e, sobretudo, para quem nele reside. No campo social, a privacidade e a simplicidade da vida rural pode ficar limitada, pela presença e adequação do ambiente vivencial para o recebimento de outrem. Com isto, suas características socio-culturais poderão se artificializar. Então, o que se pode fazer para combater ou amenizar tais efeitos? Estamos certo que isto se conseguirá através do planejamento participativo e conscientização dos trabalhadores locais e dos visitantes, da geração de renda, respeito aos valores locais etc.

Só com ações planejadas se pode atuar contra estas possibilidades nefastas, dando bases para consolidar uma ampla auto-sustentabilidade às famílias e aos seus negócios no lugar. Portanto, vemos que “este turismo rural” inter-relacionado com dimensões ecológicas se insere numa lógica diferente das tendências hegemônicas. Assim, constitui novas territorialidades, onde os empreendimentos podem ser geridos não pelas formas capitalistas de sociabilidades, mas como empreendimentos sociais não agenciados pela “lei do valor” (BENEVIDES, 1997).

Bases de demandas

Ao tratar do turismo rural, uma situação que não pode ser desconsiderada é a intrínseca relação com o ambiente natural¹². Conforme Benevides (1997, p. 36) “as áreas rurais são principais espaços do turismo alternativo, nisto a delimitação entre o *turismo ecológico* e o *turismo rural* baseia-se nas motivações dos demandantes potenciais”.

Assim,

no turismo ecológico o meio rural é imaginado como lócus da procura por uma paisagem em estado “originário”, na verdade um espaço ainda submetido às culturas de interação tradicional entre sociedade e natureza, ensejadora das formas de “conservação ambiental”. Aí se busca a natureza para o desfrute contemplativo, e as comunidades locais são o fundo. (BENEVIDES, 1997, p. 36)

Por outro lado,

no turismo rural, o meio “natural” é imaginado como lócus de comunidades tradicionais, que tem suas bases materiais assentadas numa diversificada agropecuária semicamponesa de subsistência e num artesanato doméstico [...]. Aí se busca para estabelecer ligação com elos perdidos de costumes e hábitos passados, mas também para ter um viver saudável em contraposição às condições da vida urbana. A natureza é o fundo e as formas de vida social nos meios rurais são focos de reconstituição do cenário cultural ideal para estabelecer formas de interação harmoniosas, entre as comunidades hospedeiras e os visitantes. (BENEVIDES, 1997, p. 36)

Geralmente, a demanda pelo *turismo rural* provém de segmentos sociais de áreas urbanas. Em áreas próximas às grandes cidades, o ambiente rural torna para estas pessoas uma fuga da turbulência da vida urbana. Se o ambiente rural é visto como local de atraso tecnológico, pouca modernidade, a *ideologia do turismo* em espaço urbano, o propaga também como local da tranqüilidade, do ar puro, da vida saudável.

Assim, no espaço agrário território da reprodução da vida camponesa, reunindo as potencialidades da natureza com as atrações oferecidas nas pequenas propriedades rurais, pode formar um produto atrativo. Com a propagação desta visão do *rural*, já é comum que todos os segmentos sociais urbanos o procure. Esta procura se dá tanto por uma necessidade de “descanso” (o que o ambiente rural poderá realmente oferecer), como pelo significado ideológico burguês que se deu a esta procura por estes locais. Desta forma, mesmo em cidades de portes menores, “passar dias de folga na fazenda” (as-

sim, identificam o território rural, mesmo quando se trata de uma pequena chácara), é quase uma necessidade vital (ou melhor: é muito “chic”). Com isto, não estamos negando a veracidade que a procura por locais já especializados em atendimento a visitantes, geralmente, ocorre mais por segmentos sociais de maior poder aquisitivo. O que queremos chamar a atenção é, que quando vemos a questão sob uma ótica das ideologias propagadas, a demanda torna-se mais ampla e perpassa por todos segmentos sociais.

Contudo, este *turismo rural*, inicialmente pode ser mais dominado por uma demanda doméstica e segmentos não tão abastados. Por isto, é necessário que pensemos o espaço de sua realização, projetando-o para atender a diversidade social e econômica que formará a demanda pelo território com potencial turístico a ser explorado.

Especificando territórios

A prática deste *turismo rural* e do *ecoturismo*, âmbito amazônico-acreano, possui certo potencial a ser explorado. Na verdade, o Acre, por suas características geomorfológicas predominante de uma extensa planície, originalmente coberto por exuberante floresta densa e alta, não apresenta grandes diversidades de atrativos paisagísticos¹³, se comparado a outras regiões do país ou própria Amazônia. Assim, para melhor especificar o potencial acreano e de áreas circunvizinhas, faremos a exposição de alguns aspectos destas potencialidades por regiões (Mapa 1). Cabe ressaltar que agora não estaremos tratando apenas das possibilidades em territórios de reprodução camponesa, mas falando dos aspectos gerais do estado, e chamando a atenção para tais especificidades:

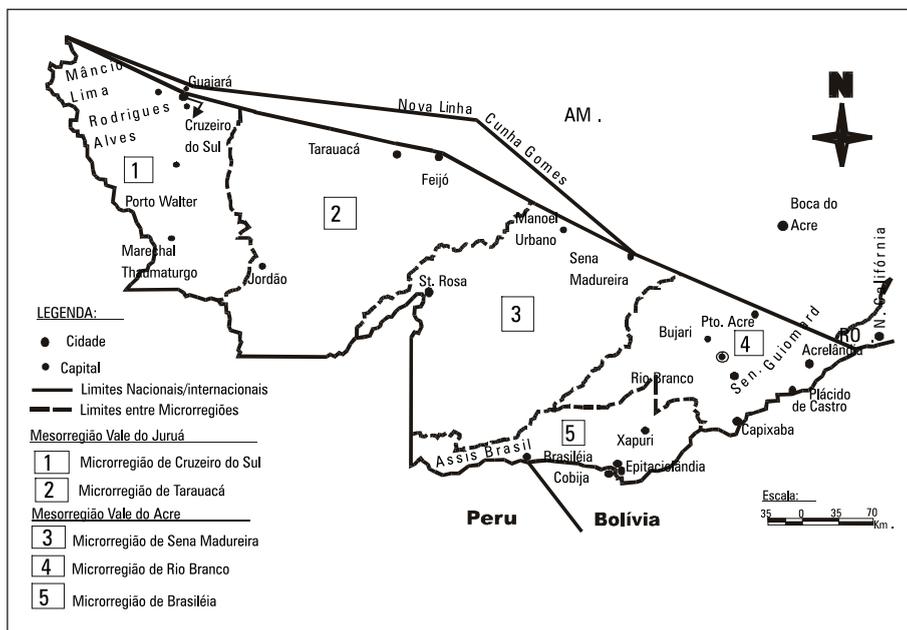
• Mesorregião Geográfica Vale do Juruá:

Corresponde a porção territorial oeste do estado. É certamente a área com maior potencial turismo do Acre. Porém, este potencial é pouco explorado e conhecido. Aí há áreas serranas, rios de águas brancas (barrentas) e pretas, praias fluviais (em períodos de vazantes dos rios), moradores ribeirinhos com suas *lavouras de praias* (agricultura desenvolvida nas vertentes dos rios) etc. No Parque Nacional da Serra do Divisor, a diversidade florestal é grande, o relevo é bastante acidentado, há rios encachoeirados e caudalosos. A Reserva Extrativista do Alto Juruá e outras áreas florestais também tem potenciais, sobretudo na navegação dos rios e reconhecimento da flo-

resta. Também há áreas de colonização com trabalhadores na agricultura e agropecuária e, diversas áreas indígenas. Como todas as áreas são habitadas, é possível de serem efetivadas políticas para a implantação de atividades desta natureza, valorizando a atividade da população local.

Há uma grande diversidade sociocultural, tanto nos espaços rurais, como urbanos regionais. Todavia, os limites são impostos pelas vias de transportes terrestres; já que o transporte aéreo é muito caro e o fluvial muito lento (além de limites naturais posto pelo traçado dos rios no sentido sul-norte). Vencer esta situação, mesmo que seja para acabar com o isolamento secular das populações locais (rural e urbana), é o maior desafio político para o Acre.

Mapa 1: Acre - divisão em regiões geográficas.



Fonte: IBGE, 1991; ACRE, 2000. Reorganizado por Silvio Simione da Silva, 2004.

• Mesorregião Geográfica Vale do Acre:

Corresponde a porção leste do estado. É a porção territorial mais bem servida de vias de transporte terrestre, mais populosa, mais desmatada, de maior circulação de capitais. Porém, do ponto de vista paisagístico, tem me-

nos atrativo, pois é dominado por planícies e rios de águas brancas (barrentas), navegais temporariamente. Nos rios há muitas praias fluviais e a possibilidade de desenvolver esportes aquáticos, sobretudo na região de Rio Branco.

Todavia, no Sul do Estado, Brasiléia e Epitaciolândia é ponto de passagem para quem se dirige a zona de livre comércio na cidade boliviana de Cobija. É também passagem para quem viaja por terra, para a República do Peru, em que a última cidade brasileira é Assis Brasil. Como na mesorregião há grandes áreas de colonização agrícola e fazendas de criação de gado, aí há grande potencial, sobretudo, pela demanda que teríamos em Rio Branco, mas não há exploração da atividade, nem propensão para tais atividades. Já no município de Xapuri (no sul do estado, porém mais distante da linha de fronteira internacional), a partir dos últimos anos da década de 1990, tem-se desenvolvido várias ações para incentivar o turismo tanto urbano (a cidade oferece uma arquitetura testemunha de fases pretéritas de sua formação em bom estado de conservação, museus, *espaços testemunhos* do líder Chico Mendes que é símbolo da luta e resistência dos trabalhadores locais), como rural, especialmente na Reserva Extrativista Chico Mendes (com a instalação de estruturas mínimas para receber visitantes na *floresta* como: estradas, local para hospedagem e alimentação, produção de artesanatos, programas de caminhadas, exibição da forma de viver e trabalhar do seringueiro etc.). Neste processo de incentivo ao turismo há forte apelo ao signo das lutas dos seringueiros que aí foi muito marcante. Enfim, se existe uma área no estado do Acre, que realmente está pensando o turismo (rural e urbano), numa dimensão ecológica em busca de geração de auto-sustentabilidade local, é Xapuri. Porém, ainda é tudo muito incipiente.

• Nas áreas circunvizinhas:

No estado do Amazonas destaca o município de Boca do Acre, com os rios Purus e Acre navegáveis por maior período anual. As praias fluviais do rio Purus se apresentam bem melhores do que as que ocorrem em áreas do território acreano. Há muitas áreas florestais e alguns projetos de colonização agrícola (implantados na década de 1970-1980). É conhecida como uma região pesqueira. Também, situa-se nesta região em áreas florestais, a sede da religião Daimista (a colônia “Céu do Mapiá”, local distantes de Boca do Acre, dois dias de viagem por água, pelo rio Purus e por um dos seus afluentes), o que tem atraído pessoas do mundo inteiro. O poder público municipal local tem tentado incentivar o turismo do lugar, sobretudo tomando o signi-

ficado pesqueiro, das praias e religioso, mas apesar da ligação por terra com Rio Branco no Acre (BR-317), muito pouco se tem avançado.

No estado de Rondônia, a região da Ponta do Abunã (extremo oeste), se destaca, sobretudo pelo afloramento de rochas graníticas nas proximidades da vila de Fortaleza do Abunã. Aí, há rios de água amareladas e transparentes, com modestas cachoeiras e praias de areia quartzosa. Isto tem constituído nesta localidade, uma área de grande demanda pela população da capital acreana. Há também importantes áreas de atividades de cultivo e criação. A atividade de agrossilvicultura e os projetos de associativismo dos produtores rurais, na zona rural das vilas Extrema e Nova Califórnia (Projeto RECA – Reflorestamento Econômico, Consorciado e Adensado), têm atraído também muitos visitantes (pesquisadores, políticos e pessoas interessadas em geral). Vemos que aí se caracteriza uma região com bom potencial, porém as atividades têm sido espontaneamente. Faltam interesses políticos voltados para a questão.

Portanto, do ponto de vista da variação de paisagem a região acreana, não é a que oferece maior diversidade¹⁴, no âmbito da região amazônica. Todavia, pelo potencial variados como um todo, acreditamos ser necessário ampliar as práticas que valorize os rios, a floresta e o povo que vive nela. Vemos que nisto, necessariamente, falar de turismo rural implicará em dimensionar um *ecoturismo agrário* para a região. As áreas de reservas extrativistas, de florestas nacionais, de florestas estaduais, os parques nacionais e até as áreas indígenas, podem ser espaços privilegiados para estas práticas. As caminhadas, as excursões (numa adaptação de safáris), a prática de esportes radicais (como escalar árvores, arborismo, etc.), os acampamentos na floresta, a demonstração de práticas socioculturais consolidadas nas florestas etc., podem ser aprimoradas e desenvolvidas com estas finalidades. Já nos rios pode se optar por viagens de barcos (embarcações de menor porte) com acampamentos na floresta, locais de banhos, pescas esportivas, convívio com populações ribeirinhas etc. As famílias locais poderão coordenar as atividade e guiar os visitantes.

Considerações finais

Estamos certo que o crescimento do turismo em si, se explica por inúmeros processos. Alguns são partes das transformações ocorridos no mundo a partir destas últimas décadas do século vinte. Outros são, visões passada

no conjunto da difusão ideológica, em que o capitalismo difunde valores que promovem maior controle sobre o tempo e o espaço do homem em seus territórios. Então, amplia as possibilidades de gerar capitais e de controlar o homem em si. Com as ideologias difundidas, criam-se comportamentos sociais, inclusive em segmentos com menor poder aquisitivo. Viajar ou ir passar fins de semanas no campo, “apreciar” a natureza se torna também expressão de *status* sociais, mesmo que para isso seja preciso gastar as economias de anos consecutivos de trabalhos.

Acreditamos que, na realidade amazônica-acreana, o grande desafio é pensarmos como ter meios mais eficazes de difundir esta atividade, como uma alternativa a mais na complementação da renda familiar de camponeses no *campo* e na *floresta*. Referimos-nos a lugares que se projeta como certos potenciais. Para isto, o nosso desafio passa por atuar junto a estes sujeitos sociais, para que aceitando o processo de adoção da atividade, não se descaracterize em si como grupo social, nem ao seu *lócus* de vivência em que se formou como território construído por anos de morada no lugar.

Portanto, no espaço agrário, em territórios de vida camponês, a prática do turismo rural e do ecoturismo, pode ser também um processo de conhecimento do modo de vida, da história, dos valores, da cultura e da forma que este homem produz sua sobrevivência. Consoma-se assim como uma alternativa complementar de renda ao trabalhador camponês, num processo de diversificação de atividades, o que no atual momento, poderá ser condição para que este continue vivendo na terra e da terra. Por outro lado, ao visitante urbano que busca um encontro com a simplicidade da vida rural, pode ter numa atividade desta, o reencontro com um passado “perdido no tempo”, quando sua origem é rural. Estes sejam valores sociais, culturais e, sobretudo humanos, que deveriam ser postos como condição fundamental para planejar este tipo de atividade turística, sobretudo, no âmbito de atração à demanda doméstica.

Vemos, portanto, no turismo rural e no ecoturismo, atividades que podem contribuir para alavancar o desenvolvimento do lugar numa dimensão de geração de desenvolvimento com auto-sustentabilidade. Por isto tem que ser pensado e planejado numa concepção integral do humano, do cultural, do ecológico e do econômico, sobretudo para territórios de populações menos abastadas, mas com potencial a ser explorado. Todavia, não se vemos isto com muita clareza nas políticas de incentivos ao turismo, nem no Acre, nem em nível de Brasil. Parece-nos que a questão maior ainda é “sol e mar” e lucros para grandes empresas especializadas.

Somente com esta racionalidade e compromisso com o homem que produz o espaço rural, como vimos tratando, pode-se falar que estas atividades serão geradoras de auto-sustentabilidade, no seu amplo sentido deste termo. Noutra situação, sempre teremos que perguntar: o *turismo* praticado é sustentável para que e para quem?

Notas

- ¹ Texto produzido para exposição na *Mesa Redonda* sobre “Agroturismo e sustentabilidade” no 1º *Simpósio de Turismo de Araçatuba*, promovido pela *Fundação Educacional Araçatuba*, em Araçatuba, SP. em 31 de outubro de 2003.
- ² O *Turismo* conforme Cooper (2001, p. 42), do ponto de vista da demanda, define-se como “atividades de pessoas que viajam ou permanecem em lugares que não o seu ambiente normal, por não mais que um ano consecutivo, por lazer, trabalho ou outra razão”. Continuando, explica o referido autor, que do ponto de vista da oferta, o *turismo* é comparado a outra atividade econômica, com uma organização de “indústrias” em que empresas, instalações e organizações se preparam, e especializam em ações para receber o turista.
- ³ Estas visões estão presentes na concepção de grandes projetos capitalistas de turismo rural e também na formulação das políticas ambientalistas para a implantação de Unidades de Conservação (UCs.) no Brasil. Nas UCs. isto se dá, em especial, nas modalidades de uso indireto (p.e. nos parques nacionais e estaduais) que se prevê a exclusão de “moradores” (às vezes, habitantes de décadas de vivência no lugar) e nas unidades de usos diretos (p.e. as florestas nacionais e estaduais) em que se busca fazer remanejamento de moradores no território que foram implantadas.
- ⁴ Isto, pois na realidade Amazônica, os territórios de vivências dos camponeses, também como “ambiente a ser apropriado pelo turismo pode ser pensado”, a partir do usufruto, tanto do “ambiente natural” e como do “ambiente sociocultural” (Rodrigues, 1997, p.42). No conjunto, tudo se inter-relacionam na caracterização da paisagem agrária, no território habitado pelo trabalhador, seja na floresta ou em áreas de assentamentos agrícolas.
- ⁵ Nestes pontos vejo que as observações de Tulik (1997, p. 140) são muitas aplicáveis. Inicialmente tem-se que identificar “quais são os atrativos que o espaço rural detém e que são capazes de satisfazer uma demanda”.
- ⁶ Isto, considerando que o “turismo atua como uma migração temporária acompanhada de transferência de renda. Envolve consumo efetuado fora do local de domicílio. De um lado, está a procura, que é o conjunto de pessoas com renda disponível para viajar. De outro, encontramos a oferta, um núcleo receptor dotado de infra-estrutura e equipamento, de bens e de serviços” (OLIVEIRA, 2001. p. 33). Aí estão implícitas óticas territoriais de ver a questão.
- ⁷ Conforme Leiper *apud* Cooper (2001), seria “regiões”. Porém, vemos como território, pois é possível reconhecê-lo, determinar, a agir sobre ele concretamente, às vezes passando por diversas regiões.
- ⁸ Nisto o turismo rural pressupõe áreas dotadas de recursos diferenciados do urbano e um mínimo de infra-estruturas básicas. Então, assume forma particular no aproveitamento dos recursos para o atendimento às novas funções e demandas: na acolhida, na restauração de espaços existente para receber o visitante e nas formas de entretenimento ao turista. Estes territórios rurais surgem, assim como espaços complementares e alternativos nas atividades de recreação e lazer (Tulik, 1997, p. 140), e de geração de renda para os moradores locais.

- ⁹ O planejador do turismo deve estar consciente que o turista sempre quer levar para casa muito mais que as lembranças visuais e do lazer desfrutado. Há espaço para a venda de outras mercadorias. É aí que entra a função do comércio local com vendas de *souvenir*: artesanatos, roupas, instrumentos etc.; e de comidas, bebidas etc. Também se venda “diversões e entretenimento”, como festas dançantes, atividades esportivas, manifestações folclóricas etc.
- ¹⁰ Em ambas situações se buscam ganhos (comunitário ou individual) para promover e lazer e satisfação a aquele que procura. No âmbito da geração de capitais, “o que está em questão, realmente, é o fato de que a hora de não-trabalho destinada ao lazer não escapa das regras de mercado; transporte, cultura, viagem, tudo vira mercadoria, e esta transforma lugares e produz uma forma de ele se apropriar: a não apropriação” (Carlos, 1996, p. 31).
- ¹¹ Referimos, por exemplo, a situações de pessoas que no seio das famílias camponesas florestais, tornam-se especialista em demonstrar como se trabalha no “corte de seringa” ou no “manejo madeireiro” como vem ocorrido no Seringal Cachoeira (Projeto de Assentamento Extrativista Chico Mendes) em Xapuri.
- ¹² Cabe uma explicação, mesmo tratando de território de reprodução não-capitalista, pois conforme Becker (1996, p. 183), “a natureza hoje muda de significado, neste contexto, deixa de ter significados antigos como dotação e recursos ou como bases da reprodução de grupos nativos. Ela passa a ser capital. Capital de realização atual, ou capital de realização futura”.
- ¹³ Conforme alguns estudiosos do assunto, quando “maior a variedade paisagística e o relevo acidentado”, maior será a existência de atrativos turísticos naturais. Isto não significa que em lugares com o Acre não se tenha atrativos, mas que quando há menor diversidade paisagística, menor também será a “quantidade” de “mercadorias visuais” a serem vendidas.
- ¹⁴ Não temos Montanhas; nossos rios são de extensão mediana; a maior parte deles são de águas barrentas. Porém, temos a floresta com todos os recursos naturais e um povo que vive nela. Outra questão a reconsiderar, como já mencionamos é que o Acre, com a recente pavimentação da BR-317 é “território de passagem”, em viagem terrestre para o Peru e norte da Bolívia. Assim, o Acre se torna a saída norte do Brasil para o Oceano Pacífico; e, com isto, viajantes para estes países efetuarão compras e estadia em terras acreanas. Isto também é um potencial que poderá ser explorado.

Referências

ACRE, Governo do Estado. Programa Estadual de Zoneamento Ecológico-Econômico do estado do Acre: indicativos para a gestão territorial do Acre – documento final. Rio Branco: SECTMA, 2000. v. 3.

BECKER, Bertha K. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. In: YÁZIGI, Eduardo, CARLOS, Ana Fani A., CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. *Turismo, espaço paisagem e cultura*. São Paulo: HUCITEC, 1996.

BENEVIDES, Ireleno Porto. Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento. In: RODRIGUES, Adyr Balastreri (Org.). *Turismo, desenvolvimento local*. São Paulo: HUCITEC, 1997.

BOURDIEU, Pierre. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papyrus, 1996.

CARLOS, Ana Fani A. O turismo e a produção do não-lugar. In: YÁZIGI, Eduardo, CARLOS, Ana Fani A., CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. *Turismo, espaço paisagem e cultura*. São Paulo: HUCITEC, 1996.

COOPER, Chris et al. *Turismo: princípios e prática*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001, 559p.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. *Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

RODRIGUES, Arlete Moisés. A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental. In: YÁZIGI, Eduardo, CARLOS, Ana Fani A., CRUZ, Rita de Cássia A. da. *Turismo, espaço paisagem e cultura*. São Paulo: HUCITEC, 1996.

RODRIGUES, Arlete Moisés. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (Org.). *Turismo, desenvolvimento local*. São Paulo: HUCITEC, 1997.

TULIK, Olga. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (Org.). *Turismo, desenvolvimento local*. São Paulo: HUCITEC, 1997.

SILVIO SIMIONE DA SILVA – Professor Assistente-Mestre do Departamento de Geografia da Universidade Federal do Acre - UFAC. Doutorando no Curso de Pós-Graduação em Geografia da FCT/UNESP de Presidente Prudente. Membro do NERA/UNESP: Núcleo de Estudos, Pesquisas e Projetos de Reforma Agrária.

Recebido para publicação em maio 2005

Aceito para publicação em agosto 2005