



UNIVERSIDADE FEDERAL RIO GRANDE NORTE
CENTRO CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

Erika Rayanne da Silva Sales

**TURISMO E AGRICULTURA NOS MUNICÍPIOS
LITORÂNEOS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO
NORTE: uma avaliação dos efeitos da atividade turística
sobre a produção de alimentos pela agricultura familiar no
município de São Miguel do Gostoso/RN**

NATAL/RN

2017.2

Catálogo da Publicação na Fonte.
UFRN / Biblioteca Setorial do CCSA

Sales, Erika Rayanne da Silva.

Turismo e agricultura nos municípios litorâneos do estado do Rio Grande do Norte: uma avaliação dos efeitos da atividade turística sobre a produção de alimentos pela agricultura familiar no município de São Miguel do Gostoso/RN / Erika Rayanne da Silva Sales. - Natal, RN, 2017.

62f.

Orientador: Prof. Dr. João Matos Filho.

Monografia (Graduação em Economia) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Economia. Curso de Graduação em Ciências Econômicas.

1. Economia - Monografia. 2. Turismo - Monografia. 3. Agricultura Familiar – Monografia. 4. Agricultura agroecológica - Monografia. 5. Agricultura orgânica - Monografia. I. Matos Filho, João. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 330:338.48

Erika Rayanne da Silva Sales

TURISMO E AGRICULTURA NOS MUNICÍPIOS LITORÂNEOS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE: uma avaliação dos efeitos da atividade turística sobre a produção de alimentos pela agricultura familiar no município de São Miguel do Gostoso/RN

Monografia de Graduação apresentada ao Departamento de Economia da UFRN como requisito para obtenção do título de Bacharel em Economia.

Orientador: Prof.º Dr. João Matos Filho

NATAL/RN

2017

Erika Rayanne da Silva Sales

TURISMO E AGRICULTURA NOS MUNICÍPIOS LITORÂNEOS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE: uma avaliação dos efeitos da atividade turística sobre a produção de alimentos pela agricultura familiar no município de São Miguel do Gostoso/RN

Monografia de Graduação apresentada ao DEPEC/UFRN como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Economia

Aprovada em: __/__/____

Prof.º Dr. João Matos Filho/ DEPEC UFRN

Prof.º Dr. Thales Augusto M. Penha/DEPEC UFRN

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a minha mãe e irmã que nunca duvidaram da minha capacidade de concluir com sucesso minha graduação. Dedico ao meu companheiro em prol do seu otimismo em me ver concluir a pesquisa e a seu apoio e suporte, assim como aos meus sobrinhos Pedro e Alice, por quem carrego profundo sentimento e sonho em vê-los traçando lindos caminhos em seus futuros. E dedico também a toda comunidade acadêmica, para que essa possa de alguma forma fazer proveito do trabalho em questão para pesquisas futuras.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, a todas as forças da natureza ou simplesmente aos acasos da vida, que influenciaram na minha escolha pelo curso de Ciências Econômicas.

Agradeço imensamente a minha mãe e irmã, que me deram apoio e suporte, mostrando sempre acreditar na minha capacidade.

Agradeço ao meu companheiro Fhelliipe, por estar presente nesta reta final de minha graduação, me ouvindo, aconselhando e me dando forças em todos os momentos de exaustão e desânimo.

Agradeço imensamente aos meus colegas de curso que tiveram participação direta ou indiretamente em minha formação acadêmica, mas em especial aos amigos Mavigson e Francisco.

Agradeço a Aniyami Turismo, empresa em que trabalho desde o primeiro ano de curso, por toda sua flexibilidade, toda sua compreensão, todo seu acolhimento, se diferenciando como uma empresa única e comprometida com seus colaboradores, o que me permitiu conciliar emprego e faculdade, não me atrasando no curso.

Agradeço a comunidade de São Miguel do Gostoso por toda sua receptividade e simpatia, que me permitiram realizar as pesquisas sem muito hesito.

Agradeço ao meu professor orientador Dr. João Matos, por me aceitar como orientanda, por sua enorme paciência, compreensão, suporte e grande conhecimento. Um grande docente e pessoa a se espelhar. Assim como a todos os professores que foram elementares para minha formação como economista, em especial aos professores Dra. Maria Lussieu, Dra. Márcia Bezerra, Dr. Fabrício Pitombo, Dr. André Lourenço e ao professor Dr. Thales Augusto por aceitar ser meu examinador.

E finalmente agradeço à Universidade Federal do Rio Grande do Norte que permite aos seus alunos acesso a uma estrutura e equipamentos dignos para os cumprimentos de suas atividades. A todos estes, sou grata!

(Fiz a escalada da montanha da vida removendo pedras e plantando flores)

Cora Coralina

RESUMO

SALES, Erika Rayanne da Silva. **TURISMO E AGRICULTURA NOS MUNICÍPIOS LITORÂNEOS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE:** uma avaliação dos efeitos da atividade turística sobre a produção de alimentos pela agricultura familiar no município de São Miguel do Gostoso/RN. 2017. Monografia (Bacharelado em Ciências Econômicas). Departamento de Economia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2017.

A pesquisa em questão foi realizada com o intuito de compreender se, sendo a atividade turística uma ferramenta de desenvolvimento local, também pode cumprir com o papel de estímulo à agricultura. Para isso foi realizado um estudo de caso no município de São Miguel do Gostoso, localizado na Microrregião Homogênea do Litoral Nordeste, onde foi constatada a existência de uma relação virtuosa, porém pouco conhecida, entre o dinamismo do turismo litorâneo; o aumento da demanda por produtos agropecuários; e, o crescimento da oferta de frutas, legumes e verduras e outros tipos de alimentos produzidos por agricultores familiares do próprio município. Na busca de um melhor conhecimento desta realidade, foi realizado um estudo de caso, com base em dados secundários relativos à economia e o setor agropecuário da Microrregião Homogênea e, em particular do município de São Miguel do Gostoso, além de uma pesquisa de campo, por meio de entrevistas e questionários aplicados entre grupos de feirantes produtores, produtores independentes, supermercados, pousadas e restaurantes. Os resultados obtidos mostraram que à medida que o turismo local cresce, gera um aumento na demanda por produtos agrícolas para suprir as necessidades de fornecimento de alimentos aos turistas e à população local que também está em crescimento. As pousadas e restaurantes entrevistados afirmaram dar preferência aos produtos locais por diversos fatores, tais como, preço, comodidade, estímulo a economia local e qualidade do produto. Quanto a este último ponto é referido ao fato dos produtos locais serem isentos de agrotóxicos, tendo sido constatado que todos os produtores entrevistados produzem alimentos orgânicos, embora não possuam a certificação, portanto isentos de agrotóxicos e outros tipos de produtos químicos.

PALAVRAS-CHAVE: Economia; Turismo; Agricultura Familiar; Agricultura agroecológica; Agricultura Orgânica.

ABSTRACT

SALES, Erika Rayanne da Silva. **TOURISM AND AGRICULTURE ON COUNTIES OF THE STATE OF RIO GRANDE DO NORTE COAST**: An evaluation about the affects of the tourist activities at the family farming's food production in the county of São Miguel do Gostoso/RN. 2017. Monograph (Bachelor of Economic Sciences). Department of Economy, Federal University of Rio Grande do Norte. Natal, 2017.

This research was realized with intention of understand if, being the tourist activitie an local development tool, also can to accomplish the function of incetivate the agriculture.

For it, was realized an case study in the São Miguel do Gostoso county, localized in the homogeneous microregion of the northeast coast, where was constated the existece of a virtuous relation, but no very knowed, between the dinamism of the coast tourism; the demand increase for agropecuary products; and offer increase of fruits and vegetables and greens, and other types of foods produced for family farmers from the county. Searching a best knowledge about this reality, was realized a case study, based in secondary data referring to economy and the agropecuary sector of the homogeneous microregion and, in special, of the São Miguel do Gostoso county besides an field research, made by interviews and questionnaires applied to groups of marketers producers, independent producers, supermarkets, hostels and restaurants. The results show that as local tourism expands, it generates an demand increase for agricultural products for to supply the necessities needs of tourists and the local population that also expands. The hostels and restaurants interviewed stated that they preferred local products because of several factors, such as price, convenience, local economy stimulation and product quality. About the latter point is related to the fact that local products are exempt from agrochemicals, and all producers interviewed produce organic foods, although they do not have the certification, thus exempt from agrochemicals and other types of chemical products.

KEY-WORDS: Economy; Tourism; Family Farming's; Agriculture agroecological; Organic Agriculture.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. PIB dos municípios da Microrregião do Litoral Nordeste.....	29
Gráfico 2. Estabelecimentos rurais em São Miguel do Gostoso.....	30
Gráfico 3. IDHM São Miguel do Gostoso – série histórica.....	32
Gráfico 4. Pergunta 1.3 do questionário (Apêndice A).....	40
Gráfico 5. Pergunta 1.4 do questionário (Apêndice A)	40
Gráfico 7. Pergunta 1.1 do questionário (Apêndice A).....	41
Gráfico 7. Pergunta 1.2 do questionário (Apêndice A)	41
Gráfico 8. Pergunta 1 do questionário (Apêndice B).....	43
Gráfico 9. Pergunta 2 do questionário (Apêndice B).....	43
Gráfico 10. Pergunta 7 do questionário (Apêndice B).....	45
Gráfico 11. Pergunta 8 do questionário (Apêndice B).....	45
Gráfico 12: Gasto com produtos agrícolas – mensal.....	46

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. IDH dos municípios da microrregião do Litoral Nordeste 2010.....	31
Tabela 2. Índice de Gini dos municípios da microrregião Litoral Nordeste.....	33
Tabela 3. Produtos, preços e faturamento da Rede solidária Xique Xique.....	40
Tabela 4. Critérios para se optar por produtos de origem local.....	44
Tabela 5. Vias de compras.....	46
Tabela 6. Gasto das pousadas e restaurantes com produtos agrícolas locais.....	47
Tabela 7. Produtos, preços e faturamento do produtor fornecedor de pousadas e restaurantes.....	48

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Mapeamento Litoral Nordeste.....	28
Figura 2: Investimentos realizados na 1ª fase do Prodetur/RN.....	36

LISTA DE ABREVIATURAS E/OU DE SIGLAS

PRODETUR – Programa de Desenvolvimento do Turismo

COMBRATUR – Comissão Brasileira de Turismo

PLANTUR – Plano Nacional de Turismo

BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

OMT – Organização Mundial do Turismo

EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo

CNTUR – Conselho Nacional de Turismo

FUNGETUR – Fundo Geral do Turismo

PND – Plano Nacional de Desenvolvimento

PIB – Produto Interno Bruto

IDH – índice de Desenvolvimento Humano

EMPROTUR – Empresa de Promoção Turística e Desenvolvimento do Turismo

COMTEUR – Conselho Municipal de Turismo

CONETUR – Conselho Estadual de Turismo

UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte

CERES – Centro de Ensino Superior do Seridó

AACC – Associação de Apoio a Comunidade do Campo

FADOC – Fundo de Apoio a Organizações Comunitárias

RESF – Rede de Economia Solidária e Feminista

SUMÁRIO

RESUMO.....	7
ABSTRACT.....	8
LISTA DE GRÁFICOS.....	9
LISTA DE TABELAS.....	10
LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....	11
LISTA DE ABREVIATURAS E/OU DE SIGLAS.....	12
INTRODUÇÃO.....	15
1 POLÍTICA DO TURISMO.....	18
1.1 ORIGEM E RECONHECIMENTO DO TURISMO COMO ATIVIDADE ECONÔMICA.....	18
1.2 POLÍTICA DO TURISMO EM CONTEXTO NACIONAL.....	20
1.2.1 EVOLUÇÃO DO TURISMO NO TERRITÓRIO BRASILEIRO.....	20
1.2.2 O TURISMO NO ESPAÇO RURAL BRASILEIRO.....	24
2 SÃO MIGUEL DO GOSTOSO NO CONTEXTO DOS MUNICÍPIOS DO LITORAL NORDESTE: Evolução e perspectivas socioeconômicas.....	27
2.1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO.....	27
3 METODOLOGIA.....	33
4 POLÍTICAS PÚBLICAS E CRESCIMENTO DO TURISMO NO MUNICÍPIO DE SÃO MIGUEL DO GOSTOSO: sol “sol e mar” ao desenvolvimento econômico e social.....	34
4.1 O TURISMO EM SÃO MIGUEL DO GOSTOSO.....	34

4.2 ESTUDO DE CASO: RELAÇÃO DO TURISMO COM A AGRICULTURA EM SÃO MIGUEL DO GOSTOSO.....	38
CONCLUSÃO.....	50
REFERÊNCIAS.....	53
APÊNDICES.....	55
APÊNDICE A.....	56
APÊNDICE B.....	59
APÊNDICE C.....	62

INTRODUÇÃO

O turismo tem sido considerado a um só tempo como uma atividade econômica e social, uma política pública e um instrumento de desenvolvimento regional que tem contribuído para a promoção do desenvolvimento econômico em todo o mundo, mesmo nas conjunturas de crises que ciclicamente têm ocorrido tanto nos países mais desenvolvidos quanto naqueles em desenvolvimento.

No Brasil esta atividade é vista como a grande janela de oportunidade para o desenvolvimento do país e das regiões menos desenvolvidas como é o caso do Nordeste. Por esta razão foram elaboradas diversas políticas públicas, ampliada a infraestrutura e criadas linhas de incentivos fiscais e institucionais voltadas para o desenvolvimento do turismo, entre os quais se incluem estudos e projetos, desenvolvimento institucional, saneamento, transporte, recuperação e proteção ambiental, recuperação do patrimônio histórico e melhoramento em Aeroportos, coordenados por agências governamentais em parcerias à instituições financeiras, onde foram criados planos, programas e projetos específicos para o desenvolvimento do mesmo, como a criação da Comissão Brasileira de Turismo (Combratur), o Plano Nacional de Turismo (Plantur) e o Programa de Ação de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur), elaborado por Governantes do Estado em conjunto com o Governo Federal e financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, agência internacional financiadora do programa.

No Rio Grande do Norte a atividade turística ganhou foco um pouco antes do Prodetur em meados de 1960, quando no governo Aluísio Alves foram dados os primeiros passos para implementação de políticas de apoio ao turismo, entre as quais se destacaram os investimentos em infraestrutura, ação considerada de maior necessidade para o desenvolvimento e acesso aos polos turísticos pelos empreendedores externos e locais, pelos visitantes e pela própria população estadual e local.

Na realidade, é a partir do Prodetur (1996-2000) que há um maior investimento no turismo potiguar. Na primeira fase os investimentos foram voltados especificamente ao tipo turismo “sol e praia”, o que fazia com que ocasionasse um aumento das desigualdades intrarregionais. O crescimento dos investimentos foi concentrado sobretudo na segunda fase, onde foram corrigidas as principais falhas do estágio I do programa, dando maior suporte à gestão das atividades. Houve o aumento da institucionalização do turismo no estado e

municípios, os investimentos passaram a ir até os interiores do RN, tirando o foco do turismo apenas “sol e praia”, e diminuindo as desigualdades intrarregionais.

Tais políticas foram muito significativas estatisticamente, segundo a pesquisa realizada por Rosa (2014). Uma importante mensuração diz respeito aos números de desembarques no Aeroporto Internacional Augusto Severo. Nos dez primeiros anos do século XXI (entre 2001 a 2011) ocorreu expressiva elevação no número de voos internacionais, chegando até 1.092 voos em 2005, com pequena queda no final desta década, ocasionada pela crise na Europa, fato esse resgatado com o aumento de número dos voos domésticos e dos visitantes latino-americanos, especialmente os argentinos. Assim, os voos domésticos, que em 2006 eram de 9.712, passaram a ser 20.914 em 2010, revelando um aumento de 215,3% (INFRAERO, 2010).

Muitos estudos e pesquisas foram realizados, todavia ainda são muito escassos os trabalhos que tratam das relações entre o turismo dentro do setor serviços e os demais setores da economia. Mais escassos ainda são as relações entre o turismo e a agricultura, em particular no que se refere ao aumento da demanda por alimentos que podem ser produzidos no âmbito dos próprios municípios onde estão inseridas as atividades turísticas.

São Miguel do Gostoso pode ser tomado como um caso paradigmático dentre os municípios litorâneos do estado do Rio Grande do Norte que dinamizaram sua agricultura como consequência do crescimento da atividade turística, particularmente no que se refere à produção de alimentos originados da agricultura familiar, anteriormente dedicada à produção de subsistência. Novos postos de trabalho foram gerados, novas correntes de rendas foram criadas, nova relações inter setoriais foram estabelecidas, porém pouco se sabe sobre a magnitude e a importância econômica e social deste processo e menos ainda sobre as lições que podem ser tiradas da experiência para os demais municípios e para o próprio São Miguel do Gostoso. Em resumo, quais foram os efeitos do crescimento da atividade turística sobre a demanda dos alimentos produzidos pelos agricultores familiares do município de São Miguel do Gostoso?

A hipótese deste trabalho é que este crescimento não somente foi significativo, como contribuiu para diversificar os equipamentos turísticos, criar novos canais de comercialização de insumos e produtos agropecuários e, contribuir para o fortalecimento da agricultura familiar na zona rural do município de São Miguel do Gostoso.

Na busca de resposta para a questão de pesquisa e para o teste da hipótese formulada, foram utilizadas pesquisas bibliográfica e documental, dados secundários disponíveis no IPEA, IBGE, Atlas Brasil e prefeitura do município estudado e questionários realizados em campo. Além disso, o trabalho estrutura-se nos seguintes itens além desta introdução: Política do Turismo, São Miguel do Gostoso no contexto dos municípios da microrregião homogênea do

Litoral Nordeste, Políticas Públicas e Crescimento do Turismo no Município de São Miguel do Gostoso e Conclusão, juntamente com os devidos anexos, apêndices, listas de gráficos, tabelas e siglas, e referências.

1 POLÍTICA DO TURISMO

1.1 ORIGEM E RECONHECIMENTO DO TURISMO COMO ATIVIDADE ECONÔMICA

A partir do século XX, sobretudo a partir o pós-guerra foi observada uma mudança de paradigma na sociedade capitalista. A mesma passou por uma transição de modernização, alterando o funcionamento processual em diversos âmbitos do sistema. O *boom* tecnológico foi fator decisivo para tal, que implicou dentre tantos fatores, numa nova regulamentação trabalhista, trazendo mudanças como férias remuneradas, aposentadoria, legislação social e estimulando uma necessidade por valorização e busca do bem-estar social.

Em conjunto com a modernização dos setores de transporte, comunicação e a necessidade de bem-estar, derivado do esgotamento físico e mental promovido pelas longas jornadas de trabalho, foi observado um aumento da busca por lazer. É quando a iniciativa privada passa a ver o turismo como uma atividade com grande potencial de geração de riqueza, abrindo portas para diversos segmentos além daqueles relacionados a lazer, como o turismo de negócios e acadêmico, e o próprio setor público, ao tratar do turismo não apenas como direito dos cidadãos por lazer, mas como uma significativa janela de oportunidade para estímulo ao desenvolvimento econômico, sobretudo naquelas regiões carentes de atividades econômicas que sejam suficientes para uma economia dinâmica, desenvolvida e menos desigual.

A atividade turística gradualmente ganha destaque e a principal observação acerca da mesma é sua capacidade de relacionar-se às demais atividades produtivas e de serviços – principalmente dentro do tripé transporte, hospedagem e alimentação – uma vez que esta abrange além do econômico, que passa a ser o principal, os espaços ambiental, cultural e social, pois como sugeriu o economista austríaco Herman Von Schullern Zu Schattenhofen “Turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado”.

Na verdade como constatou o professor da Universidade do estado de Michigan, Robert W. McIntosh¹, o turismo age de maneira a proporcionar muitos benefícios à equidade do

¹ McINTOSH, Robert; GOELDNER, Charles e RITCHIE, John. TURISMO: Planeación, Administración y Perspectivas. LIMUSA: México, 2000. 593p.

sistema² capitalista como todo. Isto porque tal atividade estimula a balança de pagamentos através de seus efeitos comerciais, com o próprio consumo dos produtos turísticos o que traz produção e geração de emprego, e seus efeitos de redistribuição de renda, quando o excedente de renda de um determinado grupo de pessoas é dirigido a outra localidade, muitas vezes carente de recursos como é observado no Brasil; assim como também é visto benefícios a partir do setor público, através dos gastos e receitas tributárias, e nos estímulos aos investimentos. Com isso o que se pode perceber como resultados, a medida que a política é aplicada de maneira planejada juntamente com os demais setores da economia, é uma estabilidade dos preços, além de demais efeitos como àqueles sobre a educação – ao estimular qualificação profissional e diversificação da cultura – e àqueles a que se diz respeito à geografia e meio ambiente como a organização e ordenação do território, assim como preservação e conservação dos ecossistemas.

Dessa forma, o turismo anteriormente visto apenas como uma atividade de lazer passa a constituir uma série de fatores a níveis globais que favorecem o crescimento e desenvolvimento econômico, possuindo um efeito multiplicador ³ positivo e muito relevante em muitos países. Tal efeito e magnitude agem inicialmente a partir dos investimentos e entrada de divisas mediante consumo, o que traz um impacto direto sobre o setor (efeito direto). Tal efeito estimula o aumento da demanda das empresas, que acabam por também aumentar compras a seus fornecedores que por sua vez seguem a mesma lógica, até que tal desencadeamento ultrapasse os limites do setor, partindo para setores paralelos e não paralelos, gerando emprego, renda e receita fiscal (efeito indireto). Uma vez gerada tal renda, a mesma faz com que haja novamente um aumento no consumo, poupança, investimento, entre outros (efeito induzido).

Ainda segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT) o turismo seria a “Soma de relações e de sérvios resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais (De la Torre 1992, p. 19)”.

² Termo utilizado por McIntosh (2000)

³ Conceito econômico introduzido pelo economista inglês John Maynard Keynes (1883-1946)

1.2 POLÍTICA DO TURISMO EM CONTEXTO NACIONAL

1.2.1 EVOLUÇÃO DO TURISMO NO TERRITÓRIO BRASILEIRO

As zonas costeiras, segundo Jean Gottmann (1973), tem grande valorização por se tirar das mesmas, grandes vantagens econômicas. Além dos recursos minerais e petrolíferos, agora a vasta biodiversidade abre portas para capitalização também da paisagem.

O turismo constitui, portanto, uma série de fatores a níveis globais que beneficiam o desenvolvimento da economia a partir de sua capacidade de gerar emprego, renda, consumo, investimentos, estabilidade dos preços, diminuição à dependência da indústria tecnológica como forma de alternativa ao crescimento econômico de certa localidade, estímulo à educação e proteção ambiental. Nessa ótica o poder público tem o papel de coordenação do processo de planejamento de legislação e regulamentação do empreendedorismo e incentivo.

No Brasil, apesar de suas paisagens naturais e vasta biodiversidade e diversidade cultural, a política do turismo foi planejada e implementada muito recentemente. Até então o Brasil vivia, já desde 1930, um forte induto nacional-desenvolvimentista, pondo em ascensão o enfoque de industrialização a partir de uma intensa participação estatal, vislumbrando um modelo fordista de produção que fazia da indústria atividade predominante para desenvolvimento do país e também porta de entrada à divisão internacional de trabalho. Entretanto como citado no tópico anterior, junto a modernização do capitalismo o resto do mundo foi observando o grande potencial do turismo como atividade econômica e mesmo que minimamente o Brasil passa a voltar a olhar à mesma. Os primeiros passos adotados foram de caráter institucional, a partir de Leis e Decretos como o Decreto n. 3.616 de 23/03/1932 que fixava a temporada de turismo no Distrito Federal, Lei n. 25 de 30/11/1937 que definia a Lei de proteção aos monumentos histórico e artístico nacional e o Decreto n. 2.240 de 23/07/1940 que regulava as agências de viagem e de turismo.

É apenas a partir da década de 1950, com o plano de metas do governo Juscelino Kubitschek que o turismo passa a ganhar mais visibilidade e possibilidades de inserção. Primeiro porque é a partir deste período que o próprio capitalismo passa a ser mais difundido no país e investimentos são realizados intensivamente nas mais variadas áreas, entre elas, o setor de comunicação, transporte e infraestrutura, sobretudo nas rodovias, visto que estradas no Brasil eram de péssimo estado por toda sua extensão. E segundo porque conseqüentemente à modernização do capitalismo, dá-se surgimento a uma nova classe, a classe média.

Foram estas então, ferramentas indiretas a impulsionar e expandir a visibilidade da atividade no país, porém ainda, de forma direta, foram postas em práticas apenas medidas de carácter institucionais, como a criação dos primeiros órgãos municipais de turismo em alguns estados como Minas Gerais e Salvador, a Comissão Brasileira de Turismo (Combratur)⁴ imposta pelo Decreto n. 44.863 de 21/11/58, por sua vez foi extinta em 1962, e a Lei n. 4.408 que origina a Divisão de Turismo e Certames do Ministério da Indústria e Comércio.

Apenas a partir de 1966 que políticas efetivas passam a ser direcionadas ao planejamento e desenvolvimento do turismo. O grande destaque se deu à criação da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur)⁵ e do Conselho Nacional de Turismo (CNTUR)⁶, A Embratur surge como uma autarquia cujo objetivo se traduz em tornar o turismo uma nova indústria nacional, a qual mais tarde, no governo Sarney, têm-se início à liberalização de tal mercado. Entretanto neste período a ideia era muito nova e o planejamento desorganizado, considerando uma postura rigidamente centralizada por parte da autarquia (BECKER, Bertha K., 2001)⁷. Por esta razão, ainda que na “era” militar tenha havido o ponta pé inicial às políticas voltadas ao turismo, considerando os investimentos em infraestrutura, comunicação, transporte, regulamentação da atividade a partir de órgãos, conselhos e autarquias e ainda a criação do Fundo Geral do Turismo (Fungetur)⁸, foi intensificado uma desigualdade a níveis inter-regionais no país, ainda mais acentuada com o famoso “milagre econômico”.

Com a implementação do II Plano Nacional de Desenvolvimento (II PND) a necessidade de descentralização, redistribuição de renda e desigualdade regional entra fortemente em pauta e novas políticas e medidas passam a ser tomadas na área do turismo. Entretanto é apenas após o período militar, em 1991, no governo Sarney, que é criada a política porta voz desta ação. Passou a ser articulado um debate e planejamento de um produto turístico

⁴ A COMBRATUR terá por finalidade coordenar, planejar e supervisionar a execução da Política Nacional de Turismo, com o objetivo de facilitar o crescente aproveitamento das possibilidades do país, no que respeita ao turismo interno e internacional. (Ferraz, 1992:33).

⁵ Embratur - Instituto Brasileiro de Turismo. A Embratur é a autarquia especial do Ministério do Turismo responsável pela execução da Política Nacional de Turismo no que diz respeito a promoção, marketing e apoio à comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional. (Embratur, 26.05.2015).

⁶ Decreto n. 55 de 18/11/1966

⁷ (BECKER, Bertha K. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. Caderno virtual de turismo. 2001).

⁸ O Fundo Feral de Turismo foi criado a partir do Decreto-Lei n. 1.191 de 27/10/71 com a finalidade de repassar recursos para financiamento de obras e serviços de carácter turístico.

mais sustentável e descentralizado, a fim de promover além da preservação e consciência ambiental, a diversificação e distribuição geográfica da infraestrutura acerca do país, descentralizando apenas do Sul e Sudeste, fazendo do turismo uma forma de desenvolvimento econômico regional. Tal plano foi nomeado de Plantur – Planejamento Nacional de Turismo. Com o intuito de redistribuição geográfica, o foco passa a ser no desenvolvimento do turismo nas regiões Norte e Nordeste – não apenas por isso e sim por enxergar tal atividade como a janela de oportunidade para retirar ambas as regiões, sobretudo Nordeste, da estagnação econômica que assolara os estados. A Embratur também passa a dar grandes saltos, detendo do poder legislativo e executivo do setor, realiza ações pertinentes que possibilitam o crescimento gradativo do mesmo. Tão logo se dá fim à liderança militar, esta passa a legitimar e regularizar a atividade nos mais variados âmbitos, como por exemplo, no que diz respeito às condições trabalhistas daqueles envolvidos com a atividade e incentivo à criação de sindicatos, caracterizando o turismo social.

A partir disso é criado o Prodetur – Programa de Desenvolvimento do Turismo, em 1996, com o propósito de desenvolver o turismo no Nordeste de modo a diminuir as desigualdades inter-regionais, cumprindo com inúmeras atribuições, dentre elas, elaborar estratégias de produtos turísticos que visassem a importância dos variados segmentos turísticos os tornando competitivos perante o mercado internacional, elaborar estratégias de comercialização buscando definir a imagem desejada para o segmento turístico que tendencia o local, bem como elaborar estratégias para sua efetiva comercialização, investir no fortalecimento institucional, devido à fragilidade identificada na gestão do turismo nos entes federativos, pretendendo fortalecer mais a institucionalização do setor na escala municipal, já que as ações da terceira etapa do programa contemplam contrato direto com o município, investir em infraestrutura e serviços básicos como melhorias de infraestruturas de acesso, transporte, água, saneamento e energia, bem como a viabilização de novas infraestruturas, investir na gestão ambiental dando importância a investimentos na avaliação e monitoramento ambientais permanentes, com fins a reduzir impactos negativos da atividade nos territórios.

Ambas as ações seguem uma direção desenvolvimentista, que por sua vez não é alvo de financiamentos externos, que focam em investimentos voltados à conservação ambiental. Desse modo tal política passa a apresentar ao governo federal um conflito de interesses onde as diretrizes desenvolvimentistas e ambientalistas se chocam, uma vez que tal política do turismo traz inúmeros agravantes ao meio ambiente. A qualquer modo, para tal desenvolvimento a iniciativa privada é primordial, porém no caso do Brasil a organização se deu a partir de um intermédio dos estados com o governo federal e o Banco Interamericano de Desenvolvimento

(BID)⁹ onde os estados captam as demandas dos municípios e repassam ao governo federal a fim de captar os recursos necessários. Tal estratégia acabou por acelerar consideravelmente a implantação da política na região.

Apesar disso a iniciativa privada tem grande representatividade a partir das agências de turismo e seus grandes esforços em estratégias de marketing para trazer o máximo de demanda aos destinos e por fim movimentar a economia local, regional e nacional. Se deu assim a descentralização da atividade e na verdade sendo observado grande parte dos investimentos voltados, sobretudo a região Nordeste – por causa da necessidade de encontrar uma atividade que tire a região da estagnação – porém tal descentralização pode apresentar um risco no que se diz respeito a uma abertura para concorrência e busca por competitividade de maneira desordenada e prejudicial na perspectiva socioambiental cultural e desordem e insustentabilidade institucional. Por tanto é preciso que a União regule a competição entre os estados.

No que diz respeito aos dados mais recentes, observa-se uma concretização da ascensão da atividade dentro da economia brasileira. Em 1990 o turismo representava apenas 0,24% de fluxo em comparação ao resto do mundo e 0,57% da receita mundial. Isso porque tal atividade passou a ser planejada e implementada já muito tarde e em um período em que o país passava por grandes transtornos geopolíticos, como demonstrado em linhas anteriores. Apesar disso o turismo configura-se entre os produtos mais importantes da pauta de exportação brasileira de bens de serviços (4,7% de seu total entre 87 e 90). Chegando até mesmo a superar as receitas do café, farelo de soja e suco de laranja, em 1991, ocupando a quinta posição da pauta exportadora brasileira (BECKER, Bertha K., 2001) e uma participação de 7,54% do PIB nacional em 1999, segundo a construção da matriz de insumo-produto de Casimiro Filho (2002), o que correspondia a 12,2% de empregos diretos relacionados ao turismo (ANDRADE, Poema Isis de Souza, 2014).

Em 2006 o setor de serviços turísticos representava 2,3% do PIB nacional, segundo o estudo de Takasago et. al. (2010), subindo para 5,0% se considerando os insumos e atividades demandados pelo setor que não são categorizados dentro do setor turísticos, porém possuem

⁹ Criado formalmente em 1959 a partir da proposta de Juscelino Kubitschek, respaldado no objetivo de desenvolvimento da América Latina.

forte relação, como é o caso do setor de transportes. Em 2010⁴ Souza (2014)¹⁰ constatou uma representação de 2,27% do turismo no PIB nacional de 2010.

Mesmo com tamanha significância do turismo na economia brasileira e suas políticas e investimentos nas últimas décadas tenham proporcionado tal destaque e avanços no que diz respeito a diminuição da desigualdade inter-regional, devido a uma política deficiente voltada predominantemente ao segmento sol e mar, sobretudo no primeiro Prodetur, foi ocasionado no início da aplicação da política um aumento do hiato do desenvolvimento intrarregiões, isto é, uma vez direcionados investimentos às regiões litorâneas dos estados nordestinos, as regiões interioranas destes sofreram com a desproporção de investimentos.

Todavia ao ser constatado o fato, logo em seguida com o segundo Prodetur e até então são impulsionados tanto investimentos públicos como privados nas regiões não litorâneas. Para isso vem sendo difundido cada vez mais uma transformação do significado do espaço rural e planejados, criados e lançados produtos turísticos dos mais variados segmentos como o de aventura, rural e ecoturismo que estão dando voz ao turismo fortalecido e diferenciado como forma de desenvolver àquelas economias mais precárias dos interiores dos estados brasileiros, sobretudo do Norte e Nordeste.

1.2.2 O TURISMO NO ESPAÇO RURAL BRASILEIRO

A partir do período pós-industrial ou pós-fordista, o meio rural vem se urbanizando acentuadamente em decorrência ao processo de industrialização da agricultura, impulsionado pelo progresso científico tecnológico como também pela revalorização do espaço rural como símbolo de qualidade de vida, ambos facilitados pela modernização dos transportes e meios de comunicação. O mundo rural atualmente não mais se remete a um ambiente de atividades agrícolas apenas e, portanto, é necessário encarar um novo conceito de rural, cujo este pode originar inúmeras outras funções, as quais se configuram como produtivas ou não. Este novo conceito meio rural configura-se como o processo de multifuncionalidade da agricultura ou multifuncionalidade do espaço rural, que atua sobre a unidade espacial, isto é, o objeto deste termo é a capacidade do espaço rural de cumprir com inúmeras funções associadas ao cultivo de alimentos ou não. O novo conceito observado a níveis internacionais traduz uma responsabilidade muito maior à ruralidade não observada antes. Um mesmo espaço pode

¹⁰ (SOUZA, Poema Isis Andrade: Setor de turismo, desenvolvimento econômico e desigualdade de renda: um estudo para a região Nordeste do Brasil a partir da matriz-insumo produto inter-regional. 2014)

cumprir com funções que percorrem as mais variadas áreas como o estímulo à economia e desenvolvimento social, preservação ambiental, patrimonial e cultural, estimulando a partir destas inúmeras atividades a serem realizadas dentro de um mesmo espaço. Esta nova fase do capitalismo emerge uma forte “onda” de empreendedorismo dentro destes meios, sobretudo de serviços.

Esse pós-industrial tem aberto portas ao que é chamado no exterior por *part-time farmer*, termo já citado por Graziano, o qual trata do agricultor como profissional da terra em período parcial, onde o tempo restante pode ser dedicado a outras atividades distintas à agricultura, mas ainda naquele mesmo ambiente rural. Trata-se, portanto de um trabalhador autônomo que exerce diversas atividades e formas de ocupação que agreguem à sua renda, configurando o conceito de pluriatividade. A pluriatividade¹¹ é uma prática muito antiga, todavia conceituada mais recentemente e observada dentro da unidade familiar. Caracteriza-se como pluriatividade, quando há a prática de duas ou mais atividades – sendo uma a agricultura e a outra ou demais, diretamente ou indiretamente relacionada, ou ainda totalmente independente à mesma – exercidas por uma ou mais pessoas de um mesmo grupo que se autodenomina família, em uma mesma unidade de produção e que, portanto, possuem uma renda cuja composição é proveniente não apenas da atividade agrícola.

Clássicos marxistas fundamentaram a ideia que a prática de atividades de fora da agropecuária em ambientes rurais, tinha um significado de proletarianização e empobrecimento das famílias que ali vivem. Entretanto, atualmente tem-se a pluriatividade como uma consequência da modernização dos meios de produção, uma vez que atividades como tratoristas, químicos e veterinários, por exemplo, são totalmente necessários no ambiente rural e que embora associados à agricultura quando exercidas no meio rural, se configuram como outro tipo de atividade.

Além de outras atividades se fazerem necessárias, outras foram e são constantemente originadas e inovadas como forma de somar à renda familiar. São atividades não necessariamente relacionadas a agricultura que estimulam uma maior participação dos membros da família nas receitas da família. A mulher por exemplo, cujo papel principal dentro do ambiente rural era o de afazeres domésticos ou o próprio auxílio à produção de alimentos, passa por um processo de empoderamento dentro do meio rural e atualmente vêm se destacando

¹¹ ANJOS, Flávio Secco dos . Pluriatividade e ruralidade: enigmas e falsos dilemas. 2001. ed. Universidade Federal de Pelotas: Estudos Sociedade e Agricultura, 2001. 54-80 p.

em atividades como o artesanato, liderança de cooperativas, envolvidas em empreendimentos gastronômicos, entre outros.

Dessa forma, o estímulo a pluriatividade no espaço rural é totalmente importante para o desenvolvimento econômico e também social, uma vez que estimulando novas atividades, há uma dinamização da economia local, agregação de renda das famílias e também incentivo à capacitação profissional e estímulo à educação, este movimento fora muito beneficiado pelo processo de interiorização das universidades a partir do governo Lula.

Tais estudos de multifuncionalidade e pluriatividade estimularam tanto um novo conceito de ruralidade como o próprio desenvolvimento do mesmo em diversos países e regiões, cujo assunto tem sido bastante pertinente na literatura brasileira e alvo de muitos objetos de estudo, sobretudo a quanto à temática da agricultura familiar – que é caracterizada como multifuncional –, mas o que se tem discutido nos últimos anos é a implementação de atividades do setor de serviços dentro do espaço rural como forma de desenvolver as regiões.

Todavia, pode ser ainda observado um estímulo a tais atividades a partir de uma revalorização e significado que os ambientes rurais vêm ganhando recentemente, muito derivada e explicada pela reinvenção dos valores humanos. Isto porque a priori os espaços urbanos representavam liberdade, desenvolvimento, civilização, pluralismo e grande variedade de estilo de vida, enquanto os espaços rurais representavam tradicionalismo, autoritarismo, conservadorismo e limitação de conhecimento (FROEHLICH, 2002) explicando a forte migração do campo para os grandes centros. Porém o que é visto atualmente é justamente uma busca por qualidade de vida e consciência socioambiental, passando a se tornar novamente tal espaço como um modelo alternativo de vida que se apresenta como uma possibilidade de enfrentar problemas sociais e econômicos do mundo contemporâneo (Froehlich, 2002; Mormond, 1987; Giuliani, 1990).

Ou seja, não apenas as autoridades passam a enxergar o espaço rural como uma oportunidade de desenvolver novas atividades, mas também e até mesmo justificado por isto, um olhar inovador das pessoas acerca de uma vida em maior contato com a natureza não mais associado a atraso, mas na verdade, a uma maior riqueza em termos de qualidade de vida e de conhecimento, tal como grandes oportunidades de novas fontes de renda via empreendedorismo e demanda por mão-de-obra nas mais diversas áreas.

Portanto em definitivo os ambientes rurais passam a ser associados não apenas à produção agrícola, mas também a um espaço grande diversidade a qual estimula uma vasta gama de serviços. O turismo então se torna uma atividade forte dentre estas de serviço introduzidas ao ambiente.

Inicialmente é preciso compreender que o turismo sobretudo brasileiro se tornou alvo de planejamentos e investimentos como forma de desenvolvimento regional, voltado para o tipo “sol e mar” ou “sol e praia” e por tanto, apesar de descentralizar recursos do Sul e Sudeste, acaba por ocasionar uma centralização dos recursos, dentro das regiões, apenas nas regiões costeiras. Por tal razão foi necessária uma medida de ação por parte do Estado e empresas para estimular a criação de novos produtos turísticos com foco na interiorização do mesmo, dando origem ao turismo rural.

Apesar do turismo rural estar caracterizado como uma nova função do campo e ganhar tal terminologia e inclusão na lista de segmentação de produtos turísticos, na verdade é uma prática já antiga e derivada sobretudo da agricultura passada e presente. Uma vez que seriam os grandes ciclos econômicos da agropecuária que trouxe traços marcantes às paisagens e por tanto atratividade aos espaços rurais. O ciclo do gado por exemplo, foi uma atividade agrícola que interligou todas as regiões e por tanto abriu fronteiras e estradas, hoje muito utilizadas para compor roteiros turísticos (RODRIGUES, 2000). Além deste, também pode ser citado o caso do ciclo do café, que traz hoje grande atratividade em cima dos patrimônios arquitetônicos e da própria história que os mesmos representam.

Desse modo pode ser considerado o turismo como uma atividade econômica muito apostada e intensificada nos últimos anos como forma de desenvolver regiões camponesas preconizadas. Todavia de forte ligação com a agricultura, seja pelos benefícios históricos deixados por esta, seja por sua capacidade de se relacionar ao turismo e vice-versa. As principais atividades turísticas encontradas em zonas rurais são àquelas pertencentes aos segmentos de ecoturismo, turismo de aventura, de educação e ainda o sol e mar naquelas também privilegiadas por região costeira.

Regiões com tais características podem apresentar forte desempenho no setor turístico e geralmente o mesmo segue como representante principal nas economias destas regiões, uma vez que, se tornam alvo de incentivo à atividade já desde o período do Prodetur I, quando os investimentos turísticos eram voltados ao tipo sol e mar, mas ainda mais recentemente, com a valorização do turismo rural e sua importância para o desenvolvimento do campo e da própria atividade primária destes espaços, a agricultura. Como é o caso do município de São Miguel do Gostoso, que será estudado nos próximos capítulos.

2 SÃO MIGUEL DO GOSTOSO NO CONTEXTO DOS MUNICÍPIOS DA MICRORREGIÃO HOMOGÊNEA DO LITORAL NORDESTE: Evolução e perspectivas socioeconômicas

2.1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO

São Miguel do Gostoso está situado na Microrregião Litoral Norte, em conjunto com os municípios de Maxaranguape, Pedra Grande, Pureza, Rio do Fogo, Taipu e Touros e faz parte do chamado Território do Mato Grande, composto por cerca de nove municípios além dos citados. Trata-se de um município cuja emancipação política se deu recentemente, em 1993, quando houve sua separação de Touros, definida pela Lei nº 6.452, de 16 de julho de 1993.

Figura 1: Mapeamento Litoral Nordeste



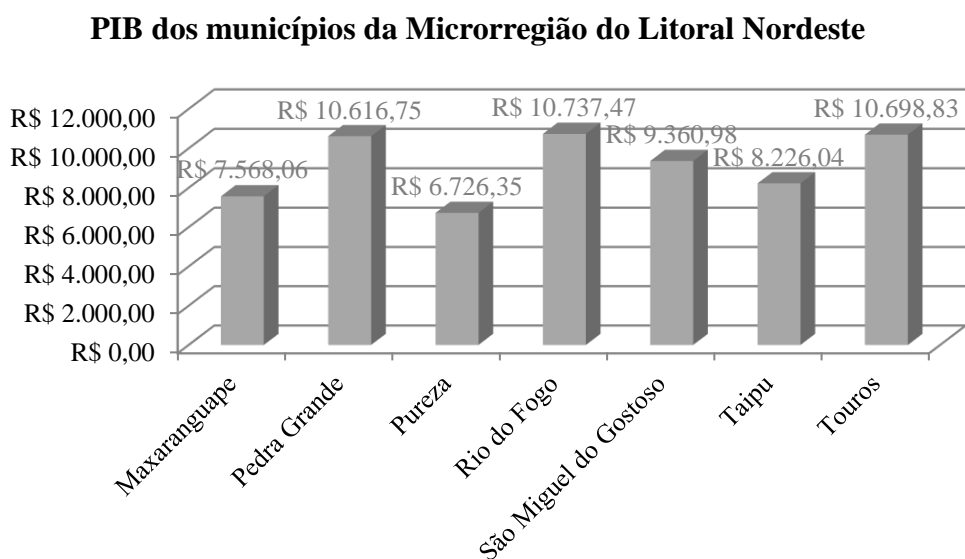
Fonte: Google imagens

A microrregião possui cerca de 85.448 habitantes e um total de 2.541,942 km², sendo em São Miguel do Gostoso 8.670 habitantes e 343,547 km², segundo censo demográfico do IBGE (2010) e estimado um total populacional de 9.606 habitantes para 2017, onde, 51,60% da população se refere a homens e 52,35% do total populacional vive em zona rural. Em termos populacionais, São Miguel do Gostoso fica na 5ª posição em comparação aos demais municípios da microrregião, a qual segue a ordem de Touros, Taipu, Maxaranguape, Rio do Fogo, São Miguel do Gostoso, Pureza e Pedra Grande.

São Miguel do Gostoso, caracterizado por um clima tropical, conta com a Caatinga como bioma predominante, porém possui um ecossistema diversificado, com praias, dunas e manguezais que favorecem a atratividade turística do local, rodeado por Oceano Atlântico em seus limites Norte e Leste, e as cidades Touros no Sul e Leste, e Pedra Grande e Parazinho ao Oeste. Tais características físicas propiciam uma aptidão regular à agricultura de pastagem natural, silvicultura, lavouras, com aptidão a ciclos longos e curtos.

Diante dos índices econômicos de 2014, conforme o gráfico 1 vê-se que o município se encaixa na 4ª posição do ranking dos demais municípios da microrregião, com um PIB a preços correntes de R\$87.366.000 e PIB per capita de R\$9.360,98, ficando à frente de Taipu, Maxaranguape e Pureza.

Gráfico 1: PIB dos municípios da Microrregião do Litoral Nordeste



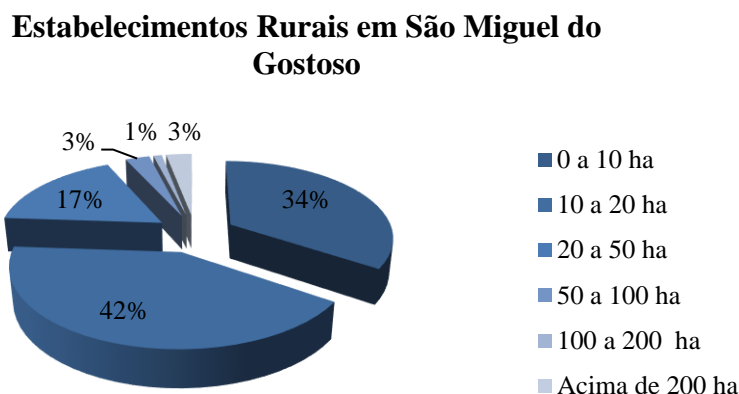
Fonte: IBGE - PIB dos municípios 2014

Deste Produto, têm-se 85,66% provenientes de Valor Adicionado, onde 7,72% se refere à agropecuária, 7,05% a indústria, 29,46% a serviços e 55,75% a transferências correntes com destino à administração pública, saúde e educação públicas e seguridade social. 14,34% do PIB é proveniente de receitas tributárias.

Com isso é observado que dentre os setores de atividade econômica, é o de serviços quem mais se destaca no município, sendo o turismo grande representante desta parcela. Entretanto, por se tratar de um município litorâneo e ao mesmo tempo com uma grande área rural, tal diversidade de paisagens em um mesmo ambiente funciona como mais um atrativo para os turistas, na medida em que a agricultura também se manifesta como uma atividade característica do meio rural com presença na cidade por intermédio dos agricultores, parte dos quais são feirantes, e dos aposentados rurais que adquirem produtos no comércio e das feiras localizados na cidade.

Grande parte dos estabelecimentos agropecuários são caracterizados por lavoura temporária (211), seguido por lavoura permanente (200), pecuária e criação de outros animais (135), produção florestal – florestas nativas (53), horticultura, fruticultura e floricultura (3).

Gráfico 2: Estabelecimentos rurais em São Miguel do Gostoso



Fonte: IBGE: Censo Agropecuário (2006)

Em 2006 apenas 27,14% da população que ocupava tais estabelecimentos eram mulheres – 365 comparado a 1.345 homens – o que mostra uma falta de oportunidades para as mulheres no ambiente de atividades rurais sujeitando as mesmas a procurar trabalho fora da zona rural ou em outras atividades dissociadas à agricultura. Atualmente em São Miguel do Gostoso tal paradigma já vem sendo mudado, uma vez que existe um forte e pertinente grupo de mulheres responsáveis pela produção de hortaliças orgânicas na região.

O crescimento do turismo, das atividades comerciais, da administração pública e da própria população urbana, contribuiu, como será visto, para o aumento significativo e gradativo do número de plantações orgânicas na região, como uma busca por aumento na qualidade de vida, juntamente com a perspectiva de tal benefício trazido a partir da ampla divulgação da importância da agricultura orgânica e dos alimentos saudáveis, muito acentuada nos últimos anos em todo o mundo.

O crescimento econômico, associado com a melhoria das condições de vida da população pode ser observado no Índice de Desenvolvimento Humano, já que o município ocupa a 2ª posição dentre os demais da microrregião, ficando atrás apenas de Maxaranguape. O IDH cumpre com o papel de dimensionar com maior precisão o desenvolvimento de uma

localidade, a níveis de bem-estar, uma vez que, o PIB *per capita* trata apenas da relação renda/total populacional, isto é, concentra-se apenas no âmbito econômico, e não traduz de fato o desenvolvimento em termos de qualidade de vida das pessoas de um determinado local, expressando uma distribuição de renda e aplicação efetivas, ou não, de investimentos públicos nos âmbitos da educação e saúde.

Para uma maior dimensão, o IDH agrega em seus cálculos a expectativa de vida – relaciona-se à saúde –, anos médios de estudo e anos esperados de escolaridade – relaciona-se à educação –, e o PIB *per capita* – relaciona-se a renda. Por tanto, quanto maior forem os investimentos em educação, ciência e tecnologia e saúde, maior será o IDH, cujo quociente varia de 0 a 1.

Deste modo fica claro que muito embora São Miguel do Gostoso esteja na 4ª posição de PIB *per capita* comparado aos demais pertencentes à mesma microrregião, quando comparado à expectativa de vida e níveis de escolaridade populacional, juntamente à renda per capita do município, o mesmo acaba por ocupar a 2ª posição em níveis de desenvolvimento humano – sendo Maxaranguape, último no ranking de renda, o 1º.

Tabela 1: IDH dos municípios da microrregião do Litoral Nordeste 2010

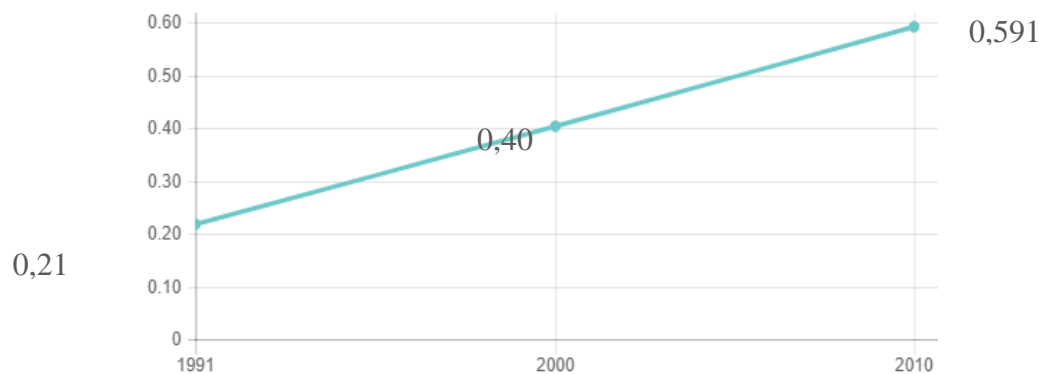
IDHM 2010	
Maxaranguape	0,608
Pedra Grande	0,559
Pureza	0,567
Rio do Fogo	0,569
São Miguel do Gostoso	0,591
Taipu	0,569
Touros	0,572

Fonte: IBGE (2010)

Apesar de ocupar o quarto lugar, no “ranking” do IDH, São Miguel do Gostoso vem apresentando um crescimento contínuo nos últimos anos, sendo a longevidade a dimensão que mais vem apresentando crescimento – atingindo um índice de 0,79 em 2010, seguido pela renda (0,558) e educação (0,468).

Gráfico 3: IDHM São Miguel do Gostoso – série histórica

IDH SÃO MIGUEL DO GOSTOSO – SÉRIE HISTÓRICA



Fonte: IBGE

O que isso indica é que a qualidade de vida em termos de saúde teve uma melhora gradativa. De 1991 a 2010 o município teve um crescimento populacional de 49,56%, ao lado de uma diminuição no número de óbitos ao nascer, passando de 67,9 por mil nascidos vivos em 1991 para 20,0 em 2010. Em 2014 esta proporção reduziu um pouco mais, passando para 19,05 por mil nascidos vivos. Este resultado foi ocasionado por diversos fatores como condições de parto, melhora na alimentação, habitação, pré-natal e assistência no pós-parto, o que pode ser atribuído à melhoria nas condições de saúde na localidade, ao aumento na expectativa de vida e à própria evolução da medicina. Apesar dos índices, porém, com um IDH de 0,591 São Miguel do Gostoso configura um município de baixo desenvolvimento humano (IDH entre 0,500 e 0,599), evidenciando que o crescimento econômico não se traduz em desenvolvimento, como também acontece no estado do Rio Grande do Norte e no Brasil como um todo.

Na realidade, tomando-se como referência o índice de Gini, que mede o grau de concentração da renda, verifica-se que São Miguel do Gostoso apresentou índices de 0,51, 0,54 e 0,51 em 1991, 2000 e 2010 respectivamente, com o terceiro melhor índice entre os demais municípios da microrregião, atrás de Pedra Grande e Taipu. Foi visto que embora São Miguel do Gostoso esteja na 4ª posição em termos absolutos de renda, sabe-se que tal resultado não expressa de fato os níveis de desenvolvimento humano do local – para isso têm-se a medida IDH – e tão pouco os níveis reais de distribuição de renda, que é o que indica de fato que um espaço é desenvolvido socioeconomicamente. Não obstante, as diferenças não são expressivas, indicando que São Miguel do Gostoso segue o padrão de desigualdade dos municípios que compõem a Microrregião Homogênea do Litoral Norte como um todo (Tabela 2).

Tabela 2: Índice de Gini dos municípios da microrregião Litoral Nordeste

GINI MUNICÍPIOS DA MICROREGIÃO LITORAL			
NORDESTE			
	1991	2000	2010
Maxaranguape	0,47	0,5	0,53
Pedra Grande	0,595	0,5059	0,4813
Pureza	0,4553	0,5208	0,5414
Rio do Fogo	0,46	0,5903	0,5232
São Miguel do Gostoso	0,51	0,547	0,5106
Taipu	0,4828	0,5701	0,4581
Touros	0,5306	0,6057	0,5189

Fonte: DATASUS

3 METODOLOGIA

Além dos dados de origem secundária utilizados nos capítulos anteriores para realização do levantamento bibliográfico, tais como os do IBGE, Ipea, Altas e DATASUS, para o estudo de caso que será apresentado a seguir foram utilizados dados primários coletados a partir de uma pesquisa exploratória-descritiva, seguindo procedimentos de aplicação de questionários e entrevistas realizados por uma pesquisa de campo em São Miguel do Gostoso.

A primeira etapa da pesquisa de campo foi realizada na feira que ocorre em todas as segundas-feiras no centro da cidade de São Miguel do Gostoso, a qual é formada por feirantes de municípios variados, enquanto numa outra, realizada nas quintas-feiras, é composta apenas por feirantes de origem local. Com isso foram localizados apenas 14 feirantes de origem local, dos quais 13 foram entrevistados e 10 destes pertencentes a uma mesma rede, sendo realizada também uma entrevista com a representante desta. Nessa etapa foram levantados dados tais como faturamento médio, proporção do consumo advindo de estabelecimentos turísticos em seu faturamento e principais produtos produzidos e comercializados.

Para a segunda etapa foram realizados questionários entre os supermercados e mercadinhos localizados no centro da cidade com o intuito de verificar a origem dos produtos agrícolas que estes comercializam. Segundo a população existem quatro supermercados maiores, dos quais três foram entrevistados. Além destes, foram realizados questionários em mais quatro mercadinhos pequenos, que foi o total localizado a partir de uma pesquisa exploratória.

Para a terceira etapa foram aplicados questionários em pousadas e restaurantes. Ao todo São Miguel do Gostoso possui aproximadamente 60 estabelecimentos de segmento de hospedagem, sendo que tal universo cai para metade disso se considerado que para o objeto de estudo são relevantes apenas àquelas que fornecem algum tipo de refeição, seja apenas café da manhã, ou restaurantes em seus interiores. Por esta razão, a fim de otimizar o tempo foram escolhidas pousadas localizadas no centro da cidade, onde há o maior fluxo de turistas, e a cima de 10 leitos, que poderiam apresentar uma proporção maior no uso de alimentos agrícolas. Com isso foram localizadas e aplicados questionários em 10 pousadas ao total. Os restaurantes, aplicados questionários em seis, também são localizados no centro e com os maiores fluxos de turistas segundo os moradores. Nesses estabelecimentos foram levantados dados e informações tais como, seus gastos mensais com produtos agrícolas, se são de origem local e por qual via adquirem os mesmos.

Ainda na visitação a tais estabelecimentos, foi passado o contato de seu principal fornecedor, e realizada uma entrevista com o mesmo, onde foram recolhidos dados de seu faturamento mensal e precificação de seus produtos.

4 POLÍTICAS PÚBLICAS E CRESCIMENTO DO TURISMO NO MUNICÍPIO DE SÃO MIGUEL DO GOSTOSO: do “sol e praia” ao desenvolvimento econômico e social

4.1 O TURISMO EM SÃO MIGUEL DO GOSTOSO

O crescimento da atividade turística não foi feito, nos seus primórdios, sem a existência de uma forte disputa pelos incentivos fiscais e creditícios entre os setores do turismo, da indústria e, principalmente da agropecuária, dominada pelas oligarquias agrário-exportadoras, de onde emergiram deputados, senadores e governadores desde o início do século passado,

quando o algodão arbóreo se destacava como o principal produto da economia agrícola e da pauta de exportação estadual.

Nessas condições, não poderia haver conflitos de interesses entre as oligarquias agrárias e os Poderes Executivo e Legislativo. O exemplo disto pode ser encontrado no primeiro hotel de grande porte do Rio Grande do Norte, o Grande Hotel, inaugurado em 1939, que tinha como proprietário um grande proprietário rural, representante da oligarquia algodoeiro-pecuária. Como é amplamente registrado na historiografia econômica do Rio Grande do Norte, a construção do Grande Hotel, em 1939, foi motivada pelo aumento da demanda por hospedagem para os militares das forças aliadas que chegavam a Natal para ocupar seus postos nas Bases Aérea e Naval de Natal, assim como pelo crescente aumento da demanda pelos visitantes ligados aos negócios agropecuários.

Apesar disso a iniciativa privada era muito escassa. Por esta razão na década de 1960 o Governo do Estado, naquele momento liderado por Aluísio Alves, resolveu incentivar construção de hotéis na capital e no interior do Estado, a partir de recursos próprios, do Governo Federal, da Aliança para o Progresso e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), com o intuito de impulsionar e dinamizar a economia regional. Para a administração destes, foi criada a Superintendência de Hotéis e Turismo (SUTUR) em 1964 (CAVALCANTI, 1993).

Esta ação pública foi impulsionada primordialmente pelo momento político do país, cuja era militar presava enormemente pela vertente nacional desenvolvimentista e dado ao atraso industrial em algumas regiões do Brasil, o turismo era uma grande alternativa de atividade nacional, para impulso do desenvolvimento do país, e ainda mais do Rio Grande do Norte, cuja atividade passa a ganhar um grande destaque visto que os investimentos aos polos industriais na região Nordeste eram exclusivamente concentrados em Pernambuco, Ceará e Bahia.

Em 1971 foi criada a Emprotur/RN (Empresa de Promoção Turística e Desenvolvimento do Turismo no RN) e já no ano seguinte realizado o primeiro levantamento das potencialidades turísticas e o inventário das potencialidades litorâneas do estado cuja abrangência ia de Baía Formosa à Areia Branca, incluindo os municípios da Microrregião Nordeste, Maxaranguape, Pedra Grande, Rio do Fogo e São Miguel do Gostoso, com exceção de Pureza e Taipu.

Os municípios litorâneos foram tratados como grandes potencialidades turísticas, devido a grande procura deste tipo de paisagem por parte dos visitantes. Na verdade, existem diversos segmentos da atividade atrativos ao público viajante que busca por novas experiências. Entretanto, o tipo “sol e mar” continua sendo o segmento com mais procura, e neste período quase que exclusivo.

Inicialmente o foco dos investimentos se concentrou em Natal, por intermédio de diversas medidas de ação e projetos, entre as quais se destacaram: criação do Bosque dos Namorados em 1975, depois incorporado ao Parque Estadual das Dunas, em 1977; transferência da administração do Aeroporto Internacional Augusto Severo do Ministério da Aeronáutica para Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (INFRAERO), em 1980, quando este passa a operar voos comerciais; inauguração do Centro de Convenções, em 1983; inauguração da Via Costeira em 1985; criação do Conselho Municipal de Turismo de Natal (COMTEUR) em 1985; criação do Conselho Estadual de Turismo (CONETUR) em 1989, entre outros. Tudo isto objetivando a concretização de um produto turístico na capital potiguar que pudesse competir com os demais estados especializados no mesmo segmento, que eram maioria na região Nordeste.

Posteriormente, com o Prodetur/RN I, em 1995, foram direcionados investimentos de infraestrutura em mais cinco municípios além de Natal, que foram Ceará-Mirim, Extremoz, Nísia Floresta, Parnamirim e Tibau do Sul, assim como reformas no Aeroporto, conforme ilustrado na figura 2 abaixo, a qual apresenta o total investido ao final do programa, em 2002, quando se iniciou a uma nova etapa do mesmo.

Figura 2: Investimentos realizados na 1ª fase do Prodetur/RN

Rio Grande do Norte						
Investimentos realizados pelo PRODETUR/RN (R\$) - 2002						
Localidade	Desenvolvimento Institucional	Obras Múltiplas			Total	%
		Estradas	Recuperação Ambiental	Saneamento		
Natal	-	3.254.296,86	1.529.788,11	8.403.582,40	13.187.667,37	23,10
Nísia Floresta	297.441,60	3.830.966,89	-	-	4.128.408,49	7,23
Parnamirim	297.441,60	2.556.488,89	-	-	2.853.930,49	5,00
Ceará-Mirim	297.959,50	1.455.563,20	-	-	1.753.522,70	3,07
Tibau do Sul	297.676,80	744.999,87	-	-	1.042.676,67	1,82
Extremoz	297.366,80	618.763,54	-	-	916.130,34	1,60
Estado do RN*	1.223.810,23	-	-	-	1.223.810,23	2,14
Subtotal	2.711.696,53	12.461.079,25	1.529.788,11	8.403.582,40	25.106.146,29	43,98
Aeroporto				31.966.458,20		56,01
Total Geral				57.072.604,49		99,99

* Refere-se aos órgãos do governo do Rio Grande do Norte: DER, SETUR, CMA, CAERN.

Fonte: FONSECA (2005, p. 129).

Assim, é apenas na segunda fase do Prodetur/RN que as ações públicas são melhor distribuídas entre os municípios do estado, onde passa a ser incluído o município de São Miguel do Gostoso.

O primeiro passo para desenvolver o turismo em São Miguel do Gostoso foi a construção da Rodovia RN-221, ligada a BR101. Esta medida foi primordial para a possibilidade de acesso para a execução e facilidade das atividades econômicas, mas sobretudo do turismo, se tratando de um setor de serviços cujo passeio é um dos itens principais dos produtos, onde o livre acesso é extremamente importante. A construção do Terminal Turístico da praia da Xêpa – bem localizada no centro da cidade, onde há o maior número de estabelecimentos hoteleiros e gastronômicos, atendendo a um maior número de turistas –, também foi medida inicial importante para o desenvolvimento da atividade. Tais medidas foram iniciadas ainda antes da implementação do Prodedur/RN II.

Quanto a este, as principais ações implementadas a serem destacadas, conforme constatado por Marcelo Taveira (2015, p. 213), foram:

Projeto de infraestrutura turística (2005), que implementou obras de sinalização e urbanização da cidade; construção do pórtico da entrada da cidade (2007), um monumento arquitetônico em forma de jangada com uma frase de boas-vindas aos visitantes; construção de praças e urbanização da cidade (2008); urbanização do pórtico da entrada de São Miguel do Gostoso (2008); estruturação de calçadas, canteiros e iluminação públicos; elaboração do plano diretor de São Miguel do Gostoso (2008), construído por uma equipe multidisciplinar da UFRN, mas que não foi aprovado pela Câmara Municipal de Vereadores e publicado em Diário Oficial; e a urbanização da orla marítima (2010), para a efetivação de obras de infraestrutura (calçadas, estacionamento, quiosques e banheiros públicos, iluminação e paisagismo) nas praias urbanas (Praia da Xêpa, Praia do Maceió, Praia do Cardeiro).
Marcelo Taveira (2015, p. 213),

No Prodetur/RN II foram escolhidos três polos dos quais foram solicitados recursos por parte da agência financiadora, o BID, para melhorias ainda na infraestrutura, sendo o Polo Costa das Dunas um destes, o qual como dito, São Miguel do Gostoso faz parte. Tal Polo passou recentemente (2011), por um processo de planejamento de desenvolvimento turístico por parte do Ministério do Turismo, bastante extenso, do qual no que abrange São Miguel tinha o intuito de elaborar e implementar um Plano de Fortalecimento de Gestão Municipal do Turismo de São Miguel do Gostoso – como também de Baía Formosa, Canguaretama, Maxaranguape, Rio do Fogo – como também elaborar e/ou revisar os Planos Diretórios, Códigos de Obra e Códigos

de Meio Ambiente de São Miguel – como também Maxaranguape, Rio do Fogo e São José do Mipibú.

Ações mais recentes como a criação do inventário turístico em 2014, em parceria com o curso de turismo da UFRN-CERES, a criação do conselho municipal de segurança e o de turismo, tal como os contínuos processos de urbanização ao longo da cidade, como iluminação, paisagismo da avenida central – o que faz com tenha atraído estabelecimentos comerciais e de serviços não apenas ligados ao turismo, mas que beneficia este, como postos de saúde, serviços bancários, transportes coletivos – e até mesmo o projeto de uma cidade 100% saneada, iniciada no ano vigente, 2017, vêm fortalecendo o desenvolvimento da atividade no município.

Apesar disso a maior problemática para o desenvolvimento do turismo em São Miguel do Gostoso assim como para o desenvolvimento de qualquer outra atividade do município, é o fato de este obter maior parte de seus recursos financeiros via Governo Federal, ou seja, devido às demais necessidades prioritárias como educação, saúde e segurança, ainda é pouco o direcionamento de recursos a fim de desenvolver os setores econômicos do município. Não dando suporte suficiente para a atividade turística, nem para os pequenos produtos agrícolas, por exemplo, que exercem papel importante na comunidade local.

4.2 ESTUDO DE CASO: RELAÇÃO DO TURISMO COM A AGRICULTURA EM SÃO MIGUEL DO GOSTOSO

Com o intuito de verificar se existe uma relação virtuosa do turismo com a agricultura foi realizada uma pesquisa de campo no município de São Miguel do Gostoso onde foram aplicados questionários ao público consumidor dentre os quais se destacam pousadas, restaurantes, supermercados e a própria população local, e o público ofertante, dos quais se incluem os produtores e feirantes não produtores.

Foram localizados 14 feirantes, sendo aplicados questionários entre 13 dos quais todos são pequenos produtores e dez destes pertencem a uma mesma rede. Estes são agricultores integrantes da Rede de Comercialização Solidária Xique Xique, fundada há 13 anos e embasada numa filosofia de agricultura agroecológica, autossustentável, socialmente justa, economicamente viável e ainda estimuladora do empoderamento feminino dentro das comunidades rurais. Também preza pela igualdade de gênero e idade, uma vez que há incentivo à inclusão de jovens dentro da produção, visto que, gradativamente as gerações seguintes, dadas as dificuldades da atividade agrícola, partem do meio rural em busca de outras fontes de renda

e muitas vezes dão fim a uma atividade de produção agrícola uma vez iniciada por entes passados – esta observação foi feita entre os próprios moradores, feirantes e produtores da cidade, ao ressaltarem o número decrescente de produções na região, em decorrência à seca e por tanto desinteresse da população jovem em seguir com a atividade.

A rede inclui vários municípios do estado, dentre eles, Mossoró, Apodi, Natal e São Miguel do Gostoso, e agrega um grande número de trabalhadores rurais, a frente de inúmeros projetos já finalizados, tais como o AEGRE/MDA – “Agroecologia, economia solidária e feminismo: Alternativa para organização das mulheres agricultoras da Rede Xique Xique/RN”, Projeto Rede Brasileira de Comercialização Solidária – REDE COMSOL, FADOC – Fundo de Apoio a Organizações Comunitárias e o Projeto Rede de Economia Solidária e Feminista – RESF¹². Visando novos até mesmo com a União Europeia, configurando uma grande possibilidade de visibilidade do tipo de agricultura e oportunidade para o crescimento destes pequenos agricultores integrantes à Rede. Em São Miguel do Gostoso a mesma é formada por 10 pequenos agricultores, onde todos produzem num mesmo espaço e vendem os produtos a um mesmo preço. Isto é, existe uma padronização da produção entre os integrantes. Por esta razão, o faturamento médio de cada pequeno agricultor é equivalente.

Dentre os produtores feirantes tanto da Rede quanto os produtores independentes, ao serem questionados quanto ao seu consumidor principal, 100% responderam população local (gráfico 4), dentre as opções supermercados, hotéis pousadas e restaurantes e população, considerando este público detentor de cerca de 60% de suas receitas. Apesar disso 63,64% dos entrevistados respondeu que os hotéis, pousadas e restaurantes também contribuem significativamente para sua renda (gráfico 5), muito embora não tenham estabelecido um dado exato em termos monetários quanto a real participação deste mercado consumidor em suas receitas.

¹² REDE Xique Xique: Blog da Associação de Comercialização Solidária Xique Xique. Disponível em: <<http://redexiquexique.blogspot.com.br/p/projetos.html>>. Acesso em: 02 dez. 2017.

Gráfico 4. Pergunta 1.3 do questionário (Apêndice A)



Gráfico 5. Pergunta 1.4 do questionário (Apêndice A)



Fonte: Elaboração própria (2017)

Ao montar a tabela de precificação dos produtos vendidos apenas pela rede Xique Xique, foram encontrados os seguintes resultados:

Tabela 3: Produtos, preços e faturamento da Rede solidária Xique Xique

PRODUTO	PREÇO
Alface (pés)	R\$ 2,00
Coentro (pés)	R\$ 0,70
Rúcula (pés)	R\$ 1,50
Couve (pés)	R\$ 1,50
Cebolinha (pés)	R\$ 1,00
Tomate Cereja (bandeija)	R\$ 3,00
Manjeriçao (pés)	R\$ 1,00
Hortelã (pés)	R\$ 1,50
Berinjela	R\$ 0,50
Beterraba (kg)	R\$ 3,50
Espinafre	R\$ 1,50
Total médio de faturamento por feira	R\$ 300,00
Total médio de faturamento por mês	R\$ 2.400,00
Total médio de faturamento da rede São Miguel	R\$ 24.000,00

Fonte: Elaboração própria (2017)

Não se tendo estabelecido uma quantidade exata de venda para cada produto, foi estimado entre os feirantes, uma receita aproximada para cada um deles, de R\$300,00 por feira. Considerando que existem duas feiras semanalmente no município foi encontrado um resultado de receita mensal de R\$2.400,00 aproximadamente, ou R\$28.000,00 anual. Destes, como dito, 40% ou menos provem de hotéis, pousadas, restaurantes e supermercados.

Ao serem – tanto os feirantes produtos da Rede quanto os produtores independentes – questionados quanto a existência de algum programa de fidelização de clientes, 77%, ou 10 dos feirantes questionados, informaram possuir um programa de fidelização do cliente, sendo justamente estes os feirantes da rede, uma vez que, ao repassar ao consumidor a história e filosofia da rede, tal como por se tratar de alimentos agroecológicos, isto é, livres de agrotóxicos, porém sem certificação de produção orgânica, conquistam sua clientela fixa.

Gráfico 6. Pergunta 1.1 do questionário (Apêndice A)

Você faz parte de associação, cooperativa ou rede?

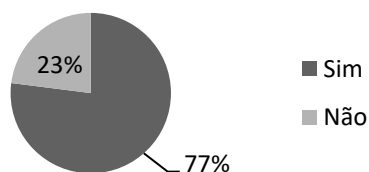
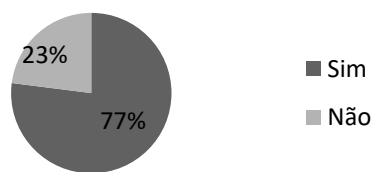


Gráfico 7. Pergunta 1.2 do questionário (Apêndice A)

Existe algum tipo de programa de fidelização do cliente?



Fonte: Elaboração própria (2017)

Ainda sobre o ponto agrotóxicos foi observado que 100% dos feirantes produtores questionados, dentre os da rede e independentes, não trabalham com o uso de agrotóxicos e 92% apontarem que existe o interesse e/ou exigência por parte da população por produtos livres de agrotóxicos.

Foi ainda realizada uma entrevista com Katiane, a frente das questões burocráticas e administrativas da rede Xique Xique em São Miguel, que afirma considerar o turismo não apenas impactante nas receitas dos produtores da rede, como em um contexto geral aos novos paradigmas e vertentes que a agricultura em São Miguel do Gostoso vem a passar, destacando a rúcula, alface, couve, manjeriço, hortelã, tomate cereja e limão como os principais produtos demandados por estabelecimentos de segmento turístico – incluem-se aqui os restaurantes. Diz ainda que os produtores se beneficiam da atividade turística no sentimento em que estimula o fortalecimento da produção local através da demanda por produtos frescos e de qualidade, com sabor de excelência, incentivando a produção agroecológica e por tanto promovendo uma maior valorização da produção de origem local e às formas alternativas de agricultura que não agridam a natureza e saúde humana.

Quando questionados dos maiores impasses encontrados pela rede, foi respondido que esta é carente de assistência técnica por parte dos órgãos públicos, e que a Associação de Apoio a Comunidade do Campo (AACC), projeto administrado pelo RN Sustentável, cujo papel segue em estabelecer um elo entre a produção e a comercialização, passou a agir de forma menos ativa nos últimos anos. Apesar disso, segundo informações de dentro do RN sustentável, de fato os projetos direcionados a comunidade rural sofreram uma queda, porém àqueles já estabelecidos continuam em vigor e em processo de implementação, entretanto, com um maior direcionamento a cooperativas e associações – a Xique xique se trata de uma rede.

Por esta razão, Katiane afirma ser o turismo em São Miguel do Gostoso uma importante ferramenta a complementar a agricultura no município, faltando uma iniciativa por parte da prefeitura de algum programa que alinhe essas duas atividades de modo a beneficiar ambas. Apesar da crítica, Katiane afirma não existir nenhuma estratégia mercadológica para fidelizar grandes comerciantes turísticos, com o intuito de conseguirem uma parceria, ou estabelecer contratos como fornecedor principal. Ainda dentro da feira, foram encontrados dois feirantes não produtores, que informaram trazer tais produtos de fora, cuja produção existe dentro do município, por questão de preço.

Questionários entre supermercados também foram realizadas, sendo aplicados nos três maiores e mais conhecidos do município e em quatro mercados pequenos. Quando questionados a origem de seus produtos agrícolas, 100% dos mercadinhos informaram ser de origem local, enquanto dos supermercados maiores, apenas um deles comercializa 100% de produtos agrícolas provindos da produção local, justificando sua escolha por motivos de valorização da produção e economia local, além da comodidade em não se deslocar, o que também requer

custos. Os outros dois ainda maiores que o anterior, embora tenham a preferência por produtos da região, recorrem a produtos de fora por questão de oferta, isto é, nem todos os produtos que comercializam estão disponíveis ou são produzidos dentro de São Miguel.

Na segunda parte da pesquisa foram aplicados questionários dentro dos estabelecimentos comerciais de segmento turístico que utilizam produtos agrícolas para fornecimento de alimentos a seus clientes, assim como também, em restaurantes independentes. Ao todo, foram aplicados questionários em 16 estabelecimentos, dois quais dez foram pousadas, e seis foram restaurantes. Dessa forma em termos de porcentagem, tivemos 62,5% dos estabelecimentos questionados categorizados como Pousada e 37,50% como restaurante.

Quando questionados quanto a origem dos produtos agrícolas utilizados no estabelecimento, 68,75% (ou 11 estabelecimentos) informou ser de origem local, contra 31,25% que respondeu por ser tanto de origem local, como de fora do município. Nenhum estabelecimento visitado informou ser apenas de fora do município.

Gráfico 8. Pergunta 1 do questionário (Apêndice B)

Qual o tipo do estabelecimento?

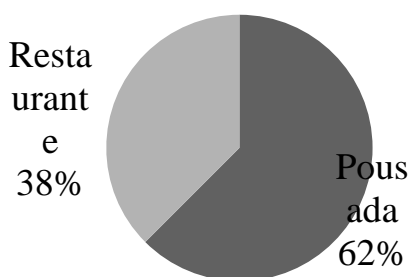
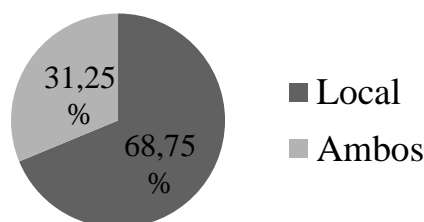


Gráfico 9. Pergunta 2 do questionário (Apêndice B)

Qual a origem dos alimentos



Fonte: Elaboração própria (2017)

Os motivos que levam estes que optam por produtos de dentro do município são vários, porém oito dos onze estabelecimentos incluem o critério comodidade como causa principal (tabela 4). O motivo preço aparece em seis estabelecimentos, tal como o motivo qualidade do

produto. Estimular a economia local apareceu duas vezes na opção “outros motivos” dentro do questionário, e quando apareceram, não esteve acompanhado pelo motivo preço, o que indica que por mais que haja um reconhecimento de que por ora alguns produtos possam ser encontrados a preços menores fora do município, estimular a agricultura local, assim como a qualidade dos produtos, em serem frescos e livres de agrotóxicos, tal como a própria comodidade, sobressai ao fator preço.

Tabela 4: Critérios para se optar por produtos de origem local

Critérios	Nº estabelecimentos	%	
		Respostas	
Preço, comodidade e qualidade do produto	3	27,27%	
Comodidade	2	18,18%	
Comodidade, qualidade do produto e estimular a agricultura local	1	9,09%	
Preço	1	9,09%	
Qualidade do produto	1	9,09%	
Preço e qualidade do produto	1	9,09%	
Preço e comodidade	1	9,09%	
Comodidade e estimular a economia local	1	9,09%	
Total Geral	11	100,00%	

Fonte: Elaboração própria (2017)

Sobre os pontos citados anteriormente, isto é, qualidade do produto, comodidade e estímulo à agricultura local, 100% dos estabelecimentos indicaram optar por alimentos livres de agrotóxicos – embora 43,75% dos estabelecimentos, o que corresponde a 7 dos 16, responderem não ao questionamento de se existe uma exigência dos clientes por alimentos orgânicos – e considerar importante a valorização da produção local para estímulo à atividade agrícola local e portanto à economia da cidade, apesar de apenas seis dos onze, considerarem a qualidade do produto um motivo relevante e dois o estímulo à atividade.

Gráfico 10. Pergunta 7 do questionário (Apêndice B)

O estabelecimento opta por alimentos isentos de agrotóxicos?

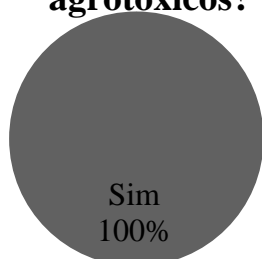
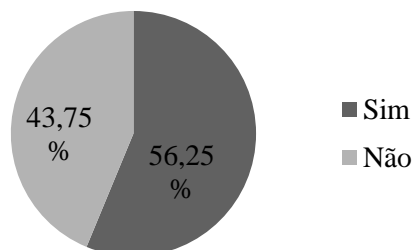


Gráfico 11. Pergunta 8 do questionário (Apêndice B)

Existe uma busca dos clientes por alimentos isentos de agrotóxicos?



Fonte: Elaboração própria (2017)

O exposto indica que a maioria – 68,75% – dos estabelecimentos turísticos visitados optaram por produtos locais, ainda não seja por uma questão de conscientização à valorização dos pequenos produtores e a uma agricultura livre de agrotóxicos, mas por questão de comodidade. Já àqueles que optam por ambas as origens, isto é, utilizam produtos agrícolas advindos tanto da produção local, quanto de fora, que representam 31,25% do total de estabelecimentos visitados ou cinco, quatro indicaram ser por questão de oferta, ou seja, nem todos os produtos que necessitam estão disponíveis dentro do município e acabam por recorrer à representante da Ceasa no município, ou a feirantes – que nem sempre são de São Miguel – e supermercados, que não sabem ao certo a origem do produto. Um deles informou ser por questão de oferta e preço.

Ao questionar a todos os estabelecimentos por qual via eles adquirem os produtos, as feiras aparecem 12 vezes, supermercados e produtores direto aparecem sete vezes e distribuidoras apenas duas vezes (tabela 5). O que confirma a preferência dos estabelecimentos pelos produtos locais, embora o fato de a opção feiras aparecer mais vezes não necessariamente indique que todos que optaram por esta, sejam consumidores diretos de produtores locais, visto que existe um número considerável de feirantes de fora do município, entretanto dos 68,75% de estabelecimentos que informaram optar por produtos locais, àqueles que optam por comprar em feiras, vão à feira das quintas-feiras, formada apenas por feirantes locais – e não necessariamente produtores.

Tabela 5: Vias de compras

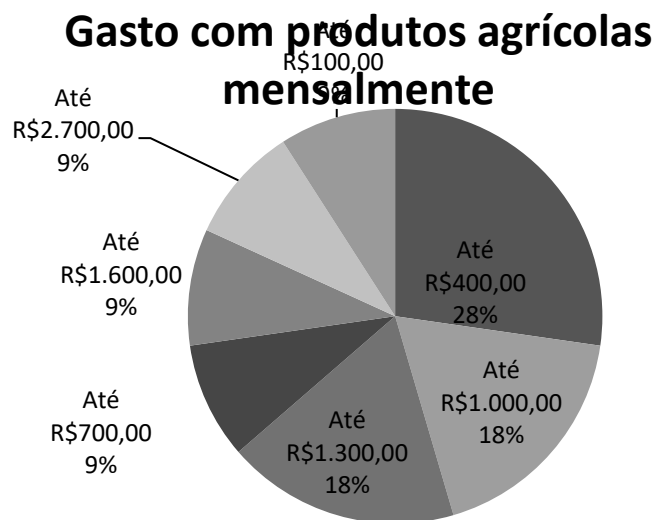
Vias de compras	Nº estabelecimentos	% Respostas
Feiras e supermercados	4	25,00%
Feiras	4	25,00%
Direto do produtor	2	12,50%
Feiras e produtor	2	12,50%
Supermercados e produtor	1	6,25%
Produtor e distribuidoras	1	6,25%
Feiras, supermercados e distribuidoras	1	6,25%
Feiras, supermercados e produtor	1	6,25%
Total Geral	16	100,00%

Fonte: Elaboração própria (2017)

Sobre os principais produtos utilizados em todos os estabelecimentos, destacam-se as folhagens como alface, rúcula, hortelã e manjericão, mas legumes, verduras e frutas têm a necessidade proporcional, porém pela escassez de produção de frutas dentro do município, se destacam limão e banana.

Em termos de gastos com estes produtos, para àqueles estabelecimentos que responderam por adquirirem os produtos apenas de origem local, foram encontrados os seguintes resultados:

Gráfico 12: Gasto com produtos agrícolas - mensal



Fonte: Elaboração própria (2017)

Quando analisados tais valores anualmente, tem-se um valor total gasto, em média, de R\$130.000,00 (tabela 6), o que indica uma receita anual no mesmo valor a comerciantes locais, sejam produtores ou proprietários de supermercados. Entretanto, como já analisado, maior parte dos mercadinhos e supermercados têm os produtores locais como maioria de seus fornecedores de produtos agrícolas, sendo recorrido a produtos de fora do município, àqueles que não são produzidos no município, o que conseqüentemente faz com que maior parte deste gasto anual direta ou indiretamente, seja receita dos produtores de São Miguel do Gostoso.

Tabela 6: Gasto das pousadas e restaurantes com produtos agrícolas locais

Valor mensal	Estabelecimentos	Total mensal	Total anual
Até R\$ 400,00	3	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00
Até R\$ 1.000,00	2	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00
Até R\$ 1.300,00	2	R\$ 2.600,00	R\$ 31.200,00
Até R\$ 700,00	1	R\$ 700,00	R\$ 8.400,00
Até R\$ 1.600,00	1	R\$ 1.600,00	R\$ 19.200,00
Até R\$ 2.700,00	1	R\$ 2.700,00	R\$ 32.400,00
Até R\$ 100,00	1	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
			R\$ 130.800,00

Fonte: Elaboração própria (2017)

Quando foi analisado os estabelecimentos que utilizam produtos de ambos as origens, local e não local, é encontrado um gasto anual de R\$45.600,00 dos quais cerca de 50% ou mais se refere a gastos com produtos locais, já que, segundo estes estabelecimentos, que correspondem a 31,25% (ou 5) do total, a maioria dos produtos utilizados são produzidos no município e apenas àqueles que não são ofertados são adquiridos externamente.

Ao realizar as pesquisas nesses estabelecimentos, foram apontados pelos restaurantes e também por duas pousadas de grande porte, dois produtores de produtos agrícolas que se enquadram como fornecedores principais, sendo realizada uma entrevista com o fornecedor principal e com um maior número de produção.

Ao entrevistar este produtor, que não participa das feiras e trabalha em conjunto com familiares, foi afirmado por ele que cerca de 65% de seu faturamento mensal corresponde ao consumo de estabelecimentos turísticos e restaurantes, enquanto os outros 35% correspondem

a supermercados e casas de família. Mensalmente o produtor possui um faturamento médio de R\$11.484,00 (tabela 7), o que corresponde a R\$137.000,00 de receita anual. Portanto se estabelecimentos de segmento turístico e restaurantes têm uma participação de aproximadamente 65% em suas receitas, tem-se que de seu faturamento mensal, R\$7.464,00 provém da consumação turística ou de restaurantes, o que para valores anuais, corresponde a uma receita de R\$89.000,00 aproximadamente.

Tabela 7: Produtos, preços e faturamento do produtor fornecedor de pousadas e restaurantes

Produto	Quantidade Total	Quantidade supermercado e população	Preço supermercado	Quantidade Pousadas e restaurantes	Preço Pousadas e restaurantes	Receita Total
Alface (pés)	1200	420	R\$ 1,50	780	R\$ 3,00	R\$2.970,00
Coentro (pés)	1200	420	R\$ 0,60	780	R\$ 1,20	R\$1.188,00
Rúcula (pés)	1200	420	R\$ 1,00	780	R\$ 2,00	R\$1.980,00
Couve (pés)	1200	420	R\$ 1,00	780	R\$ 2,00	R\$1.980,00
Cebolinha (pés)	1200	420	R\$ 1,00	780	R\$ 2,00	R\$1.980,00
Tomate						
Cereja (kg)	120	42	R\$ 5,00	78	R\$ 10,00	R\$ 990,00
Manjericão (pés)	120	42	R\$ 1,00	78	R\$ 2,00	R\$ 198,00
Hortelã (pés)	120	42	R\$ 1,00	78	R\$ 2,00	R\$ 198,00
						R\$11.484,00

Fonte: Elaboração própria (2017)

Quando questionado se existe alguma diferenciação do produto que faz com que os consumidores o fidelizem como fornecedor, foi respondido que, além de o fato de seus produtos serem livres de agrotóxicos, cumprem com as necessidades dos estabelecimentos uma vez que, ao demandarem produtos o mais frescos possível, o produtor fornece serviços de entrega. Para

este produtor o turismo vem como ferramenta fundamental para o estímulo a sua produção, originando grande parte de suas receitas e, portanto, lhe garantindo renda.

CONCLUSÃO

No presente trabalho foi realizado um apanhado teórico para discorrer sobre a evolução do turismo como uma atividade econômica no mundo. Quando trazido para a realidade brasileira, foi observado durante seu processo de desenvolvimento e implementação no país, grande relevância nas economias dos municípios litorâneos da região Nordeste, com o intuito de diminuir o hiato de desigualdade inter-regional. Entretanto tal política acaba por ocasionar uma desigualdade intrarregional, ao direcionar maior parte dos investimentos a regiões do litoral em contrapartida que os municípios rurais sofriam de escassez de recursos, acarretando numa migração do campo para cidade, prejudicando as produções agrícolas familiares nos interiores dos estados. Tal processo não foi diferente no estado do Rio Grande do Norte.

Apesar de uma resistência em um primeiro momento à implementação da atividade turística por parte das grandes oligarquias do RN, foi observado que no caso dos municípios do Litoral Nordeste, há condições climáticas e geográficas, que proporcionaram às cidades pertencentes a este, vantagens de direcionamentos de investimentos turísticos de modo a estimular a atividade e portanto a economia local, ao mesmo tempo em que no mesmo espaço havia e há assentamentos de produção agrícola de agricultores de origem familiar. Isto é, zonas configuradas como rurais, porém, litorâneas.

No estudo de caso foi escolhido o município de São Miguel do Gostoso, por se destacar como destino turístico entre àqueles pertencentes ao Litoral Nordeste. Ao serem aplicados questionários entre feirantes produtores, apesar de todos indicarem serem casas de família os maiores responsáveis por suas vendas, seguidos de supermercados e depois restaurantes e pousadas, deve-se relevar o fato de estes realizarem suas vendas apenas nas feiras, e não se configurarem como fornecedores diretos de estabelecimentos turísticos, portanto, não terem conhecimento ao certo da identificação do comprador quando chegam às bancadas.

Por esta razão questionários também foram aplicados nos estabelecimentos turísticos, que trabalham com fornecimento de refeições, e restaurantes e afirmaram optar por produtos de origem local, inclusive sendo comprados em sua maioria através das feiras, o que indica que de fato os feirantes podem não ter tamanha dimensão do quanto de seu faturamento provem do turismo, pela falta de identificação dos representantes dos estabelecimentos, como também de supermercados, que embora muitas vezes possa se ter o receio da real origem dos produtos, ao serem realizados questionários dentro dos maiores supermercado da cidade, afirmaram também

optar pelos produtos locais, recorrendo aos de fora apenas para aqueles não produzidos internamente. Já entre os mercados menores, foi afirmado pelos representantes destes, que os produtos vendidos são de origem local.

Quando realizada entrevista com um produtor, não feirante, mas principal fornecedor de pousadas e restaurantes, foi constatado uma relação virtuosa do turismo com a produção, sendo os estabelecimentos turísticos e restaurantes responsáveis por cerca de 65% de suas receitas.

Por tanto a partir dos resultados obtidos, foi observado que existe uma alta demanda por parte dos estabelecimentos turísticos e restaurantes por produtos agrícolas de origem local, se tornando positiva a hipótese estabelecida na pesquisa, isto é, a de que existe uma relação positiva do turismo com a agricultura no município de São Miguel do Gostoso, apesar da constatação de que existe uma falta de alinhamento das atividades assessorada e impulsionada pela prefeitura. O que acontece é que o motivo predominante da maior parte dos estabelecimentos optarem por produtos agrícolas locais, ser por caráter de comodidade, existindo demais motivos, tais como preço, estímulo e qualidade do produto – fazendo ponte aqui ao fato de se tratarem de alimentos sem uso de agrotóxicos – mas que se talvez houvesse alguma iniciativa por parte da prefeitura de contribuição do alinhamento das atividades, tal relação pudesse ser ainda mais vantajosa e grandemente impactante para ambos os setores.

Quanto ao ponto da qualidade do produto, embora não seja fator predominante para o consumo das pousadas e restaurantes e apesar de não ter se constituído como um dos objetos da pesquisa, foi observado que, entre os produtores entrevistados, 100% deles produzem alimentos livres de agrotóxicos, e todos se configuram como pequenos produtores, tanto de origem da agricultura familiar, como de agricultura da economia solidária. Sendo ainda conversado com um produtor iniciante, cujo projeto de produção se baseia na agrofloresta¹³, sistema agroflorestal ou ainda agricultura sintrópica, um novo conceito de agricultura criado pelo suíço Ernst Gotsch trazido por este mesmo ao Brasil em 1982, a qual se baseia na recuperação constante pelo uso, agrupando inúmeras culturas num mesmo ambiente, reutilizando as matérias, aprimorando o solo e regulando o microclima local, tal como o favorecimento do ciclo de água (Agenda Gotsch, 2016). Tal cultura também não faz uso de produtos da indústria química, e pode abrir muitas portas assim como conscientização aos

¹³ Ver mais sobre através do site: agendagotsch.com/pt/syntropy

arredores do estado do Rio Grande do Norte, se conseguida a implementação, podendo ser uma sugestão de objeto de pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, Cristina Pereira de. **Da Embratur à Política Nacional de Turismo**. 2012. ed. São Paulo: PÓS, 2012. 31 p. v. 19.

ATLAS do Desenvolvimento Humano no Brasil: 2013. Disponível em: <<http://www.atlasbrasil.org.br/2013>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

BECKER, Bertha K. **Políticas e planejamento do turismo no Brasil**. 2001. ed. Rio de Janeiro: Caderno Virtual de Turismo, 2001. 1-7 p. v. 1

CARNEIRO, Maria José; MALUF, Renato S. **Multifuncionalidade da agricultura familiar**. In: BOTELHO FILHO, Flávio Borges. **Agricultura familiar e desenvolvimento territorial: contribuições ao debate**. Brasília: Universidade de Brasília / Centro de Estudos Avançados Multidisciplinares / Núcleo de Estudos Avançados / v. 5, n. 17, 2005.

CAVALCANTI, Keila Brandão; HORA, L. Alberto Segundo Spínola da. **Política de Turismo no Brasil**. 2002. ed. São Paulo: Turismo Em Análise, 2002. 54-73 p. v. 2

FROEHLICH, José Marcos. **Turismo Rural e Agricultura Familiar**: explorando (criticamente) o cruzamento de abordagens e estratégias para o desenvolvimento local. 2000. ed. BAURU: EDUSC, 2000. 13 p.

IBGE: **Rio Grande do Norte**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/panorama>>. Acesso em: 31 out. 2017.

LEMOS, Leandro de. **O Valor Turístico: (Re)Definindo a Economia do Turismo**. 2003. ed. [S.l.]: Revista Turismp, 2003. 2 p.

LOPES, Rosa Maria Rodrigues; ALVES, Larissa da Silva Ferreira. **O desenvolvimento do Turismo no Estado do Rio Grande do Norte a partir da ação pública**. 2014. ed. [S.l.]: Cultur - Revista de Cultura e Turismo, 2015. 143-172 p.

PINHEIRO, Paulo Roberto Araújo Barbosa. **Multifuncionalidade da agricultura no Rio Grande do Norte**: estudos de casos nos municípios de São Miguel do Gostoso/RN, Passa e Fica/RN e Serra de São Bento/RN. 2014. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014.

Plano Territorial de Desenvolvimento Sustentável: Mato Grande. Disponível em: <http://sit.mda.gov.br/download/ptdrs/ptdrs_qua_territorio055.pdf>. Acesso em: 30 set. 2017.

SILVA, José Graziano da. **O Novo Rural Brasileiro**. 1996. ed. Belo Horizonte: Nova Economia, 1997. 43-81 p. v. 7.

SILVA, Jurema Márcia Dantas. **Políticas e programas de turismo no Rio Grande do Norte**: Reflexões e propostas. Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza, 2014.

SIQUEIRA, Deis; OSÓRIO, Rafael. **O conceito de rural**: Una nueva ruralidad en América Latina? En.: 2001. ed. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2001. 67-79 p.

SOUSA, Adriano Carlos Amorim de Paiva et al. **As políticas públicas para desenvolver a economia local do Rio Grande do Norte e a contribuição do turismo no litoral norte**. [S.l.]: Augusto Guzzo Revista Acadêmica, 2010. 62-64 p.

SOUZA, Poema Isis Andrade de. **Setor de Turismo, desenvolvimnto econômico de renda**: um estudo para a Região ordeste do Brasil, a partir da matriz insumo-produto inter-regional. 2014. 90 f. TESE (ECONOMIA)- PIMES, UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO, Recife, 2014.

TAVEIRA, Marcelo da Silva. **Repercussões das Políticas de turismo no Rio Grande Do Norte, Brasil**: O case de São Miguel do Gostoso. 2015. ed. [S.l.]: Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica, 2016. 193-217 p. v. 18.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. **A ruralidade no Brasil moderno. Por um pacto social pelo desenvolvimento rural**: Una nueva ruralidad en América Latina?. 2001. ed. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2001. 31-41 p.

APÊNDICES

APÊNDICE A



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE – UFRN

QUESTIONÁRIO DESTINADO AOS PRODUTORES, FEIRANTES E MERCADOS DO MUNICÍPIO SÃO MIGUEL DO GOSTOSO/RN

1. Parte do questionário destinado aos produtores:

1.1 Você faz parte de algum grupo cooperativo?

Sim Não

1.2 Existe um programa de fidelização dos seus clientes?

Sim Não

1.3 Quais das opções abaixo configuram maior parcela de suas receitas?

Hotéis, pousadas & afins e restaurantes

Supermercados e mercados

População local

Outro _____

1.4 Você enxerga o turismo como uma importante ferramenta de dinamização da agricultura local?

Sim Não

1.5 Você produz alimentos livres de agrotóxicos?

Sim Não

1.6 Existe uma exigência de alimentos livre de agrotóxicos por parte da demanda?

Sim Não

1.7 Você acha que as pessoas estão criando uma maior consciência a cerca da importância de uma alimentação saudável?

() Sim () Não

1.8 Você acha que vem aumentando de forma considerável o número de produção de alimentos livres de agrotóxicos em São Miguel do Gostoso?

() Sim () Não

1.9 O que você produz? _____

2. Parte do questionário destinado a feirantes não produtores:

2.1 Você faz parte de algum grupo cooperativo?

() Sim () Não

2.2 De onde vem o produto comercializado?

() Do próprio município

() Natal

() Outro _____

2.3 Existe a produção do produto em São Miguel do Gostoso ou em seus arredores?

() Sim () Não

2.4 Existe uma diferença no preço de compra entre os produtos produzidos na própria região para os mesmos produtos trazidos de fora?

() Sim () Não

2.5 Quais produtos você comercializa? _____

2.5.1 Quais os preços dos produtos? _____

2.5.2 Quanto em média é faturado semanalmente?

3. Parte do questionário destinado aos mercados:

3.1 Qual ou quais as origens dos produtos agrícolas comercializados no estabelecimento?

- Local
- Fora do município
- Ambos

3.1.1 Em caso de a resposta ser local, responda por qual ou quais destes motivos:

- Preço
- Comodidade
- Qualidade do produto
- Outro _____

3.1.2 Em caso de ser fora do município, responda por qual ou quais destes motivos:

- Preço
- Comodidade
- Qualidade do produto
- Outro _____

3.1.3 Em caso de a resposta for ambos, responda por qual ou quais destes motivos:

- Preço
- Oferta (nem todo produto está disponível no meio preferente)
- Outro _____

3.1.3.1 Qual a preferência do estabelecimento?

- Produtos local
- Produtos de fora dos municípios

Obrigada por suas respostas!

APÊNDICE B



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - UFRN

QUESTIONÁRIO DESTINADO A HOTÉIS, POUSADAS & AFINS, E RESTAURANTES DO MUNICÍPIO SÃO MIGUEL DO GOSTOSO/RN

1. Qual o tipo de estabelecimento?

- Hotel
- Pousada
- Restaurante
- Outro _____

2. Qual a origem dos produtos agrícolas utilizados no estabelecimento?

- Local
- Fora do município
- Ambos

2.1.1 Em caso de a resposta for local, responda por qual ou quais destes motivos:

- Preço
- Comodidade
- Qualidade do produto
- Outro _____

2.1.1.1 Quais os principais produtos comprados a produtores locais?

2.1.1.2 Quanto em média é gasto mensalmente com produtos agrícolas?

2.1.2 Em caso de a resposta ser fora do município, responda por qual ou quais destes motivos:

- Preço
- Comodidade
- Qualidade do produto
- Outro _____

2.1.3 Em caso de a resposta for ambos, responda por qual ou quais destes motivos:

- Preço
- Oferta (nem todo produto está disponível no meio preferente)
- Outro _____

3. Por qual via os alimentos são adquiridos?

- Feiras
- Supermercados
- Outro _____

4. Você acha que o consumo e valorização da produção local pode incentivar a economia do município?

- Sim
- Não

5. Você enxerga o turismo como uma importante ferramenta de dinamização da agricultura local?

- Sim
- Não

6. Você conhece as agriculturas alternativas à agricultura convencional?

- Sim
- Não

7. O estabelecimento opta por utilização de produtos livres de agrotóxico?

- Sim
- Não

8. Existe uma exigência de alimentos livre de agrotóxicos por parte da demanda?

Sim

Não

9. Você acha que as pessoas estão criando uma maior consciência a cerca da importância de uma alimentação saudável?

Sim

Não

Obrigada por suas respostas!

APÊNDICE C



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - UFRN

ENTREVISTAS

Representante da rede Xique-xique em São Miguel do Gostoso

1. Quais são os principais consumidores?
2. Existe uma demanda por parte dos hotéis, pousadas e restaurantes?
3. Quais os principais produtos produzidos na rede?
4. Existe uma tabela de precificação dos produtos?
5. Quais os principais produtos demandados pelas empresas turísticas?
6. De que forma a rede se beneficia da demanda turística?
7. Existem estratégias por parte da rede para fidelizar esses clientes?
8. A atividade turística pode ser encarada pelos pequenos produtores uma ameaça ou uma oportunidade de expandir sua produção?