



**INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO  
DEPARTAMENTO DE PÓS-GRADUAÇÃO**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM TURISMO**

**SHOPPING DA CAATINGA: POSSIBILIDADES PARA O TURISMO DE  
EXPERIÊNCIA NO ASSENTAMENTO FLORESTAN FERNANDES EM CANINDÉ  
DE SÃO FRANCISCO/SE**

**MÁRCIO ANDRÉ SOARES RAMOS**

**ARACAJU / SE  
2022**

MÁRCIO ANDRÉ SOARES RAMOS

SHOPPING DA CAATINGA: POSSIBILIDADES PARA O TURISMO DE  
EXPERIÊNCIA NO ASSENTAMENTO FLORESTAN FERNANDES EM  
CANINDÉ DE SÃO FRANCISCO/SE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Programa de Pós-graduação de Mestrado  
Profissional em Turismo, do Instituto Federal de  
Sergipe, como pré-requisito para obtenção do  
título de Mestre em Turismo

**Linha de Pesquisa:** Gestão de Turismo de Base  
Comunitária (GTBC)

**Orientador:** Prof. Dr. Lício Valério Lima Vieira

Ramos, Márcio André Soares.  
S165s Shopping da caatinga: possibilidades para o turismo de experiência no  
assentamento Florestan Fernandes em Canindé de São Francisco/SE. /  
Márcio André Soares Ramos. – Aracaju, 2022.  
148f.: il.

Dissertação – Mestrado Profissional em Turismo – Instituto Federal de  
Educação Ciência e Tecnologia de Sergipe – IFS.  
Orientador: Prof. Dr. Lício Valério Lima Vieira.

1. Turismo- Desenvolvimento Territorial. 2. Turismo –  
Assentamento Rural. 3. Sergipe – Turismo de Experiência. I. Instituto  
Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Sergipe - IFS. II.  
Vieira, Lício Valério Lima. III. Título.

CDU: 338.48(813.7)

MÁRCIO ANDRÉ SOARES RAMOS

SHOPPING DA CAATINGA: POSSIBILIDADES PARA O TURISMO DE EXPERIÊNCIA  
NO ASSENTAMENTO FLORESTAN FERNANDES EM CANINDÉ DE SÃO  
FRANCISCO/SE

ARACAJU(SE), MARÇO, 2022

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr Lício Valério Lima Vieira (Orientador)  
Instituto Federal de Sergipe

---

Prof. Dr. Claudio Roberto Braghini (Avaliador Interno)  
Instituto Federal de Sergipe

---

Profa. Dr<sup>a</sup>. Antónia Correia (Avaliadora Externa)  
Universidade do Algarve e na Universidade Europeia – Portugal

---

Prof<sup>a</sup>. MSC. Laura Umbelina Santi (Avaliadora Externa)  
Usina do Conhecimento

ARACAJU / SE  
2022  
**CESSÃO DE DIREITOS**

É concedido ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR) do Instituto Federal de Sergipe (IFS) responsável pelo Curso de Mestrado Profissional em Turismo a permissão para disponibilizar, reproduzir, emprestar ou vender cópias desse trabalho. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte dessa dissertação de mestrado pode ser reproduzida sem autorização por escrito do autor.

---

Márcio André Soares Ramos  
Instituto Federal de Sergipe - IFS

---

Lício Valério Lima Vieira  
Instituto Federal de Sergipe - IFS

Esta pesquisa é inteiramente dedicada às famílias que habitam o assentamento Florestan Fernandes e suas lutas diárias em prol do fortalecimento da agricultura familiar.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço imensamente a todas as pessoas que direta e indiretamente estiveram comigo nesta jornada de conhecimento, em especial ao meu querido orientador Prof. Dr. Lício Valério Lima Vieira, aos professores do PPMTUR e aos queridos colegas do mestrado que tanto contribuíram para a construção desta pesquisa.

Devemos levantar novamente a questão do sentido do ser." (Martin Heidegger)

## RESUMO

Esta pesquisa está fundamentada nas conceituações e fundamentos do turismo de experiência e turismo com foco na produção associada ao turismo. Estas conceituações preveem que os hábitos e produções locais, após se adequarem aos processos de comercialização, passam a se destacar como um diferencial competitivo da oferta turística local. Desta forma, este trabalho evidencia as potencialidades turísticas catalogadas a partir da observação das atividades produtivas e habilidades dos moradores do assentamento Florestan Fernandes, localizado no município de Canindé de São Francisco/SE. O objetivo geral da pesquisa foi elaborar estratégias para o desenvolvimento do turismo de experiência no assentamento Florestan Fernandes. Para atingir o objetivo proposto foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: (I) Conhecer o cotidiano da comunidade; (II) Perceber as relações no convívio social do assentamento; (III) Compreender as percepções dos comunitários a respeito das potencialidades locais para a prática do turismo na localidade, a fim de elucidar sobre as necessidades e expectativas dos moradores; (IV) Identificar os elementos e características locais, assim como habilidades dos membros da comunidade, que se configuram como potenciais produtos turísticos; e (V) Propor um espaço de comercialização de produtos e experiências turísticas, priorizando a imersão ao modo de vida e práticas cotidianas do assentamento objeto de estudo. Para tanto, utilizou-se como método de investigação a fenomenologia. A abordagem qualitativa e de natureza aplicada foi utilizada como estratégia da pesquisa exploratória descritiva aliada a um levantamento bibliográfico, além da pesquisa de campo. Quanto às técnicas de coleta de dados, foram utilizadas observação participante, entrevistas semiestruturadas, bola de neve e mapas mentais. Quanto aos principais resultados percebeu-se que o assentamento Florestan Fernandes apresenta em seu cotidiano diversas possibilidades para práticas autênticas de turismo de experiência, no entanto, por se tratar de um território marcado por dificuldades e vulnerabilidades sociais e econômicas, esta rotina de luta reflete incisivamente nas relações sociais dos assentados. Por fim, esta pesquisa apresenta como produtos tecnológicos a proposta de implementação do Shopping da Caatinga - projeto de um espaço para a visitação turística e comercialização de produtos e experiências ofertadas pelo assentamento e um plano de diretrizes e ações para o desenvolvimento do turismo de experiência de base comunitária no assentamento Florestan Fernandes. Cabe destacar que, como desdobramento deste estudo surgiu o empreendimento rural “Quintal Produtivo da Mailde”, uma proposta de restaurante e vivência na agricultura familiar no quintal produtivo de uma das famílias participantes da pesquisa e que já se encontra em atividade. Espera-se, portanto, que esta pesquisa possa contribuir para o desenvolvimento territorial e de resolução de problemáticas observadas no assentamento.

**Palavras-chave:** turismo de experiência; assentamento rural; desenvolvimento territorial; espaço turístico; estratégias de desenvolvimento.

## ABSTRACT

This research is based on the concepts and foundations of experience tourism and tourism with a focus on production associated to tourism. These concepts predict that the habits and local productions, after adapting themselves to commercialization processes, start to stand out as a competitive differential of the local tourist offer. Therefore, this work highlights the tourist potentialities that were cataloged from the observation of the productive activities and skills of the residents of Florestan Fernandes settlement, located in the municipality of Canindé de São Francisco/SE. The overall purpose of the research was to develop strategies for the development of experience tourism at Florestan Fernandes settlement. To achieve the proposed objective, the following specific objectives were established: (I) Knowing the daily life of the community; (II) Perceiving the relationships through the social life of the settlement; (III) Understand the community's perceptions about the local potential for the practice of tourism in the locality, in order to elucidate the residents' needs and expectations; (IV) Identify the local elements and characteristics, as well as the skills of the community members, which can be configured as potential tourist products; and (V) Propose a space for the commercialization of tourist products and experiences, prioritizing an immersion into the way of life and daily practices of the settlement which is object of study. Therefore, phenomenology was used as the research method. The qualitative approach and applied nature were used as a strategy of exploratory descriptive research combined with a bibliographic survey, in addition to field research. As for the data collection techniques, participant observation, semi-structured interviews, snowball, and mental maps were used. As for the main results, it was noticed that Florestan Fernandes settlement presents in its daily life several possibilities for authentic practices of experience tourism, however, as it is a territory marked by social and economic difficulties and vulnerabilities, this routine of struggle reflects incisively in the social relations of the settlers. Finally, this research presents as technological products the proposal for the implementation of the “Shopping da Caatinga” – a project of a space for tourist visitation and commercialization of products and experiences offered by the settlement and a plan of guidelines and actions for the development of tourism of experience and community based at Florestan Fernandes settlement. It is worth noting that, because of this study, the rural enterprise “Quintal Produtivo da Mailde” emerged, as a proposal of a restaurant and experience in family farming in the productive backyard of one of the families participating in the research and which is already in activity. It is hoped, therefore, that this research can contribute to the territorial development and resolution of problems observed in the settlement.

**Keywords:** experience tourism; rural settlement; territorial development; tourist space; development strategies.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Mapa de Sergipe com destaque para a região do Alto Sertão Sergipano e o município de Canindé de São Francisco.....	47
Figura 02 – Trajeto entre a sede de Canindé de São Francisco e o assentamento Florestan Fernandes .....	48
Figura 03 – Mosaicos de fotos da paisagem do assentamento Florestan Fernandes .....	49
Figura 04 – Primeira reunião coletiva para apresentação da proposta de pesquisa .....	53
Figura 05 – Apresentação do documentário “Doces Tambaba – Do Cajueiro ao Shopping Rural” .....	54
Figura 06 – Mosaico de fotos da Aplicação de entrevistas semiestruturadas com assentados ...	56
Figura 07 – Mosaico de fotos da aplicação de mapas mentais no assentamento .....	58
Figura 08 – Mosaico de fotos da apresentação dos mapas mentais para o grupo .....	59
Figura 09 – Mosaico de fotos dos aspectos do cultivo nos lotes de produção e quintais produtivos .....	63
Figura 10 – Mosaico de fotos da produção de alimentos orgânicos .....	65
Figura 11 – Mosaico de fotos de práticas agroecológicas .....	66
Figura 12 – Mosaico de fotos dos aspectos da agrovila .....	68
Figura 13 – Associação de moradores (Casa Grande) .....	70
Figura 14 – Mapa mental: Turismo em minha comunidade (Grupo 01) .....	88
Figura 15 – Mapa mental: Turismo em minha comunidade (Grupo 02) .....	89
Figura 16 – Mapa mental: Como vocês visualizam o shopping da caatinga? (Grupo 01) .....	91
Figura 17 – Mapa mental: Como vocês visualizam o shopping da caatinga? (Grupo 02) .....	92
Figura 18 – Braúna .....	93
Figura 19 – Mosaico de fotos da produção de alimentos à base dos frutos da caatinga (01) .....	97
Figura 20 – Mosaico de fotos da produção de alimentos à base dos frutos da caatinga (02) .....	98
Figura 21 – Mosaico de fotos dos artefatos produzidos com fibras .....	99
Figura 22 – Mosaico de fotos da matéria-prima da bananeira e croá .....	100
Figura 23 – Mosaico de fotos de outras produções artesanais .....	101
Figura 24 – Mosaico de fotos da produção associada ao turismo de experiência (01) .....	105
Figura 25 – Mosaico de fotos da produção associada ao turismo de experiência (02) .....	106
Figura 26 – Mosaico de fotos da produção associada ao turismo de experiência (03) .....	107
Figura 27 – Mosaico de fotos da produção associada ao turismo de experiência (04) .....	108
Figura 28 – Área para implementação do shopping da caatinga (01) .....	110

Figura 29 - Área para implementação do shopping da caatinga (02) .....	111
Figura 30 – Mosaico de fotos da maquete eletrônica do Shopping da Caatinga (01) .....	116
Figura 31 – Mosaico de fotos da maquete eletrônica do Shopping da Caatinga (02) .....	117
Figura 32 – Mosaico de fotos da maquete eletrônica do Shopping da Caatinga (03) .....	118
Figura 33: Mosaico de fotos comparando o mapa mental produzido pelos assentados e a maquete eletrônica .....	119
Figura 34 - Divulgação da oficina “Como extrair a fibra da bananeira” .....	125
Figura 35 – Mosaico de fotos da oficina “Como extrair a fibra da bananeira” .....	126
Figura 36 – Mosaico de fotos do Quintal da família de Mailde antes da pesquisa .....	128
Figura 37 – Mosaico de fotos do empreendimento rural Quintal Produtivo da Mailde (01) ....	129
Figura 38 – Mosaico de fotos do empreendimento rural Quintal Produtivo da Mailde (02) ....	130
Figura 39 – Mosaico de fotos da participação de Guilherme, Mailde e Kaú no evento de lançamento do Circuito dos Umbuzeiros em Nossa Senhora da Glória .....	131
Figura 40 – Mosaico de fotos da visita de autoridades do município de Canindé de São Francisco ao Quintal Produtivo da Mailde (01) .....	132
Figura 41 – Mosaico de fotos da visita de autoridades do município de Canindé de São Francisco ao Quintal Produtivo da Mailde (02) .....	133

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 01 – Assentamento selecionado para a pesquisa empírica no Alto Sertão Sergipano ...	48
Quadro 02 – O que o senhor (a) gosta e sabe fazer? .....	82
Quadro 03 – Relação local com o turismo e potencialidades .....	84
Quadro 04 – Atrativo em potencial e possibilidades de experiências turísticas associadas .....	101
Quadro 05 – Configuração do shopping da caatinga .....	112
Quadro 06 – Diretrizes e ações para o desenvolvimento do turismo de experiência através do shopping da caatinga .....	119

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 01 – Faixa etária dos assentados entrevistados .....	72
Tabela 02 – Local de origem dos assentados entrevistados .....	73
Tabela 03 – Escolaridade dos assentados entrevistados .....	74
Tabela 04 – Renda familiar dos assentados entrevistados .....	75
Tabela 05 – Benefícios dados pelo Governo aos assentados entrevistados .....	76

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**ADEMA** – Administração Estadual do Meio Ambiente

**APP** – Área de Proteção Permanente

**CITURDES** – Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável

**CNTUR** – Conselho Nacional de Turismo

**DAP** – Declaração de Apoio ao Pronaf

**DRP** – Diagnóstico Rápido Participativo

**EMBRATUR** – Empresa Brasileira de Turismo

**EMDAGRO** – Empresa de Desenvolvimento Agropecuário de Sergipe

**FUNGETUR** – Fundo Geral do Turismo

**IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

**IFS** – Instituto Federal de Sergipe

**INCRA** – Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária

**MDA** – Ministério do Desenvolvimento Agrário

**MST** – Movimento Sem Terra

**PNT** – Plano Nacional de Turismo

**PRT** – Programa de Regionalização do Turismo

**PNMT** – Programa Nacional de Municipalização do Turismo

**PNTRAF** – Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar

**PPMTUR** - Programa de Pós-Graduação de Turismo para o Curso de Mestrado Profissional

**PRONAF** – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

**SESTUC** – Seminário Sergipano de Turismo Comunitário

**SETURCE** – Secretaria Municipal de Turismo, Esporte e Cultura de Canindé de São Francisco

**TBC** – Turismo de Base Comunitária

**TCLE** – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	15
<b>1 REVISÃO TEÓRICA</b>	20
1.1 Espaço, Território e Lugar: por uma visão geográfica do (re)ordenamento turístico	20
1.1.1 Políticas Públicas de Turismo e as Repercussões no Meio Rural	29
1.1.2 Do Desenvolvimento Territorial Rural ao Turismo de Base Comunitária	33
1.2 A Experiência e as possíveis contribuições para o turismo de experiência	37
1.2.1 Experiência, Economia da Experiência e Turismo de Experiência	37
1.2.2 A Experiência Memorável Agregada ao Produto dos Destinos Turísticos	42
<b>2 METODOLOGIA DA PESQUISA</b>	45
2.1 Caracterização da Área de Estudo	45
2.2 A Fenomenologia como Método de Investigação	50
2.3 Instrumentos e Técnicas de Pesquisa	52
<b>3 TURISMO DE EXPERIÊNCIA NO FLORESTAN FERNANDES: LEITURA COMUNITÁRIA</b>	60
3.1 O assentamento em seu cotidiano	60
3.2 As relações de poder e o convívio social no assentamento	72
3.3 Percepção comunitária acerca do turismo e as potencialidades locais	81
3.4 Identificação de potenciais atrativos turísticos e experiências vinculadas	94
<b>4 PRODUTOS TECNOLÓGICOS: SHOPPING DA CAATINGA E AÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE EXPERIÊNCIA DE BASE COMUNITÁRIA</b>	109
4.1 Shopping da Caatinga	109
4.1.1 Perspectivas estruturais do Shopping da Caatinga	114
4.2 Plano de diretrizes e ações para o desenvolvimento do turismo de experiência de base comunitária no assentamento Florestan Fernandes	119
4.3 Desdobramentos da pesquisa: Experiências implementadas	124
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	134
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	138

## INTRODUÇÃO

A padronização de costumes e a homogeneização de comportamentos ocasionadas pelos efeitos da globalização, contribuíram para repensar o mercado turístico, no sentido de promover as singularidades locais e suprir necessidades e desejos de uma demanda de pessoas ávidas por experiências de viagens, as quais não se enquadrem nessas perspectivas de uniformização. Esses aspectos refletem diretamente nos destinos turísticos, os quais passaram a sofrer impactos diretos.

Surge então, um novo perfil de consumidor turístico, cada vez mais implicado com conteúdo emocional, e ainda, pela busca de experiências de viagens mais intrínsecas e diferenciadas em ambientes que tragam consigo sentimentos de pertencimento e elementos que recorram a ideia de identidade.

Para além disso, essa nova demanda deseja experiências que promovam autoconhecimento, aprendizagem e transformação a partir de uma interação profunda e responsável, não só com os serviços experimentados ou com equipamentos e atrativos turísticos visitados, mas também, e sobretudo, com as pessoas que integram os destinos.

Neste contexto, as pessoas sentem necessidade de um serviço personalizado e por destinos que ofereçam vivências singulares e memoráveis (BEZERRA; SILVA, 2016). Além disso, apresentam-se mais dispostas a envolverem-se emocionalmente com o destino escolhido e, principalmente, com as pessoas que nele vivem, priorizando o “sentir” ao “consumir”.

Por sua vez, a busca crescente por valores não apenas materiais como também imateriais, a partir da prática do turismo com ênfase na autenticidade da experiência, apresenta-se como uma proposta ideal capaz de promover vivências mais profundas, por meio de um envolvimento mais intenso e significativo com os destinos visitados. Portanto, essa perspectiva gera uma conexão maior e mais responsável entre visitante e visitado, por exemplo.

Ao discutir o planejamento do turismo, Jafari (2010) afirma que a experiência turística, aliada aos produtos turísticos desejados, passou a ser ofertada aos viajantes a partir do planejamento, do desenvolvimento e da oferta de serviços turísticos canalizados para a experiência. Mazaro e Panosso Netto (2012, p. 369) reforçam que “é fundamental que se trabalhem, como base das ofertas turísticas, os serviços desenvolvidos localmente, aproveitando-se da sua cultura e do que oferecem de melhor”.

Parte-se, portanto, do pressuposto que em lugares menores, os valores e os recursos de afirmação identitária se expressam de forma mais evidentes, o que favorece o compartilhamento de elementos com mais vitalidade, pois ainda não se encontram tão afetados pelo efeito

descaracterizador da globalização sobre os costumes. Nesta mesma perspectiva, Gândara *et al.* (2012) complementam ainda que a qualidade da experiência turística estará cada vez mais centrada nas histórias pessoais e nas experiências já vividas.

Entretanto, torna-se fundamental o planejamento de ações de turismo que contemplem tanto os anseios do turista pela experiência, quanto assegurem a preservação das características culturais e ambientais locais. Numa perspectiva de desenvolvimento local sustentável, é importante que este planejamento garanta a manutenção e o fortalecimento das identidades locais e de seu patrimônio histórico, cultural e natural.

Por sua vez, Panosso Neto (2010) considera que o turismo está relacionado com a possibilidade de inclusão social e desenvolvimento de ações para minimizar seus impactos negativos e maximizar os positivos. Este último pode ser entendido como a necessidade de reforçar o pertencimento da população àquela atividade, além de garantir a diversificação da economia e melhoria das condições sociais locais.

Por certo, a prioridade no planejamento e na gestão turística de destinos voltados à prática do turismo de experiência em comunidades rurais, por exemplo, deve estar pautada nos conceitos das novas ruralidades e pluriatividades. Isto se refere à valorização de atividades não agrárias no espaço rural, dentre estas o turismo.

Neste sentido, Wandscheer e Teixeira (2010), reforçam que a prática do turismo em espaços rurais se caracteriza como uma atividade não agrícola que contribui não apenas para satisfazer as novas necessidades da sociedade contemporânea, como também, e principalmente, tornar-se uma alternativa de renda para os agricultores.

A existência de projetos e políticas públicas, voltados para este propósito é imprescindível. Eles devem garantir a execução de um plano de turismo bem fundamentado por meio do qual seja possível oferecer um ambiente voltado para o turista, ao mesmo tempo que incentive o protagonismo e a autonomia das comunidades receptoras.

Nesta perspectiva, parte-se do pressuposto que o turismo de experiência em espaços rurais está conectado intrinsecamente com o turismo de base comunitária. Com isso, leva-se em consideração que é através do protagonismo e da cooperação dos comunitários compartilhando as suas realidades que o viajante irá experimentar uma vivência mais próxima da realidade de vida e cotidiana das pessoas no campo, podendo compartilhar e se envolver com diversas histórias.

No contexto do turismo de base comunitária, Seyfi, Hall e Rasoolimanesh (2019) reforçam que este movimento está relacionado a uma prática de turismo cujo contato cultural incentive positivamente o consumo hedônico, a partir da troca de experiências, do envolvimento

e do fortalecimento de laços afetivos. É justamente a partir desta interação antropológica entre turista e comunidade que a viagem se torna uma experiência significativa e memorável.

No que diz respeito à experiência, Schmitt (2002, p. 74-75), declara que “[...] uma experiência é um acontecimento individual que ocorre como resposta a algum estímulo e dura pela vida toda”. Reforçando esta ideia, Panosso Netto (2010, p. 44) afirma que turismo de experiência se refere “a um tipo de turismo que pretende marcar o turista de maneira profunda e positiva”.

Wijijayanti *et.al.* (2020) analisam a relação entre o turismo e a comunidade, como uma oportunidade para que ela desempenhe o papel de autogestão, na qual assuma a iniciativa de determinar e processar os próprios recursos, tanto humanos como naturais, a fim de desenvolver a cadeia econômica local.

Desta forma, entende-se ser possível, através da implementação da atividade turística em comunidades rurais, o alcance de desenvolvimento territorial rural sustentável. O uso da perspectiva territorial para o desenvolvimento rural, segundo Raffestin (1993), pressupõe o território como o espaço usado ou apropriado pela sociedade onde acontecem as relações sociais locais.

No que se refere a desenvolvimento rural, Schneider (2004, p. 98), o caracteriza como um processo resultante “de ações articuladas, que visam induzir mudanças socioeconômicas e ambientais no âmbito do espaço rural para melhorar a renda, a qualidade de vida e o bem-estar das populações rurais”.

Ao discorrer sobre a importância do turismo em espaços rurais, Soltani e Moqadas (2018), corroboram que, o movimento turístico nestes espaços deve ser desenvolvido com base em recursos e competências locais garantindo a autossuficiência e a melhoria social local.

Acredita-se, portanto, que a prática do turismo de experiência em comunidades rurais deva estar relacionada à promoção de condições favoráveis e atividades criativas e imersivas, dentro da realidade visitada, ocasionando um elevado grau de envolvimento entre visitante e comunitário. Este envolvimento está relacionado à existência humana e todo o movimento de troca presente no momento da alteridade a partir do contato com elementos de identidade local.

Todo esse processo de conhecimento, aprendizado, melhoria e consequentemente de satisfação mútua, tornar-se-á fruto desta convivência. O resultado desta interação, para a comunidade receptora, podem ser o aumento responsável do fluxo de visitantes, a fidelização e a recomendação do lugar. Isso pode significar para os visitantes, uma possibilidade de alargar os seus processos de identificação, o seu conhecimento, a sua sensibilidade e a sua condição de estar no mundo através de uma proposta de viagem ressignificadora.

No que tange ao contexto da fenomenologia, a experiência é uma consequência da imersão do indivíduo no mundo e tudo o que acontece ao seu redor é traduzido no corpo através da atividade perceptiva deste ser. Por esta razão é fundamental entender do que se constitui uma experiência para então compreender melhor o conceito de turismo de experiência.

Esta pesquisa tem como objeto de estudo o assentamento Florestan Fernandes, localizado no município de Canindé de São Francisco, no Alto Sertão Sergipano. A escolha do assentamento se deu a partir de uma série de visitas a assentamentos da região sugeridos pela Secretaria Municipal de Turismo, Esporte e Cultura de Canindé de São Francisco. Após uma análise breve das comunidades visitadas, optou-se pelo Florestan Fernandes pelo fato de os jovens da localidade já terem participado anteriormente de um projeto de turismo no desenvolvimento de trilhas. Além disso, a localidade apresentou características favoráveis para a proposta deste estudo. O objetivo geral deste estudo é elaborar estratégias para o desenvolvimento do turismo de experiência no assentamento Florestan Fernandes.

Para atingir o objetivo proposto foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: (I) Conhecer o cotidiano da comunidade; (II) Perceber as relações no convívio social do assentamento; (III) Compreender as percepções dos comunitários a respeito das potencialidades locais para a prática do turismo na localidade, a fim de elucidar sobre as necessidades e expectativas dos moradores; (IV) Identificar os elementos e características locais, assim como habilidades dos membros da comunidade, que se configuram como potenciais produtos turísticos; e (V) Propor um espaço de comercialização de produtos e experiências turísticas, bem como ações estratégicas de turismo de experiência, priorizando a imersão ao modo de vida e práticas cotidianas do assentamento Florestan Fernandes.

Para tanto, utilizou-se como método de investigação a fenomenologia. No intuito de realizar uma abordagem que permitisse ao pesquisador uma aproximação da vida cotidiana do objeto pesquisado de forma intensiva, este trabalho foi inserido no escopo da pesquisa qualitativa e de natureza aplicada. A abordagem qualitativa foi utilizada como estratégia da pesquisa exploratória descritiva aliada a um levantamento bibliográfico, além da pesquisa de campo. Quanto às técnicas de coleta de dados, utilizou-se observação participante, entrevistas semiestruturadas, bola de neve e mapas mentais, cujas interpretações foram pautadas na metodologia desenvolvida por Salete Kozel.

Diante deste contexto, esta pesquisa, “Shopping da Caatinga: possibilidade para o turismo de experiência no assentamento Florestan Fernandes em Canindé de São Francisco/SE”, surge da necessidade em diversificar a oferta turística do município Canindé de São Francisco, incentivar a interiorização do turismo e promover o desenvolvimento rural da

comunidade receptora, por meio da implementação da atividade turística no local inserindo a experiência memorável como um elemento de conexão da produção e do consumo turísticos, pautada nos hábitos rurais dos assentados.

O trabalho está estruturado em quatro capítulos, além da introdução e considerações finais. No capítulo 1, reflete-se sobre os fundamentos teóricos na qual a discussão se desenvolve em torno dos principais estudiosos da temática, com destaque para as categorias analíticas e conceitos utilizados na pesquisa. O segundo capítulo está relacionado à metodologia utilizada na pesquisa, sua natureza e etapas, instrumentos metodológicos, além da caracterização da área de estudo.

O capítulo 3 retrata os resultados da pesquisa através de uma leitura comunitária na qual se reflete sobre o cotidiano do assentamento, as relações de poder e o convívio social local, a percepção comunitária acerca do turismo e potencialidades locais, além da identificação de potenciais atrativos turísticos e possíveis vivências vinculadas a estes.

O último capítulo dedica-se à proposta dos produtos tecnológicos: Shopping da Caatinga e um plano de diretrizes e ações para o desenvolvimento do turismo de experiência de base comunitária no assentamento Florestan Fernandes.

## **1- REVISÃO TEÓRICA**

Nesta sessão serão apresentados conteúdos teóricos acerca de temas pertinentes para a compreensão da pesquisa. O primeiro subcapítulo apresenta uma reflexão acerca das conceituações geográficas de território e lugar aplicadas ao turismo. Em seguida, uma análise a respeito de turismo e desenvolvimento local, através de um estudo sobre as políticas públicas de turismo no Brasil e as suas repercussões no meio rural. Por fim, uma abordagem relacional acerca do desenvolvimento territorial rural, turismo em espaços rurais e turismo de base comunitária

No segundo subcapítulo serão explanados temas referentes à constituição de uma experiência, assim como a teoria da economia da experiência e as conceituações e fundamentações do turismo de experiência, estando esta agregada ao produto turístico.

### **1.1 Espaço, Território e Lugar: por uma visão geográfica do (re)ordenamento turístico**

Ante as rápidas e constantes mudanças produzidas pelo fenômeno da globalização, as quais ensejaram na fragmentação de limites territoriais, bem como em novos padrões de consumo, os indivíduos têm sido afetados por um interesse crescente em conhecer novos lugares, perante influências globais do mercado (MARUJO; CRAVIDÃO, 2012). Isto posto, “os constantes deslocamentos de pessoas criam a necessidade da organização do núcleo receptor [...] como forma de maximizar os recursos e minimizar os impactos negativos na busca pelo desenvolvimento harmônico da atividade” (ASHTON; GARCIA, 2008, p. 187).

Por intermédio dos avanços da tecnologia, dos meios de transporte e dos sistemas de comunicação, aliados à sua popularização, as noções de tempo e distância têm sido modificadas, tornando os deslocamentos mais facilitados, estimulando sobremaneira o movimento de capital, informações e pessoas com maior celeridade e alcance. Logo, o advento e avanço do turismo nas localidades têm promovido modificações nos espaços a fim de adequá-los às especificidades desse fenômeno.

Nesse sentido, percebe-se que o turismo apresenta uma relação indissociável com o espaço, produzindo, modificando, transformando e consumindo (CRUZ, 2003). Ratificando o exposto, Cruz (2012, p. 5) destaca que “[...] o principal objeto de consumo do turismo é o espaço e a atividade turística transforma o espaço em mercadoria, inserindo-o no circuito da troca”. A atividade turística se vale dos objetos e ações presentes no espaço para formatar seus produtos.

Para Santos (2006, p. 39), “o espaço é um conjunto indissociável, solidário e

contraditório de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá”. Já para Carlos (2011, p. 58), o espaço é compreendido “[...] enquanto lugar de realização da vida humana que ocorre diferencialmente no tempo e no lugar, e que ganha materialidade por meio do território como produção humana em ato”.

A partir dessas conceituações, entende-se que o espaço geográfico das relações e ações humanas sobre o meio, as quais referenciam às relações e práticas desenvolvidas pela sociedade. Assim sendo, o espaço geográfico é fixamente construído e reconstruído ao longo do tempo e, portanto, detém sinais indelévels das atividades sociais, culturais e econômicas desempenhadas pela humanidade durante sua existência (MARUJO; CRAVIDÃO, 2012).

É importante salientar a este respeito que o processo de produção social do espaço também é composto pelos objetos naturais, os quais coexistem com os objetos sociais, interrelacionando-se, como meio e fim da vida humana (CARLOS, 2011; ALVES, 2019). Por intermédio da inserção de bens materiais (edificações e infraestruturas), fluxos e das relações (homem/homem e homem/meio ambiente), o espaço é formatado, concreta ou abstratamente (SANTOS, 2006).

Nesse viés, nota-se que o espaço geográfico é causa e efeito das ações humanas em uma dada área (SANTOS, 2006) e, por isso, o turismo, enquanto fenômeno socioeconômico, se apropria do espaço atribuindo-o funções e feições concernentes às necessidades e interesses da demanda turística, gerando, assim, novas configurações socioespaciais destinadas ao consumo (RODRIGUES, 1992).

Esse processo, denominado de turistificação, perpassa pela inserção de infraestruturas, equipamentos e serviços de usos inerentes à população flutuante (visitantes) aliado a utilização de bens, serviços e infraestruturas básicas pré-existentes, que originalmente são implantados para utilização da comunidade local (CRUZ, 2003).

Para facilitar o entendimento desta prerrogativa, Rodrigues (1992) pontua que o processo de produção e apropriação do espaço para e pelo turismo, procede da inserção de bens e do decurso de capitais, pessoas e informações, com o propósito de atender às práticas turísticas, tal qual, a modificação de espaços concebidos para usos diversos à atividade, tornando-os adequados para fins turísticos. Esse processo apresenta-se, por conseguinte, como causa e efeito contínuo do desenvolvimento turístico nas localidades.

Já Boullón (2002, p. 79), conceitua espaço turístico como “consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos, empreendimentos e infraestruturas turísticas”. É por intermédio dos atores sociais inseridos na cadeia produtiva do turismo que os espaços são

(re)ordenados, tornando-se, segundo Fratucci (2014), destinos turísticos. É importante frisar que, além de modificar o espaço, o consumo turístico infringe nele transformações, que são atravessadas por permanências, mas também por rupturas (ALVES, 2019), as quais podem ocasionar a criação de novos espaços com características e lógicas distintas de outrora.

Por sua vez, Alves (2019) argumenta que a produção do espaço se baseia em três dimensões atinentes e articuladas: homogeneização, fragmentação e hierarquização. Estas dimensões contribuem para a percepção de que, os espaços homogeneizados, sob influência do fenômeno da globalização e do capitalismo, em contraposição, se fragmentam, a partir do fracionamento de parcelas espaciais para atender a finalidades específicas. Esses espaços são hierarquizados, em diferentes escalas, o que acentua as disputas de poder existentes em seu âmago.

Isso explica o porquê de muitos destinos turísticos possuírem infraestruturas, produtos, serviços, além de composição arquitetônica e urbanística com grandes similaridades ao existente em outras partes do mundo, os quais, em muitos casos, possuem pouca ou nenhuma afinidade com os elementos característicos de cada espaço turístico. Estes são estruturados em favor de um padrão de consumo globalizado, que busca uniformizar a experiência do turista, com vistas a garantir sua satisfação.

Nesse cenário, o espaço é fragmentado, de modo que a atividade turística se insere em porções espaciais designadamente que apresentam atrativos e/ou atrações com potencial para motivar o deslocamento turístico. Os espaços fragmentados, nesse caso, territórios turísticos, são hierarquizados “glocalmente”, exacerbando as exclusões, lutas, choques e disputas entre os agentes do turismo presentes no espaço (CRUZ, 2005).

A partir do conceito de espaço apresentado anteriormente por Carlos (2011), entrevê-se a referência a outras categorias de análise da geografia, as quais serão mais bem exploradas a seguir: território e lugar. Conforme apresentado pelo autor, o espaço é materializado por intermédio do território, o que nos permite conceber que este é resultado do espaço apropriado.

O território corresponde a porções funcionais do espaço, onde os atores sociais adotam práticas que atribuem para esta área determinadas funções, em um dado período no tempo. É neste enquadramento que as dimensões indissociáveis de produção do espaço concebido, percebido e vivido se manifestam, produzindo os territórios (ALVES, 2019).

Os espaços concebidos são aqueles planejados, normatizados para controle social e manutenção da reprodução do capital, os quais são interpelados pelos espaços vividos, que subvertem a ordem fixada, ao se estabelecerem no cotidiano sob lógicas próprias, impulsionando o surgimento de novos usos espaciais em discordância ao imposto (ALVES,

2019). Já o espaço percebido, articula estas duas dimensões, sendo, portanto, permeado por conflitos e tensões, frente a heterogeneidade dos indivíduos que coexistem e coabitam nesses espaços, e por conseguinte, possuem diferentes interesses, necessidades e práticas.

Quando essa prerrogativa é associada ao fenômeno turístico, capta-se que os distintos atores sociais nele envolvidos se apropriam de trechos do espaço, produzindo territórios que detêm formas de organização, relações e funções distintas, as quais, em alguns casos, se complementam ou convergem, e em outros, se contrapõem. Tem-se a partir de então, a constituição de territórios infrequentes e espalhados que se organizam sob a lógica reticular, os quais são compostos por diversos processos de territorialização que geram uma pluralidade de funções que convivem e conflituam, compondo o território do turismo (FRATUCCI, 2014).

O território do turismo é, portanto, a soma dos territórios dos turistas, dos agentes do mercado, do poder público, dos trabalhadores da atividade (diretos e indiretos) e do território da população local dos destinos turísticos. Nos processos de planejamento e de gestão desses territórios é condição *sine qua non* a contemplação das relações e interações que se estabelecem entre os territórios de cada agente social, pois é a partir delas que se estabelece o território do turismo, em sua concretude e totalidade (FRATUCCI, 2014, p. 93).

Para Knafo (1996) existem três formas de relações entre o turismo e o território: o território no turismo, o qual já foi conceituado acima; o território sem turismo, espaço que não possui fluxo e fixos turísticos; e, o turismo sem território, onde o turismo cria um simulacro que não possui relação com as características do entorno. Apesar da atividade turística ter um efeito multiplicador (BENI, 2011), esse panorama contribui para esclarecer por que se dá a distribuição desigual dos benefícios do turismo pelo território.

A partir dos apontamentos de Cruz (2005), percebe-se que o “território usado”, relativo às parcelas do espaço apropriadas pelos sujeitos sociais, a exemplo do território turístico, adversa-se do “território negligenciado”, o caso do território sem turismo, o qual não precisamente encontra-se sem uso, mas que, de algum modo, sobre ele não recaem os interesses das forças hegemônicas que dominam o capital.

Os territórios negligenciados, onde costumeiramente estão inseridas as porções sociais menos abastadas economicamente, são invisibilizados e descuidados em suas indigências, pelos governos e setores privados. Fato similar acomete certas parcelas dos territórios turísticos, nos quais os imperativos da vida cotidiana são suplantados pelo consumo turístico, causando marginalização da comunidade lá inserida, assim como expropriação de seus espaços e práticas cotidianas em favor do turismo.

[...] de um lado, enquanto se prioriza os territórios eleitos pelo turismo com obras e normalizações de uso, se negligencia outras porções de território, não raras vezes

abandonadas à própria sorte. [...] os territórios usados pelo turismo são, também, paradoxalmente negligenciados, pois o que é usado é o seu potencial passível de exploração pelo turismo e negligenciada, simultaneamente, a sua condição primeira de lugar da reprodução da vida (CRUZ, 2005, p. 39).

Desta forma, Rodrigues (1992) e Cruz (2005) evidenciam que o estudo do turismo deve contemplar uma abordagem territorial do fenômeno, visto que o espaço é objeto de consumo da atividade turística. Esta conjuntura reforça a importância da compreensão da categoria território, uma vez que este é entendido como o espaço delimitado pelas relações de poder, no qual, frente a inserção de um sujeito sazonal (turista), ocasiona, inadvertidamente, novos conflitos e configurações socioespaciais que podem, inclusive, contribuir para acentuar as desigualdades sociais (RODRIGUES, 1992).

Melhor dizendo, os espaços são compostos por múltiplos territórios, nos quais, apesar de coexistirem variados atores sociais dando a estes usos diversos, algumas destas práticas se sobrepõem em detrimento de outras, além de antagonizarem e se chocarem. Esses conflitos são impulsionados pelo processo de des-re-territorialização promovido, no caso do turismo, pelo padrão de consumo que é despertado pela globalização, o qual transforma os espaços em mercadorias e, por conseguinte, os seus elementos (GOMES; MARCUSSO, 2022).

De acordo com Haesbaert (1999), o território é composto por três dimensões básicas que são interdependentes e se interrelacionam: econômica, no qual o território é visto como fonte de recursos; política, que é permeada pelas relações de poder; e, cultural, onde o território é produto das vivências simbólicas do cotidiano de um grupo. No território turístico, essas noções são claramente observadas, por meio da incidência desse espaço como bem de consumo, o qual é transpassado pelos imperativos dos agentes hegemônicos em prejuízo às necessidades e interesses da comunidade, sendo expressas em suas territorialidades.

Gomes e Marcusso (2022, p. 04), referenciam que, “[...] no território se constrói diversas territorialidades e essas são expressões da vida cotidiana das pessoas e como elas utilizam e apreendem o espaço. Com efeito, a vida cotidiana produz territórios e territorialidades”. Para os autores, a territorialidade é entendida como uma dimensão subjetiva, composta por interações sociais entre os próprios indivíduos e, entre estes e o meio, em um território que é regido por vivências cotidianas.

Há diferentes tipos de territorialidade que se confrontam nos lugares turísticos: a territorialidade sedentária dos que aí vivem frequentemente, e a territorialidade nômade dos que só passam, mas que não tem menos necessidade de se apropriar, mesmo fugidamente, dos territórios que frequentam. Um bom número de conflitos nos lugares turísticos são oriundos das diferenças de territorialidade (KNAFOU, 1996, p. 64).

Segundo Santos (2006), em meio a essas interações habituais no território surge o sentido de pertencimento territorial, por intermédio do qual os sujeitos sociais se vinculam simbólica e afetivamente ao território por eles usado. Haesbaert (1999) pontua que esta conjuntura é reforçada pelo fenômeno da globalização, o qual aproxima as relações entre o global e o local, enfatizando as peculiaridades das práticas cotidianas e das vivências no território.

É neste interim que se desvela o conceito de lugar, enquanto categoria analítica da geografia, no âmbito da qual transcorre a relação entre o local e o global (QUEIROZ, 2014). É um território usado, no qual se dá “[...] a articulação da espacialidade com as relações sociais estabelecidas entre seres humanos e os elementos que compõem esse espaço” (AZEVEDO; OLANDA, 2018, p. 139). Segundo Rodrigues (1996), o lugar apresenta-se como um espaço de expressão e vivência do cotidiano.

O lugar é um espaço vivido, no qual os indivíduos e sujeitos sociais relacionam-se entre si, e com o meio, criando sentidos e atribuindo valor a signos e símbolos que se associam ao território (ALMADA, 2018). Carlos (1996, p. 29) conceitua lugar como o “[...] produto das relações humanas, entre o homem e natureza, tecido por relações sociais que se realizam no plano vivido, o que garante a construção de uma rede de significados e sentidos que são tecidos pela história e cultura civilizadora produzindo a identidade”.

O lugar é resultado de uma construção social e, por isso, é atravessado por signos e símbolos que referenciam às dimensões culturais, políticas, simbólicas e sociais que se manifestam e erigem no cotidiano e, somente adquirem sentido por meio da intencionalidade humana e dos intercâmbios sociais. Diante disso, Moreira e Hespanhol (2007, p. 51) pontuam que “o lugar se estrutura na relação do ‘eu’ com o ‘outro’, [sendo] o palco da nossa história, em que se encontram as coisas, os outros e a nós mesmos”.

Uma vez que os lugares referenciam a usos e sentidos construídos, aceitos e transmitidos socialmente, os quais são expressos nas territorialidades, deflagra-se que somente é possível compreendê-los a partir da experiencição de práticas que ocorrem habitualmente nesses espaços (QUEIROZ, 2014). Esses significados são fruto de processos de interpretação subjetivos, que são, antes de tudo, pessoais, mas fundamentalmente sociais, haja vista que são criados e compartilhados por meio das relações. Para Carlos (1996, p. 29), o lugar é,

[...] produto das relações humanas, entre homem e natureza, tecido pelas relações sociais que se realizam no plano do vivido, o que garante a construção de uma rede de significados e sentidos que são tecidos pela história e pela cultura civilizadora produzindo a identidade, posto que é aí que homem se reconhece porque é o lugar da vida.

Diante disso, Carlos (1996) observa que o lugar é um espaço no qual são construídos os sentidos de pertencimento pelos atores sociais lá inseridos e possui uma relação indissociável com a identidade. Esse processo provém de relações com forte proximidade, as quais se estabelecem em grupos sociais que possuem laços de afetividade e similaridades entre si e com o lugar.

Para a autora supracitada, o lugar referência aos espaços de convivência cotidiana, que detêm valor, expressam o modo de vida dos indivíduos e se estabelecem a partir dos significados dados por eles ao lugar, através de seu uso e suas relações habituais. Cumpre ressaltar, que apesar de se constituir em meio a um conceito de comunidade, o lugar transcorre também por conflitos entre os sentidos e usos dados a estes espaços (ALMADA, 2018). Corroborando com essa análise, Fratucci, destaca que...

É no lugar que as técnicas ganham realidade histórica, e onde cada objeto e ação têm o seu valor real estabelecido pela sua posição dentro do funcionamento do conjunto. No interior das redes globais, o lugar se mostra como um dos níveis de análise que permitem apreender os seus movimentos contraditórios. [...] Numa luta constante cada lugar busca sua competitividade na diversidade e nas suas individualidades, [...] o lugar [também se apresenta] como *locus* de uma possível resistência à atual globalização e ao processo de verticalização dos lugares (FRATUCCI, 2000, p. 125-126).

Diante da heterogeneidade dos membros de um grupo, os sentidos de pertencimento e o processo de significação apresentam complexidades ante as diversas territorialidades e diferenças sociais que contribuem para que o lugar possua configurações únicas, mas também suscitem tensões entre os sujeitos (AZEVEDO; OLANDA, 2018). As interpretações de mundo são subjetivas e pessoais, pois, mesmo que amparadas em processos sociais, elas recebem influência das vivências dos indivíduos, que cooperam para que a identidade e o sentimento de pertencimento se constituam (MOREIRA; HESPANHOL, 2007).

O lugar é dinâmico, assim como os usos e significados delimitados em seu cerne. À vista disso, Marujo e Cravidão (2012) ratificam que o senso de pertencimento a um lugar advém do reconhecimento dos significados atribuídos à sua dimensão simbólica, ou seja, a identidade é construída a partir da compreensão daquilo que difere o “eu” do “outro”, o “nós” do “eles”, e se manifesta nos sentidos que cada grupo social dá às práticas sociais, a partir de arcabouços conceituais criados e transmitidos pelo grupo ao longo do espaço-tempo (MOREIRA; HESPANHOL, 2007).

No turismo, essas construções simbólicas se apresentam como o motivo pelos quais a turistificação dos territórios é desencadeada. A partir da promoção das manifestações socioculturais presentes no lugar, o turismo desperta o imaginário e a simbolização de

comunidades por parte dos turistas, o que os motiva a se deslocar para estes lugares e experienciarem as vivências singulares desses espaços.

Nesse viés, um lugar turístico é um território usado pelo turismo, no qual, é acrescido valor simbólico, a partir das formas de sociabilidade estabelecidas nesse espaço, entre os moradores e o meio, o que motiva os turistas a vivenciarem o modo de vida local e estabelecerem interações autênticas com os residentes. Desta feita, o lugar turístico pode ser entendido como o espaço vivido (re)funcionalizado em favor do uso turístico, o qual apresenta elementos que reafirmam a singularidade destes espaços e traça uma relação de identidade com o mesmo (FRATUCCI, 2000).

Um lugar torna-se turístico a partir de sua refuncionalização, mas, o que torna isso possível é o que chamamos de evento, que podemos entendê-lo como o “agente-ação” que materializou essa possibilidade no território. O evento é um processo que possibilita a emergência de novas funções e formas, ou refuncionaliza as antigas, resultando em um novo uso do território no lugar (ALMADA, 2018, p. 205).

O processo de invenção do lugar turístico (KNAFOU, 1996) perpassa pelo olhar do turista, uma vez que estes são os responsáveis por significar, distinguir e reconhecer o valor simbólico de cada território a partir da experimentação deste espaço vivido e das vivências em outros lugares. Conforme apontado por Almada (2018), é o turista que determina se um lugar se tornará turístico ou não, mas, para tanto se vale de interações com o meio e com o cotidiano dos agentes sociais lá presentes.

Acerca disso, Fratucci (2000, p. 131) disserta que o lugar turístico se estabelece através da relação entre o turista e a comunidade local, assumindo o papel de espaço relacional turista-habitante, de modo que “para o turista, o lugar turístico é o espaço e o momento efêmero de uma experiência real e direta, de descoberta de si e do outro”.

O autor ressalta ainda que no âmbito do turismo, o lugar assume significados distintos para cada uma das partes nele inclusas: enquanto para a comunidade local ele é o seu espaço permanente de vivências, e para o turista, esse território é usado como um espaço temporário para lazer. Almada (2018) salienta que a invenção do lugar turístico pode resultar na transformação da essência dos lugares.

Knafou (1996, p. 62) ratifica o exposto ao explicar que “a invenção do lugar turístico começa, portanto, com um desvio da utilização tradicional do território e, ao mesmo tempo, em que ocorre uma mudança de significação”. Esse cenário contribui para suscitar conflitos, sobretudo no cerne do turismo de massa, o qual se apresenta como excludente e degradador, visto que ignora os interesses e características de cada comunidade, a fim de se apropriar daquele território.

Desse contexto, decorre a artificialização desses lugares de vivências transformando-os em pseudo-lugares. Cruz (2012, p. 25) afirma que os pseudo-lugares “[...] são lugares cuja história e identidade são prostituídas em nome de um uso especializado de relações alienadas e alienígenas produzidas pelo e para o turismo”. Nesses espaços, incidem uma supervalorização do turismo, o que invisibiliza, ou até mesmo, erradica hábitos e práticas que se desenvolveram naquele território ao longo da história, apagando suas singularidades.

Nesse processo, o planejamento figura como um processo essencial para orientar o desenvolvimento do turismo, de modo a permitir que a função turística desenvolvida no território possa coexistir sustentavelmente com os demais usos dados a este espaço pelos demais agentes sociais nele incluso (BENI, 2006). Deste modo, o planejamento pode promover um cenário de bem-estar entre visitantes e comunidade receptora, possibilitando impactos positivos para ambos.

Ante a este cenário, nas últimas décadas, uma corrente mundial, pautada nos princípios da sustentabilidade tem buscado promover um modelo de turismo mais responsável com a preservação dos modos de vida cotidianos e os recursos do lugar, a fim de perpetuar os fatores que imprimem singularidade aos destinos.

Do mesmo modo, no mercado turístico, esse cenário de valorização dos recursos locais tem impulsionado os consumidores a experienciarem os modos de vida dos territórios, ao tempo em que muitos destinos turísticos globais têm estruturado seus produtos e serviços para atender ao modelo de consumo hedonista, a partir da oferta de experiências autênticas, e tendo como fundamento, a cocriação (FRANÇA, 2017).

As comunidades locais têm adquirido maior destaque na atividade turística, em virtude das tendências de mercado que demonstram, ao longo das últimas décadas, um crescimento no número de viagens, sobretudo, pautadas na vivência de experiências memoráveis (PEZZI; VIANA, 2015). Portanto, os turistas têm buscado conhecer e aprender sobre os hábitos, crenças, práticas e costumes do destino turístico, a partir de experiências dinâmicas vinculadas às atividades cotidianas do lugar.

O que se pode afirmar é que esta premissa, se bem planejada e executada, possui potencial para oportunizar que o turismo figure como uma das atividades indutora de desenvolvimento endógeno, o qual “visa atender às necessidades e demanda da população local por meio da participação ativa da comunidade envolvida. Mais do que obter ganhos em relação à posição do sistema produtivo local na divisão nacional ou internacional do trabalho” (BENI, 2006, p. 36).

Deve, portanto, considerar o desenvolvimento endógeno como uma abordagem do desenvolvimento local que considera os recursos, potencialidades, interesses e habilidades dos moradores e lugares, com o intuito de gerar emprego e renda e demais melhorias na qualidade de vida para uma comunidade ou território, tornando-os agentes ativos na busca e adoção de soluções para sanar as problemáticas que impedem seu desenvolvimento. Neste contexto, é possibilitado que o turismo, através de políticas públicas apropriadas, gere benefício tanto para a comunidade, como para os visitantes.

### **1.1.1 Políticas Públicas de Turismo e as Repercussões no Meio Rural**

As políticas públicas de turismo compreendem diretrizes e metas que orientam o desenvolvimento do setor. Segundo Silva, Costa e Carvalho (2013, p. 4) é de competência das políticas públicas o estabelecimento de “diretrizes orientadoras através do planejamento de estratégias, identificando necessidades e problemas nos mais variados segmentos. Para tanto, deve haver a participação dos diversos atores envolvidos com a atividade turística”. Desta maneira, a criação de políticas públicas específicas é fundamental para a criação de estratégias de fomento e consolidação de atividades em função do desenvolvimento local.

No Brasil, o marco inicial para a formatação de uma política nacional de turismo se deu a partir da década de 1960 com a criação de 02 (dois) órgãos federais através do Decreto-Lei n. 55/66: o Conselho Nacional de Turismo (CNTUR) e a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur). Tais órgãos foram responsáveis por formular, coordenar e implementar essa política no país. Para Bahia, Bolson e Pires (2004), esse decreto alavancou o turismo no país ao criar órgãos específicos para o setor.

O Conselho Nacional de Turismo foi extinto no início do Governo de Fernando Collor de Melo. Com isso, a execução da política ficou sob a responsabilidade da Embratur, atual Instituto Brasileiro de Turismo (SANTOS, 2013). De acordo com a mesma autora:

Este órgão definiu a primeira estrutura institucional pública para o turismo e sua competência foi estabelecida com as seguintes atribuições: fomento e financiamento de planos, programas e projetos voltados ao desenvolvimento da indústria do turismo, estudo sistemático do mercado turístico, promoção das atividades turísticas e o registro e fiscalização das empresas de turismo (SANTOS, 2013).

Já na década de 1970 o Decreto-lei nº 1.191 foi responsável pela criação do Fundo Geral do Turismo – FUNGETUR, que tinha como objetivo “financiar o desenvolvimento da atividade turística no país, sendo administrado pela Embratur” (DIAS, 2003, p.31).

É importante ressaltar que durante estes anos não se pensava a atividade turística como provedora de desenvolvimento social, estando esta restrita somente a finalidades econômicas e mercadológicas. No que concerne ao meio rural, as décadas de 1970 e 1980 foram marcadas por uma intervenção intensa do Estado na agricultura. As ações públicas neste período “procuraram alterar o padrão tecnológico dos agricultores e construir novas dinâmicas produtivas e econômicas relacionadas com as indústrias e com os mercados” (GRISA; SCHNEIDER, 2015, p. 15).

Diante do exposto, é importante salientar que ao longo da história do rural brasileiro, as políticas públicas de desenvolvimento se comportaram de forma seletiva, excludente e inclinadas muito mais para a produção agrícola do que para o meio rural em si e os seus grupos sociais. O território rural brasileiro, desde sempre, foi incentivado a aderir à modernização da agricultura, cuja preferência sempre esteve focada para a produção em larga escala visando o mercado externo (AZEVEDO; RODRIGUES, 2015).

A partir da década de 1990, mediante discussões sobre sustentabilidade, o Governo Federal passou a incorporar a atividade turística como uma alternativa de incremento de renda e de melhoria de condições de vida. A partir disso, implantou também políticas de incentivo ao turismo e à agricultura familiar, na tentativa de beneficiar regiões menos favorecidas socioeconomicamente.

No início dessa década foi implementado o Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT). De acordo com Cruz (2005), este plano intuía o planejamento participativo e a gestão local do turismo, delegando aos municípios a responsabilidade do desenvolvimento de suas localidades turísticas, enquanto o Governo Federal passou a representar como organizador e orientador de tomada de decisões. O PNMT foi o fruto de um processo de descentralização das políticas sociais brasileiras.

Paralelamente ao PNMT e vinculado ao Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA), foi lançado o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF). Esta ação tinha como objetivo o combate à pobreza do meio rural e assegurar que as atividades agrícolas permanecessem nas propriedades familiares (PIRES; SANTOS, 2010). A criação do PRONAF foi a primeira ação institucionalizada para o segmento rural a fim de fortalecer a agricultura familiar e promover o seu desenvolvimento.

Perico (2010) analisa o PRONAF enquanto um programa estruturante que contribuiu para o desenvolvimento rural do Brasil e refletiu na melhoria da qualidade de vida de pequenos agricultores. O acesso ao crédito e as vantagens de financiamento para atividades como o

turismo rural, por exemplo, permitiram o agricultor desenvolver suas atividades no campo de maneira mais estruturada e diversa.

Contudo, apesar do PRONAF ser considerado um dos mais importantes instrumentos de apoio à agricultura familiar do país, algumas contradições intervieram nos seus propósitos de desenvolvimento rural. Observou-se a ausência de distribuição equitativa dos recursos entre diferentes classes de agricultores beneficiando, principalmente, àqueles localizados nas regiões sul e sudeste do país, além de ter estimulado poucas mudanças nas estruturas de produção e atividades tradicionais econômicas (AQUINO; SCHNEIDER, 2015).

A valorização de práticas não vinculadas unicamente a atividades agropecuárias permitiu ao meio rural a oportunidade de dinamizar as suas funções. Estas novas funções atribuídas ao meio rural, nas quais o turismo se destaca, implicaram em uma nova dinâmica do espaço. Neste contexto, as relações sociais, a paisagem geográfica e a cultura passaram a ser mais valorizados, demandando políticas públicas específicas para a sua estruturação.

Concomitante à implantação destas ações públicas, voltadas para o meio rural, ocorreu a realização do I Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável (CITURDES), em Santa Maria – RS. Este evento foi considerado um marco para o ordenamento do turismo rural no Brasil (BONETTI; CANDIOTTO, 2012). Na ocasião, foi elaborada a “Carta de Santa Maria”, cuja proposta principal era “o estabelecimento de parcerias entre instituições governamentais e a iniciativa privada, visando a formulação de políticas e diretrizes voltadas para o segmento do turismo rural” (PIRES; SANTOS, 2010, p.63). Ainda de acordo com estes autores, o documento considerava fundamental a participação tanto da sociedade civil quanto do poder público e da iniciativa privada, além de instituições de ensino, conselhos de turismo, associações e cooperativas. (PIRES; SANTOS, 2010).

O período de maior transformação da atividade turística brasileira se deu em 2003, no governo de Luiz Inácio Lula da Silva, com a criação do Ministério do Turismo e a apresentação do Plano Nacional de Turismo (2003/2007 e 2007/2010) e a implementação do Programa de Regionalização do Turismo (PRT) (DIAS, 2003). Sobre isso, as autoras Silva, Costa e Carvalho expõem que:

Em 2007, o Plano Nacional de Turismo proposto no início do governo do presidente Lula foi substituído por um novo Plano Nacional de Turismo – PNT 2007-2010 – uma Viagem de Inclusão, mantendo as mesmas bases para uma gestão política participativa e descentralizada (SILVA; COSTA; CARVALHO, 2013, p. 6).

A descentralização do turismo do litoral para o interior de maneira regionalizada culminou com a responsabilização dos estados e municípios. Com isso, a valorização das singularidades regionais e locais tornou-se uma característica marcante do PRT.

Neste contexto, no ano de 2004, foi instituído o Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF). Este programa surgiu a partir da iniciativa do Ministério do Desenvolvimento Agrário e o Ministério do Turismo. Cabia, portanto, ao PNTRAF

Promover o desenvolvimento rural sustentável, mediante implantação e fortalecimento das atividades turísticas pelos agricultores familiares, integrado aos arranjos produtivos locais, com agregação de renda e geração de postos de trabalho no meio rural, com consequente melhoria das condições de vida. (PROGRAMA NACIONAL DE TURISMO RURAL NA AGRICULTURA FAMILIAR, 2004, p.13).

De acordo com Santos e Pires (2010), o PNTRAF estabeleceu um conjunto de diretrizes relacionadas tanto à formação e capacitação de agricultores quanto à disponibilização de crédito para infraestrutura básica e turística. Além disso, consolidou leis e criou um ambiente de mercado favorável para introdução dos produtos turísticos rurais.

Em paralelo às ações de fomento ao turismo rural, o Ministério do Turismo incorporou ao PNT “Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil 2003-2007”. O objetivo era diversificar o produto turístico brasileiro e incentivar a sua interiorização, a fim de valorizar as diferenças regionais, desenvolvendo o espaço rural (BONETTI; CANDIOTTO, 2012).

O plano de 2013-2016, cujas diretrizes eram similares aos anteriores (2003-2007 e 2007-2010), buscou a melhoria da qualidade dos destinos e serviços turísticos (KLEIN; SOUZA, 2019). Em 2018, como princípio do Plano Nacional de Turismo “Mais emprego e renda para o Brasil” (2018-2022), a regionalização se apresentou como “uma política pública de turismo que traduz o olhar além do município, para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização integrada e compartilhada” (MTUR, 2019, p.4). Com isso, o programa propôs uma aproximação das diversas pessoas envolvidas com a atividade turística em cada região, além da formação de grupos, para troca de experiências. O intuito era delegar as decisões para os municípios e suas regiões.

O atual Programa de Regionalização do Turismo (2019) propõe, através de um planejamento participativo, a integração dos diferentes atores públicos, privados e da sociedade civil com o objetivo de desenvolver a atividade turística de forma regionalizada.

É importante considerar que a implementação eficiente das políticas públicas no meio rural depende da compreensão e acesso da população a qual elas se destinam. Neste sentido, o

papel da extensão rural é fundamental para o desenvolvimento e um canal importante para que as políticas públicas designadas ao setor atinjam os agricultores e empreendedores (KLEIN; SOUZA, 2019).

A extensão rural é representada por uma gama de técnicos de várias áreas que estão em contato direto com o produtor e podem ser compreendidas como o “fornecimento de recursos, especialistas e/ou informações, por entidades públicas ou privadas, com o fim de amparar as comunidades em seu desenvolvimento” (KLEIN; SOUZA, 2019, p.58). Essa assistência técnica é imprescindível para que sejam atingidos os objetivos de desenvolvimento sustentável. Ainda que o governo federal forneça recursos consideráveis para o estímulo do turismo, observa-se que há uma fragmentação ou não existência de suporte para o desenvolvimento do turismo local nas comunidades (KLEIN; SOUZA, 2019).

Apesar da importância dessas políticas no processo de desenvolvimento do turismo no Brasil, em especial o turismo rural, observa-se ainda uma deficiência na participação efetiva das comunidades rurais nos processos de tomadas de decisões. Ao se considerar que estas comunidades possuem realidades distintas, é crucial que as ações planejadas considerem as necessidades particulares de cada uma delas. Para isso, as políticas nacionais de turismo rural e/ou turismo em espaços rurais devem estar incorporadas às ações regionais e estaduais de desenvolvimento, para que seja possível o desenvolvimento sustentável local.

### **1.1.2 Do desenvolvimento territorial rural ao turismo de base comunitária**

O alcance do desenvolvimento territorial rural, a partir da implementação de atividades não agrícolas no campo, em destaque o turismo no espaço rural, requer uma reflexão acerca da dicotomia rural-urbano e a ideia de novas ruralidades e pluriatividade.

A princípio, é importante destacar a compreensão acerca do uso da categoria territorial para pensar o desenvolvimento rural. Sérgio Schneider pressupõe o território como parte do espaço apropriado pela sociedade e construído a partir das relações e ações entre a população e o ambiente em que vivem (SCHNEIDER, 2003). Para o francês Claude Raffestin o espaço está relacionado ao patrimônio natural de determinada região, enquanto o território engloba a variedade de interesses, além de relações de poder desse espaço (RAFFESTIN, 1993). No âmbito do turismo em espaços rurais isto implica enxergar o espaço na perspectiva territorial, ou seja, na análise do território onde o turismo acontece.

A ideia de desenvolvimento territorial deve estar pautada sob a perspectiva de uma melhoria dos aspectos não apenas econômicos, mas também sociais e ambientais. Para isso,

deve contar com a participação dos atores locais públicos e privados, valorizando as potencialidades locais. Campanhola e Silva reforçam esta ideia ao afirmarem que

Um dos pontos importantes a considerar na perspectiva do desenvolvimento local refere-se ao aproveitamento das especificidades de cada localidade ou território e ao pleno aproveitamento das suas potencialidades e oportunidades (CAMPANHOLA; SILVA, 2000, p. 151).

As ações e políticas públicas de desenvolvimento instituídas sob abordagem regional, sempre favoreceram áreas urbanas. Esta ineficiência contribuiu para a transição da unidade de referência territorial a fim de reorientar as relações do estado com os órgãos locais. Desta forma, foi possível delimitar o espaço de desempenho, priorizando áreas de concentração de pobreza, além da atuação destas políticas de maneira descentralizada e com participação social. (SCHNEIDER, 2003).

Neste contexto, ressignificou-se a ideia de rural e urbano na qual sempre caracterizou o meio urbano como o foco de atividades não agrícolas e o meio rural, de atividades de agricultura e pecuária (ARAÚJO, 2010). Uma dicotomia que por muito tempo posicionou de um lado o meio rural e convencional e do outro, o urbano, caracterizado pela modernidade.

Segundo Tulik (2010) crises agrárias contribuíram fortemente para que o agricultor buscasse atividades não-agrícolas. O surgimento de novas relações e novas necessidades ligadas ao meio rural, não necessariamente vinculadas a este tipo de atividade, trouxe uma série de reflexões acerca das noções de rural e urbano.

Nessa perspectiva, não é mais possível pensar o espaço rural como fornecedor de mão de obra, produtos agropecuários ou ainda como se a sua existência estivesse interligada à única função de suprir o meio urbano. O incremento de outras atividades, não necessariamente ligadas à cultura agrícola e pecuária no meio rural, é chamada por alguns estudiosos de novas ruralidades. Sobre isto José de Araújo vai além ao afirmar que

Atualmente, a passagem da agricultura produtivista à sustentada surge em função de a sociedade, em seu conjunto, optar por esse tipo de desenvolvimento e por um ambiente mais saudável. Assim, além de produtor de alimentos não contaminados, o mundo rural recebe novos papéis, como os de protetor da natureza e lugar de lazer e descanso (ARAÚJO, 2010, p. 25).

Esta concepção mais dinâmica do espaço rural acompanha uma revisão do conceito de ruralidade, abandonando a ideia de um ambiente de atraso em relação ao urbano e que sempre o caracterizou. A valorização do espaço rural tem contribuído para modificar o olhar sobre as ideias de urbanidades e ruralidades, principalmente, onde o campo, apesar de predominantemente rural, deixa de sê-lo exclusivamente.

Klein e Souza (2019, p.12) caracterizam o novo rural “por uma grande diversidade de ocupações, serviços e novas funções não exclusivamente produtivas (residência, paisagem, lazer), resultando em mudanças significativas na compreensão da noção de rural”. Isso pressupõe uma ideia de versatilidade.

Esta versatilidade do espaço rural provocou transformações no modo de vida, de produção, das inter-relações e também nas questões naturais (WANDSCHEER; TEIXEIRA, 2010). O incremento da tecnificação e de novas atividades produtivas no meio rural fez surgir o fenômeno da pluriatividade, afetando diretamente as relações sociais e de trabalho, (CANDIOTTO, 2007). A este fato o autor contribui ao dizer que:

A pluriatividade encontra-se associada à agricultura familiar, pois o fundamento da pluriatividade reside, primeiramente, na existência de uma ou mais atividades agrícolas desenvolvidas na propriedade, combinada com uma ou mais atividades não agrícolas, desenvolvidas dentro ou fora da propriedade. Tais atividades não agrícolas podem estar vinculadas à indústria, comércio ou serviços públicos e privados, e são realizadas tanto em áreas consideradas rurais, como também nas urbanas (CANDIOTTO, 2007, p. 192).

Neste contexto, é importante ressaltar a convergência existente entre pesquisadores, a respeito dos efeitos positivos e negativos da pluriatividade ao agricultor familiar. Conforme aponta Candiottto (2007), enquanto alguns autores a consideram benéfica e contribuinte para a melhoria social e econômica das famílias rurais, outros a enxergam como uma prática de subordinação ao capital. A consequência disto é o abandono do meio rural. A pluriatividade das famílias rurais parece ser, então, mais proveitosa na medida em que as atividades não agrícolas se desenvolvem dentro da propriedade familiar.

É sob esta perspectiva que o implemento de práticas turísticas nos espaços rurais se manifesta como uma importante atividade econômica e social não agrícola. As suas funções estão atribuídas não apenas à conservação do homem do campo em seu território, como também ao compromisso com a preservação ambiental e a valorização da cultura rural local. Klein e Souza (2019, p. 9-10) ratificam essa ideia ao destacarem o turismo em espaços rurais como “expressão de uma pluriatividade particular e que se reveste de grande importância para pensarmos nas noções de desenvolvimento rural e de multifuncionalidade dos espaços rurais”.

Sob a perspectiva de quem viaja, Wandscheer e Teixeira (2010) pensam o espaço rural como um local apropriado tanto para o descanso e o lazer quanto à possibilidade de contato mais próximo com a natureza em contraponto ao estresse e a movimentação intensa das áreas urbanas.

Ainda sob a ótica do sujeito viajante, a prática do turismo em espaços rurais reflete a necessidade em vivenciar o ambiente rural e suas características peculiares tão distantes do seu

cotidiano urbano. Isto se dá através de modalidades turísticas variadas e vinculadas ou não às atividades agrícolas. Estas modalidades turísticas, de acordo com Tulik (2010, p.5), “incluem turismo rural, turismo verde, ecoturismo ou turismo ecológico, agroturismo, turismo de aventura e esportivo e turismo cultural”.

Araújo (2010) reforça este pensamento ao definir turismo em espaços rurais como toda prática turística realizada em áreas rurais, vinculada ou não a atividades agropecuárias, e que engloba diversos segmentos turísticos, entre eles o turismo rural ou o agroturismo. Graziano da Silva, Vilarinho e Dale também contribuem quando conceituam turismo em espaços rurais como

(...) não apenas aquelas atividades de serviços não agrícolas que vem se desenvolvendo no interior das propriedades rurais, tradicionalmente denominadas de turismo rural ou agroturismo - termos esses que serão utilizados como sinônimos, mas também aquelas atividades de lazer realizadas no meio rural, denominadas de turismo ecológico ou ecoturismo, o turismo de negócios, o turismo de saúde, etc. (GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, 1998, p. 14)

O alcance do desenvolvimento territorial e sustentável através da atividade turística em áreas rurais é possível desde que haja o compromisso com a preservação do seu ambiente, a valorização da cultura regional e o fortalecimento e empoderamento das bases locais. Nesta perspectiva, é fundamental agregar os princípios do turismo de base comunitária ao planejamento de desenvolvimento turístico com foco no território. Braghini, Santos e Vieira conceituam o TBC como uma ferramenta de gestão e ordenamento comunitário, em prol da atividade turística, na qual a comunidade tenha consciência e participação nos seus processos de desenvolvimento (BRAGHINI; SANTOS; VIEIRA, 2020).

O Ministério do Turismo, através do documento “Dinâmica e Diversidade do Turismo de Base Comunitária: Desafio para a formulação de política pública”, faz uma contextualização do TBC e traz uma reflexão acerca do percurso das práticas já realizadas no Brasil. Com isso, a partir destas experiências, pontua os seguintes princípios básicos do turismo de base comunitária: a autogestão; o associativismo e cooperativismo; a democratização de oportunidades e benefícios; a centralidade da colaboração, parceria e participação; a valorização da cultura local e o protagonismo da comunidade local no gerenciamento do seu próprio turismo. (MTUR, 2010).

Desta forma, a implementação do turismo em espaços rurais sob gestão comunitária propõe a realização de diversas atividades turísticas conectadas ao cotidiano rural, na qual a comunidade se aproprie de estratégias de desenvolvimento comunitário pautadas nos princípios do TBC. A Carta de Sergipe para o Turismo Comunitário, por exemplo, trata-se de um documento produzido durante o Seminário Sergipano de Turismo Comunitário (SESTUC),

realizado no município de Brejo Grande no estado de Sergipe. Na perspectiva do turismo comunitário ou TBC a carta demonstra o desejo de que...

(...) o patrimônio natural, cultural e atividades produtivas existentes possam se configurar como atrativos turísticos e, nesse sentido, como as comunidades podem se apropriar do que elas têm no seu território, para que sejam protagonistas dos produtos e serviços oferecidos, bem como dos benefícios, valorizando-se a autogestão, o associativismo, a transparência e equidade na distribuição dos direitos e responsabilidades, bem como a conservação ambiental (SESTUC, 2017, p. 1)

Portanto, para que as comunidades de um determinado território possam alcançar possíveis benefícios a partir da atividade turística, é preciso a elaboração de um plano de desenvolvimento turístico local, de longo prazo, que garanta tanto o envolvimento quanto a participação da comunidade nos processos de tomada de decisão, contemplando as suas necessidades e buscando um objetivo comum a todos na medida do possível.

Mendonça, Batalha e Santos (2002, p. 02) ratificam que o turismo em espaços rurais “tem sido considerado como a solução para problemas como marginalização, desigualdade, desertificação humana, falta de preservação ambiental de regiões e pequenas e médias empresas do meio rural”.

Por fim, aliada ao compromisso de promoção de desenvolvimento local, esta prática turística, sob uma gestão comunitária, deve prioritariamente promover melhorias para as comunidades receptoras, além de propiciar ao viajante a possibilidade de uma integração responsável e profunda com o patrimônio histórico, cultural e natural rural.

## **1.2 A Experiência e as contribuições para o Turismo de Experiência**

Neste subcapítulo serão explanados temas referentes à constituição de uma experiência, assim como a teoria da economia da experiência e as conceituações e fundamentações do turismo de experiência, estando esta agregada ao produto turístico.

### **1.2.1 Economia da Experiência, Experiência e o Turismo de Experiência**

Aspectos subjetivos referentes a atividade perceptiva no ato de consumir têm se tornado cada vez mais relevantes. Desde a década de 1980 estudos referentes às percepções no ato do consumo têm contribuído na compreensão do comportamento do consumidor. Morris Holbrook e Elizabeth Hirschman foram os pioneiros nestas pesquisas ao afirmarem que consumidores adquirem produtos e serviços não apenas para satisfazer as suas necessidades materiais, como

também atender demandas hedônicas (HOLBROOK; HIRSCHMAN, 1982). Estes autores acrescentam o consumo hedônico como sendo as características do comportamento de consumo relativas ao prazer e aos aspectos multissensoriais e emotivos de uma experiência com produtos.

Pode-se dizer, portanto, que este processo de alteração no comportamento de consumo, manifestado pela necessidade de envolvimento emocional e valorização do enriquecimento pessoal, tornou-se um critério cada vez mais relevante para a compra. Esta realidade, na evolução do processo de produção de bens e serviços, é responsável pelo surgimento da teoria da economia da experiência na qual os seus autores, James H. Gilmore e B. Joseph Pine II, alocam a experiência na perspectiva de um estágio superior na progressão dos valores econômicos (PINE II; GILMORE, 1999). Isto implica em uma mudança fundamental da economia atual onde critérios e valores de compras são reavaliados e canalizados para a satisfação através da customização dos serviços, ou seja, as experiências. Segundo Beni (2004), os economistas não costumavam diferenciar as experiências dos serviços, mas estas são, sim, uma oferta econômica distinta, tão diferente dos serviços quanto os serviços são dos produtos. O autor corrobora com esta afirmação ao mencionar que:

Hoje, podemos identificar e descrever um quarto cenário econômico além dos três setores da economia, o agrícola, o industrial, e o de serviços porque os consumidores inquestionavelmente querem experiências e, cada vez mais, as empresas estão respondendo, planejando e promovendo-as explicitamente (BENI, 2004, p. 303).

De acordo com Pine II e Gilmore (1999), o processo de evolução do valor da oferta econômica iniciou a partir dos commodities, base da economia agrária, como os principais agentes econômicos. Após o processo de industrialização, os produtos manufaturados adquiriram maior valor agregado e a prestação de serviços adquiriu um papel de destaque. A partir de então, surgiu a necessidade de alcance de um quarto e novo nível de valor econômico, além dos bens e serviços, isto é, a experiência.

Neste novo contexto de prestação de serviços customizados, quanto mais relevante, no sentido de atender as necessidades dos consumidores for a experiência no ato do consumo, maior será o grau de diferenciação perante a concorrência e, conseqüentemente, maior será também a valorização emocional do consumidor a esta oferta (BENI, 2004). Por sua vez, Panosso Netto (2010, p. 14) destaca que “as experiências de consumo são interações entre o consumidor e o produto, a companhia ou seus representantes, que conduzem a uma reação”.

Esta mudança no comportamento de consumo e a passagem da economia de serviços para a economia de experiências são refletidas na gestão turística, na medida em que os destinos turísticos começam a se posicionar como provedores de experiências pautadas, também, na

sensorialidade e nas emoções. De acordo com Oh, Fiore e Jeoung (2007, p. 120) “tudo o que o turista faz no destino é parte da experiência, não importando que isto seja por comportamento ou apenas através da percepção, por envolvimento cognitivo ou emocional, que seja expresso ou implícito”. Dalonso *et al.* (2015), também contribuem ao constatarem que em se tratando de práticas turísticas sob esta concepção, estas estão intimamente conectadas com o desejo de construção de memórias inesquecíveis a partir das vivências experienciadas em viagens.

Cabe ainda ressaltar que neste novo cenário, os desejos e necessidades destes novos viajantes vão além do campo da observação e da superficialidade. O que eles almejam é uma conexão mais profunda na qual possam acessar e relacionar os outros sentidos em um movimento sinérgico, fruto do nível de envolvimento e engajamento experienciados. Estas novas relações de troca provocadas pelo turismo e o foco na promoção da experiência memorável como diferencial na oferta turística deram origem à atividade de turismo de experiência. Cecília Gaeta corrobora com esta afirmação quando diz que:

Começa a se definir um novo perfil de turismo, no qual o prazer de viajar está intimamente associado às experiências ímpares que serão vivenciadas durante a viagem, em perspectiva individual e personalizada [...]. O turista de hoje quer viver um momento único, marcante, inesquecível[...]. É o fenômeno que os especialistas chamam de turismo de experiência. (GAETA, 2010, p. 140).

Pine II e Gilmore (1999, p. 12) afirmam que “[...] nunca duas pessoas terão a mesma experiência. Cada experiência deriva da interação entre o evento acontecido, e o estado de espírito do indivíduo (seus pensamentos, suas sensações)”. A percepção da experiência vivenciada é individual, inédita e variável a depender dos conhecimentos, cultura e expectativas de cada um. Beni concorda com esta afirmação ao analisar que:

Enquanto as ofertas econômicas anteriores – commodities, produtos e serviços – são externas ao comprador, as experiências são intrinsecamente pessoais e só existem na mente da pessoa que tenha sido cativada em um nível emocional, físico, intelectual ou até mesmo espiritual (BENI, 2004, p. 303).

Já Pezzi e Vianna (2015, p. 170) conceituam turismo de experiência como “uma abordagem mercadologicamente utilizada na atualidade, para descrever uma forma de desenvolver produtos turísticos, inserindo o turista como protagonista da própria viagem”.

A proposta de experimentar algo distante do cotidiano, através de uma experiência turística, inicia-se ainda no ato do planejamento da viagem quando o indivíduo propõe a si mesmo afastar-se do comum e da zona de conforto social em que vive. Sun Tung e Ritchie conceituaram a experiência em destinos turísticos como:

Uma avaliação individual subjetiva (afetiva, cognitiva e comportamental) de eventos relacionados a sua atividade turística que começa antes (ou seja, planejamento e

preparação), durante (ou seja, no destino), e depois da viagem (ou seja, o recolhimento). (SUN TUNG; RITCHIE, 2011, p.1369).

O sujeito viajante, marcado por características muito particulares, prioriza, antes de lugares, pessoas, uma vez que os seus princípios estão intimamente ligados ao envolvimento, ao autoconhecimento e ao relacionamento humano, principalmente. A proposta, no turismo de experiência, é promover oportunidades para que esse sujeito pratique o engajamento através de atividades de imersão, a partir do contato com elementos identitários locais, delimitados por contextos de alteridade e que, desta forma, permita-o adentrar outras realidades, tão distantes da rotina e das atividades desenvolvidas nos locais de origem. Trata-se da oportunidade de experimentar outras formas de estar no mundo. Outras formas de ser. DaMatta corrobora com esse pensamento e vai além quando identifica essa passagem como “momentos especiais opostos às prescrições político-legais, nos quais a sociedade se permita ler-se a si própria de ponta-cabeça” (DAMATTA, 2000, p.12).

Por outro lado, a experiência turística não é finalizada após a conclusão de uma viagem. É justamente a partir da reintegração com a rotina que o indivíduo irá objetivar a experiência vivenciada dispensando assim o significado de sua eleição. A partir disto, ele pode validar a experiência contrapondo aquilo que viveu às suas expectativas, ou seja, uma reflexão acerca das influências absorvidas a partir da convivência com o outro e na forma de consumo dos serviços experimentados.

Neste sentido, é importante destacar que qualquer prática turística vem a se configurar como uma experiência, no entanto, ao se pensar em turismo de experiência, o sujeito que viaja tem a oportunidade de estar imerso no cotidiano local, muitas vezes ignorado por experiências promovidas por práticas hegemônicas de turismo. Um estudo publicado pelo Sebrae intitulado “Turismo de Experiência” corrobora com esta afirmação ao conceituá-lo como “um nicho de mercado que apresenta uma nova forma de fazer turismo, onde existe interação real com o espaço visitado, mesmo que não seja o ideal, é o real e é o que o turista está em busca” (SEBRAE, 2015, p. 8).

Para que uma experiência turística seja validada como uma prática dentro do conceito de turismo de experiência é necessário perceber uma revisão dos valores internos. Uma reconstrução de consciência de diversas ordens provenientes do contato com a realidade do outro. Bastiaansen *et al.*, (2019) reafirmam que as sucessões das reações emocionais instantâneas no decorrer de uma experiência é que determina como ela será avaliada e recordada.

Nessa perspectiva, a experiência, por ser individual e subjetiva, é de extrema complexidade. Em uma perspectiva fenomenológica, a experiência é interpretada na forma “como os indivíduos compreendem e se engajam ativamente nas situações em que se encontram ao longo das suas vidas” (ALVES; RABELO; SOUZA, 1999, p.11). Os autores complementam ainda que “a ideia de experiência enquanto modo de estar no mundo nos remete diretamente ao corpo, como fundamento da nossa inserção no mundo”. A experiência vem a ser, então, um produto da imersão do sujeito no mundo e se dá através da atividade perceptiva do sujeito, da sensorialidade, do sensível, dos sentimentos e das emoções. É, portanto, o momento da alteridade, das trocas entre pessoas e as suas culturas, representado pela imersão na realidade do outro, da busca pela autenticidade que implica nas faculdades sensoriais e atividades perceptivas de ser ver no outro.

Quando se trata de emoções, Bastiaansen *et al.* (2019) caracterizam-nas como um elemento fundamental da experiência. Dentro do contexto da hospitalidade e do turismo, os autores complementam que experiências se tornam significativas e memoráveis a partir do instante em que evocam emoções.

No entanto, para que uma experiência de viagem, nos moldes do turismo de experiência, atenda ao seu princípio de conexão profunda e engajada, é importante que as atividades propostas não sejam breves ou insipientes em termos de adensamento relacional, algo comum em propostas de roteiros de experiência disponibilizados no mercado turístico. Trigo reforça esta ideia ao afirmar que:

Esse é o problema que envenena a possibilidade de uma experiência com estilo próprio: a banalização ou a oferta trivial, como engodo ou simples cenário, no lugar da profunda experiência de uma viagem destinada ao prazer mais profundo do autoconhecimento, da descoberta e da possibilidade de aventura que nos deixe mais seguros de nossa existência como seres humanos (TRIGO, 2010, p. 32).

Diante do exposto, entende-se que, para que a experiência turística seja coerente com o que foi discutido, nas referências do conceito de turismo de experiência, é necessária uma redefinição das propostas de atividades turísticas que atendam a essas características de inovação e da demanda atual, e na qual a experiência se torne um valor agregado aos produtos e aos serviços prestados no destino.

### **1.2.2 A experiência memorável agregada ao produto dos destinos turísticos**

Alguns dos efeitos da globalização em destinos turísticos, nas últimas décadas, foi a mercantilização, massificação e uniformização de atividades turísticas dentre elas a cultura, a

identidade e as particularidades locais. Por sua vez, as inovações tecnológicas, no âmbito das telecomunicações, contribuíram para esses movimentos os quais proporcionaram uma maior competitividade entre os destinos através de estratégias descontextualizadas e mal planejadas de captação de visitantes. Nesse mesmo diapasão, Bezerra e Silva (2016) destacam que em tempos de globalização e concorrências acirradas a tecnologia e os produtos são copiados, enquanto os serviços têm-se tornado cada vez mais idênticos.

Mas, se por um lado a globalização homogeneizou a oferta turística em algumas localidades, por outro, fruto deste mesmo posicionamento competitivo, ela foi também a responsável na melhoria da oferta de serviços e de um despertar para o desenvolvimento de um diferencial a partir da promoção das particularidades locais. Este último atende a uma demanda que apresenta características específicas na busca por novas práticas e produtos turísticos. Zaoual destaca que

(...) a demanda turística tornou-se mais exigente, variada e variável. Ela tende a se focar cada vez mais sobre a qualidade e exprime as necessidades da cultura e do meio ambiente. Concretamente, a clientela procura verdadeiros sítios que combinam autenticidade e a profundidade do intercâmbio intercultural de uma parte e a harmonia com a natureza e a memória dos lugares visitados em outro lugar (ZAOUAL, 2010, p. 57).

Pode-se, por assim dizer, que os comportamentos e anseios desta nova demanda refletem, no mercado turístico, a necessidade de planejamento de estratégias de marketing e inovação na potencialização das características locais de cada destino, além da urgente reinvenção e renovação das propostas de atividades inserindo a experiência memorável como elemento de conexão da produção e do consumo turísticos. Dias, Nascimento e Maia (2012) afirmam que é preciso identificar a particularidade local e a diferenciação dos destinos turísticos, na qual a satisfação, através da vivência única do indivíduo, é o fator principal que contribui para o desenvolvimento local.

Gaeta (2010, p. 138) considera que “a sobrevivência da atividade turística, enquanto prestadora de serviços depende, então, de sua adaptação às mudanças da sociedade nos aspectos social, político e econômico, além do atendimento das expectativas dos clientes”.

Diante disso, o que se espera é que as empresas turísticas concentrem suas ações na promoção criativa de possibilidades de vivências sensoriais e passíveis a diferentes interpretações e emoções a partir de interações pessoais e multiculturais.

Por sua vez, os planos de marketing de destinos turísticos têm um importante papel neste desafio de transmitir, através da análise dos elementos identitários locais e a formatação da imagem do destino, o compromisso de uma experiência inesquecível de viagem que é exclusivamente associada à destinação (BENI, 2004). Beni ressalta ainda que este desafio é

colocado para as empresas e comunidades que se dispuserem a acessar e agregar este conteúdo experiencial em suas estratégias mercadológicas a fim de aumentar de forma responsável o fluxo de turistas e incentivar a revisitação e a recomendação do destino. Neste mesmo pensamento, Añaña, Anjos e Pereira concordam que

(...) o destino turístico depende de recursos naturais, patrimoniais, organizacionais e humanos, que uma vez organizados num produto pode ser anunciado e entregue como satisfatório de necessidades e desejos dos clientes. (AÑAÑA; ANJOS; PEREIRA, 2016, p. 315).

Acredita-se, portanto, que o planejamento da oferta turística de um destino, pautado nos preceitos do turismo de experiência, deve se fundamentar na originalidade, criatividade e inovação de uma proposta integrada de produtos que valorizem os costumes locais e incentivem uma aproximação maior e mais livre entre o visitante e o objeto experienciado. A capacidade de proporcionar experiências turísticas relevantes ao turista será, cada vez mais, uma condição de sobrevivência para estas organizações (BENI, 2004).

A aproximação pode ocorrer a partir do momento em que é oferecido ao viajante a possibilidade de contato com elementos locais muito bem marcados em contexto de alteridade. Uma visita a uma propriedade de agricultura familiar, a imersão em vivenciar questões sociais de uma comunidade tradicional, a realização de uma oficina de gastronomia local, a interação sensorial com obras em museus de arte, uma conversa com artesãos locais ou simplesmente que o indivíduo tenha a liberdade de circular pela localidade visitada, sem determinação de horários e roteiros rígidos, são exemplos de como podem se estabelecer relações e trocas de aprendizados por conta própria.

Nesta perspectiva, Seyfi *et al.* (2019) diz que, a qualidade da interação cultural entre viajante e destino visitado contribui tanto para a riqueza da experiência vivenciada pelo viajante quanto à aceitação e à tolerância dos residentes. Por sua vez, Caru e Cova (2003, p. 272) corroboram que “o consumidor deve ser visto como um indivíduo emocionalmente envolvido (em situações de consumo), em que os aspectos multissensoriais, do imaginário e emocionais são especialmente procurados e apreciados”.

A formatação e a promoção da imagem de um destino são importantes na medida em que projetem uma imagem singular e legítima no imaginário do indivíduo. Añaña, Anjos e Pereira (2016) complementam que o encontro das expectativas criadas a partir da imagem difundida e a realidade do local podem interferir na experiência e na avaliação do destino. Os autores Gândara *et al.* ratificam que

(...) por causa da intangibilidade da experiência, a imagem é a principal característica da qualidade dos serviços turísticos e pode conduzir ou travar a satisfação dos clientes. O turismo é uma atividade baseada na imagem. A sua primordial preocupação é construir, por meio de múltiplas representações, uma imagem que seduza o visitante

a deslocar-se para um espaço definido em termos simbólicos (GÂNDARA *et al.*, 2010, p.385).

Contudo, a expectativa construída a partir de uma imagem, assim como a experiência vivenciada, é individual e subjetiva. Isto significa que talvez seja impossível para um destino atender a tantas expectativas de diferentes ordens e pessoas. O que se propõe, sob uma perspectiva da experiência, é que as atividades turísticas promovidas por empresas e destinos turísticos causem um efeito de ressignificação destas expectativas criadas a partir de possibilidades de interação profunda e relacionada à subjetividade, sensibilidade e emoção

## 2- METODOLOGIA DA PESQUISA

Neste capítulo serão abordados os procedimentos metodológicos necessários para a realização da pesquisa. O primeiro tópico trata da caracterização da área de estudo, seguida de um estudo da fenomenologia como método de investigação. Logo após serão apresentados os instrumentos e técnicas que foram utilizados nesta pesquisa.

### 2.1 Caracterização da Área de Estudo

Ao se pensar o turismo como instrumento de mudança social para comunidades rurais, é necessário basear-se nos princípios das novas ruralidades e do desenvolvimento local sustentável. Neste cenário, a aproximação entre o turismo e os hábitos das famílias rurais manifestam-se como uma estratégia propícia para o desenvolvimento local.

Diante do processo de constantes transformações e dinamização do espaço rural, os assentamentos rurais, mais especificamente, têm um papel importante não apenas como modificadores da paisagem como também das relações sociais, ambientais, culturais e econômicas locais (FONSECA; SILVA, 2018). Um assentamento rural consiste em uma nova realidade produtiva, suprimindo a necessidade do pequeno produtor em trabalhar e produzir o próprio sustento através da agricultura familiar. Ademais, as autoras complementam que um assentamento rural representa um território para a efetivação de políticas públicas que permitam aos assentados o acesso a linhas de crédito para organização da produção e autonomia financeira (FONSECA; SILVA, 2018).

Os assentamentos rurais representam unidades produtivas, visto que são independentes entre si. São instituídos pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) em uma terra identificada pelo Movimento Sem Terra (MST) como improdutivo e pertencente a um único proprietário. O seu processo de formação se dá a partir de ocupações por meio de acampamentos instalados às margens de uma determinada propriedade rural onde famílias reivindicam e pressionam o Estado a acelerar o andamento da negociação, demarcação e distribuição de lotes. Bergamasco e Norder corroboram com esta ideia ao afirmarem que

De maneira genérica, os assentamentos rurais podem ser definidos como a criação de novas unidades de produção agrícola, por meio de políticas governamentais visando o reordenamento do uso da terra, em benefício de trabalhadores rurais sem terra ou com pouca terra (BERGAMASCO; NORDER, 1996, p. 7)

Neste contexto, um assentamento significa, antes de tudo, uma terra conquistada e se configura como um lugar de resistência e luta social, reverberando nas relações sociais dos

assentados e na conexão intensa com o solo através de práticas cotidianas rurais, para subsistência e permanência na terra.

A realização de atividades turísticas nestas áreas, sob a perspectiva do novo rural, surge como uma alternativa para o desenvolvimento rural, haja vista a pobreza e a exclusão social tão marcantes nesses territórios. A prática turística nestes locais pode contribuir e diversificar a renda, agregando valor às atividades socioculturais e econômicas que já acontecem dentro dos assentamentos. Giannini ratifica que esta é uma grande oportunidade para os assentados de além da possibilidade de aumento de renda, há a contribuição de resgate e manutenção dos valores culturais através do recebimento de visitantes em suas propriedades (GIANNINI, 2017).

A prática do turismo de experiência nessas localidades propõe uma imersão responsável dos visitantes nas tradições culturais e no patrimônio natural local. Além disso, a oportunidade de visita a um assentamento promove a possibilidade de acesso a antigas questões sociais do meio rural brasileiro e a uma consequente desigualdade social cuja sociedade acostumou-se a naturalizar (GIANNINI, 2017).

A região do Alto Sertão Sergipano está localizada no noroeste do estado e é constituída pelos municípios Canindé de São Francisco, Gararu, Monte Alegre de Sergipe, Nossa Senhora da Glória, Nossa Senhora de Lourdes, Poço Redondo e Porto da Folha. No geral as suas condições climáticas são caracterizadas como “semiárido brando e mediano com seis a oito meses secos, as chuvas geralmente se iniciam em abril, com períodos secundários em julho” (ARAÚJO, 2012, p. 26).

Uma característica marcante deste território é a abundância de assentamentos rurais instituídos, no qual é possível identificar o maior quantitativo de famílias assentadas no Estado. De acordo com o INCRA, isto se deve ao histórico de grandes latifúndios improdutivos, principalmente nos municípios de Poço Redondo e Canindé de São Francisco. Os assentamentos estão espalhados por todos os municípios do território do Alto Sertão cuja atividade dominante é a agricultura, praticada com culturas temporárias ou permanentes, em sistema de irrigação ou sequeiro, a depender da disponibilidade de equipamentos e das condições do ambiente (IBGE, 2021).

Sob o contexto econômico destaca-se a produção de leite que caracteriza a região como a maior bacia leiteira do Estado. Neste sentido Santos complementa que o leite de vaca representa a mais significativa fonte de renda no Alto Sertão Sergipano, predominado na produção da agricultura familiar (SANTOS, 2017).

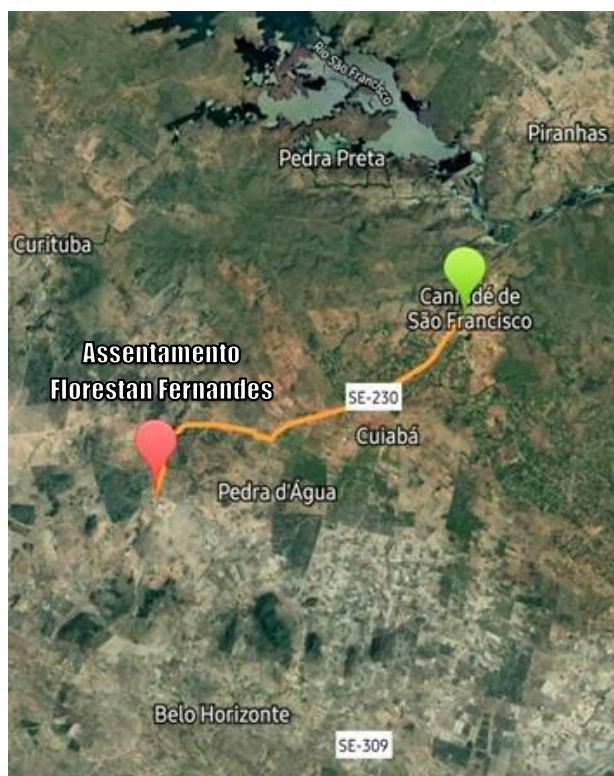
Canindé de São Francisco (Figura 01), um dos municípios que compõem o Alto Sertão Sergipano, apresenta diversos potenciais ambientais, econômicos, históricos e culturais, o que

o torna uma localização adequada para o investimento turístico. Além do mais, concentra uma grande parte dos assentamentos do Estado. Por esta razão, para a pesquisa do objeto de estudo, optou-se pelo assentamento Florestan Fernandes (Figura 02), localizado a 14 (quatorze) quilômetros da sede deste município.

**Figura 01:** Mapa de Sergipe com destaque para a região do Alto Sertão Sergipano e o município de Canindé de São Francisco



Fonte: SANTOS, R. S. *et al.*, 2016.

**Figura 02:** Trajeto entre a sede de Canindé de São Francisco e o assentamento Florestan Fernandes

Fonte: Wikiloc, 2021

O Assentamento Florestan Fernandes (Figura 03), integrante da região do Baixo São Francisco, apresenta uma área de aproximadamente 825 hectares, tendo sido distribuído em lotes e atualmente beneficiando 31 (trinta e uma) famílias (Quadro 1). A maioria dos assentados é originária da luta do Movimento dos (as) Trabalhadores (as) Sem Terra (MST) que ocupou, no passado, a “Fazenda Oroco”. A propriedade pertencia a José Américo que resistiu à ocupação e entrou em conflito. A fazenda foi desapropriada no ano 2000 e loteada aos futuros assentados (CALADO *et al.*, 2019).

**Quadro 01:** Assentamento Selecionado para a Pesquisa Empírica no Alto Sertão Sergipano

Assentamento	Data de Criação	Município	Área	Nº de famílias beneficiadas	Tamanho dos Lotes	Área da Reserva	Vinculado à reforma agrária, INCRA e MST
Florestan Fernandes	Abril/2002	Canindé de São Francisco	825 ha	31	23 ha	205 ha	Sim

Fonte: Trabalho de Campo, 2021. Organizado pelo autor, 2021.

**Figura 03:** Mosaico de fotos da paisagem do assentamento Florestan Fernandes



Fonte: Márcio Ramos, 2021

## 2.2 A Fenomenologia como Método de Investigação

A proposta de desenvolvimento de atividades imersivas por meio do turismo de experiência implica em um planejamento detalhado, e ainda, a construção de novas formas de pensar a cultura, o espaço e a identidade. É necessário, assim, levantar dados, elencar possibilidades, criar modelos de projeto, além de experimentar diferentes recursos de inserção no campo para alcançar o objetivo da pesquisa. A escolha de um método científico é, portanto, fundamental neste processo. Marconi e Lakatos reforçam esta ideia ao definirem o método científico como o “conjunto de atividades sistemáticas e racionais que permitem alcançar um objetivo com segurança e economia, na medida em que traça um caminho a ser seguido, detecta erros e auxilia as decisões de um cientista” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 65).

Neste trabalho, considera-se que o turismo de experiência é uma prática que se define a partir da imersão no cotidiano do destino visitado. Diante disto, observa-se que há um favorecimento da prática deste tipo de turismo e da análise da pesquisa baseada na fenomenologia. Assim sendo, esta pesquisa foi pautada na perspectiva do turismo de experiência com apropriação da fenomenologia, ou seja, baseada nos valores, conhecimentos e perspectivas de mundo dos habitantes da comunidade estudada, considerando os seus olhares sobre os próprios espaços que habitam.

A fenomenologia, segundo Merleau-Ponty (1999), é o estudo das essências, cujo compromisso é o de conhecer, através da compreensão, a experiência dos sujeitos no mundo. Com isso, compreende que não há outra forma de entender o homem senão a partir da sua existência e a sua forma de perceber o mundo. O método fenomenológico, ainda segundo esse mesmo autor, “trata-se de descrever, não de explicar nem de analisar” (MERLEAU-PONTY, 1999, p.3). Ponty vai além ao assegurar que na fenomenologia “o real deve ser descrito e não construído ou constituído. Isso quer dizer que não se pode assimilar a percepção às sínteses que pertencem à ordem do juízo, dos atos ou da predicação” (MERLEAU-PONTY, 1999, p.8).

Desta forma, uma pesquisa fenomenológica analisa a maneira natural em que a realidade é percebida a partir da experiência humana, na sua essência e a sua visão de espaço (PANOSSO NETTO, 2005). Cabe ressaltar, portanto, que a fenomenologia, ao questionar o conhecimento baseado em critérios positivistas, valoriza o que está por traz do que aparece em forma de dados e fatos (NITSCHKE, 2007). O que vem à tona é o fenômeno, ou seja, a revelação das coisas ou fatos em si. Ângela Bello, em *Culturas e Religiões: uma leitura fenomenológica*, reforça e vai além ao dizer que:

O método fenomenológico se mostra eficaz pela sua capacidade de remontar até às origens dos fenômenos e, portanto, não só descrevê-los na sua manifestação exterior, mas também evidenciar as fontes que os produziram. É o ser humano que deve ser investigado como produtor das manifestações que foram observadas (BELLO, 1998, p.12).

Com isso, a fenomenologia vem a ser, então, a busca do significado e das essências dos fenômenos, reveladas pelas coisas, através da experiência vivida. Por sua vez, Nitsche considera que a fenomenologia ao tratar “as coisas”, vislumbra-as como representações das essências (NITSCHKE, 2007). Panosso Netto apoia esta reflexão ao afirmar que “a abordagem fenomenológica é necessária nesse aspecto, pois permite a interpretação do fato em si, ou da “coisa” no mesmo sentido em que Husserl afirma: “vamos às coisas” (PANOSSO NETTO, 2005, p. 96).

O alcance à essência das coisas, dentro do contexto da fenomenologia, só é possível a partir da redução fenomenológica. Ingram (2002) esclarece que este movimento se refere a habilidade do pesquisador de deixar de lado os seus conceitos e conhecimentos acerca da realidade do objeto de estudo ao longo de todo o processo de pesquisa fenomenológica. Trata-se de um método de estudo dos objetos em si, e não do conhecimento que se tem a respeito.

Assim como na fenomenologia, a experiência humana é um elemento-chave que constitui o fenômeno turístico. Esta convergência contribui para a importância na elaboração de pesquisas e estudos de turismo com base filosófica na fenomenologia. Panosso Netto propõe ainda a fenomenologia como uma abordagem para o estudo do fenômeno turístico a partir das especificidades da existência humana e não apenas uma análise restrita às relações de consumo (PANOSSO NETTO, 2005).

Diante da perspectiva fenomenológica da intersubjetividade, fez-se necessário um levantamento de dados a partir da percepção da maneira em que a realidade é percebida na comunidade objeto de estudo, a forma em que se vislumbra o território em que vive e o seu sentimento de pertencimento e identidade, tanto ao assentamento quanto ao sertão. Isto foi possível a partir da observação e interpretação das relações afetivas dos moradores com o lugar e entre si, marcadas por suas experiências pessoais conectadas a valores e ao modo como percebem o meio ambiente.

A fim de concernir para uma abordagem que permitisse ao pesquisador uma aproximação do cotidiano do objeto pesquisado de maneira intensiva, este trabalho foi inserido no escopo da pesquisa qualitativa e de natureza aplicada. Nesta pesquisa a abordagem qualitativa foi utilizada como estratégia da pesquisa exploratória descritiva aliada ao aprimoramento de ideias a partir de um levantamento bibliográfico pautado em leituras de

livros, teses, dissertações e publicações em artigos científicos. Com o propósito de investigar informações oficiais a respeito do assentamento, o levantamento documental foi realizado através do acesso a fontes primárias de documentos escritos, como regimentos, estatutos, publicações parlamentares, documentos oficiais, mapas e outros (MARCONI; LAKATOS, 2010).

Segundo Altinay e Paraskevas (2008, p.75), a pesquisa qualitativa “tem como objetivo desenvolver uma compreensão do contexto em que os fenômenos e comportamentos acontecem”. A pesquisa qualitativa permite o estudo de poucos casos com uma maior profundidade e proporciona uma maior compreensão sobre a natureza da temática, possibilitando uma maior aproximação da realidade em que se encontram as comunidades a serem estudadas (DENCKER, 2007).

Nessa perspectiva, fez-se necessário levantar dados de caráter descritivo, os quais foram obtidos a partir de observação e processos de interação com os sujeitos locais. Na ocasião da experiência de campo foi possível fazer registros de narrativas e discursos que remontassem aspectos relacionados às práticas cotidianas e as relações sociais. A pesquisa de caráter qualitativo e fenomenológico valorizou, portanto, a percepção da comunidade acerca da prática do turismo de experiência nessa área.

### **2.3 Instrumentos e Técnicas de Pesquisa**

O levantamento de dados para a realização desta pesquisa foi realizado através de técnicas de observação participante, entrevistas semiestruturadas e a aplicação de mapas mentais, no qual identificou-se a percepção dos moradores acerca da possibilidade de atividades turísticas pautadas nos princípios de turismo de experiência e turismo de base comunitária. Ao que se refere à população da pesquisa, participaram do estudo dezessete assentados que compareceram em uma primeira reunião de apresentação desta pesquisa. O convite foi realizado pela liderança local a todos os assentados do Florestan Fernandes.

Além disso, a pesquisa recorreu, também, à prática do *snowball* (bola de neve) na qual, através do questionamento “*Quem na comunidade tem boas histórias para contar?*”, permitiu que os entrevistados sugerissem outros sujeitos a participarem da pesquisa. Desta forma foi possível alcançar pessoas menos conhecidas ou de difícil acesso (BOCKORNI; GOMES, 2021). Os autores complementam que este tipo de amostra é relevante em estudos que escolhem

por amostras não probabilísticas em pesquisas de natureza qualitativa (BOCKORNI; GOMES, 2021). Uma vez identificado o grupo de interesse em participar da pesquisa, elaborou-se um diagnóstico onde foi possível detectar entraves e potencialidades da comunidade, identificar, mapear e reconhecer a área em termos de oportunidades de experiências de imersão na memória cultural e nos hábitos locais.

A primeira reunião coletiva foi realizada no dia 14 de agosto de 2021, quinze dias após a chegada do pesquisador no assentamento (Figura 04). Na ocasião foi apresentada a proposta da pesquisa assim como o compromisso em propor algo concreto para a comunidade. Conversou-se sobre turismo e mais especificamente sobre turismo de experiência de base comunitária, na qual os participantes permitiram que o pesquisador os acompanhasse em suas atividades diárias até o final do período de trabalho de campo. Durante a reunião foi apresentado um documentário sobre o Shopping Rural (Figura 05), localizado na comunidade rural de Tambaba, na Costa do Conde, litoral sul da Paraíba. Este empreendimento rural serviu de inspiração para a proposta de implementação do Shopping da Caatinga no assentamento Florestan Fernandes e cujo nome foi escolhido pelos próprios assentados.

**Figura 04:** Primeira reunião coletiva para apresentação da proposta de pesquisa



Fonte: Marcio Ramos, 2021

**Figura 05:** Apresentação do documentário “Doces Tambaba – Do Cajueiro ao Shopping Rural”



Fonte: Márcio Ramos, 2021

A utilização da técnica de observação participante permitiu uma maior aproximação entre o pesquisador e a realidade local. Minayo (2008) afirma que a observação participante é a técnica mais utilizada em pesquisas de natureza qualitativa o que permite uma participação do pesquisador na vida cotidiana das comunidades em estudo. Para tanto, o pesquisador fez moradia no município de Canindé de São Francisco, distante aproximadamente 14 (quatorze) quilômetros do assentamento de estudo, por um período de três meses (agosto – outubro 2021). O trabalho de campo foi realizado apenas após o pesquisador ter se vacinado integralmente contra a Covid-19, bem como os assentados. A partir do contato com a liderança local foi possível frequentar a comunidade constantemente, acompanhando as atividades sociais e produtivas locais, mantendo os protocolos de segurança sanitária. Esta interação permitiu observar de forma mais profunda as relações dos assentados não apenas com o lugar em que vivem como também entre si, além dos afazeres cotidianos e as habilidades e potencialidades do grupo de interesse da pesquisa.

Por conseguinte, a partir deste contato, tornou-se possível a aplicação de entrevistas semiestruturadas nas quais o pesquisador estimulou os entrevistados a falarem livremente e conduziu a conversa, dentro do necessário, aos temas de interesse para a pesquisa. Selltiz, Wrightsman e Cook concordam com esta ideia quando afirmam que o entrevistador, através de uma entrevista semiestruturada, torna-se um “catalizador completo da expressão das crenças e sentimentos do entrevistado, e do quadro de referência dentro do qual essas crenças e

sentimentos assumem um significado pessoal” (SELLTIZ; WRIGHTSMAN; COOK, 1987, p. 43).

Para tal fim, todas as pessoas foram entrevistadas em um ambiente familiar, nas próprias casas, nos lotes de produção ou outros locais de trabalho (Figura 06). Os diálogos foram realizados tanto com moradores do assentamento Florestan Fernandes, quanto gestores públicos da Secretaria Municipal de Turismo, Esporte e Cultura (SETURCE), Secretaria Municipal de Agricultura, Empresa de Desenvolvimento Agropecuário de Sergipe (EMDAGRO/Canindé), o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA/Canindé) para construção do trabalho de pesquisa, além de outras instituições públicas. Os aspectos abordados junto aos assentados foram:

- a) O perfil do assentado;
- b) A história e o cotidiano do assentamento;
- c) Atividades produtivas e sociais locais;
- d) A relação do assentamento com instituições públicas;
- e) Habilidades pessoais (artesanato, culinária, música, etc);
- f) A relação do assentamento com as espécies da caatinga, em especial a palma;
- g) Percepção acerca do que é turismo e potencialidades locais;

Através das entrevistas e conversas informais foi possível acessar o dia a dia, as limitações, as relações sociais, as necessidades e expectativas dos moradores acerca da prática do turismo em seu território. Quanto aos questionamentos abordados com os gestores públicos destacaram-se:

- a) Informações gerais acerca do assentamento;
- b) Políticas públicas rurais locais;
- c) Agricultura familiar;
- d) Fragilidade ambiental da caatinga;
- e) O papel de cada Instituição;
- f) Políticas de turismo locais;
- g) Turismo rural e de experiência de base comunitária em comunidades rurais

**Figura 06:** Mosaico de fotos da aplicação de entrevistas semiestruturadas com assentados



Fonte: Márcio Ramos, 2021

Uma outra técnica utilizada foi a aplicação de mapas mentais com o propósito de auxiliar na compreensão da cultura, do espaço e do simbólico a partir da percepção dos moradores da localidade estudada (KOZEL, 2007). A oficina de mapas mentais contribuiu para trazer a essência de cada participante a visão própria do espaço, do sentimento de pertencimento e de identidade da sua localidade e a todo o meio ambiente ao seu redor.

Kozel (2018) conceitua mapas mentais como desenhos elaborados pelos participantes, a partir de um tema proposto, que retratem suas percepções e suas experiências nos lugares em

que vivem. Para a interpretação destes desenhos, utilizou-se a metodologia de Kozel (2018) que considera a interpretação das imagens a partir de quatro parâmetros:

- i) Quanto à forma de representação dos elementos nos desenhos;
- ii) Quanto à distribuição dos elementos nos desenhos;
- iii) Quanto à especificidade dos ícones;
- iv) Apresentação de outros aspectos ou particularidades.

A partir da percepção das experiências humanas vividas no assentamento foi possível elaborar um diagnóstico e perceber de que maneira cada participante se percebe em seu lugar de moradia e as perspectivas referentes à proposta de implementação do Shopping da Caatinga - um espaço no assentamento para a comercialização de produtos e experiências turísticas identificados pelo pesquisador.

A oficina para a construção dos mapas ocorreu no dia 05 de setembro de 2021 (Figura 07) e na ocasião os participantes foram distribuídos em grupos nas quais elaboraram os desenhos a partir das seguintes questões:

1. Como vocês visualizam o shopping da caatinga?
2. Turismo em minha comunidade: dentro das atividades que vocês já realizam no dia a dia que experiências um turista pode ter no assentamento?

Ao final da elaboração dos desenhos cada grupo apresentou os seus mapas descrevendo-os para o restante as suas interpretações (Figura 08). A identificação e a percepção dos assentados acerca dos seus próprios valores e potenciais, assim como do assentamento, foi de fundamental importância para observação das possibilidades e expectativas em torno de práticas turísticas na localidade.

**Figura 07:** Mosaico de fotos da aplicação de mapas mentais no assentamento





Fonte: Márcio Ramos, 2021

**Figura 08:** Mosaico de fotos da apresentação dos mapas mentais para o grupo



Fonte: Márcio Ramos, 2021.

A etapa final deste estudo consistiu na análise dos dados coletados com base nos referenciais teóricos que discorrem sobre a prática do turismo de experiência de base comunitária em comunidades rurais com o propósito de construir um projeto de desenvolvimento sustentável a partir do exercício do turismo.

### **3- TURISMO DE EXPERIÊNCIA NO FLORESTAN FERNANDES: LEITURA COMUNITÁRIA**

Nesta sessão serão apresentados os resultados obtidos a partir da formulação dos objetivos propostos para este estudo e uma discussão acerca da percepção do dia a dia local, das relações sociais locais e das potencialidades que a localidade manifesta a partir dos olhares tanto dos assentados quanto do pesquisador, assim como possibilidades de experiências rurais vinculadas aos potenciais atrativos.

Apesar desse assentamento ser o objeto de estudo desta pesquisa, atores sociais de outras comunidades, a exemplo do assentamento Nova Canadá e a Agrovila 10 do assentamento Pedro Teixeira, foram aparecendo no decorrer da pesquisa de campo e trouxeram outras experiências que foram inseridas no estudo, mas que não se configuram como objetos profundos desta análise.

Para a realização do devido estudo foram entrevistadas 23 (vinte e três) pessoas, todas com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) assinado e identificadas nesta seção como assentados (referentes às falas dos moradores do assentamento Florestan Fernandes) e entrevistados (representantes das seguintes entidades públicas: INCRA, EMDAGRO, Conselho Municipal de Meio Ambiente, Secretaria Municipal de Agricultura e Secretaria Municipal de Turismo, Esporte e Cultura).

#### **3.1 O assentamento em seu cotidiano**

A convivência intensa com a comunidade, através de encontros informais e os trabalhos de campo, foram de grande relevância para que se tornasse possível uma percepção mais genuína da rotina do assentamento a partir do seu funcionamento diário.

A questão agrária brasileira, caracterizada por elevada desigualdade da distribuição de terras, é um importante elemento na discussão sobre o meio rural do país. O processo de formação de um assentamento rural é fruto de uma pressão social do campo (GOSCH, 2020), a partir do momento em que se identificam propriedades que não cumprem funções ambientais, sociais e de produção de forma apropriada. Com isso se tornam suscetíveis a serem reformadas, transferindo-se para pessoas que não têm acesso à terra a oportunidade de reestruturarem estes locais. Por outro lado, os desafios enfrentados por assentados para se manterem nestas terras são imensos.

Neste contexto, Gosch (2020) destaca que os assentados enfrentam cotidianamente desafios de organização política e produtiva, na medida em que necessitam ter acesso às políticas públicas rurais como a assistência técnica, social e produtiva ao mesmo tempo que tenham condições de garantirem o bem-estar das famílias, a partir das atividades rurais desenvolvidas na nova propriedade.

O início da ocupação da Fazenda Oroco (atual assentamento Florestan Fernandes), propriedade de Américo Alves, aconteceu em maio de 1999 quando famílias acamparam em barracos de lona no local, por um período de dois anos, até o momento da desapropriação e loteamento da terra. Durante este período relatos apontam repressões através da presença constante da polícia na tentativa de desocupação do acampamento. Sobre estes episódios o depoimento do assentado 06 é significativo.

Sempre mandavam polícia pra nós desocupar o barraco. Aí tinha um vizinho que era Sobral e que cedia a fazenda dele pra nós ficar enquanto vencesse o prazo que eles dava de vinte e quatro horas pra nós desocupar. Aí a gente passava esse tempo lá e depois retornava. Aí passava uns três ou quatro meses e eles vinha de novo com repressão (ASSENTADO 06, 2021).

A escolha do nome Florestan Fernandes foi inspirada no histórico de vida e luta do professor, sociólogo, antropólogo e político brasileiro. À época da imissão na posse das terras, o coordenador do grupo foi convidado a participar de uma capacitação de formação de líderes e militantes de movimentos sociais na Escola Nacional Florestan Fernandes, em Guararema, São Paulo. Além disso, dois trabalhadores ainda durante a fase de acampamento foram escolhidos a voluntariarem na construção desta escola, em concordância com a fala abaixo do assentado 01.

E também porque na época desses dois anos de acampamento foi escolhido duas pessoas do assentamento pra ir pra construção dessa escola que é lá em São Paulo, Florestan Fernandes. Aí foi mobilizado aqui no sertão trabalhadores voluntário. Aí a gente levou dois trabalhador dessa comunidade. Aí nós se inspiramos disso também (ASSENTADO 01, 2021).

Atualmente o assentamento é constituído por 31 (trinta e uma) famílias e 14 (quatorze) agregados. Das 31 (trinta e uma) famílias assentadas, 23 (vinte e três) destas são cadastradas na DAP – Declaração de Aptidão ao Pronaf. O grupo de pessoas conhecido como agregados, caracteriza-se por sujeitos que compraram as casas de pessoas que deixaram o local após o loteamento. Durante as entrevistas identificou-se, por diversas vezes, falas referentes a um movimento de pessoas que apesar de já possuírem outras propriedades, deslocaram-se para o assentamento com o único propósito de ter acesso aos auxílios de infraestrutura e projetos liberados pelo governo, de acordo com o relato do entrevistado 01.

Muitos tinham a terra grande mas não tinham recursos para explorar. Aí tinha uma família grande e botava os filhos nos assentamentos para terem acesso aos projetos de melhoria. Então a maioria dos proprietários têm filhos dentro dos assentamentos. Outra coisa que acontecia é que pessoas quando chegavam repassavam as casas por possuir outras propriedades. Há uma miscelânea de alagoanos, pernambucanos e baianos que vieram pra cá. Poucos nos assentamentos são os primeiros donos (ENTREVISTADO 01, 2021).

O entrevistado acrescentou que não houve uma seleção adequada por parte do INCRA haja vista que claramente havia pessoas que não tinham o perfil de agricultor. Aqueles que o tinham permaneceram e os que não, comercializaram as casas. No que diz respeito aos tipos de trabalhos realizados pelas famílias antes da ocupação da terra, identificou-se que apenas as que se encontram no local desde o início do movimento sempre exerceram a função de agricultores, autenticando a fala do entrevistado. Esta constatação também foi evidenciada no relato do assentado 10 ao dizer que “antes de você me perguntar Márcio eu nasci e me criei na roça. Aí criei esses filhos todinho trabalhando na minha roça e nas roça dos outro” (ASSENTADO 10, 2021).

O dia a dia do assentado no Florestan Fernandes é fortemente marcado pela dedicação à terra e os seus plantios, seja nas hortas dos quintais produtivos ou nos lotes de produção (Figura 09). O ambiente semiárido e sequeiro, com poucas chuvas irregulares, é um desafio constante para o desenvolvimento de culturas e para a sobrevivência no assentamento. A consequência disto é a migração frequente de jovens e famílias inteiras para outras localidades em busca de melhores oportunidades e, principalmente, de um trabalho que proporcione uma renda fixa.

**Figura 09:** Mosaico de fotos dos aspectos do cultivo nos lotes de produção e quintais produtivos



Fonte: Márcio Ramos, 2021

Sob esta perspectiva, Carlos Guanzirolí destaca que questões referentes à infraestrutura dos assentamentos são um fator importante na evasão destas localidades (GUANZIROLI *et al.*, 2001). O autor vai além ao dizer que o modelo vigente de políticas de assentamentos não atende as necessidades de sustentabilidade econômica da produção e nem garante melhoramentos às famílias assentadas. Desse modo, evidenciou-se que apesar de ter havido uma melhora das condições de vida em relação à situação anterior ao assentamento, quanto a garantia de moradia e a aquisição de terra para trabalhar, a dificuldade em assegurar a auto sustentabilidade familiar continuou sendo um desafio diário.

Aqueles que resistiram e não deixaram os seus lotes no Florestan Fernandes continuam trabalhando na agricultura familiar cuja função é a de subsistência, principalmente. Assim, destaca-se a importância dos quintais produtivos como unidades produtivas familiares que

possibilitem a segurança alimentar das famílias. Sob a perspectiva do conceito de segurança alimentar, de acordo com o Art. 3º da Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006, entende-se por segurança alimentar e nutricional

O direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras de saúde que respeitem a diversidade cultural e que sejam ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis (BRASIL, 2006).

Ainda sobre a importância social e econômica do quintal produtivo em assentamentos, o Movimento Sem Terra (MST) o conceitua como

Uma unidade produtiva familiar que tem como objetivo garantir a soberania e segurança alimentar camponesa e geração de renda. Na sua execução prática é um espaço de trabalho apropriado principalmente pelas mulheres com uma importante coparticipação da juventude e dos homens. Atende nos seus princípios aos critérios da agroecologia e a convivência com o semiárido, é o local de reprodução dos conhecimentos tradicionais, com o cultivo e reprodução de sementes crioulas e de plantas medicinais, associado a produção de frutas e hortaliças e a criação de pequenos animais, como aves, suínos, ovinos e caprinos e ainda é um espaço de trabalho produtivo facilmente associado as ações reprodutivas familiares. (MST, 2021)

Nas unidades de produção das famílias, seja nos quintais ou nos lotes, observou-se o cultivo de espécies de hortaliças mais presentes nos hábitos alimentares locais como coentro, cebolinha, alface (crespo, liso, americano e roxo), rúcula, pimentão, abóbora, tomate, berinjela, repolho, etc. Em relação às frutíferas cultiva-se, principalmente, o maracujá e o mamão que são propícios para um ambiente sequeiro, além da presença marcante da palma. Neste cenário o entrevistado 02 ressalta que

O mamão não gosta muito de água, perfeito para o ambiente sequeiro. O mamão não tem uma raiz profunda. É uma planta de raízes superficiais que a gente chama de raízes radiculares. O solo para produzir o mamão é mais um solo orgânico porque a camada orgânica de um solo está no máximo até 20 centímetros. E maracujá também possui raízes radiculares (ENTREVISTADO 02, 2021).

A conduta da agricultura familiar está associada tanto a uma outra forma de se produzir quanto a uma lógica diferente na relação do agricultor com o solo. À medida que se desenvolve, implementa também a agricultura sustentável, atendendo às necessidades de produção de alimentos, preservando a biodiversidade e utilizando a terra com o menor prejuízo possível (BERTOLINI *et.al.*, 2020).

No Florestan Fernandes a produção/cultivo é mantida por sistemas como o sequeiro, de irrigação manual e dos poucos períodos de chuva para plantação das culturas do feijão, milho e abóbora, por exemplo. Tanto nos quintais produtivos, quanto nos lotes de produção, os membros das famílias trabalham juntos em manejos sustentáveis na produção de alimentos variados e livres de agrotóxicos, adotando os padrões agroecológico e orgânico (Figura 10). A

adubação nos quintais é à base de composto orgânico com uma mistura de adubo de quixabeira e resíduos orgânicos. As unidades de produção familiar, através destas práticas, ressignificam a relação do homem com a natureza em contraponto às práticas destrutivas tradicionais de agricultura. A condução dos quintais produtivos, no assentamento Florestan Fernandes, é protagonizada pela mulher com ajuda dos filhos e marido.

**Figura 10:** Produção de alimentos orgânicos



Fonte: Márcio Ramos, 2021

Algumas das práticas agroecológicas (Figura 11) observadas foram a diversificação da produção, o rodízio na produção de culturas, o incentivo ao resgate e armazenamento de sementes crioulas, o manejo dos próprios insumos através do sistema de composteira na reciclagem de resíduos orgânicos em adubo e a coleta de insumos dos animais tanto de galinhas quanto de ovinos, caprinos e bovinos, conforme relato do assentado 01.

A gente faz uma mistura das nossas plantas vegetais, da própria gliricídia, a gente costuma triturar ela no motor e fazer uma mistura com esterco e o nosso capim. A gente faz uma seleção daqueles matos que a gente vê que vai pegar e coloca em cima da composteira e faz tipo um biscoito com uma camada de bioinsumos e uma de esterco aí outra de vegetação, esterco...aí vai subindo uma camada pós camada e aí no período da invernada a chuva vai molhando e quando chega na escassez de chuva a gente dá um traço como numa massa. Quando você dá um traço já vai estar em estado de decomposição e se torna um substrato natural que significa um produto de reciclagem. Os nossos animais eles pastam dentro da nossa comunidade sem trazer impurezas de fora e outras espécies contaminantes para o assentamento que garante a nossa agroecologia (ASSENTADO 01, 2021)

**Figura 11:** Mosaico de fotos de práticas agroecológicas



Fonte: Márcio Ramos, 2021

Em contrapartida, apesar de toda a mobilização em prol da manutenção e fortalecimento da agricultura familiar, problemas referentes à seca, à falta de produção e a impossibilidade de realização de novos créditos impossibilita o sustento das famílias. A consequência disto é o afastamento temporário dos agricultores em busca de renda. Muitos alugam diárias para trabalharem em comunidades próximas como Projeto Califórnia e Jacaré Curitiba, por exemplo, enquanto outros deixam as suas terras para exercerem trabalhos provisórios na construção civil e/ou em outras áreas em outros estados. A fala do assentado 01 quanto a esta problemática é significativa.

De vez em quando a gente sente a necessidade de ir em busca do refrigerio lá fora para sustentar a família. Isso aí faz com que a gente migre mesmo da nossa região em busca de trabalho nas empresas de construção civil, nas fábricas e até na mineração. Mas depois retorna para a atividade principal porque está no sangue e na raiz.

Mediante o questionamento sobre a renda da casa, o assentado 8 reforça a fala acima ao dizer que “a renda daqui vai depender. Nem todo mês é um salário. É assim. O dinheiro vem quando eu arrumo um dia de serviço fora, meu marido também. E do bolsa família” (ASSENTADO 08, 2021).

Um outro fator relatado e atribuído ao distanciamento do agricultor da sua terra está relacionado à maneira como os programas sociais governamentais foram implementados nos assentamentos rurais. De acordo com relatos dos entrevistados, o agricultor se habitou a aguardar por projetos de melhorias e recursos do governo para suprir as suas necessidades, contrariando o desenvolvimento autossustentável destas famílias, conforme a narrativa abaixo do entrevistado 02.

Nós causamos na sociedade rural um prejuízo. Os programas sociais por serem temporários, as pessoas recebem o benefício apenas por um período, criando um hábito nos comunitários de receberem os benefícios sem esforço. Isso tem prejudicado o desenvolvimento das famílias. As vezes até têm um lote e não desenvolvem nada porque conseguem a condição alimentar através destes projetos (ENTREVISTADO 02, 2021).

O entrevistado complementou que é preciso criar ambientes com desenvolvimento social para que essas pessoas possuam tanto nos lotes quanto nos quintais produtivos o próprio alimento, garantindo a segurança alimentar. Como exemplo citou a necessidade de organização na criação de galinhas caipiras para que todos tenham a quantidade de ovos e carne que assegurem a alimentação familiar.

Uma outra problemática identificada e marcante no cotidiano do assentado se refere à dificuldade do agricultor em promover e comercializar os seus produtos por falta de uma política pública que as viabilize. Com isso, se tornam reféns de atravessadores - cidadãos que enxergam na produção local um nicho de mercado. Através de conversas informais e o relato do entrevistado 01 compreendeu-se melhor esta dinâmica.

O atravessador é um cidadão que não tem nenhum conhecimento técnico-científico na área mas vê na comercialização desses produtos uma forma de subsistência. Isso cria um ciclo vicioso onde o produtor por não possuir habilidades comerciais entrega os produtos a atravessadores por um valor muito menor do que o valor de mercado (ENTREVISTADO 01, 2021).

Com isso, evidenciou-se que onde há uma oferta de produto e não há um sistema de trabalho sistemático de instituições públicas, no que se refere ao escoamento da produção, abre-se uma porta para um atravessador. Neste contexto, Abramovay destaca que um dos fatores que impede que as famílias se desenvolvam economicamente resulta tanto da falta de habilidade de organização para a construção de mercado quanto a dificuldade de acesso ao consumidor e falta de uma estrutura de apoio (ABRAMOVAY, 1998). Isto se comprova a partir da fala do assentado 2 quando relata que “a gente tira o nosso sustento e o excedente, quando arruma mercado, a gente vende” (ASSENTADO 02, 2021).

A produção de leite, que outrora chegou a atingir até 700 litros por dia, segundo os moradores, hoje não ultrapassa dez litros diários. Isto se deve a um terrível período de oito anos consecutivos de seca onde se perdeu no assentamento em torno de 70% da produção de leite e 60% dos animais. Segundo assentado 04 “Os animais morreram de fome. Foi terrível na época. Para você ter uma ideia, pra se comprar 5 litros de leite hoje é preciso avisar 15 dias antes para se achar estes 5 litros de leite” (ASSENTADO 04, 2021).

A agrovila é o centro do assentamento cujo modelo de estruturação atende à forma de organização dos assentamentos mais antigos do município: a agrovila no centro e os lotes de produção distantes das casas em torno de 04 a 05 quilômetros, gerando um desconforto na comunidade quanto ao deslocamento e distanciamento da produção. Nos assentamentos mais novos este modelo foi atualizado no sentido de facilitar esta logística e ser mais viável para o agricultor, conforme fala do entrevistado 03.

Hoje, os assentados mais novos, as casas estão localizadas dentro do próprio lote de produção. Por isso que hoje ainda tem muitos assentamentos que as agrovilas são muito distantes das casas uma das outras e depois deste novo modelo ninguém quis mais a agrovila distante dos lotes (ENTREVISTADO 03, 2021).

É na agrovila do Assentamento Florestan Fernandes onde se encontram as casas feitas em alvenaria, dispostas uma ao lado da outra, com os seus quintais produtivos e enfileiradas paralelamente, separadas por cercas de madeira e arame. A agrovila comporta também um campo de futebol, um curral coletivo e a casa grande – sede da associação de moradores multifuncional já que também abriga os cultos evangélicos, as reuniões e as celebrações locais (Figura 12). E é na agrovila, também, onde os membros das famílias interagem, as crianças jogam bola de gude e por onde os agricultores passam indo ou voltando dos seus lotes.

**Figura 12:** Mosaico de fotos dos aspectos da agrovila





Fonte: Márcio Ramos, 2021

Além disso há no território, procedimento comum na implementação de assentamentos, uma grande extensão de reserva legal e área de proteção permanente (APP), mantida com muito cuidado pelos assentados. Este cuidado, além de ser de fato uma preocupação dos moradores, é fruto de orientações dadas pelo INCRA na preservação da área de reserva da caatinga sob o risco de aplicação de multas e perda do lote, caso seja detectado algum desmatamento. No entanto, observou-se através das entrevistas, falas referentes a problemas com pessoas de fora praticando extrativismo irregular, conforme relato do entrevistado 03.

Dos assentados mesmo são poucos porque o INCRA orienta e deixa claro que se o assentado destruir algo da reserva, da APP, ele pode ser penalizado e até perder o lote. Isso acontece mais com pessoas de fora. Por exemplo no Florestan Fernandes a reserva como fica distante das casas, pessoas entram por trás e tiram madeira de diversas espécies da caatinga (ENTREVISTADO 03, 2021).

No que diz respeito ao surgimento do assentamento dentro da fragilidade ambiental da caatinga, identificou-se que uma vez implementado o assentamento o INCRA delegou uma

série de responsabilidades ambientais nas quais “cada território assentado precisa deixar no mínimo de 20% de ambiente preservado” (ENTREVISTADO 02, 2021). Atualmente, o assentamento Florestan Fernandes iniciou um curso de plano de manejo da caatinga. Neste sentido, Paupitz (2010) enfatiza que o manejo correto das espécies pode garantir segurança alimentar e renda familiar extra, especialmente na época das secas.

O assentamento é representado por uma associação de moradores cujo mandato social e voluntário de gestão é de um período de dois anos, podendo ser renovado por mais dois anos mediante o aval da comunidade (Figura 13). O atual presidente da associação exerce o mandato pela quarta vez e é um sujeito ativo na comunidade, visto que já liderava o grupo desde a época dos acampamentos.

Há dezesseis anos a gente está em frente da pasta, sendo os oito primeiros a frente de um grupo formal e agora mais oito na gestão da associação. Se afasta por certo período, mas depois mesmo que eu não queira fazer mais parte ou retornar a gente somos motivado pelo chamado do povo (ASSENTADO 01, 2021).

**Figura 13:** Associação de moradores (Casa Grande)



Fonte: Márcio Ramos, 2021

Segundo o presidente da associação local, a gestão é operacionalizada através da delegação de tarefas, por meio de criação de grupos de interesses específicos, conforme explicitado no relato abaixo.

Sempre a gente gosta de tirar uma pessoa para dividir as tarefa. Para o presidente não está concentrado com muita coisa. Então a gente cria os grupo. O grupo de produção, o grupo de equipamentos e manutenção, o grupo da juventude apesar que hoje deu uma despencada porque muitos foram embora (ASSENTADO 01, 2021).

O representante do assentamento acrescenta que o trabalho da associação é buscar alternativas para prosperar a comunidade, através da geração de renda de algum projeto que

agregue valor e que eleve a autoestima do assentado (ASSENTADO 01, 2021). Neste contexto Moreira reforça a importância de associações ou cooperativas na organização social de assentamentos.

As cooperativas e associações são ambientes que exercem grande poder no processo organizativo dos assentamentos, pois são estas organizações que permitem acesso a programas de vendas de alimentos, aquisição de insumos e equipamentos agrícolas, unindo as forças dos assentados em um único objetivo: o fortalecimento e a permanência das pessoas no campo (MOREIRA, 2020, p. 78)

A escola mais próxima é o Colégio Lagoa do Frio, localizada na comunidade de mesmo nome a 05 quilômetros do assentamento Florestan Fernandes. Lá estudam as crianças e pré-adolescentes, enquanto os mais velhos estudam na sede de Canindé de São Francisco. Também não há um centro de saúde sendo que o mais próximo está situado no assentamento Cuiabá, a poucos quilômetros do local.

Durante todo o processo de reconhecimento da comunidade percebeu-se a relação intrínseca entre o assentado e o seu quintal produtivo ou o seu lote de produção. Estes espaços são percebidos como uma extensão não só das casas, mas como deles próprios e responsáveis, inclusive, pelo estado de espírito das famílias. Esta relação pode ser evidenciada na fala do assentado 07 ao descrever o seu cotidiano “Na hora que eu abro os olhos eu vou direto pro meu quintal ver minha horta. Na hora que eu desço da moto vou direto olhar minha horta” (ASSENTADO 07, 2021). O assentado 04 reforça o hábito local ao dizer que “quando dá 05 horas eu já to alevantada e já vou ajeitar os meus bichinhos, as minhas galinhas e ir pro mato trabalhar” (ASSENTADO 04, 2021).

Por fim, o cotidiano do assentamento Florestan Fernandes é marcado por um outro elemento comum e relevante: a religião. O discurso religioso, seja ele católico ou evangélico, está presente na expressividade do assentado com grande intensidade. Entre falas como “sempre orando e pedindo a Deus” e “Deus é nosso estímulo”, percebeu-se que o assentado se sustenta da fé para sobreviver às adversidades. O assentado 09, ao refletir sobre a vida no assentamento foi enfático: “falta saúde, escola de qualidade para os nossos filhos, uma renda pra que a gente fique na terra mas nós tem fé que Deus irá prover. Deus é o nosso refúgio. Estamos sempre orando e pedindo a Deus” (ASSENTADO 09, 2021).

### 3.2. As relações de poder e o convívio social no assentamento

Para uma melhor compreensão a respeito do assentamento Florestan Fernandes, para além do seu cotidiano, foi importante observar a organização social local através das relações sociais construídas e vivenciadas no território, considerando a heterogeneidade dos assentados.

Desta forma, para um melhor entendimento das relações internas locais foi importante conhecer o perfil do morador, a partir de variantes como a faixa etária, o lugar de origem, o nível de escolaridade, a renda familiar e acesso aos benefícios a programas sociais. Estas informações foram coletadas a partir das entrevistas realizadas com o grupo de interesse na pesquisa.

A faixa etária dos entrevistados variou entre 16 (dezesesseis) e 70 (setenta) anos (Tabela 01), sendo possível perceber que o intervalo de idades entre 40 (quarenta) e 59 (cinquenta e nove) anos representou a maior quantidade de assentados. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) este grupo de pessoas é qualificado como população economicamente ativa, por se tratar de um grupo cuja idade e condições físicas são favoráveis a exercer uma função dentro do setor produtivo (IBGE, 2021).

**Tabela 01:** Faixa etária dos assentados entrevistados

<b>Faixa etária</b>	<b>Número de assentados</b>
Até 09 anos	0
10 – 17 anos	01
18 – 24 anos	01
25 – 39 anos	04
40 – 59 anos	08
A partir de 60 anos	03
Não informado	0
<b>Total</b>	<b>17</b>

Fonte: Trabalho de campo, 2021. Organização: O autor, 2021.

Em contrapartida, a presença reduzida de jovens entre 18 (dezoito) e 24 (vinte e quatro) anos parece refletir uma realidade do meio rural brasileiro na qual os jovens preferem estudar, trabalhar e morar nas cidades próximas a permanecerem no campo dando continuidade ao ofício agrícola das famílias. Neste contexto, os autores Gaspari e Khatounian destacam que um dos elementos que ameaçam a continuidade da agricultura familiar em assentamentos é a mão de obra, justamente pelo envelhecimento da população e o êxodo dos jovens adultos do campo para as cidades (GASPARI; KHATOUNIAN, 2016)

No caso do assentamento Florestan Fernandes, observando a relação dos pais com as crianças, ficou evidente que desde cedo os filhos participam das atividades agrícolas e desenvolvem conhecimento empírico nas técnicas de cultivo. No entanto, isso não é garantia

de que darão continuidade a uma vida rural haja vista a evasão de jovens adultos do assentamento para as cidades. Isto pode ser evidenciado na fala do assentado 06 ao dizer que “eu tive dois filhos, mas vivo só tem uma e não quis ficar aqui. Tá na Bahia, trabalhando. Não quis aprender artesanato não” (ASSENTADO 06, 2021). O relato do assentado 10 também reforçou esta realidade.

Eu tenho dez filho. É muitos, viu? Eu tenho nove filhos biológico e tenho um filho mais novo de quatorze anos que eu adotei. Esse mora comigo o resto estão tudo em São Paulo trabalhando. Ninguém quis ficar aqui. Tá tudo casado (ASSENTADO 10, 2021).

Outra variante considerada diz respeito ao local de origem dos assentados (Tabela02). Um assentamento rural é um território de relações sociais influenciadas por experiências prévias de vida e valores, cujos locais de origens diversas o configuram como um território marcado por diferenças culturais.

**Tabela 02:** Local de origem dos assentados entrevistados

<b>Cidade/Estado de origem</b>	<b>Nº de assentados</b>
Palmeira dos Índios / AL	01
Pão de Açúcar / AL	03
Canapi / AL	01
Quebrângulo / AL	01
Paulo Afonso / BA	02
Santa Brígida / BA	01
Canindé de São Francisco / SE	01
Canindé de São Francisco (assentamento Florestan Fernandes)	02
Nossa Senhora da Glória / SE	01
Porto da Folha / SE	03
Itaíba / PE	01
<b>Total</b>	<b>17</b>

Fonte: Trabalho de campo, 2021. Organização: O autor, 2021.

A partir da análise da Tabela 02, foi possível perceber a miscelânea de origens que caracterizam o assentamento Florestan Fernandes. Sendo os assentados oriundos de estados como Alagoas, Bahia e Sergipe, possuem na heterogeneidade cultural um dos indicativos que pode justificar o modo conflituoso como as famílias se relacionam entre si em diversas esferas. Portanto, por ser constituído por famílias de diferentes origens e comportamentos, este assentamento vem a ser um ambiente não tão propício para uma organização coletiva nos moldes propostos, nas quais as individualizadas não são consideradas. Neste contexto, Souza destaca a falta de paridade na força de trabalho, os caminhos de vida distintos, a hierarquização das atividades e a subordinação como razões para a dissolução de grupos (SOUZA, 2021).

A autora complementa ao dizer que “defende a ideia de que os assentados possuem saberes sociais, oriundos de suas experiências/práticas sociais, que muitas vezes são colocados à margem nos debates e na elaboração das propostas de cooperação” (SOUZA, 2021, p. 01)

A diversidade cultural é apenas um dos possíveis fatores dos conflitos internos observados na comunidade. No entanto, no decorrer desta seção serão abordados outros indicativos causadores de embates entre as famílias assentadas do Florestan Fernandes.

A partir da análise da variante escolaridade foi possível observar (Tabela 03) o baixo nível de educação escolar do assentamento, visto que o ensino fundamental incompleto é predominante. Dos 17 (dezessete) entrevistados apenas 01 (um) finalizou o ensino superior, mas nunca exerceu a profissão; enquanto um outro interrompeu os estudos na universidade porque a família não teve condições de mantê-lo estudando. A análise desta tabela reforçou a relação entre educação e renda, na qual a baixa escolaridade da comunidade pode limitar a geração de renda das famílias e vice-versa, haja vista a impossibilidade de manter os filhos nas escolas por falta de uma renda fixa (Tabela 04).

**Tabela 03:** Escolaridade dos assentados entrevistados

<b>Escolaridade</b>	<b>Número de assentados</b>
Analfabetos	03
Ensino Fundamental Incompleto	07
Ensino Médio (estudando)	01
Ensino Médio Incompleto	02
Ensino Médio Completo	01
Ensino Superior Incompleto	02
Ensino Superior Completo	01
<b>Total</b>	<b>17</b>

Fonte: Trabalho de campo, 2021. Organização: O autor, 2021.

Observou-se ser uma prática comum não apenas no assentamento de estudo, mas no meio rural brasileiro, os jovens serem obrigados a deixarem a escola para ajudarem os pais nos trabalhos agrícolas, refletindo a falta de uma política pública de acesso a uma formação escolar de qualidade no meio rural, ao mesmo tempo em que não interfira na renda familiar. Neste sentido, Sonia Bergamasco reforça a ausência de programas educacionais mais vastos, além da sua articulação com o aumento da capacidade técnica e produtiva das famílias (BERGAMASCO, 1996).

Mediante as entrevistas realizadas percebeu-se que o assentamento Florestan Fernandes não é uma exceção desta discussão. O assentado 12, um entre os três entrevistados analfabetos, reforçou esta realidade ao afirmar que “escola, eu fui pra escola e só passei um mês. De lá pra cá foi só serviço. Pra ajudar em casa” (ASSENTADO 12, 2021). O assentado 10 também

ratificou ao dizer que “eu estudei até a terceira série. Só a terceira porque naquela época a gente trabalhava muito e meu pai me botou na roça e eu estudei pouco” (ASSENTADO 10, 2021).

Da mesma forma, o assentado 05 que precisou interromper os estudos universitários por falta de condições relatou que “hoje eu trabalho na construção civil, mas o que eu gostaria mesmo era trabalhar com biologia e espero um dia poder finalizar os estudos e exercer a profissão” (ASSENTADO 05, 2021).

A análise da variante renda familiar (Tabela 04) revelou que praticamente todo o grupo de interesse que participou da pesquisa não possui uma renda fixa, justificando não apenas o afastamento constante do agricultor da sua terra em busca de trabalhos temporários, mas a evasão de famílias inteiras do assentamento para outras localidades na tentativa de acesso a uma segurança financeira. Por estas razões, a renda fixa se torna um indicativo crucial para a permanência das famílias nas áreas de assentamento, reforçando a necessidade de fortalecimento de políticas públicas direcionadas para o pequeno agricultor.

**Tabela 04:** Renda familiar dos assentados entrevistados

<b>Renda Familiar</b>	<b>Número de assentados</b>
Não possui renda fixa	16
Possui renda fixa	01
<b>Total</b>	<b>17</b>

Fonte: Trabalho de campo, 2021. Organização: O autor, 2021.

Em conversa com o entrevistado 02 acerca desta problemática, o mesmo reforçou que as políticas públicas não conseguem atender esta demanda, pelo fato de estarem concentradas na sede do município e que “as instituições precisam sair dos seus gabinetes e ir ao campo ter conhecimento da verdadeira situação das famílias rurais” (ENTREVISTADO 02, 2021). O entrevistado acrescentou que a partir do momento que o poder público acessa um ambiente, tem o poder e a capacidade de transformar uma realidade sem “precisar dar esmolas e acomodar o assentado através de benefícios sociais mal elaborados e distribuídos” (ENTREVISTADO 02, 2021).

Neste contexto Guanziroli *et al* (2001) afirma que é necessária uma reforma agrária mais verídica, cujos objetivos sejam elevar a agricultura familiar ao patamar de fomentadora no processo de geração de renda no meio rural.

Esta análise reconfirma o que se percebeu na realidade dos assentados do Florestan Fernandes, na qual a distribuição de terras para moradia e trabalho apenas, não foi suficiente para garantir a sustentabilidade das famílias. Para além disso, observou-se a necessidade de uma infraestrutura dentro do assentamento que assegure o usufruto de uma educação de

qualidade, saúde e apoio técnico constante na condução e escoamento das produções agrícolas familiares.

Ao observar a variante benefícios do poder público (Tabela 05) foi possível identificar que nove assentados recebem os benefícios Bolsa Família ou Auxílio Emergencial enquanto seis deles, não recebem benefício e nem possuem uma renda fixa. Ao ser questionada sobre “como o dinheiro chega na sua casa?”, o assentado 08 descreveu que “aqui meu fio a gente vevi do bolsa família quem tem, quem não tem aposenta do aposento, de pensão e quem não tem faz um carvãozinho, uma diária de serviço quando aparece, quem tem uma vaquinha vende um leitinho para interar. Assim que a gente vevi” (ASSENTADO 08, 2021).

**Tabela 05:** Benefícios dados pelo Governo aos assentados entrevistados

<b>Benefício do Governo</b>	<b>Número de assentados</b>
Bolsa Família	07
Auxílio Emergencial	02
Não recebe benefício	06
Pensão por morte	03
<b>Total</b>	<b>17</b>

Fonte: Trabalho de campo, 2021. Organização: O autor, 2021.

A análise das variantes apresentadas contribuiu para a compreensão da identidade do assentado do Florestan Fernandes, o seu comportamento e possíveis razões de determinadas posturas perante o próximo e o local em que vive.

Por razões já apresentadas, o cotidiano do assentamento de estudo é caracterizado por dificuldades e vulnerabilidades de ordem social e econômica. A partir da observação do seu dia a dia, ficou evidenciado que esta rotina de luta reflete sobremaneira nas relações sociais entre as famílias, sendo que muitos dos conflitos presentes têm origem a partir do entendimento local do que seja coletividade, a falta dela ou a maneira como é conduzida. Palavras como “coletivo” e “união”, por exemplo, estiveram presentes constantemente nas falas dos assentados, ao mesmo tempo em que a comunidade se estratifica por bens simbólicos e materiais – as pessoas que têm meios de transporte, mais terras, melhores casas, móveis e roupas até as que não têm nada. O próprio discurso do assentado se manifesta de forma ambígua no que concerne à equidade, coletividade, individualismo e individualidade. Isto pôde ser comprovado a partir da análise do relato do assentado 07

A gente sempre teve problema e não é agora por causa de coisa de grupo que eu vou me juntar, então é melhor ficar cada um no seu quadrado. Na minha casa negócio de grupo eu não quero. O que é pra fazer de união eu faço. Agora negócio de grupo coletivo pra tá um na casa do outro, não (ASSENTADO 07, 2021).

Este antagonismo trouxe a necessidade de compreender a legitimidade do modelo de coletividade na qual os assentados são orientados e, muitas vezes, pressionados a exercê-lo em

um ambiente culturalmente diverso e conflituoso. Neste contexto, Andrade Neto discorre sobre organização coletiva a partir dos moldes propostos pelo Movimento Sem Terra (MST).

Embora a proposta de organizar a agricultura sob bases coletivistas não tenha desaparecido para o MST enquanto horizonte utópico, são reconhecidos pelos dirigentes os limites colocados para a aplicação de tal modelo no presente, os quais dizem respeito fundamentalmente ao fato de que os assentados em geral o rejeitam, não manifestam as “condições subjetivas” necessárias para adotá-lo e desenvolvê-lo, conforme seu diagnóstico (ANDRADE NETO, 2015, p. 170)

A autora Maria Antônia de Sousa, através da pesquisa “A cooperação agrícola em assentamentos rurais e os desafios na compreensão da cultura política dos assentados”, contribuiu com a discussão ao enfatizar que um assentamento rural é caracterizado como um território social, no qual existe um processo de criação e ressignificação de conteúdos e de relações sociais, onde o assentado não pode ser definido como um sujeito que deve ser transformado, mas alguém que participa de todo o trajeto de construção de sua realidade (SOUZA, 2021).

Ao ouvi-los discorrer sobre todo o movimento conjunto no processo de conquista da terra ficou evidente que, quando conveniente ao interesse de todos, foi possível se organizar coletivamente de alguma maneira. Uma vez territorializados, os interesses particulares se sobrepuseram e a comunidade não convergiu para o coletivo, haja vista as individualidades naturais do homem. Sob esta perspectiva, ao estudar a organização no interior de assentamentos no Rio Grande do Sul, Zimmermann os qualifica como um espaço de relações sociais nas quais as características heterogêneas individuais ressurgem após a aquisição do espaço no assentamento, deixando para trás a homogeneização característica do movimento de conquista da terra (ZIMMERMANN, 1994).

O interior do assentamento Florestan Fernandes é fortemente marcado por conflitos de relações de poder que perpassam por questões de territorialidades e contribuem para a dissociação da ideia do coletivo. Tais conflitos são provenientes de posturas particulares de atores sociais diversos desde o representante da associação de moradores, passando pelos seletos grupos de interesse de produção, a vaidade institucional sobre projetos no assentamento, a presença de agentes externos com interesses políticos claros sobre a localidade e os conflitos domésticos entre o restante das famílias.

Neste contexto, Moreira (2020) contribui significativamente ao dizer que:

Nesse pedaço de território várias são as relações de poder manifestadas, como a resistência na luta pela desapropriação de terras, para manter os processos de produção camponesa nas organizações coletivas dentro dos assentamentos, o que, por conseguinte, provoca transformações e rupturas sociais no convívio diário desses

atores sociais em seus lotes (MOREIRA, 2020, p.72).

No que se refere aos conflitos de poder entre a associação de moradores e o restante da comunidade identificou-se, a partir da observação em momentos de reuniões locais, uma postura intransigente na imposição de comportamentos em um modelo de cooperação na qual nem todos concordavam. A partir daí, aqueles que se opunham publicamente eram excluídos de participar de reuniões ou de outras decisões referentes ao assentamento. Isto pode ser observado a partir da fala do assentado 07.

Teve a reunião de Itabaiana. Eu fui chamada e ele foi chamado. Quando foi na quinta-feira ligaram pra ele pra avisar que tinha arrumado um carro pra levar nós e ele me deixou rodada e não me deixou participar da reunião. E eu não sabia onde era pra pegar o carro. Ele é presidente e tem de dar o exemplo. Não é por causa de outros problema que ele tem de me excluir das coisas do assentamento. Se ele puder prejudicar, ele prejudica (ASSENTADO 07, 2021).

No decorrer das entrevistas e na observação de comportamentos evidenciou-se que situações como estas eram corriqueiras e se estendiam para outras relações, ou seja, as individualidades eram ignoradas e penalizadas através da exclusão social dentro do grupo. Não por acaso, a exclusão social, assim como a subordinação, tão características do sistema capitalista eram reproduzidas em escalas menores dentro do grupo do assentamento. Isto acarretava desestímulo em participar da organização local, uma vez que determinados assentados não concordavam com a postura e as propostas da liderança. Sob este cenário, Maria Antônia de Souza também faz uma reflexão na qual ressalta a evasão dos coletivos de produção causado, muitas vezes, por normas inflexíveis construídas em prol do “coletivo” (SOUZA, 2021).

Para além disso, Fabiano Moreira faz uma análise a respeito da relação de poder que se estabelece na condição de representante de uma organização social em assentamentos, na qual o “poder adquirido”, uma vez convertido para fins particulares ou grupos ligados ao mesmo, estimula a desunião entre os assentados, fazendo com que a luta pela conquista da terra se torne semelhante ao sistema capitalista que os qualificou como sem-terra (MOREIRA, 2020).

Outra situação de posição de poder percebida no assentamento se refere à fragilidade, vulnerabilidade e subalternidade do assentado que é inserido no centro de uma disputa entre instituições públicas sobre quem exerce mais influência na comunidade. Esta disputa de poder entre instituições sociais pôde ser claramente detectada nos discursos presenciados de diversos órgãos públicos que atuam no assentamento. Neste contexto, o assentado 01 discorreu sobre um episódio que reforça tal constatação.

Foi bom que você viu. Ela fez uma pergunta pra mim que eu só não respondi ao contrário porque eu sou um cara que tenho a minha educação. Ela perguntando se a gente era prisioneiro de alguma Instituição. Essa pergunta foi traiçoeira. Eu não gostei e to desestimulado porque a comunidade aqui é de livre abrigo, inclusive a gente queremos é parceria e tirar o nosso sustento. Eu não senti ali um estímulo, e sim uma perseguição (ASSENTADO 01, 2021).

O assentado complementou que a comunidade não poderia jamais se dar ao luxo de escolher projetos e que toda parceria que fomente o desenvolvimento ambiental, social e econômico local é bem-vinda (Assentado 01, 2021).

No que se refere à atuação de instituições públicas no assentamento Florestan Fernandes como a EMBRAPA, a EMDAGRO, o INCRA, a Secretaria Municipal de Agricultura, entre outros, é preciso ressaltar a importância destas presenças através de projetos relevantes de melhorias implementados no local. Como exemplo pode-se citar o Projeto URADE, que nas palavras do próprio assentado, “foi o que mais estruturou a comunidade em termos de segurança hídrica na construção das cisternas calçadão, trazendo uma vida e permanência no campo para as famílias” (ASSENTADO 01, 2021). Além deste, destacam-se o projeto Dom Helder, o Projeto Palma, o Projeto de Manejo Sustentável da Caatinga, projetos de implementação de hortas, entre tantos outros que promovem benefícios locais. No entanto, ficou evidenciado que não há uma integração destes órgãos nos projetos desenvolvidos na comunidade, por não existir um planejamento e nem um cronograma conjunto de projetos, colocando o assentado em uma posição de vulnerabilidade e submissão diante das posturas institucionais observadas.

Paralelamente foi possível perceber, também, a presença e influência de atores sociais externos ao assentamento com nítidos interesses políticos sobre o local. Através da apropriação de um discurso religioso, o utilizava como uma estratégia de aproximação dos comunitários, exercendo controle e poder sobre as famílias nas quais tinha interesses particulares. Sob a justificativa de assistência técnica e por ser um “designado por Deus para encaminhar pessoas a uma vida melhor”, este perfil de colonizador contemporâneo selecionava os lotes nas quais prestava assistência, excluindo grande parte das famílias assentadas e fomentando conflitos internos. Esta situação pôde ser evidenciada no relato do assentado 13.

Muita coisa errada acontece aqui. Ele entrou aqui dentro, fez uma reunião, aquele alarde, fez o pessoal comprar essas bandeja, organizar os quintal e o que aconteceu? Ele só dá atenção a dois lotes. Meu vizinho aqui tem meio mundo de alface se perdendo no quintal e ele nunca foi lá nem olhar. Dele, a gente não tem assistência alguma. Na verdade eu nem sei o que ele é (ASSENTADO 13, 2021).

Além disso, ficou evidenciado o boicote a oficinas de capacitação facilitadas por outras instituições, alienando os assentados nos quais exercia o seu poder quanto à inutilidade de

aprender tal conteúdo. Ficou comprovado que este sujeito se sentia ameaçado com a presença de outras propostas que não fossem as suas e se apropriava das ideias quando tinha condições de fazê-lo. Este comportamento incluiu até mesmo a proposta de implementação de turismo comunitário fruto desta pesquisa.

Por outro lado, identificou-se, também, pessoas com comportamentos totalmente contrários e que abraçaram o assentamento, de fato, no intuito de desenvolver as famílias assentadas. Estas pessoas exerceram funções além dos seus ofícios, agregando sentimentos e ações legítimas de benefício ao outro, a exemplos de oficinas sobre pão caseiro, o bom uso da palma e do umbu, o dia de campo sobre Meio Ambiente, artesanato com caixa de leite, com a fibra de bananeira, etc.

Por fim, é importante destacar os conflitos domésticos entre vizinhos, fortalecendo a necessidade de revisão na insistência de um modelo de coletividade em um grupo social que não se entende. Apesar de diversos, os motivos de desentendimento têm como pontos em comum os quintais produtivos ou os lotes de produção, conforme evidenciado na fala do assentado 11.

O meu quintal é puxadinho, né? Aí as galinhas dela só vevi no meu quintal. As minhas eu levo pro lote pra evitar que destrua minha horta. Aí a questão é o que? As dela quando estão na minha horta eu vou reclamar e ela esculhamba. Então é melhor cada um no seu quadrado. Não adianta querer se ajuntar porque não tem como se ajuntar (ASSENTADO 11, 2021).

Outros fatos se referem a pequenos furtos durante a noite, presença de pocilgas na agrovila causando mal cheiro, além de caprinos e galináceos soltos na agrovila também foram revelados através das entrevistas.

Um outro elemento relevante trazido por muitos dos assentados se refere à descontinuidade de projetos dentro do assentamento, uma vez que a assistência técnica se retirava. O assentado 03 foi enfático quanto a esta situação.

Aqui é assim. Já teve muito projeto, muito mesmo. Mas quando você tá dentro do projeto você vê aquela união, todo mundo unido. Quando quem tá a frente vai embora, tipo assim como você, aí acabou a união. O que você pensar de projeto já teve aqui. Quando fala na união, na hora todo mundo se une, mas depois é cada um por si e um quer ser melhor do que os outros (ASSENTADO 03, 2021).

Isto também justifica a visão de planejamento idealizada pelo pesquisador no início das atividades de campo, em trabalhar o coletivo a partir do compartilhamento integral de atividades, uma vez que nas primeiras reuniões os assentados se mostravam unidos em prol do projeto. Apenas no decorrer da convivência intensa com a comunidade, durante três meses, é que as individualidades e as questões relacionais mais profundas vinculadas às relações de poder vieram à tona.

Esta situação fundamenta a discussão sobre a ineficiência de aplicação de um modelo único de cooperação na organização de uma comunidade. Os hábitos culturais heterogêneos, as territorialidades e os interesses particulares, após a conquista da terra, indisponibilizam os assentados à prática de uma coletividade onde as estratégias de organização não são democráticas e discutidas horizontalmente, e sim de maneira imposta.

Em consequência disto, ficou evidenciado a insustentabilidade de se trabalhar o coletivo na comunidade Florestan Fernandes nos moldes nos quais estão acostumados, uma vez que as individualidades constituídas por valores e experiências de vida particulares dos assentados, muitas das vezes não são respeitadas. A partir desta constatação, houve uma necessidade de redirecionar o trabalho desta pesquisa para um modelo de cooperação semicoletiva, na qual as pessoas trabalhem com aquelas que têm maiores afinidades e cujas individualidades e territorialidades tenham condições de convergir. D’Incao e Roy, ao discutirem sobre coletividade enfatizam que apenas a partir da compreensão dos interesses individuais é que o coletivo será concebido, caso contrário, a coletividade nunca se construirá (D’INCAO; ROY, 1995).

### **3.3- Percepção comunitária acerca do turismo e as potencialidades locais**

Para a elaboração de um plano de ação com dimensões e estratégias para o desenvolvimento do turismo de experiência de base comunitária no assentamento Florestan Fernandes, bem como, uma proposta de implementação de um espaço para a comercialização de produtos e experiências associadas ao turismo dentro da comunidade, foi imprescindível conhecer a percepção local acerca do turismo e as potencialidades locais, além das habilidades de cada assentado participante desta pesquisa.

Para isso, foram aplicadas ferramentas metodológicas no intuito de provocar e estimular os comunitários a refletirem sobre suas aptidões, além de reconhecerem locais e vivências de possível interesse turístico dentro do assentamento. Coube ao pesquisador, em seguida, catalogar essas informações e identificar outras habilidades e experiências, muitas vezes não percebidas pelo assentado e que se configuram como de grande potencial turístico local.

Desta forma, esta seção foi organizada a partir de questionamentos realizados durante as reuniões, entrevistas e conversas informais, tais como: O que o senhor (a) gosta e sabe fazer? O senhor(a) já teve contato com turistas? O senhor (a) gostaria de receber turistas em sua comunidade, em sua casa? O que um turista poderia fazer no assentamento? Além disso,

analisou-se a percepção local a partir da interpretação de mapas mentais, frutos de uma oficina de diagnóstico rápido participativo (DRP) aplicada junto à comunidade.

Com isso, foi possível identificar os saberes, as potencialidades e os processos produtivos locais, a partir do olhar e da experiência vivida dos assentados, tornando possível adequá-los à proposta de funcionamento da atividade turística no local, pautada na experiência e sob base comunitária.

A partir da análise do Quadro 02, que se refere às habilidades exaltadas pelos próprios comunitários, percebeu-se a diversidade e heterogeneidade de aptidões, destacando-se a culinária, a produção de artesanato a partir de fibras naturais e materiais recicláveis, o cultivo de plantas ornamentais, o manuseio de plantas medicinais para a produção de chás e xaropes, o crochê, o bordado, a xilogravura, a produção de cachaça e licor, a confecção de sabonetes de aroeira, a produção de pequenas esculturas em madeira, pinturas em pedras com temáticas locais, a confecção de bolsas produzidas com a palha da bananeira, a produção de mel, etc. No entanto, vale ressaltar que esta produção, em sua maioria, é para consumo próprio ou para comercialização interna e/ou do entorno do assentamento, com exceção das plantas ornamentais que são comercializadas na feira na sede do município, aos sábados, no horário da manhã, por três mulheres residentes no assentamento Nova Canadá.

**Quadro 02:** O que o senhor(a) gosta e sabe fazer?

<b>O que o senhor (a) gosta e sabe fazer?</b>
“Cozinhar. Eu faço pão de fermentação natural, bolo, geléia de umbu e acelora, cocadas, suchá, umbuzada”
“Eu faço carvão, produtos de limpeza, cocada, geladinho de goiaba, de coco, de iorgute, céu azul, chiclete”
“Eu sei fazer picadinho de palma, panqueca da palma”
“Eu aprendi a fazer sabonete de aroeira e de ameixa, e também as bolsas de embalagem de suco e leite”
“Eu faço suchá, brigadeiro de casca de melancia. Bolo não é muito a minha praia”
“Eu adoro plantas. Faço terrários. Sei fazer um crochêzinho, um bordado na tela, pintar pedras com cópias de desenhos rupestres”
“Faço suporte de planta de macramê. Faço peças de madeira que aprendi no projeto Canindé-Primitivo. A minha filha desenhava e eu esculpia. Produzo brincos, pulseiras e colares de madeira de umburana”
“Meu foco é a rosa-do-deserto. Hoje estou me especializando na rosa-do-deserto”
“Eu faço crochê. Cultivo plantas ornamentais. Trabalho com plantas suculentas e cactos. Cultivo as minhas sementes. Faço as mudas”
“Faço doce de tomate, doce de tomate com pimenta, doce de leite”
“Eu bordo e faço artesanato com palha de bananeira”

“Aprendi a fazer boneca de pano, crochê, bolsa de bananeira com croá. O foco das minha bolsa é o croá. Suplá pra prato. O que mais amo fazer é as bolsa”.
“Bolo de umbu, umbuzada”
“Eu faço bolos, tortas, salgados”
“Eu faço filtro de sonhos com fibras naturais, desenho, faço cachaça de gengibre e mel e mel com limão, replico pinturas rupestres em pedras”
“Xilogravura”
“Só sei trabalhar de roça. Planto milho, feijão, tudo. Da roça eu entendo. E sei mexer com o negócio do mel também”.
“Sei fazer cocada de coco, doce de leite, pão caseiro, buchada, costuro. Eu aprendi a mexer com muitas ervas da medicina só que esqueci”.
“Eu faço corda de croá. Conheço as planta medicinal da caatinga. Cada um pé de mato eu sei pra que serve pra alguma doença. Sou rezador”
“Eu sei fazer uma corrente feita de madeira sem cortar e sem quebrar”
“O meu foco é a cozinha. A gente fazia pão de mel. Biscoitinhos, bala de mel. Trabalho com as plantas também”
“O que eu faço pra negócio de turista é o mel que eu faço”
“Gosto de pintar umas telinhas, gosto de pintar paisagens”
“Eu toco violão. Eu faço licor”
“Eu bordo. Eu faço muita coisa. Tapetes, tapete para banheiro, jogo de mesa, passadeiras”

Fonte: Trabalho de campo, 2021. Organização: O autor, 2021.

Uma vez identificadas as habilidades de cada assentado participante da pesquisa, foi necessário investigar a relação da comunidade com o turismo, observando as suas opiniões e expectativas quanto às possibilidades de práticas turísticas locais (Quadro 03). As informações destacadas no quadro 3 foram intencionalmente coletadas durante as primeiras visitas ao assentamento, com intuito de obter respostas com o mínimo de interferência das falas do pesquisador sobre o conceito de turismo de experiência. Foi possível observar que alguns entrevistados não conseguiram, naquele primeiro momento, identificar atividades de interesse turístico no assentamento ou a fizeram de forma bastante vaga. Percebeu-se, posteriormente, que essas mesmas pessoas apresentaram uma visão mais aprimorada acerca do tema após a oficina de mapas mentais para a construção de um mapa turístico local e da ideia do Shopping da Caatinga. Vale reiterar que esta oficina foi realizada 35 (trinta e cinco) dias da chegada do pesquisador e após vários diálogos com a comunidade sobre turismo e turismo de experiência de base comunitária.

**Quadro 03:** Relação local com o turismo e potencialidades

<b>O senhor (a) já teve algum contato com turistas?</b>	<b>O senhor (a) gostaria de receber um turista em sua casa?</b>	<b>O que um turista poderia fazer no assentamento?</b>
“Já. Quando tinha o grupo de jovens aqui eu ajudava na preparação dos alimentos. Eu também distribuía flores quando eles voltavam da trilha”.	“Sim. Eu gosto da ideia. Quando eles vinha aqui, foi poucas vezes, mas a gente se sentia visitado porque aqui a gente mal vê gente de fora. Pra vê alguém de fora tem que sair daqui”	“Visitar a nossa nascente. Creio que a maior riqueza natural que a gente tem aqui é a nossa nascente. E também de ver um lugar de lazer e uma pessoa para contar a história daqui. Aqui também pode ter um museu porque tem muita estória legal”.
“Não. Nunca”	“Recebo, recebo sim. Sastifeita”	“Ver as casas, as pessoas. Matar uma galinha e nós comer”.
“Não”	“Sim”	-----
“Sim. Só quando vinha os grupo fazer a trilha”	“Sim”	-----
“Não”	“Sim”	-----
“Não”	Sim	-----
“Não”	Sim	-----
“Já. Foi gratificante. A gente ganhou um dinheirinho com as trilhas”	“Sim, gostaria”	“Bom se for homem, tem o pessoal que gosta de jogar uma bolinha e se for mulher, ia pra casa de mãe olhar a roça, galinha, porco, essas coisas assim”
“Não”	“Sim”	“Pra gente vai ser muito importante desde que tenha união, que a gente não atropale as coisas”
“Não”	“Sim”	“Tem a área de abelha que pode levar o turista. Conhecer o fogão ecológico. Fazer um

		almoço, uma janta na lenha e o turista venha conhecer a história do fogão. Tudo isso é riquíssimo”
“Não”	“Sim. Eu gosto de ver as pessoas diferente. Isso pra mim é bom. A gente encontra outras pessoas ai aprende até outras coisa diferente”.	“Chegando aqui eu acharia que ele pode passear. Vai na horta de um, vai na horta de outro. Vai na nascente. Vai na mata”.
“Sim. Eu conduzia os grupos na trilha da nascente”	“Sim”	“Levaria para mostrar um pouco da comunidade. Um pouco de como as pessoas vivem aqui. Explicar como se sobrevive. Levaria para um passeio na caatinga. Mostraria o valor medicinal delas e no final a nascente”.
Não	Sim	“Tirar abelha com Carlinho. Trilha. Ir na mata ver o pé de facheiro e depois provar o doce. Conhecer o umbuzeiro e depois comer a geleia de umbu”.
“Sim na época das trilha. Eu ajeitei as pedras do caminho”	Sim	“Olhar umas coisa bonita que tem no mato”

Fonte: Trabalho de campo, 2021. Organização: O autor, 2021.

A análise do quadro 03 apontou que uma parte dos comunitários já esteve em contato com turistas no assentamento. Este contato foi proveniente do projeto Novos Caminhos – iniciativa do Sebrae com jovens do assentamento Florestan Fernandes no mapeamento e identificação de pontos de interesse para implementação de uma trilha ecológica entre 2018 e 2019 (ENTREVISTADO 04, 2021). O assentamento chegou a recepcionar sete grupos para a realização da trilha que iniciava na Casa Grande e finalizava na nascente, conforme depoimento do assentado 05.

Ao todo a gente teve sete grupos. Vieram pessoas de até Minas Gerais. A gente fazia o receptivo lá na Casa Grande e oferecia água, um suco, falava as recomendações e prosseguia. Quando voltava a gente fazia a despedida com um lanche na Casa Grande. Quem preparava o lanche era o restante da equipe. Os outros dez, dos dezesseis

envolvidos. No final repassava o valor para os próprios moradores daqui. A gente cobrava R\$10 por pessoa (ASSENTADO 05, 2021).

O assentado complementou que o projeto não se sustentou em virtude da saída de praticamente todo o grupo de jovens do assentamento “em busca de sustento ou estudo” (ASSENTADO 05, 2021). Os poucos jovens que ainda permanecem no local recordaram o quão positivo foi este contato principalmente pela oportunidade de conhecerem pessoas diferentes, sentindo-se valorizados e “visitados” pelo fato do pouco contato que possuem com pessoas de fora do assentamento.

Ao serem questionados sobre uma possível movimentação de turismo no local e se gostariam de receber turistas na comunidade e/ou na própria casa todo o grupo participante se manifestou favorável à ideia, exaltando como principais razões a possibilidade de conhecer pessoas novas, além da oportunidade de acesso a uma renda extra e maior garantia de segurança alimentar. Isto pôde ser constatado a partir da fala do assentado 14.

O turismo é bom no geral porque se eles vem nos visitar e leva algo do município produzido pelos moradores, todo mundo sai ganhando. Principalmente coisas produzidas na região para pessoas de fora porque as pessoas daqui não dá valor (ASSENTAMENTO 14, 2021).

O assentado 11, ao refletir sobre turismo, ressalta que “turismo é alegria pra gente aqui dentro e a gente fica muito alegre que eles vêm visitar. Conversar com eles e tudo” (ASSENTADO 11, 2021). Já o assentado 5 reforça que “turismo é uma forma de lazer para quem visita e para quem recebe, uma forma de renda” (ASSENTADO 05, 2021).

Ainda sobre o quadro 3, no que se refere a atividades que um turista poderia fazer no assentamento, destacaram-se visita à nascente, andar pelo assentamento, fazer refeições preparadas no fogão ecológico, “tirar mel”, passeio na caatinga, na roça e “olhar umas coisa bonita que tem no mato”.

Em virtude dos conhecimentos adquiridos em torno das conceituações de turismo e turismo de experiência comunitária no decorrer dos encontros com os assentados, evidenciou-se, a partir da aplicação dos mapas mentais, uma percepção mais elaborada acerca das potencialidades locais. Durante as entrevistas e conversas informais, ao relatarem as suas atividades diárias desde o momento em que acordavam até a hora de dormir, os entrevistados foram provocados a pensarem estas atividades como de interesse turístico e capazes de despertar o desejo de visita e de realização de vivências a partir das atividades sociais e produtivas que caracterizam o cotidiano do assentamento. Além disso, provocou-se a reflexão do uso da palma na culinária local, uma vez que até então a planta era utilizada apenas para a alimentação de animais.

Os mapas mentais foram investigados a partir das concepções procedentes da percepção dos assentados sobre o território vivido, os seus saberes e as potencialidades turísticas locais. É importante reiterar que a aplicação desta ferramenta aliada a observação participante fundamentou o método fenomenológico utilizado nesta pesquisa, uma vez que foi desenvolvida com base na experiência humana e sua percepção acerca do local onde vivem, seus objetos, símbolos e significados.

A oficina para a construção de mapas mentais foi realizada no dia 05 de setembro de 2021 na sede da associação de moradores. Na ocasião os assentados foram divididos em grupos e produziram desenhos a partir de dois questionamentos: “Turismo em minha comunidade: dentro das atividades que vocês já realizam no dia a dia que experiências um turista pode ter no assentamento?” (Figuras 14 e 15) e “Como vocês visualizam o Shopping da Caatinga?” (Figuras 16 e 17).

A interpretação da figura 14 referente a práticas turísticas, aponta, quanto à forma de representação dos elementos na imagem, a presença de ícones e letras. Os ícones demonstram a realidade através das casas dos moradores participantes da pesquisa, a sede da associação de moradores, o curral comunitário, o campo de futebol, um lote de produção, árvores com destaque para o umbuzeiro, a área de reserva da caatinga e o percurso da trilha ecológica em direção a área onde se localiza a nascente.

Observou-se também o imaginário como a presença do shopping da caatinga em formato triangular. O uso de letras em forma de palavras fortalece a ideia de representação do lugar a partir da identificação de lugares e nomes de pessoas, espécies da caatinga, habilidades dos moradores e atividades associadas ao turismo. Quanto à especificidade dos ícones, evidencia-se a representação de elementos naturais como árvores, hortas, reserva ambiental e nascente, além de elementos da paisagem construída. Não foi identificada a presença de elementos humanos na imagem.





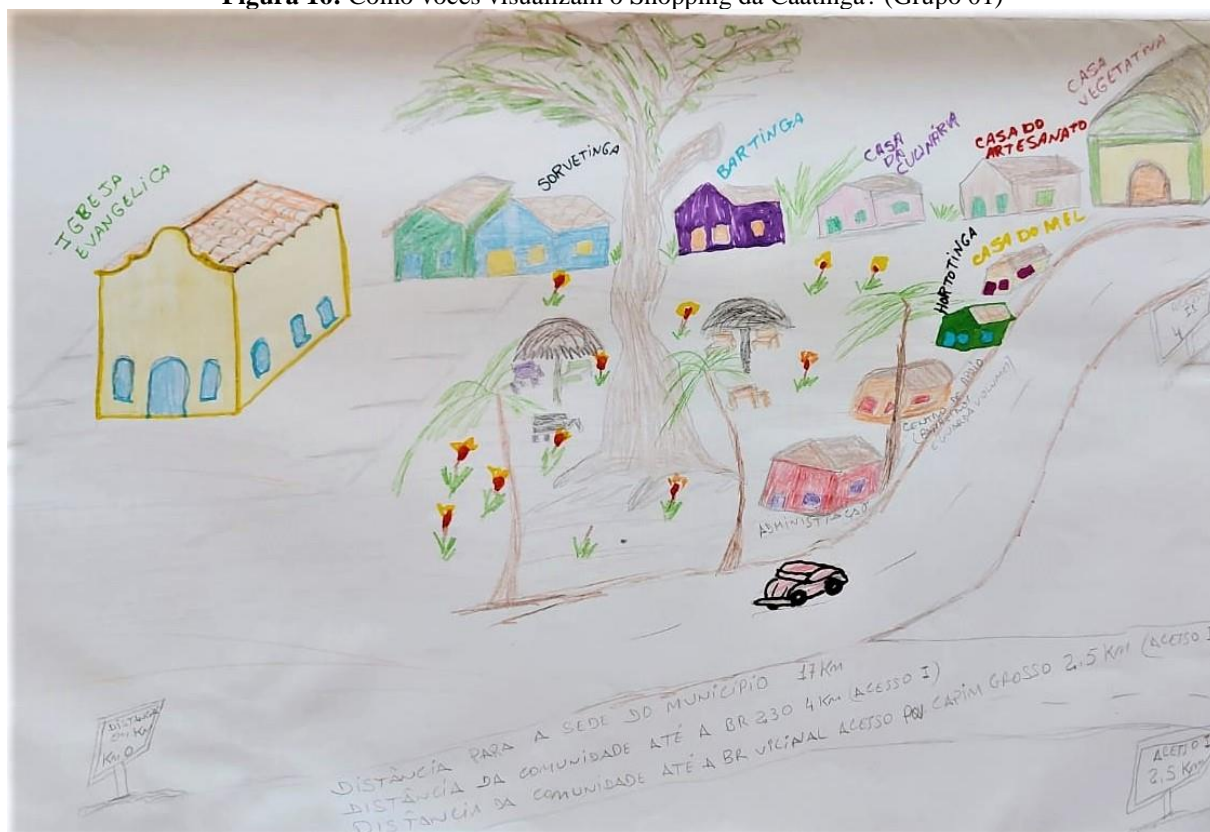
- Trilhas ecológicas: Trilha da Nascente e Trilha da Reserva;
- Apresentação da diversidade do bioma Caatinga (plantas frutíferas e medicinais);
- Visitação à produção agroecológica sustentável;
- Visitação aos quintais produtivos;

Ao analisar as figuras 14 e 15, identificadas pelo grupo como Mapa de Turismo Assentamento Florestan Fernandes, percebe-se a inserção do turismo na realidade vivida dos comunitários. Isso pode ser observado na presença marcante das áreas de cultivo (lotes de produção e quintais produtivos) sugerindo experiências de turismo dentro da atividade produtiva na agricultura familiar. O mesmo pode ser evidenciado pela representação das casas dos moradores, como componentes importantes na proposta de turismo de experiência no assentamento, a partir da promoção de vivências dentro do cotidiano das pessoas do local.

Em seguida, os participantes foram orientados a elaborarem desenhos a partir de como eles vislumbravam o Shopping da Caatinga e de que maneira seriam distribuídas as atividades e os produtos turísticos por eles identificados.

A análise e interpretação das figuras 16 e 17, quanto à forma de representação dos elementos na imagem, aponta a presença de ícones, letras e linhas, representando o imaginário como a igreja, as casas para comercialização dos produtos locais, a estufa, vegetação ornamental e, na figura 16, mesas e cadeiras no centro do shopping. Além disso, os ícones também demonstram o real através da reprodução da braúna, localizada no centro de ambos os mapas, além de vias de acessos ao assentamento Florestan Fernandes. O uso de letras em forma de palavras fortalece a ideia de representação do shopping a partir da identificação dos espaços de comercialização, a igreja, o acesso ao assentamento e, no caso da figura 17, o acesso também às comunidades Joao Pedro Teixeira e Nova Canadá. Quanto às especificidades dos ícones, evidencia-se a representação de elementos naturais como árvores, flores (Figura 16), cactos (Figura 17), a Serra Azul e a nascente (Figura 17), além de elementos da paisagem construída. A figura 16 representa elementos móveis com a presença de um automóvel chegando na comunidade. Não foi identificada a presença de elemento humano nos dois mapas.

**Figura 16:** Como vocês visualizam o Shopping da Caatinga? (Grupo 01)



Fonte: Trabalho de campo, 2021.

Quanto à apresentação de outros aspectos ou particularidades, observam-se ícones e letras que representam uma possível configuração do Shopping da Caatinga, destacando-se os seguintes pontos:

- A Igreja Evangélica;
- A casa de sorvetes – Sorvetinga;
- A casa da cachaça artesanal local – Bartinga;
- A casa da culinária;
- A casa do artesanato;
- A casa vegetativa – estufa para produção de hortaliças e reposição das espécies da caatinga a serem utilizadas na culinária local;
- A casa do mel;
- A casa das plantas ornamentais – Hortotinga;
- Um centro de apoio – banheiro e guarda-volumes;
- A casa da administração;
- Espaço de socialização em torno da braúna.

**Figura 17:** Como vocês visualizam o Shopping da Caatinga? (Grupo 02)



Fonte: Trabalho de campo, 2021.

Já na figura 17, quanto à apresentação de outros aspectos ou particularidades, observam-se ícones e letras que representaram uma possível configuração e dinâmica do Shopping da Caatinga, destacando-se os seguintes pontos:

- Espaço para banheiros;
- Igreja Evangélica,
- Estufa;
- Casa do pastel;
- Casa dos cactos e suculentas;
- Casa do artesanato;
- Casa da cachaça artesanal local;
- Casa do brigadeiro;
- Casa das verduras;
- Casa do geladinho.

A análise das figuras 16 e 17 evidenciam a presença de três elementos ou símbolos em comum e que representam de maneira marcante a identidade e elementos essenciais da cultura local:

- A igreja evangélica, simbolizando a fé religiosa tão marcante das famílias assentadas;
- A braúna, árvore resistente e presente no assentamento desde a chegada das famílias (Figura 18). A braúna simboliza a luta e a resistência do assentado na conquista da terra e sua sobrevivência no assentamento. Nos dois mapas a representação do Shopping da Caatinga se manifesta em torno desta árvore;
- A estufa, simbolizando a preocupação com a sustentabilidade ambiental local no manejo e replantio das espécies da caatinga;

**Figura 18:** Braúna



Fonte: Márcio Ramos, 2021

Apesar de não terem sido identificados elementos humanos em nenhum dos mapas, evidenciou-se através dos discursos, que os assentados se apresentam acolhedores, abertos e entusiasmados em receberem visitantes na comunidade e/ou em suas casas. Evidenciou-se também, durante a apresentação dos mapas mentais, a presença forte das palavras “coletivo” e “união”, contradizendo com as falas dos participantes ao exaltarem apenas as próprias habilidades ou dos familiares e pessoas mais próximas a eles.

Ao ser questionado sobre de que maneira se enxergava como um componente do Shopping da Caatinga e como se sentia com a ideia, o assentado 04, emocionado, declarou:

“Ave Maria meu fio. Eu fiquei tão animada. Meu coração chega ficou assim tão alegre. Oh meu Deus, eu só queria que um dia Deus faz isso por nós” (ASSENTADO 04, 2021).

A percepção dos assentados acerca dos seus valores, de que maneira se percebem no assentamento e nas possibilidades de atividades turísticas provenientes desses reconhecimentos é de fundamental importância para que se assegure o protagonismo comunitário na reorganização do lugar onde vivem, em função de um turismo pautado na valorização do morador, da sua realidade e de tudo o que é produzido a partir dele.

A seguir serão apresentados sugestionamentos de práticas de experiências turísticas fundamentadas não apenas no que foi reconhecido pelos comunitários, como também, percebido pelo pesquisador a partir do convívio com o assentamento Florestan Fernandes.

### **3.4- Identificação de potenciais atrativos turísticos e experiências vinculadas**

O município de Canindé de São Francisco, localizado no território do Alto Sertão Sergipano, posiciona-se em um lugar de destaque entre os produtos turísticos ofertados pelo estado de Sergipe. As atividades turísticas propostas, principalmente, a partir da valorização e usufruto das águas do rio São Francisco, proporcionam ao município uma presença constante de visitantes. No entanto, observa-se que uma parte significativa destas visitas está condicionada à visitação dos Cânions de Xingó apenas, não acarretando pernoites na cidade de Canindé de São Francisco e nem contemplando outras atratividades locais.

Diante disto, torna-se necessária a diversificação da oferta turística de Canindé de São Francisco através de propostas de vivências de turismo que contemplem não apenas o rio, como também, o interior do município. Esta diversificação e incremento de atividades turísticas nas comunidades rurais, além da possibilidade de promoverem o desenvolvimento rural das comunidades receptoras, podem ainda incentivar a permanência de visitantes no município, além de atender às necessidades de um perfil de viajante que se diferencia daquele já característico do local. Esta estratégia vem a ser coerente com as novas dinâmicas de práticas de turismo, nas quais se valorizam o modo de vida das famílias de comunidades que se disponibilizam como promotoras de experiências turísticas memoráveis e de imersão.

Neste sentido, a Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Esportes de Canindé de São Francisco (SETURCE) vem trabalhando no intuito de desenvolver outras atratividades com foco na ruralidade, através do ordenamento das áreas naturais, a implementação de um roteiro interno de turismo rural e o melhoramento das estruturas (ENTREVISTADO 05, 2021). Em

entrevista realizada com a secretária municipal, ao ser questionada sobre o perfil de visitante excursionista do município, e existência de ações para o incentivo a permanência dos visitantes na região, a entrevistada declarou que:

A gente tem trabalhado com a rede hoteleira, a reformulação da Casa da Cultura para se criar atrativos. Temos também um projeto de uma feira fixa que será na orla, contemplando os artesãos locais, as queijarias, o pessoal que produz na área rural, além dos grupos culturais do município. E o roteiro de turismo rural que o pessoal vem trabalhando. (ENTREVISTADO 05, 2021).

A entrevistada complementou que as ações que vêm sendo desenvolvidas estão pautadas nas conceituações do turismo rural e ecoturismo sob base comunitária. A partir do questionamento sobre quais incentivos a SETURCE poderia oferecer a comunidades que desejem trabalhar o turismo comunitário, o entrevistado ressaltou que:

A gente quer caminhar de braços dados. O que for de elaboração de projeto estrutural que a gente já possa ir buscando recursos. O foco enquanto gestão hoje é justamente trabalhar estas comunidades e, dentro das possibilidades do município, fazer com que estes projetos saiam do papel (ENTREVISTADO 05, 2021).

Conforme já explicitado, o turismo de experiência vem a ser uma prática de turismo que permita ao visitante uma imersão profunda nas questões identitárias locais, possibilitando experimentar a realidade do outro o mais próximo possível. Sob esta perspectiva, a entrevistada declarou ainda que o município vem trabalhando o sentimento de pertencimento em algumas comunidades, com destaque para o entorno do Vale dos Mestres, do Beira Rio e o Projeto Califórnia, além de ressaltar potencialidades rurais através de atividades experienciais relacionadas a compostagem, permacultura, agrofloresta, além de trilhas, experiências na colheita de produtos e vivências nas queijarias (ENTREVISTADO 05, 2021).

A entrevistada complementou que a pasta de turismo local se disponibiliza, também, a viabilizar as oficinas de capacitação necessárias através das Instituições parceiras. Sob este enfoque, o entrevistado ressaltou um projeto a ser desenvolvido junto a equipamentos turísticos locais, como bares e restaurantes, no incentivo de consumo de matérias-primas encontradas e produzidas nas comunidades do município (ENTREVISTADO 05, 2021).

No entanto, é importante que os donos de empreendimentos não apenas comprem a matéria-prima, como também, conheçam as comunidades, entendam as dinâmicas das suas produções e as promovem no momento da comercialização do produto final. É fundamental que o consumidor saiba a procedência do que está sendo consumido e, além disso, seja motivado a visitar estes locais.

Sob esta perspectiva, esta sessão tem por objetivo apresentar os potenciais atrativos turísticos identificados e catalogados no assentamento Florestan Fernandes sob a concepção da experiência. Este levantamento foi realizado a partir das percepções dos assentados e do pesquisador, agregando valor às atividades cotidianas observadas e considerando os fatores físicos e simbólicos que envolvem experiências memoráveis no momento de alteridade entre comunidade receptora e visitante.

No que diz respeito à culinária, observou-se que a utilização das espécies do bioma Caatinga para a alimentação humana é quase inexistente no assentamento, limitando-se, no caso da palma, à alimentação de animais. Contrastando com essa realidade, alguns pesquisadores da gastronomia popular, a exemplo de Edna Guimarães, Timóteo Domingos e Lúcia Pereira, atestam em suas pesquisas, além do valor nutritivo, a versatilidade destes produtos. O resultado destes estudos serviu para provocar a comunidade no sentido de expandir ou otimizar o uso desses recursos, potencializando assim as suas aptidões culinárias.

Foi constatado ainda que a comunidade já produzia alimentos tais como bolos, cocadas, geleias, salgados, geladinhos. Valendo-se disso o pesquisador sugeriu, estrategicamente, que os assentados produzissem tais alimentos substituindo insumos tais como milho, côco e outros sabores mais tradicionais por espécies típicas da caatinga. Uma vez produzidas, experimentou-se junto ao assentado as novas produções para que eles provassem e os avaliassem.

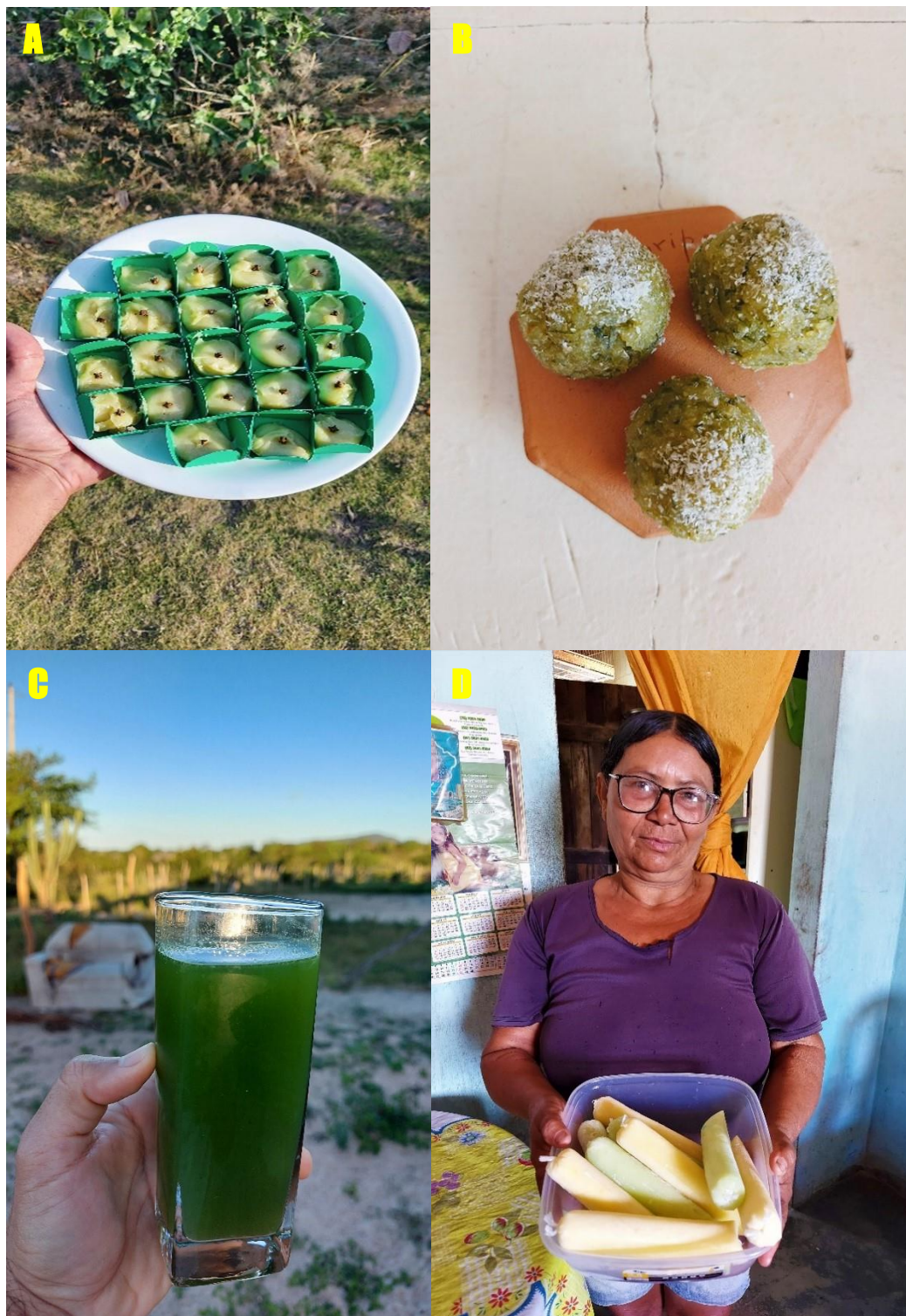
Desde então, estas pessoas vêm aprimorando e diversificando a produção de doces e salgados à base das espécies da caatinga e já comercializando, inclusive, dentro do assentamento. Como exemplo pode-se citar a produção de bolos de palma com limão, bolo de umbu, empadas com recheio de refogado de palma, cocadas de palma, cocadas de facheiro, brigadeiro de palma com capim-santo, brigadeiro de casca de melancia, geladinhos de palma com hortelã, com maracujá e com limão, além dos sucos à base da palma (Figuras 19 e 20).

**Figura 19:** Mosaico de fotos da produção de alimentos à base dos frutos da caatinga (01)



Fonte: Márcio Ramos, 2021

Figura 20: Mosaico de fotos da produção de alimentos à base dos frutos da caatinga (02)



Fonte: Márcio Ramos, 2021

Vale a pena destacar, que em relação à legislação ambiental, quanto ao manejo e a utilização das espécies da caatinga na culinária e de que forma a comunidade deveria proceder para estar apta a comercializar estes produtos, o Conselho Municipal de Meio Ambiente declarou que nunca houve uma movimentação de licenciamento de comunidades neste sentido.

No entanto, se manifestou favoravelmente a esta possibilidade, uma vez que a comunidade seja capacitada por um profissional da área quanto ao manejo adequado das plantas, mesmo em seus lotes de produção.

Além disso, o entrevistado ressaltou a importância de um programa de replantio das espécies que assegurem o reflorestamento do parque. No caso da retirada de espécies da reserva, pensou-se na possibilidade de as comunidades adquirirem uma autorização da Administração Estadual do Meio Ambiente (ADEMA), além da certificação do manejo (ENTREVISTADO 06, 2021). Vale destacar que, quanto ao uso da palma, o entrevistado declarou que a sua utilização é livre, já podendo inclusive ser comercializada, devido à simplicidade de manejo associado à sua resistência ao período de estiagem (ENTREVISTADO 06, 2021).

No que diz respeito ao artesanato produzido no assentamento Florestan Fernandes, destaca-se a produção de artefatos a partir das fibras naturais (Figura 21), em especial da bananeira costurada com croá (Figura 22). Além disso, identificou-se a presença de trabalhos de bordado, produção de sabonetes, cachaças e licores artesanais, assim como o artesanato produzido a partir de materiais recicláveis (Figura 23).

**Figura 21:** Mosaico de fotos de artefatos produzidos com fibras



Fonte: Márcio Ramos, 2021

**Figura 22:** Mosaico de fotos da matéria-prima da bananeira e croá



Fonte: Márcio Ramos, 2021

**Figura 23:** Mosaico de fotos de outras produções artesanais

Fonte: Márcio Ramos, 2021

Ademais, os fazeres produtivos locais observados e experimentados pelo pesquisador, contribuíram para sustentar a identificação das potencialidades locais fundamentadas no conceito do turismo de experiência. A expectativa é que toda esta produção associada ao turismo, não apenas permita ao visitante uma imersão exclusiva no cotidiano rural local, como também, represente um instrumento alternativo de inclusão social e desenvolvimento.

O quadro 04 apresenta as potencialidades turísticas identificadas e pontuadas, principalmente, a partir das reflexões dos próprios assentados acerca dos seus valores, suas aptidões e dos recursos culturais e naturais locais.

**Quadro 04:** Atrativo em potencial e possibilidades de experiências turísticas associadas

Atrativo em potencial	Possibilidades de experiências vinculadas ao turismo
Lotes de produção agroecológica sustentável	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitação aos lotes de produção - Caminhada e identificação das culturas;</li> <li>• Conhecendo a agroecologia - Vivência com técnicas agroecológicas locais;</li> <li>• Vivência de plantio, irrigação e/ou colheita das culturas produzidas;</li> <li>• Colha e Pague – Colheita e consumo de produtos orgânicos, assim como conservas da horta;</li> <li>• Degustação e consumo de produtos culinários à base dos frutos da caatinga produzidos pelos proprietários do lote;</li> <li>• Degustação e consumo de licores e cachaças produzidos pelos proprietários do lote;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo de uma refeição (café da manhã ou da tarde) ao ar livre e acompanhada dos donos do lote;</li> <li>• Contemplação do pôr do sol acompanhada por serestas com cantos populares e declamação de poemas compostos pelos assentados.</li> </ul>
Quintais Produtivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitação aos quintais produtivos – Conhecendo e entendendo o que é um quintal produtivo;</li> <li>• Vivência de agricultura familiar no plantio e colheita das culturas produzidas;</li> <li>• Colhendo a própria salada – experiência de colher e preparar a própria salada;</li> <li>• Refeição no quintal - Degustação e consumo de refeições produzidas não apenas à base das espécies da caatinga, como de elementos presentes nos hábitos alimentares dos assentados, como a galinha caipira e o bode.</li> <li>• Colha e Pague – Colheita e consumo de hortaliças e frutíferas produzidas nos quintais;</li> </ul>
Bioma Caatinga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminhada para identificação de plantas frutíferas e medicinais da Caatinga;</li> <li>• Preparo e consumo de xaropes e cosméticos produzidos à base das espécies da Caatinga;</li> <li>• Vivência de curas envolvendo reza, benzeção e práticas e saberes locais;</li> <li>• Trilha interpretativa da Nascente;</li> <li>• Pôr do sol / Nascer do sol / Noites de lua cheia com piquenique na Serra Azul;</li> <li>• Caminhadas para coleta de matéria-prima e oficina para produção de artesanato a partir do material coletado.</li> <li>• Vivência de técnicas rápidas e fáceis de como sobreviver na Caatinga – como obter água, fogo, abrigo e alimento? Como orientar-se dentro da caatinga sem GPS?</li> <li>• Oficina de desenhos inspirados na flora e fauna da caatinga observados e fotografados durante as caminhadas.</li> <li>• Vivência de replantio de espécies da caatinga na estufa comunitária utilizando técnicas tradicionais locais;</li> <li>• Vivência com o umbuzeiro – conhecer a árvore-símbolo do município e suas diferentes espécies, além do consumo de produtos oriundos do umbu.</li> </ul>
Artesanato	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina e consumo de artesanato à base da fibra de bananeira e o croá (bolsas, cestas, colares, suplãs);</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina de produção e consumo de filtros dos sonhos produzidos a partir das fibras naturais;</li> <li>• Oficina de produção e consumo de pedras decorativas com reprodução de pinturas rupestres de sítios arqueológicos da região, da fauna e flora da caatinga e elementos identitários do assentamento;</li> <li>• Oficina de produção e consumo de sabonetes artesanais à base dos frutos da caatinga;</li> <li>• Consumo de crochês e bordados;</li> <li>• Oficina de produção e consumo de artesanato do lixo – gerenciamento do lixo para produção de artesanato com materiais recicláveis;</li> </ul>
Culinária	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustação e consumo de produtos oriundos da palma forrageira (doces, salgados, sucos);</li> <li>• Degustação e consumo de produtos oriundos do umbu e outros frutos da caatinga;</li> <li>• Vivência na casa do assentado com refeições preparadas à lenha nos fogões ecológicos. Destaque para a galinha caipira e o bode.</li> <li>• Degustação e consumo de geladinhos e sorvetes produzidos à base da palma e outros frutos da caatinga;</li> <li>• Degustação e consumo do Suchá – chá local produzido com a folha do umbuzeiro, a folha do capim santo e limão;</li> <li>• Degustação e consumo de licores à base dos frutos da caatinga e cachaças artesanais;</li> <li>• Degustação e consumo de pão de fermentação natural;</li> <li>• Degustação e consumo de mel;</li> <li>• Vivência de apicultura orientada por apicultores locais</li> </ul>
Memórias do assentamento Florestan Fernandes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contação de história – Histórias de luta e resistência de todo o processo de conquista da terra e o surgimento do assentamento Florestan Fernandes contadas por assentados mais antigos durante uma caminhada pelo assentamento;</li> <li>• Místicas – Apresentações de peças de teatro inspiradas no histórico do assentamento e nas personalidades populares locais;</li> <li>• Serestas com cantos de viola, literatura de cordel e poemas produzidos pelos jovens do assentamento;</li> </ul>
Projeto Mulheres de Fibra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitação e consumo de artesanato feito da palha da bananeira, doces artesanais e plantas ornamentais</li> </ul>

	<p>produzidos por mulheres de diferentes assentamentos da região;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Piquenique na caatinga – consumo e degustação de produtos locais ao ar livre com cestas e esteiras produzidas pelas mulheres de fibra;</li> <li>• Conhecendo os cactos, as suculentas e as rosas-do-deserto – Oficina de produção e consumo de terrários com cactos e suculentas;</li> </ul>
O assentado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminhar livremente pelo assentamento, experimentar uma “conversa de cerca” e sentir o acolhimento das famílias assentadas.</li> <li>• Memorial do assentado Florestan Fernandes – resgate da memória do assentado e todo o processo de luta na conquista da terra.</li> </ul>

Fonte: Trabalho de campo, 2021. Organização: O autor, 2021.

Durante os trabalhos de campo com as famílias assentadas participantes da pesquisa, percebeu-se a caatinga como elemento unificador, de organização econômica e, antes de tudo, de pertencimento dos comunitários. A caatinga simboliza o elemento central nos traços identitários locais e de onde os assentados extraem matéria prima para o sustento e tratam doenças, por exemplo. Sendo assim, a Caatinga se revela como um elemento crucial, influenciador e inspirador nas atividades experienciais turísticas propostas neste estudo (Figuras 24, 25, 26, 27).

**Figura 24:** Mosaico de fotos da produção associada ao turismo de experiência (01)



Fonte: Márcio Ramos, 2021

**Figura 25:** Mosaico de fotos da Produção associada ao turismo de experiência (02)



Fonte: Márcio Ramos, 2021

**Figura 26:** Mosaico de fotos da produção associada ao turismo de experiência (03)



Fonte: Márcio Ramos, 2021

**Figura 27:** Mosaico de fotos da produção associada ao turismo de experiência (04)



Fonte: Márcio Ramos, 2021

#### **4- PRODUTOS TECNOLÓGICOS: SHOPPING DA CAATINGA E AÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE EXPERIÊNCIA DE BASE COMUNITÁRIA**

As hipóteses, os objetivos e a metodologia utilizada para realização do trabalho de campo, somados aos princípios teóricos que fundamentam esta pesquisa, contribuíram para o desenvolvimento dos seguintes produtos tecnológicos:

- Proposta de implementação do Shopping da Caatinga: projeto de um espaço para a visitação turística e comercialização de produtos e experiências ofertadas pelo assentamento, catalogadas através desta pesquisa.
- Plano de diretrizes e ações para o desenvolvimento do turismo de experiência de base comunitária no assentamento Florestan Fernandes.

A partir deste momento serão apresentadas as características e os elementos que compõem os produtos tecnológicos frutos desta pesquisa.

##### **4.1 Shopping da Caatinga**

A ideia de desenvolver um espaço de comercialização de experiências turísticas foi concebida juntamente com a comunidade durante a primeira reunião coletiva no assentamento. Na ocasião, foi apresentado o documentário “Doces Tambaba – Do Cajueiro ao Shopping Rural” que se refere ao empreendimento turístico comunitário Shopping Rural, localizado no município do Conde no estado da Paraíba, servindo como inspiração na concepção do Shopping da Caatinga.

Este projeto está fundamentado, principalmente, nas conceituações de turismo de experiência e turismo com foco na produção associada ao turismo. Estas conceituações preveem que os hábitos e produções locais, após se adequarem aos processos de comercialização, passam a se destacar como um diferencial competitivo da oferta turística local.

No caso do assentamento Florestan Fernandes poderão promover uma imersão rural através de experiências na Caatinga e nas práticas cotidianas do assentamento. Além disso, o projeto também poderá atuar como vetor de desenvolvimento territorial e de resolução de algumas problemáticas observadas no assentamento, tais como: a falta de um local propício para o escoamento da produção, a falta de uma perspectiva de renda complementar, a necessidade de fortalecimento da agricultura familiar e a possibilidade de manter as famílias assentadas em suas propriedades.

Além dos conceitos mencionados acima, a idealização do projeto Shopping da Caatinga também está baseada nos princípios da economia criativa, que vislumbra a possibilidade de transformar o território através da sustentabilidade, da inclusão social e da criatividade. Nesta perspectiva, presume-se que este produto turístico seja capaz de prover experiências memoráveis a partir do compartilhamento de conhecimentos, ao mesmo tempo em que propõe manter a integridade cultural e ambiental locais, além da possibilidade de contribuir para a sustentabilidade econômica da comunidade.

O projeto Shopping da Caatinga foi elaborado a partir da catalogação das atividades produtivas e sociais observadas no assentamento Florestan Fernandes. A ideia surgiu com base na percepção dos próprios moradores acerca de como se constituiria este espaço através do seguinte questionamento: “Como vocês vislumbram o shopping da caatinga?”. Esse foi um dos principais temas abordados na oficina de mapas mentais trabalhada com o público local.

A localização do Shopping da Caatinga dentro do assentamento foi discutida e decidida pelo grupo de interesse da pesquisa já durante a primeira reunião coletiva. A extensa área para a sua implementação localiza-se em um dos acessos do assentamento e onde se encontra a Braúna, árvore-referência de resistência e luta dos assentados (Figuras 28, 29).

**Figura 28:** Área para a implementação do Shopping da Caatinga



Fonte: Márcio Ramos, 2021

**Figura 29:** Área para a implementação do Shopping da Caatinga



Fonte: Márcio Ramos, 2021.

O Shopping da Caatinga é composto por pequenos empreendimentos particulares que convergem para um projeto comum. No que diz respeito à sua configuração, os assentados decidiram coletivamente que as casas comerciais seriam construídas por eles mesmos e que estariam dispostas em torno da Braúna. Para tanto, utilizariam a técnica de construção em taipa, obedecendo a formatação proposta nos mapas mentais. As casas comerciais foram classificadas em função das expertises e habilidades expressadas e percebidas, além das atividades produtivas desenvolvidas por cada família ou grupo de assentados, ofertando produtos diferenciados e que se complementam.

Em virtude dos conflitos relacionais observados entre as famílias, ficou decidido que estas estariam divididas em seis grupos, sob um modelo de cooperação semicoletiva, na qual cada família ou grupo de pessoas possa administrar o seu próprio espaço. Os critérios adotados para a divisão destes grupos foram a afinidade e a possibilidade de convivência mais harmoniosa. No entanto, existem atividades de turismo em área pública do assentamento que necessitam invariavelmente de uma gestão coletiva. Pensando nisso, sugere-se que os assentados passem por um processo de formação pedagógica voltada para a gestão participativa e coletiva e que incluam os princípios básicos do turismo de base comunitária, coletividade e cooperação, economia criativa, economia compartilhada, economia colaborativa, entre outras.

É importante ressaltar que toda a concepção do Shopping da Caatinga foi desenvolvida pelos próprios assentados, cabendo ao pesquisador a tarefa de organizar as ideias que lhe foram

compartilhadas. O projeto busca reforçar, portanto, o protagonismo dos assentados no processo construtivo do próprio turismo.

Diante do exposto, o quadro 05 apresenta a configuração do Shopping da Caatinga.

**Quadro 05:** Configuração do Shopping da Caatinga

<b>Empreendimento</b>	<b>Família ou grupo responsável</b>	<b>Produto/Experiência vinculada</b>
Casa Agroecológica	Edjane / Jau / Mazé	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita e vivências no lote de produção da família;</li> <li>• Refeição preparada à lenha no fogão ecológico na casa do assentado;</li> <li>• Venda de Produtos Orgânicos;</li> <li>• Venda de bordados;</li> <li>• Venda de licores artesanais;</li> <li>• Venda de produtos culinários oriundos da Caatinga.</li> </ul>
Casa da Cachaça	Geovânio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venda de cachaça artesanal;</li> <li>• Venda de filtro de sonhos produzidos com fibras naturais;</li> <li>• Venda de pedras decorativas com temáticas da Caatinga;</li> <li>• Venda de Xilogravura;</li> <li>• Oficina de desenhos e pinturas inspirados na flora e fauna da caatinga observados e fotografados durante as caminhadas;</li> <li>• Oficina para produção de artesanato confeccionado a partir de matéria-prima coletada durante as caminhadas.</li> </ul>
Casa dos Sorvetes e Reciclados	Marly / Joseane / Rosival	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venda de geladinhos e sorvetes produzidos à base da palma;</li> <li>• Venda de sabonetes artesanais oriundos das espécies da caatinga;</li> <li>• Venda de artesanato produzido a partir de materiais recicláveis;</li> <li>• Venda de brigadeiros produzidos a partir da casca da melancia e espécies da caatinga;</li> <li>• Venda do Suchá;</li> <li>• Vivência na roça na propriedade do Sr. Rosival;</li> <li>• Oficina de produção de artesanato a partir de materiais recicláveis.</li> </ul>
Casa do Mel	Maria Auxiliadora e Carlinhos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venda de mel;</li> <li>• Venda de ovos de galinha caipira;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vivência de apicultura orientada por um apicultor local.</li> </ul>
Kauatá - Casa das Artes em Fibra	Caú	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venda de artesanato produzido a partir da fibra de bananeira e o croá;</li> <li>• Venda de produtos culinários à base do umbu e outras espécies da caatinga.</li> </ul>
Quintal Produtivo da Mailde	Mailde / Guilherme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita e experiência gastronômica no Quintal Produtivo da Mailde;</li> <li>• Vivência de agricultura familiar no quintal produtivo da família;</li> <li>• Trilha interpretativa no lote de produção da família;</li> <li>• Venda de doces e salgados produzidos com espécies da caatinga;</li> <li>• Venda de pão com fermentação natural;</li> </ul>
Casa das Vivências na Caatinga	Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminhada para identificação de plantas frutíferas e medicinais da Caatinga – Sugestão de condução: Zé do Carrinho e/ou Geovânio;</li> <li>• Oficina de preparo e consumo de xaropes produzidos à base das espécies da Caatinga – Sugestão de condução: Zé do Carrinho e/ou Maria Auxiliadora;</li> <li>• Vivência de curas envolvendo reza, benzeção e práticas e saberes locais – Conduzida por Zé do Carrinho;</li> <li>• Trilha interpretativa da Nascente – Sugestão de condução: Geovânio;</li> <li>• Vivência de técnicas rápidas e fáceis de como sobreviver na Caatinga – como obter água, fogo, abrigo e alimento? Como orientar-se dentro da caatinga sem GPS? – Conduzida por Zé do Carrinho;</li> <li>• Trilhas para contemplação do pôr do sol, nascer do sol e/ou noites de lua cheia com piquenique na Serra Azul – Conduzida por Gaspar;</li> </ul>
Projeto Mulheres de Fibra de Canindé	Grupo Mulheres de Fibra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venda de artesanato feito da palha da bananeira, doces artesanais e plantas ornamentais produzidos por mulheres de diferentes assentamentos da região;</li> <li>• Venda de cosméticos produzidos à base das espécies da caatinga;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piquenique na caatinga – consumo e degustação de produtos locais ao ar livre com cestas e esteiras produzidas pelas mulheres de fibra;</li> <li>• Venda de cactos, suculentas e rosas-do-deserto;</li> <li>• Oficina de produção de terrários com cactos e suculentas;</li> </ul>
Estufa Comunitária	Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vivência de replantio de espécies da caatinga na estufa comunitária utilizando técnicas tradicionais locais;</li> </ul>
Memorial do Assentamento Florestan Fernandes	Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita ao museu comunitário retratando as memórias do assentamento.</li> </ul>
Jardim Sensorial	Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contação de história – Histórias de luta e resistência de todo o processo de conquista da terra e o surgimento do assentamento Florestan Fernandes contadas por assentados mais antigos aos pés da Braúna;</li> <li>• Místicas – Apresentações de peças de teatro inspiradas no histórico do assentamento e nas personalidades populares locais;</li> <li>• Serestas com cantos de viola, literatura de cordel e poemas produzidos pelos jovens do assentamento;</li> </ul>

Fonte: Trabalho de campo, 2021. Organização: O autor, 2021.

#### 4.1.1 Perspectivas estruturais do Shopping da Caatinga

O trabalho de elaboração da maquete eletrônica do Shopping da Caatinga foi inicialmente desenhado pelo arquiteto Alysson Rodrigues, mestrando do Programa de Pós-Graduação de Turismo para o Curso de Mestrado Profissional (PPMTUR) do Instituto Federal de Sergipe (IFS) e responsável pela produção da planta de implantação do projeto. Em seguida, o também arquiteto Jonatas de Moraes Barreto desenvolveu a maquete eletrônica do empreendimento. O arquiteto modelou a maquete através da observação do entorno e da vegetação presente no local, respeitando, antes de tudo, os desenhos produzidos pelos assentados durante as oficinas de mapas mentais quanto à caracterização do Shopping da Caatinga.

Vale ressaltar que o arquiteto utilizou da arquitetura vernacular para desenvolver o projeto, honrando as condições locais e propondo a utilização de materiais disponíveis na localidade. Para o projeto também foi necessário a modelagem de uma igreja, em um formato mais comum e também vernacular, representando o desejo dos moradores em possuir um templo religioso no assentamento.

Quanto ao paisagismo, foi implementado um jardim sensorial inspirado na praça Euclides da Cunha, na cidade de Recife, cujo projeto é do artista plástico Roberto Burle Marx e contempla as espécies mais significativas do sertão.

A setorização foi orientada em torno da árvore Braúna existente no local, por ser um elemento presente na memória afetiva dos moradores e presença marcante nos mapas mentais desenvolvidos.

Diante do exposto, as figuras 30, 31 e 32 apresentam a maquete eletrônica do Shopping da Caatinga, além de um comparativo entre o mapa mental produzido pelos assentados e a maquete eletrônica (Figura 33).

**Figura 30:** Mosaico de fotos da maquete eletrônica do Shopping da Caatinga



Elaboração: Márcio Ramos e Jonatas Barreto, 2022.

**Figura 31:** Mosaico de fotos da maquete eletrônica do Shopping da Caatinga



Elaboração: Márcio Ramos e Jonatas Barreto, 2022.

**Figura 32:** Mosaico de fotos da maquete eletrônica do Shopping da Caatinga



Elaboração: Márcio Ramos e Jonatas Barreto, 2022.

**Figura 33:** Mosaico de fotos comparando o mapa mental produzido pelos assentados e a maquete eletrônica



Fonte: Trabalho de campo, 2021. Jonatas Azevedo, 2022.

#### **4.2 Plano de diretrizes e ações para o desenvolvimento do turismo de experiência de base comunitária no assentamento Florestan Fernandes**

O projeto de concepção do Shopping da Caatinga tem como objetivo principal a inclusão social das famílias assentadas do assentamento Florestan Fernandes, a partir da geração de trabalho e renda por meio da implementação da atividade turística no local. Esta proposta está pautada em ações de desenvolvimento sustentável com foco na produção associada ao turismo

e no fortalecimento da identidade local, promovendo oportunidades de experiências memoráveis no cotidiano do assentamento.

Para que se torne possível a viabilidade do Shopping da Caatinga é fundamental que os recursos percebidos e catalogados sejam transformados em produtos e, em seguida, em ofertas ao mercado. Para tanto, desenvolveu-se um plano de diretrizes e ações a fim de traçar um caminho para a execução sustentável da proposta.

As diretrizes definidas para a execução das ações a serem desenvolvidas foram: valores comunitários e turismo; pequenos negócios turísticos rurais com foco na experiência; infraestrutura de apoio; patrimônio cultural e natural do assentamento; promoção; operacionalização do Shopping da Caatinga; acessibilidade (Quadro 06).

**Quadro 06:** Diretrizes e ações para o desenvolvimento do turismo de experiência através do Shopping da Caatinga

<b>DIRETRIZ I</b>	
<b>VALORES COMUNITÁRIOS E TURISMO</b>	
<b>Cenário Desejável</b>	<b>Linha de Ação</b>
Fortalecimento dos laços comunitários	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar oficinas participativas com temáticas voltadas para a coletividade, cooperação, ética, confiança e solidariedade;</li> <li>• Promover um espaço de compartilhamento de saberes de forma circular e horizontal;</li> <li>• Realizar oficinas participativas de organização comunitária e relações pessoais;</li> <li>• Estimular a construção coletiva em detrimento aos interesses particulares;</li> <li>• Estimular a elaboração participativa de um plano de desenvolvimento turístico para o assentamento;</li> <li>• Desenvolver um programa de apoio à saúde mental dos assentados através de terapias comunitárias integrativas;</li> </ul>
Fortalecimento da gestão associativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar oficinas de cooperativismo e/ou associativismo</li> </ul>
Fortalecimento do sentimento de pertencimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar oficinas de fortalecimento da identidade local e trabalho coletivo;</li> <li>• Incentivar cada vez mais a elaboração de propostas de experiências pautadas no cotidiano do assentado</li> </ul>
Fortalecimento da receptividade local voltada para o turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar oficinas voltadas para o bem receber</li> </ul>
<b>DIRETRIZ II</b>	
<b>PEQUENOS NEGÓCIOS TURÍSTICOS RURAIS COM FOCO NA EXPERIÊNCIA</b>	
<b>Cenário desejável</b>	<b>Linha de Ação</b>
Desenvolvimento de um novo olhar sobre a própria propriedade e as formas de produção	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar a comunidade em adequar as suas produções à experiência turística através da agregação de valor</li> </ul>

Fomento do turismo rural de base comunitária com foco na experiência	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar oficinas voltadas para a compreensão dos princípios do TBC e o turismo rural com foco na experiência</li> </ul>
Formação de pequenos empreendedores rurais com foco na experiência	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar cursos voltados para a gestão de pequenos negócios provedores de vivências de turismo</li> </ul>
Criação de cenários futuros desejáveis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizar a metodologia da fluxonomia 4D através de capacitações referentes às quatro novas economias: economia criativa, economia compartilhada, economia colaborativa e economia multivalor;</li> </ul>
Fortalecimento do empoderamento comunitário	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incentivar o desenvolvimento de alternativas sustentáveis de negócios no assentamento</li> </ul>
Implantação de programa de capacitação para oferta do projeto Cama e Café	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar oficinas de qualidade em hospedagem familiar;</li> <li>Cadastrar famílias interessadas em receber visitantes;</li> <li>Visitar as casas e propriedades;</li> <li>Realizar adaptações e melhorias necessárias;</li> <li>Estabelecer critérios mínimos de qualidade que assegurem o conforto do hóspede</li> </ul>
Acordo participativo dos procedimentos de hospedagem familiar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estabelecer critérios de rodízio entre as famílias anfitriãs na operacionalização de hospedagem nas propriedades cadastradas</li> </ul>
Fomento de possibilidades de escoamento da produção local	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fornecer matéria-prima e bens produzidos pelo assentamento aos meios de hospedagem, bares e restaurantes de Canindé de São Francisco.</li> </ul>
Aperfeiçoamento da técnica e acabamento da produção artesanal local	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar oficinas de aprimoramento e desenvolvimento de produtos artesanais, ministradas por designers e artistas plásticos.</li> </ul>
Aperfeiçoamento da produção gastronômica local com base nas espécies da caatinga	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar oficinas de aprimoramento de técnicas culinárias, ministradas por chefs ou pesquisadores da gastronomia popular com ênfase na utilização das espécies da caatinga.</li> </ul>
Padronização de higiene e boas práticas de fabricação	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar oficinas de higiene pessoal e boas práticas de fabricação.</li> </ul>
Formação de preços justos para os produtos ofertados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar oficinas de formação de preços.</li> </ul>
Integração regional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incentivar o trabalho em rede através do fortalecimento de parcerias com municípios vizinhos não apenas do estado de Sergipe, como também da Bahia e Alagoas</li> </ul>
<b>DIRETRIZ III</b>	
<b>INFRAESTRUTURA DE APOIO</b>	
<b>Cenário desejado</b>	<b>Linha de ação</b>
Melhoria de infraestrutura básica	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mapear a área para identificação de necessidades de melhorias referentes a energia elétrica, água,</li> </ul>

	saneamento básico e segurança não apenas do empreendimento, mas para todo o assentamento
Melhoria de acessos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melhorar as estradas de chão que dão acesso ao assentamento, assim como do assentamento para os lotes de produção</li> </ul>
Readequação da assistência técnica prestada aos agricultores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inserir assistência técnica turística ao apoio à produção agrícola já prestado.</li> </ul>
Estabelecimento de parcerias interinstitucionais e intersetoriais	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viabilizar recursos para adequação e melhoria da infraestrutura local, assim como para a implantação do Shopping da Caatinga</li> </ul>
Simplificação de procedimentos na concessão de créditos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Readequar os procedimentos, condições e garantia para a concessão de crédito para o turismo de base comunitária</li> </ul>
Diferenciação na negociação de créditos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estender prazos de financiamento e diminuir taxas de juros para os empreendimentos turísticos sob gestão comunitária do assentamento;</li> </ul>
Identificação de competências e responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir o que compete aos setores público e privado na implantação e adequação de infraestrutura turística e de apoio necessária para a implementação do Shopping da Caatinga</li> </ul>
<b>DIRETRIZ IV</b>	
<b>PATRIMÔNIO CULTURAL E NATURAL DO ASSENTAMENTO</b>	
<b>Cenário desejado</b>	<b>Linha de ação</b>
Promoção da cultura local	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar a participação em exposições e feiras de turismo regionais e nacionais apresentando o artesanato e a culinária local.</li> </ul>
Celebração do dia da conquista da terra do assentamento Florestan Fernandes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar um festival cultural anual, exaltando os hábitos culturais locais no dia do aniversário do assentamento.</li> </ul>
Promoção de intercâmbios e encontros entre comunidades que trabalham o TBC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empreender ações que estimulem o engajamento da comunidade e a troca de saberes e fazeres locais na condução do turismo com foco na experiência</li> </ul>
Licenciamento para a utilização das espécies da caatinga na produção gastronômica local	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar um controle na retirada das espécies do parque da Caatinga;</li> <li>• Implementar um programa de replantio das espécies que assegurem o reflorestamento do parque;</li> <li>• Incentivar o replantio das espécies nos lotes de produção;</li> <li>• Realizar oficinas de manejo das espécies;</li> <li>• Elaborar um documento que assegure o assentado na utilização destas espécies mediante comprovação de qualificações quanto ao manejo das plantas.</li> </ul>
Elaboração do plano de uso público	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Executar ações e apoio à consolidação do programa de realização de trilhas na Caatinga que contemple fortemente os princípios norteadores da Educação Ambiental;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar espécies da caatinga no percurso das trilhas (placas artesanais)</li> <li>• Implementar controle de acesso e número de visitantes nas trilhas;</li> <li>• Capacitar condutores de visitantes no assentamento.</li> </ul>
Implantação de sinalização dentro do assentamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inserir placas interpretativas no percurso das trilhas;</li> <li>• Realizar a sinalização turística desde o município de Nossa Senhora da Glória – portão de entrada do Alto Sertão Sergipano;</li> <li>• Inserir placas orientativas e restritivas para atividades dentro do assentamento.</li> </ul>
Implantação de um plano de educação ambiental para visitantes e assentados locais	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar um Programa Permanente de Educação Ambiental no assentamento;</li> <li>• Estabelecer critérios de condução sustentáveis dentro do parque da Caatinga;</li> <li>• Conscientizar tanto a comunidade quanto o visitante a respeito da fragilidade ambiental das áreas visitadas.</li> <li>• Proibir lixeiras nos percursos das trilhas no intuito de impedir que animais se alimentem de restos de comida e embalagens que causem danos à saúde;</li> <li>• Proibir a realização das trilhas com bebidas em latas metálicas, garrafas e copos plásticos descartáveis e o uso de canudinhos plásticos ou de papel;</li> <li>• Disponibilizar refil de água e outras bebidas em squeeze trazidas pelo próprio visitante;</li> <li>• Implementar a coleta seletiva – em toda a área do assentamento.</li> </ul>
<b>DIRETRIZ V</b>	
<b>PROMOÇÃO DAS ATIVIDADES DE TURISMO DE EXPERIÊNCIA</b>	
<b>Cenário desejável</b>	<b>Linha de ação</b>
Desenvolvimento de marcas individuais dos empreendimentos do Shopping da Caatinga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criar marcas individuais para os empreendimentos do Shopping da Caatinga.</li> </ul>
Implantação de um ponto de divulgação do Shopping da Caatinga na Casa de Cultura e Arte Dona Givalda Fernandes – Canindé de São Francisco	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgar o Shopping da Caatinga entre os frequentadores locais e turistas da Casa de Cultura e Arte Dona Givalda Fernandes.</li> </ul>
Fomento de parcerias com meios de hospedagem e agências de turismo receptivo tanto da região quanto da cidade de Aracaju	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover um dia de vivência no Shopping da Caatinga para o trade turístico do estado de Sergipe para divulgação do Shopping da Caatinga</li> </ul>
Realização de parcerias com influenciadores digitais especializados em viagens e turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover um dia de vivência no Shopping da Caatinga para influenciadores digitais especializados em viagens e turismo</li> </ul>

Cadastramento em plataformas nacionais de comercialização de experiências turísticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Filiar-se a uma plataforma nacional de comercialização de experiências turísticas (Vzit) para a promoção das possibilidades de vivências no assentamento</li> </ul>
Domínio de uso de redes sociais para divulgação dos produtos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar oficinas participativas de como utilizar o Instagram e outras redes sociais para a divulgação e comercialização do produto</li> </ul>
Desenvolvimento de parcerias com Instituições de Ensino	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar parcerias com escolas, universidades e institutos para a realização de visitas técnicas e incentivo a pesquisas científicas</li> </ul>
<b>DIRETRIZ VI</b> <b>OPERACIONALIZAÇÃO DO SHOPPING DA CAATINGA</b>	
<b>Cenário desejável</b>	<b>Linha de ação</b>
Criação de um selo de qualidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir critérios de qualidade para os produtos comercializados e futuros empreendimentos;</li> <li>Desenvolver um selo de qualidade para os produtos e experiências comercializadas.</li> </ul>
Gestão coletiva das áreas em comum do Shopping da Caatinga	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incentivar o trabalho coletivo na manutenção estética e higiênica da área do Shopping da Caatinga;</li> </ul>
Gestão coletiva das atividades turísticas desenvolvidas em áreas não privadas do assentamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Criar um fundo para investimento de melhorias não apenas no Shopping da Caatinga, como também no assentamento;</li> <li>Garantir a distribuição justa dos benefícios</li> </ul>
Democratização de oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empreender ações estratégicas que estimulem o turista a visitar todos os empreendimentos do Shopping da Caatinga, como por exemplo: Aqueles que adquirirem pelo menos um produto de cada lojinha ganha uma cesta produzida com fibra de bananeira.</li> </ul>
Roteirização das experiências nos lotes de produção e quintais produtivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar consultoria junto aos agricultores sobre como organizar as visitas nos lotes de produção e quintais produtivos com foco na experiência</li> </ul>
Originalidade na condução de visitantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar alternativas criativas no transporte de visitantes do Shopping da Caatinga para visitas nos lotes de produção ou quintais produtivos</li> </ul>
<b>DIRETRIZ VII</b> <b>ACESSIBILIDADE E PRÁTICAS TURÍSTICAS</b>	
<b>Cenário desejável</b>	<b>Linha de ação</b>
Garantia de turismo acessível	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vaga de estacionamento para PcD;</li> <li>Vaga de estacionamento para idoso;</li> <li>Rampas de acesso;</li> <li>Piso tátil;</li> <li>Piso antiderrapante;</li> <li>Rebaixamento de desníveis;</li> <li>Maquete tátil;</li> <li>Sanitários acessíveis;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sinalização de acessibilidade por meio do Símbolo Internacional de Acesso (SIA);</li> <li>• Condutores capacitados para utilização da linguagem LIBRAS</li> </ul>
Qualificação de recursos humanos no atendimento a PcDs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar oficinas de capacitação no atendimento às pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida e baixo nível de acessibilidade</li> </ul>

Fonte: Trabalho de campo, 2021. Organização: O autor, 2021.

Diante do exposto, vale ressaltar que não se pretendeu estabelecer um plano conforme as diretrizes da administração com prazos e responsáveis, uma vez que a comunidade tem a sua própria dinâmica e definirá o melhor momento para a implementação destas ações previstas no plano.

#### 4.3 Desdobramentos da pesquisa: Experiências implementadas

No decorrer do trabalho de campo algumas ações começaram a ser realizadas no intuito de desenvolver habilidades criativas artesanais nos comunitários tanto do assentamento Florestan Fernandes quanto de outros assentamentos de Canindé de São Francisco. Uma destas ações, em parceria com a EMDAGRO e representada pela assistente técnica Lúcia Pereira, o pesquisador idealizou a realização da oficina “Como extrair a fibra da bananeira” que aconteceu no dia 15 de outubro de 2021 no restaurante Casa da Roça Dona Bela (Figura 34).

**Figura 34:** Divulgação da oficina “Como extrair a fibra da bananeira”



Fonte: Trabalho de campo, 2021

Na ocasião os participantes aprenderam todo o processo de extração das fibras da bananeira (Figura 35) desde a retirada da matéria-prima, removendo o cacho da banana, cortando o tronco da árvore e extraíndo as camadas das fibras para futuramente, em um segundo módulo, aprenderem a confeccionar artefatos como bolsas, colares, brincos, chapéus, carteira, suplás etc. O propósito da oficina, além de capacitar os comunitários na produção artesanal foi o de incentivar o empoderamento, o empreendedorismo e o fortalecimento identitário local por meio da produção associada ao turismo.

**Figura 35:** Mosaico de fotos da oficina “Como extrair a fibra da bananeira”



Fonte: Márcio Ramos, 2021.

Um outro desdobramento, fruto também desta pesquisa, refere-se ao empreendimento rural “Quintal Produtivo da Mailde”. Durante as entrevistas e trabalho de campo com as famílias assentadas, conversou-se bastante sobre turismo de experiência e de que maneira cada assentado poderia adequar as suas habilidades e atividades do cotidiano em práticas turísticas com foco na experiência de uma imersão rural (Figura 36). A partir daí, uma destas famílias se destacou ao aplicar estas reflexões no quintal produtivo da casa e nas habilidades culinárias da família, em especial da mãe (Mailde) e do filho primogênito (Guilherme).

Na época da pesquisa de campo, o Sebrae, representado pela consultora de turismo Betânia Souza, estava realizando um mapeamento para a implementação do Circuito dos Umbuzeiros – proposta de um circuito de turismo rural contemplando empreendedores do sertão sergipano. Ao tomar conhecimento do conteúdo desta pesquisa, entrou em contato com o pesquisador para visitar as famílias participantes deste estudo. No entanto, apenas a família de Mailde e a artesã Kaú se interessaram em receber a visita do Sebrae.

Uma vez agendada a visita, organizou-se este receptivo junto com a família em uma proposta de experiência de imersão em atividades de agricultura familiar no quintal produtivo da família e degustação de produtos feitos à base das espécies da caatinga. Com isso, a família reestruturou todo a área do quintal com os poucos recursos que tinham, muita criatividade e o empreendedorismo que já os constituía naturalmente para receber a consultora do Sebrae e, desta forma, deu-se início as atividades do restaurante Quintal Produtivo da Mailde (Figuras 37 e 38). Após as orientações recebidas e já com marcas formatadas, tanto o restaurante Quintal Produtivo da Mailde quanto o artesanato de Kaú compõem hoje o Circuito dos Umbuzeiros (Figura 39). Mailde e Guilherme, assim como Kaú, participaram do evento de lançamento do circuito em Nossa Senhora da Glória e já estão recebendo grupos de turistas no assentamento.

Na ocasião da primeira visita do Sebrae ao Quintal Produtivo da Mailde também estiveram presentes a secretária municipal de esporte e turismo de Canindé de São Francisco Patrícia Silva, o seu assessor Carlos Moisés, o prefeito de Canindé de São Francisco Weldo Mariano e a primeira-dama Leila Santos. Durante o café da manhã oferecido pelo Quintal Produtivo da Mailde o pesquisador teve a oportunidade de apresentar esta pesquisa às autoridades presentes (Figura 40 e 41).

**Figura 36:** Mosaico de fotos do Quintal da família de Mailde antes da pesquisa



Fonte: Márcio Ramos, 2021

**Figura 37:** Mosaico de fotos do empreendimento rural Quintal Produtivo da Mailde (01)



Fonte: Márcio Ramos, 2021.

**Figura 38:** Mosaico de fotos do empreendimento rural Quintal Produtivo da Mailde (02)



Fonte: Márcio Ramos, 2021

**Figura 39:** Mosaico de fotos da participação de Guilherme, Mailde e Kauí no evento de lançamento do Circuito dos Umbuzeiros em Nossa Senhora da Glória



Fonte: Betania Sousa, 2021.

**Figura 40:** Mosaico de fotos da visita de autoridades do município de Canindé de São Francisco ao Quintal Produtivo da Mailde (01)



Fonte: Márcio Ramos, 2021

**Figura 41:** Mosaico de fotos da visita de autoridades do município de Canindé de São Francisco ao Quintal Produtivo da Mailde (02)



Fonte: Márcio Ramos, 2021

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A prática de turismo de experiência é fundamentada na imersão no destino escolhido a partir do contato direto com elementos identitários locais, permitindo ao viajante experimentar outras realidades. Esta demanda muito específica de viajantes é motivada pelo desejo em estreitar as relações com o local visitado, mais especificamente com os seus moradores e os seus hábitos e afazeres. Estas novas relações de troca provocadas pelo turismo e o foco na promoção da vivência memorável como diferencial na oferta turística é que deram origem à atividade de turismo de experiência.

Neste sentido, a oportunidade de interação profunda entre visitante e visitado pode acarretar não apenas em uma viagem ressignificadora para quem viaja, como também, e principalmente, em uma oportunidade de engrandecimento e desenvolvimento social e econômico para a comunidade receptora.

Esta pesquisa objetivou apresentar possibilidades de práticas de turismo de experiência a partir da observação e elaboração de um diagnóstico dos hábitos rurais que caracterizam o cotidiano social e produtivo dos moradores do assentamento Florestan Fernandes. Para isso foram delimitados objetivos específicos que direcionaram a pesquisa para o alcance do propósito geral deste estudo, tais como: (I) Conhecer o cotidiano da comunidade; (II) Perceber as relações no convívio social do assentamento; (III) Compreender as percepções dos comunitários a respeito das potencialidades locais para a prática do turismo na localidade, a fim de elucidar sobre as necessidades e expectativas dos moradores; (IV) Identificar os elementos e características locais, assim como habilidades dos membros da comunidade, que se configuram como potenciais produtos turísticos; e (V) propor um espaço de comercialização de produtos e experiências turísticas, bem como ações estratégicas de turismo de experiência, priorizando a imersão ao modo de vida e práticas cotidianas do assentamento Florestan Fernandes.

A partir da execução do primeiro objetivo específico, foi possível acompanhar intimamente a rotina da comunidade marcada pela dedicação intensa à agricultura familiar, fosse nos lotes de produção ou nos quintais produtivos. Esta relação também é fortemente caracterizada pelos desafios diários enfrentados pelos agricultores em se manterem em suas propriedades. Isto se deve às tantas vulnerabilidades sociais que retratam a difícil realidade do assentamento Florestan Fernandes. Com isso, concluiu-se que tais vulnerabilidades se referem principalmente à dificuldade de acesso a políticas públicas rurais que viabilizem condições para que os

assentados garantam minimamente o seu bem-estar, dentro das atividades que desenvolvem no assentamento.

Identificou-se, ainda, que apesar da conquista de uma melhor condição de vida após a formação do assentamento através da garantia de moradia e terra para trabalhar, a dificuldade do assentado em garantir a auto sustentabilidade familiar continuou sendo uma adversidade. Além disso, identificou-se também outras problemáticas referentes tanto à existência de programas sociais temporários e mal distribuídos, os quais criaram o hábito no agricultor em aguardar por projetos de melhorias quanto à dificuldade de comercialização da produção agroecológica local por falta de acesso ao mercado e ao consumidor.

O segundo objetivo específico se referiu à percepção das relações no convívio social do assentamento. A observação da organização social local através das relações estabelecidas no território também foi de importância crucial para a compreensão da dinâmica da comunidade em estudo. Por sua vez, para um melhor entendimento do funcionamento destas relações foi necessário traçar um perfil do assentado do Florestan Fernandes a partir de indicadores como faixa etária, lugar de origem, escolaridade, renda familiar e benefícios sociais recebidos.

Através da análise dos dados e informações sobre o assentamento, percebeu-se tratar de um local ameaçado pela descontinuidade e comprometimentos da agricultura familiar em virtude de uma mão de obra caracterizada, tanto pelo envelhecimento da população de agricultores, quanto pelo êxodo constante dos jovens adultos para as cidades próximas em busca de uma segurança financeira. Para além disso, identificou-se o baixo nível de educação escolar no assentamento cujo ensino fundamental incompleto é predominante. Isto se deve às fragilidades das políticas públicas de acesso a uma formação escolar que não interfira na renda familiar, obrigando crianças e jovens adultos a abandonarem os seus estudos para auxiliarem os pais na condução da agricultura familiar.

A partir das entrevistas realizadas, percebeu-se que nenhum dos componentes do grupo de interesse da pesquisa possuía uma renda fixa, compreendendo ser este um indicativo crucial para a permanência das famílias nas propriedades. Uma outra característica marcante e comum no assentamento de estudo se referiu à heterogeneidade cultural dos seus moradores, haja vista a diversidade de lugares de origem observada. A partir desta constatação, concluiu-se que o assentamento se caracteriza como um território marcado por relações sociais influenciadas por experiências anteriores de vida e diferenças culturais que interferem de forma conflituosa no convívio das famílias.

Ademais, evidenciou-se, também, que esta realidade de luta enfrentada diariamente pelo assentado é marcada por conflitos de relações de poder que perpassam por questões de

territorialidades e que refletem diretamente nas relações sociais entre as famílias. A partir disto, identificou-se uma série de fatores que fortaleciam tais desentendimentos, tais como: posturas intransigentes do representante da associação de moradores na imposição de comportamentos em um modelo de cooperação na qual nem todos estavam de acordo e, por isso, sofriam retaliações sociais; a vulnerabilidade do assentado evidenciada em uma disputa entre instituições públicas sobre quem exercia mais influência na comunidade; a presença e influência de atores sociais externos ao assentamento com nítidos interesses políticos sobre o local e os conflitos domésticos entre as famílias.

Vale ressaltar que a falta de entendimento local quanto aos princípios da coletividade, a presença de uma liderança que desarticula em prol de necessidades particulares, assim como a presença de um agente externo influenciador e que via no pesquisador uma ameaça à sua atuação no assentamento, foram representados como restrições para a realização deste estudo. Essas situações se configuraram como elementos limitadores da pesquisa.

Percebeu-se, também, que muitos destes conflitos tinham origem a partir do entendimento ou da falta do entendimento local do que se refere a coletividade. Esta certificação sugeriu uma discussão e compreensão acerca do modelo de coletividade na qual os assentados foram orientados a exercê-la em um ambiente tão culturalmente diverso e complexo. Portanto, foi possível concluir que a falta de compreensão e condução de uma coletividade que agregasse as alteridades e que considerasse os interesses individuais, permitiu que as ambições particulares e as territorialidades sobrepusessem o espírito e o trabalho coletivos que outrora garantiram a conquista da terra e a implementação do assentamento Florestan Fernandes.

Esta discussão sobre a imposição de um modelo coletivo que ignora as distintas realidades relacionais comunitárias sugere uma análise a respeito do formato padronizado no qual o turismo de base comunitária é implementado em comunidades. Ficou evidente, desta forma, não ser possível um formato único para a sua implantação, sendo necessário um estudo aprofundado e um acompanhamento denso das relações que permeiam cada comunidade ou ainda, que a ciência e a academia repensem as suas relações com os seus objetos de estudo, priorizando de fato as singularidades locais. Portanto, este estudo aponta para outras necessidades acadêmicas neste sentido.

A partir do conhecimento do cotidiano e das relações sociais que caracterizam o assentamento Florestan Fernandes a pesquisa foi canalizada para os objetivos específicos seguintes cujo propósito foram de compreender as percepções dos comunitários a respeito das potencialidades turísticas locais, além de identificar possibilidades de práticas de turismo de experiência na comunidade de estudo a partir da catalogação das habilidades pessoais de cada

entrevistado e dos hábitos rurais locais, respectivamente. Para isso, foram utilizadas ferramentas metodológicas com o objetivo de provocar e estimular os comunitários a refletirem sobre os seus saberes, além de reconhecerem locais e experiências rurais de possível interesse turístico dentro do assentamento.

Por fim, através da realização deste inventário de potencialidades locais foi possível alcançar o último objetivo específico. Este se refere à organização dos recursos catalogados na construção de uma proposta de implementação de um espaço para a comercialização de produtos e experiências associadas ao turismo dentro da comunidade – o Shopping da Caatinga, um dos produtos tecnológicos desta pesquisa. Além disso, elaborou-se um plano de diretrizes e ações para o desenvolvimento do turismo de experiência de base comunitária no assentamento Florestan Fernandes que orientasse a comunidade na construção do próprio turismo.

É digno de registro que esta pesquisa considerou integralmente a percepção do assentado sobre si mesmo e de que maneira cada um poderia contribuir como elemento fundamental no desenvolvimento do turismo local, pautado na vivência da sua realidade. Esta pesquisa concluiu que os assentados convergem quanto ao desejo de receberem visitantes na comunidade e que o desenvolvimento de práticas turísticas no local pode contribuir como uma alternativa às adversidades vividas no assentamento. No entanto, os comunitários necessitam de apoio técnico e políticas públicas rurais adaptadas para o turismo, incentivando-os e permitindo-os se articularem, dentro do possível, de forma verdadeiramente coletiva. Desta maneira será possível uma atuação absoluta de protagonismo local em um modelo de gestão plenamente comunitário, princípio básico do turismo de base comunitária.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMOVAY, R. Agricultura familiar e desenvolvimento territorial. **Revista da Associação Brasileira de Reforma Agrária**, Rio de Janeiro, v. 28, n. 1, 2, 3 e v.29, n. 1, jan.-dez. 1998.
- ALMADA, J. A. B. Lugar turístico e território usado: contribuições teóricas ao estudo do turismo a partir da geografia de Milton Santos. **InterEspaço**, Grajaú, v. 4, n. 15, p. 197-221, set./dez. 2018.
- ALTINAY, L; PARASKEVAS, A. **Planning Research in Hospitality and Tourism**. Butterworth – Heinemann, Oxford, 2008.
- ALVES, G. A. A produção do espaço a partir da tríade lefebvriana concebido/percebido/vivido. **Geousp – Espaço e tempo**, São Paulo, v. 23, n. 3, p. 551-563, dez. 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/geousp/article/view/163307/158253>. Acesso em: 12 jan. 2022.
- ALVES, Paulo C.; RABELO, Míriam C.; SOUZA, Iara M. **Experiência de Doença e Narrativa**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1999.
- AÑAÑA, Edar da; ANJOS, Francisco A. dos; PEREIRA, Melise de L. Imagem de destinos turísticos: avaliação à luz da teoria da experiência na economia baseada em serviços. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 10(2), pp. 309-329, maio/ago, 2016.
- ANDRADE NETO; João Augusto. A teoria e a prática do MST para a cooperação e a organização de assentamentos rurais. **Revista NERA**. Presidente Prudente, v.18, n.27, pp.159-182, jan/jun, 2015.
- AQUINO, J. R.; SCHNEIDER, S. O Pronaf e o Desenvolvimento Rural Brasileiro: avanços, contradições e desafios para o futuro. In: GRISA, C; SCHNEIDER, S. (orgs). **Políticas Públicas de Desenvolvimento Rural no Brasil**. Rio Grande do Sul: UFRGS, p. 53-82, 2015.
- ARAÚJO, Hélio Mário de; SANTOS, Vera Maria dos. Clima e Condições meteorológicas. **Geografia de Sergipe**. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, CESAD, 2012.
- ARAÚJO, J. G. F. Potencialidades do turismo no espaço rural: desenvolvimento, conceitos e tipologia. Cap. 2. In: SANTOS, E. de O.; SOUZA, M. (Orgs.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Cap. 2. Barueri: Manole, 2010.
- ASHTON, M. S. G.; GARCIA, R. K. O. Planejamento e gestão pública: reflexões sobre o desenvolvimento turístico de Novo Hamburgo a partir da investigação do perfil do visitante. **Revista Turismo Visão e Ação**, Itajaí, v. 10, n. 2, p. 185-203, mai./ago. 2008. Disponível em: [www.univali.br/revistaturismo](http://www.univali.br/revistaturismo). Acesso em 15 jan. 2022.

AZEVEDO, M. O.; OLANDA, E. R. O ensino do lugar: reflexões sobre o conceito de lugar na geografia. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v. 13, n. 3, p. 136 – 156, dez. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.5216/ag.v12i3.57540>. Acesso em: 25 jan. 2022.

AZEVEDO, R. M. M.; RODRIGUES, C.G.O. Políticas públicas e turismo rural: um estudo acerca das possibilidades e limitações no município de Apodi (RN). **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 15 n. 2., p.131-145, ago, 2015.

BAHIA, Eduardo T.; BOLSON, Jaísa H. G.; PIRES, Fabiana. “Histórico e análise das políticas públicas de turismo no Brasil: estudo de caso Minas Gerais”. En: **Anais do VI Encontro Nacional de Turismo com Base Local (ENTBL)**. Curitiba, 2004.

BASTIAANSEN, M.; LUB, X. D.; MITAS, O.; JUNG, T. H.; ASCENÇÃO, M. P.; HAN, D.; MOILANEN, T.; SMIT, B.; STRIJBOCH, W. *Emotions as core building blocks of an experience*. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. vol. 31, n. 2, p. 651-668, 2019.

BELLO, A. A. **Culturas e religiões: uma leitura fenomenológica**. Bauru: EDUSC, 1998.

BENI, Mario Carlos. Turismo: da economia de serviços à economia da experiência. **Turismo - Visão e Ação**. vol. 6, n. 3, p. 295-305, set./dez, 2004.

BENI, Mario Carlos. **Política e planejamento de turismo no brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BENI, Mario Carlos. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2011.

BERGAMASCO, SMPP; NORDER, LAC. **O que são assentamentos rurais?** São Paulo: Brasiliense; p.7.1996.

BERTOLINI, Maria Madalena; PAULA FILHO, Pedro Luiz; MENDONÇA, Saraspathy Naidoo Terroso Gama. A importância da agricultura familiar na atualidade. In: **Congresso Internacional de Agroindústria**. Online. 2020.

BEZERRA, Leandro Tavares; SILVA, Fabíola Fernandes. A Construção da Experiência Turística por Intermédio da Imagem e do Imaginário do Viajante. **Anais do Seminário da ANPTUR**, 2016.

BOCKORNI, B. R. S.; GOMES, A. F. A amostragem em snowball (bola de neve) em uma pesquisa qualitativa no campo da administração. **Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR**, Umuarama, v. 22, n. 1, p. 105-117, jan./jun. 2021.

BONETTI, L. A; CANDIOTTO, L. Z. P. Políticas Públicas Federais de Turismo Rural e o Turismo Rural na Agricultura Familiar (TRAF). In: XXI Encontro Nacional de Geografia Agrária, 12, Uberlândia, **Anais...**Uberlândia: UFU, 2012.

BOULLÓN. R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUSC, 2002.

BRAGHINI, C.R.; SANTOS, T. C.; VIEIRA, L. V. L. Reflexões sobre o turismo de base comunitária – TBC. In BRAGHINI, C. R.; PICANÇO, C. S.; VILAR, J. W. C.; VIEIRA, L. V. L. (Orgs.). **Turismo de base comunitária: Reflexões e práticas na Ilha Mem de Sá** – Sergipe. Cap.1. Aracaju: Edifs, 2020.

BRASIL. Decreto nº 11.346, de 15 de setembro de 2006. [https://www.epsvj.fiocruz.br/sites/default/files/documentos/pagina/lei\\_11346-06.pdf](https://www.epsvj.fiocruz.br/sites/default/files/documentos/pagina/lei_11346-06.pdf). Acesso em 09 de outubro de 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Estruturação do Turismo Interno. **Regionalização: Sensibilização e Mobilização**. Brasília, 2019.

BRASIL. Programa de Turismo Rural na Agricultura Familiar. Brasília, 2003.

BRASIL. Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar. Brasília, 2004.

CALADO, Andresa; et al. **Cantos e contos do Florestan**. Canindé de São Francisco. Sergipe: Aclas, 30p, 2019.

CAMPANHOLA, C.; SILVA, J. G. O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro. In ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru, SP: Edusc, 2000.

CANDIOTTO, L, Z, P. Pluriatividade: aspectos históricos e conceituais. **Revista Faz Ciência**. v. 9, n. 10, jul/dez. pp. 191-208. 2007.

CARLOS, A. F. A. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.

CARLOS, A. F. A. **A Condição Espacial**. São Paulo: Contexto, 2011.

CARU, A; COVA, B. Revisiting consumption experience: a more humble but complete view of the concept. **Marketing Theory**, v. 3, n. 2, p. 267-286, 2003.

CRUZ, R. C. A. **Introdução à Geografia do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2003.

CRUZ, R. C. Políticas públicas de turismo no Brasil: território usado, território negligenciado. **Revista Geosul**, Florianópolis, v. 20, n. 40, p. 27-43, jul./dez. 2005. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/207941/mod\\_resource/content/1/Artigo%20CRUZ.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/207941/mod_resource/content/1/Artigo%20CRUZ.pdf). Acesso em 13 jan. 2022.

CRUZ, R. C. **Geografias do turismo: de lugares a pseudo-lugares**. São Paulo: Roca, 2012.

DALONSO, Yoná; LOURENÇO, Júlia; REMOALDO, Paula Cristina; PANOSSO NETTO, Alexandre. Políticas, eventos e turismo de experiência. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes. **Produtos turísticos e novos segmentos de mercado**. Barueri, SP: Manole, 2015.

DAMATTA, Roberto. **Individualidade e Liminalidade**: consideração sobre os ritos de passagem e a modernidade. *Mana*. V. 6, n. 1, p. 7-29, 2000.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em Turismo: planejamento, métodos e técnicas**. 9. ed. São Paulo: Futura, 2007.

DIAS, P. O. O; NASCIMENTO, I; MAIA, A. F. A. Experiência como Produto Turístico: A emoção e a sensação do novo e diferente. **Turismo: Estudos e Práticas**. v. 1, n. 2, jul./dez, 2012.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo**: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas. 2003.

D'INCAO, M.C.; ROY, G. **Nós Cidadãos**. São Paulo: Paz e Terra, 1995. Disponível em: <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/interespaco/article/view/9173/6074> . Acesso em: 16 jan. 2022.

FONSECA, Ana Ivania Alves; SILVA, Ana Cláudia Soares. Assentamento rural e agricultura familiar: um desenvolvimento pautado nas políticas públicas. **Geografia**, Rio Claro, v. 43, n. 1, Especial - VI Encontro REA, p. 53-64, jan./abr. 2018.

FRANÇA, C. J. F. **A co-criação de experiências como factor de inovação no turismo**. 2017. 61f. Dissertação (Mestrado em Economia e Gestão de Ciência, Tecnologia e Inovação) - Instituto Superior de Economia e Gestão, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2017. Disponível em: <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/13838/1/DM-CJFF-2017.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2022.

FRATUCCI, A. C. Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico. **GEOgraphia**, Rio de Janeiro, n. 2, n. 4, p. 121-133, set. 2000. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/267198100\\_Os\\_Lugares\\_Turisticos\\_Territorios\\_do\\_Fenomeno\\_Turistico](https://www.researchgate.net/publication/267198100_Os_Lugares_Turisticos_Territorios_do_Fenomeno_Turistico). Acesso em: 20 jan. 2022.

FRATUCCI, A. C. Turismo e território: relações e complexidades. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 14, supl.1, edição especial: Hospitalidade e políticas públicas em turismo, p. 87-96, nov. 2014. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/viewFile/1018/404>. Acesso em: 17 jan. 2022.

GAETA (a), Cecília; PANOSSO NETTO, Alexandre. Introdução. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (orgs.). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Senac, p. 13-18, 2010.

GAETA (b), Cecília. Turismo de Experiência e novas demandas de formação profissional. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (orgs.). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Senac, p. 133-149, 2010.

GÂNDARA, J. M; MENDES, J. C.; MOITAL, M; RIBEIRO, F. N. S; SOUZA, I. J; GOULART, L. A. A Qualidade da experiência na visita dos destinos turísticos. In: BENI, Mário Carlos (org). **Turismo: Planejamento Estratégico e Capacidade de Gestão – Desenvolvimento Regional, Rede de Produção e Clusters**. São Paulo: Manole, 2010.

GASPARI, L. C.; KHATOUNIAN, C. A. Características das famílias, estruturação da produção e estratégias de comercialização em um assentamento de Reforma Agrária. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 54, Nº 02, p. 243-260, Abr/Jun 2016. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/resr/a/hCmGyZPdTfdX7C977H5pHhH/?format=pdf&lang=pt> . Acesso em: 12 de setembro de 2021.

GIANNINI, N. Possibilidades do turismo rural em assentamentos do Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra (MST). In: SEMANA PARANAENSE DE TURISMO DA UFPR, 24., 2017, Curitiba. **Anais...** Curitiba: UFPR, p. 1-11, 2017.

GOMES, C. C.; MARCUSO, E. F. Turismo e territorialidade: o território da cerveja da região serrana do Rio de Janeiro como vetor da governança e do desenvolvimento local. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 16, jan. 2022. Disponível em: <https://rbtur.org/rbtur/article/view/2214/1472>. Acesso em: 22 jan. 2022.

GOSH, Marcelo Scolari. A Criação dos Assentamentos Rurais no Brasil e seus Desafios: algumas Considerações sobre Cerrado Goiano. **RP3-Revista de Pesquisa em Políticas Públicas**. Setembro, 2020.

GRAZIANO DA SILVA, J; VILARINHO, C.; DALE, P. J. Turismo em áreas rurais. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDLY, M.; FROEHLICH, J. M. (org.). **Turismo Rural e Desenvolvimento**. Santa Maria. Universidade Federal de Santa Maria, 1998.

GRISA, C; SCHNEIDER, S. Apresentação. In: GRISA, C; SCHNEIDER, S. (org.). **Políticas Públicas de Desenvolvimento Rural no Brasil**. Rio Grande do Sul: UFRGS, p. 13-18, 2015.

GUANZIROLI, C.; BRUNO, R.; MEDEIROS, L. (Coords.). **Percentuais e Causas das evasões nos Assentamentos Rurais**. Ministério do Desenvolvimento Agrário: Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária. Brasília, 2001.

HAESBAERT, R. A desterritorialização: entre as redes e os aglomerados de exclusão. In: CASTRO, I. E. *et al.* **Geografia: conceitos e temas**. São Paulo: Bertrand Brasil, 1999. p. 165-206.

HOLBROOK, M. B; HIRSCHMAN, E. C. The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings and fun. **Journal of Consumer Research**. v. 9, September, 1982.

INGRAM, Gloria. Motivations of farm tourism hosts and guests in the South West Tapestry Region, Western Australia: A phenomenological study, **Indo-Pacific Journal of Phenomenology**, 2:1, 1-12, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Notas Metodológicas do censo Demográfico, 2021. Disponível em [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=108](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=108) . Acesso em 12 de outubro de 2021.

JAFARI, Jafar. Prefácio. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (org.). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Senac, p. 9-12, 2010.

KLEIN (a), A. L.; SOUZA, M. Normativas, Regulamentações e Políticas Públicas para o Turismo Rural. In: DOLCI, T. S.; SOUZA, M. (orgs). **Turismo rural: fundamentos e reflexões**. Rio Grande do Sul: UFRGS, p. 41-60, 2019.

KLEIN (b), A. L.; SOUZA, M. Rural, Ruralidade, Pluriatividade e Multifuncionalidade do Desenvolvimento Rural. In: DOLCI, T. S.; SOUZA, M. (orgs). **Turismo rural: fundamentos e reflexões**. Rio Grande do Sul: UFRGS, p. 09-22, 2019

KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, A. A. B. (org.). **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 62-73.

KOZEL, Salete. Mapas mentais – uma forma de linguagem: Perspectivas Metodológicas. In: KOZEL S. et al (org). **Da percepção e cognição à representação**. São Paulo: Terceira Margem, p.114-138, 2007.

KOZEL, Salete. **Das imagens às linguagens do geográfico**: Curitiba, a “capital ecológica”. Curitiba: UFPR, 2018.

KOZEL, Salete. **Mapas mentais**: dialogismos e representações. Curitiba: Appris, 2018.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LIMA, A. M. L.; KOZEL, S. Lugar e mapa mental: uma análise possível. **Geografia** - v. 18, n. 1, jan./jun. Universidade Estadual de Londrina, Departamento de Geociências, 2009.

MARUJO, N. M.; CRAVIDÃO, F. Turismo e lugares: uma visão geográfica. **Pasos – Revista de Turismo e Patrimônio Cultural**, Santa Cruz de Tenerife, v. 10, n. 3, p. 281-288, jul./set. 2012. Disponível em: [http://www.pasosonline.org/Publicados/10312/PS0312\\_05.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/10312/PS0312_05.pdf). Acesso em: 18 jan. 2022.

MAZARO, Rosana Mara; PANOSSO NETTO, Alexandre. Competitividade e Inovação em Turismo. In: BENI, Mário Carlos (org). **Turismo: Planejamento Estratégico e Capacidade de Gestão – Desenvolvimento Regional, Rede de Produção e Clusters**. São Paulo: Manole, 2012.

MENDONÇA, Maria C. A.; BATALHA, Mario; SANTOS, Antônio Carlos dos. Turismo no espaço rural: debate e tendências. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, V. 04, n. 2, 2002.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da Percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. 11 ed. São Paulo: Hucitec, 2008.

MOREIRA, E. V.; HESPANHOL, R. A. M. O lugar como uma construção social. **Revista Formação**, São Paulo, v. 2, n. 14, p. 48-60. 2007. Disponível em: [http://www2.fct.unesp.br/pos/geo/revista/artigos/6\\_moreira\\_e\\_hespanhol.pdf](http://www2.fct.unesp.br/pos/geo/revista/artigos/6_moreira_e_hespanhol.pdf). Acesso em: 13 jan. 2022.

MOREIRA, Fabiano Greter. Territorialidade e Relações de Poder nos Assentamentos Rurais do Município de Nova Andradina/MS. **Desenvolvimento em questão**. Editora Unijuí, Ano 18, n. 50, jan./mar. 2020.

MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra. **Plano de Atividade Quintais Produtivos**. Disponível em <https://mst.org.br/tag/quintais-produtivos/>. Acessado em 17 de outubro de 2021.

MTUR – Ministério do Turismo. **Dinâmica e diversidade do turismo de base comunitária**: desafio para a formulação de política pública. Ministério do Turismo – Brasília: Ministério do Turismo, 88p, 2010.

NITSCHKE, L. B. **O significado do turismo no roteiro “Caminhos de Guajuvira”**, Araucária/PR. (Dissertação de Mestrado - PPG Geografia). Curitiba: UFPR, 2007.

OH, H., FIORE, A. M; JEOUNG, M. Measuring experience economy concepts: tourism applications. **Journal of Travel Research**, v. 46, n. 2, p. 119-132, 2007.

PANOSSO NETTO, Alexandre. **Filosofia do turismo**: teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.

PANOSSO NETTO, Alexandre. Experiência e Turismo: uma união possível. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (orgs.). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Senac, p. 43-55, 2010.

PAUPITZ, JÚLIO. Elementos da estrutura fundiária e uso da terra no Semiárido brasileiro. In: GARIGLIO, MARIA AUXILIADORA; SAMPAIO, EVERARDO VALADARES DE SÁ BARRETO; CESTARO, LUIS ANTÔNIO & KAGEYAMA, PAULO YOSHIO. (orgs.) **Uso sustentável e conservação dos recursos florestais da Caatinga**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente/Serviço Florestal Brasileiro. P. 49-64. 2010.

PERICO, Rafael Echeverri. Emergência e evolução do programa de desenvolvimento sustentável dos territórios rurais e nos territórios da cidadania. In: FAVARETO, Arilson et al. Políticas de desenvolvimento territorial rural no Brasil: avanços e desafios. **Série Desenvolvimento Rural Sustentável**; v.12, Brasília: IICA, p.87-103, 2010.

PEZZI, E.; VIANA, S. L. G. A experiência turística e o turismo de experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 26, n. 1, p. 165-187, mar. 2015. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/283811197\\_A\\_Experiencia\\_Turistica\\_e\\_o\\_Turismo\\_de\\_Experiencia\\_um\\_estudo\\_sobre\\_as\\_dimensoes\\_da\\_experiencia\\_memoravel](https://www.researchgate.net/publication/283811197_A_Experiencia_Turistica_e_o_Turismo_de_Experiencia_um_estudo_sobre_as_dimensoes_da_experiencia_memoravel). Acesso em: 28 jan. 2022.

PINE, J; GILMORE, J. The Experience Economy: Work is Theater & Every business a Stage. **Harvard Business School Press**, Boston, 1999.

PIRES, P. S.; SANTOS, A. S. Políticas públicas de turismo rural: uma alternativa necessária. In: SANTOS, E. de O.; SOUZA, M. (Orgs.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Cap. 5. Barueri: Manole, 2010.

QUEIROZ, T. A. N. Espaço geográfico, território usado e lugar: ensaio sobre o pensamento de Milton Santos. **Para Onde!?**, Porto Alegre, v. 8, n. 2, p. 154-161, ago./dez. 2014. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/paraonde/article/view/61589/36420>. Acesso em: 16 jan. 2022.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RODRIGUES, A. A. B. Geografia e turismo: notas introdutórias. **Revista do Departamento de Geografia**, São Paulo, v. 6, p.71-82, 1992. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rdg/article/view/47112/50833>. Acesso em: 21 jan. 2022.

RODRIGUES, A. A. B. Lugar, não lugar e realidade virtual no turismo globalizado. **Revista do Departamento de Geografia**, São Paulo, v. 10, p. 73-78, ago. 1996. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rdg/article/view/53705/57668>. Acesso em: 10 jan. 2022.

SANTOS, J. W. M.; SANTOS, C. G. “A Educação é a porta para tudo”: o valor da educação para o assentamento Florestan Fernandes. **Diversitas Journal**. Santana do Ipanema/AL. vol. 5, n. 2, p.1294-1308, abr./jun, 2020.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. 2. reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SANTOS, Mary N. L. **Políticas públicas de turismo e os investimentos no território do Polo Costa dos Coqueirais em Sergipe, Brasil**. Fortaleza: banco do nordeste do Brasil, 2013.

SANTOS, Paulo Henrique Neves; COSTA, José Eloizio da. Retrato preliminar do território do alto sertão sergipano pelos dados do censo agropecuário 2017. **GEOPAUTA**, vol. 4, núm. 3, pp. 153-179, 2020.

SANTOS, R. S *et al.* Mapeamento geomorfológico do Alto Sertão sergipano, através de aplicações Geotecnológicas. XI SINAGEO, Maringá: Paraná, 2016.

SCHMITT, B.H. **Marketing Experimental**. São Paulo: Nobel, 2002.

SCHNEIDER, Sérgio. (2003). A abordagem territorial do desenvolvimento rural e suas articulações externas. **Sociologias**, n. 11, p.70-125, jan./jun, 2003.

SEBRAE. Turismo de Experiência., 2015. Disponível em [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/turismo\\_de\\_exper\\_iencia.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/turismo_de_exper_iencia.pdf) . Acessado em 16/12/2021.

SESTUC. Carta de Sergipe para o Turismo Comunitário. Aracaju: IFS, 2017.

SILVA, F.; COSTA, S.; CARVALHO, C. Políticas Públicas de Turismo no Brasil: estratégias para administração da atividade no país. In: Simpósio em Excelência em Gestão e Tecnologia, 10, 2013, Maranhão. **Anais...**, 2013.

SELLTIZ, C., WRIGHTSMAN, L.; COOK, S. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: EPU, 1987.

SEYFI, S.; HAL L, C. M.; RASOOLIMANESH, S. M. Exploring memorable cultural tourism experiences, **Journal of Heritage Tourism**, 2019.

SOLTANI MOQADAS, R. The Role of Rural Tourism in Sustainable Rural Development: A Case Study of Shandiz Rural Region, Khorasan Razavi Province, Iran. **Journal of Sustainable Rural Development**, 2(1-2), 61-76, 2018.

SOUZA, Maria A. A cooperação agrícola em assentamentos rurais e os desafios na compreensão da cultura política dos assentados. Disponível em <https://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/22-encontro-anual-da-anpocs/gt-20/gt14-12/5146-masouza-a-cooperacao/file> . Acesso em 13 out 2021.

SUN TUNG, V. W.; RITCHIE, J. R. B. Exploring the essence of memorable tourism experiences. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 4, p. 1367-1386, 2011.

TRIGO, Luiz Gonzaga Gondoi. A viagem como experiência significativa. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (orgs.). (2010). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Senac. p. 21-41, 2010.

TULIK, O. Turismo e desenvolvimento no espaço rural: abordagens conceituais e tipologias. In: SANTOS, E. de O.; SOUZA, M. (Orgs.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Cap. 1. Barueri: Manole, 2010.

VERDEJO, M. E. **Diagnóstico Rural Participativo**: um guia prático. Secretaria de Agricultura familiar. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário. 2006. 68 p

WANDSCHEER, Elvis Albert Robe; TEIXEIRA, Andressa Ramos. Novas ruralidades: demandas e potencialidades. In: SANTOS, Eurico de Oliveira; SOUZA, Marcelino (orgs.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri, São Paulo: Manole, p. 47-58, 2010.

WIJAYANTI, Trisetia; AGUSTINA, Yuli; WINARNO, Agung; INSTANTI, Lulu Nurul; DHARMA, Buyung Adi. Rural Tourism: A Local Economic Development. **Australasian Accounting, Business and Finance Journal**, 14(1), p. 5-13, 2020.

ZAOUAL, Hassan. Do turismo de massa ao turismo situado. In: Bartholo, R; Sansolo, D & Bursztyn, I. (Orgs.). **Turismo de base comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Brasília: Letra e Imagem, 2010.

ZIMMERMANN, N. C. Os desafios da organização interna de um assentamento rural.  
In: MEDEIROS, L. BARBOSA, M. V. FRANCO, M. P. ESTERCI, N. LEITE. S. (Org.).  
**Assentamentos rurais:** uma visão multidisciplinar. São Paulo: Editora da UNESP, 1994