

ARQUIVO 4

A Permacultura como Estratégia de Marketing para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo Rural

**Roberta C. L. Gontijo de Lacerda¹, Jersone Tasso Moreira Silva²,
José Euclides Alhadas Cavalcanti³**

¹ Bacharel em Turismo, Mestranda em Turismo e Meio Ambiente, Centro Universitário UNA.
Rua José Cláudio Rezende, 80. Buritis. Belo Horizonte, MG. CEP: 30.455-590.
E-mail: robertagontijo@hotmail.com

² Doutor, Professor do Mestrado em Turismo e Meio Ambiente, Centro Universitário UNA.
E-mail: jersone.tasso@una.br

³ Doutor, Professor do Mestrado em Turismo e Meio Ambiente, Centro Universitário UNA.
E-mail: jose.cavalcanti@una.br

Resumo

O presente artigo tem por objetivo abordar as técnicas da Permacultura como uma ferramenta relevante para o Marketing Turístico em áreas rurais, além de discutir sobre a relação entre a Permacultura e o desenvolvimento sustentável do Turismo Rural. Entende-se que é importante a discussão de tal tema, pois a Permacultura, que é uma área de interesse principalmente dos agrônomos, é ainda incipiente de pesquisas no meio acadêmico do Turismo. Entende-se que a união proposta pelo presente artigo entre a Permacultura e o Turismo Rural seja uma forma prática de desvincular o conceito de utopia relacionado ao Desenvolvimento Sustentável. A partir desta visão, o Marketing, na promoção da atividade turística, deve atentar-se aos problemas ambientais que estão afetando diretamente o consumidor, direcionando assim, o planejamento estratégico de forma eficiente. Conclui-se que a inserção da Permacultura no Turismo Rural aliada a um Plano de Marketing direcionado às atuais problemáticas ambientais propicia o alcance de diversas expectativas tais como: o turismo rural como fonte de renda complementar para os agropecuaristas do Brasil, a elevação do potencial turístico dos ambientes rurais, preservação da prática do turismo rural, contribuição para o desenvolvimento sustentável, dentre outras.

Palavras-chave: Turismo Rural, Permacultura, Desenvolvimento Sustentável, Marketing, Estratégia

Permaculture as a Marketing Strategy for Sustainable Development of Rural Tourism

Abstract

The objective of this paper is to analyze the techniques of the Permaculture as an appropriate tool for the tourist marketing in agricultural areas, as well as to discuss the relation between the Permaculture and the sustainable development of the Agricultural Tourism. It is understood the importance of the Permaculture subject not only because is an interest area of the agronomists, but also because it still have incipient number of researches in the tourism approach. It is under-

stood that the combination between the Permaculture and the agricultural tourism maybe a practical form to disconnect the utopist concept related to the sustainable development. From this point of view, the Marketing, in the promotion of tourism activity, must pay attention to the environment problems that are affecting directly the consumer, thus directing, the strategic planning to a more efficient form. The study concludes that the insertion of the Permaculture in the Agricultural Tourism, combined to a Marketing strategy directed to current problematic environment, propitiates to reach diverse expectations, such as: rural tourism as source of complementary income for the agricultural sector in Brazil, the increment of the rural tourism potentiality, preservation of the rural tourism practices, contribution for the sustained development, among others.

Keywords: Rural tourism, Permaculture, Sustainable development, Marketing, Strategy

Introdução

A partir dos anos 80, desenvolveram-se no Brasil várias modalidades de turismo alternativo, inclusive o turismo rural. Os Estados do Espírito Santo, Santa Catarina e São Paulo já o praticavam de forma mais organizada. Além desses podem ser citados o Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Minas Gerais e a área do Pantanal.

O Espírito Santo, estado de turismo marcadamente pelo tipo sol e mar, passou a oferecer habitações e produtos de origem rural, um pouco mais ao estilo do agroturismo. Em Santa Catarina, no município de Lages, em sua região serrana, aproveita-se o fluxo turístico já existente para outros atrativos no Estado e também na Serra Gaúcha.

Segundo Ruschmann (1997), turismo rural na sua forma mais original e "pura" deve estar constituído em estruturas eminentemente rurais, de pequena escala, ao ar livre, proporcionando ao visitante o contato com a natureza, com a herança cultural das comunidades do campo e as chamadas sociedades e práticas tradicionais.

De acordo com Silva (2005), o turismo rural é uma prestação de serviços integrada, em que a simplicidade da vida rural torna-se compatível com a qualidade no atendimento, segundo as características locais. Como negócio deve promover a compatibilidade dentre a exploração turística, a preservação dos patrimônios naturais e a exploração agrícola.

O turismo rural no Brasil desempenha um papel relevante, pois com as crises nas plantações e na pecuária, a implantação de uma atividade não-agrícola como o Turismo, no meio rural, torna-se uma opção fortemente propiciadora de crescimento econômico. De acordo com os dados mostrados no Jornal da Globo (JORNAL DA GLOBO, 2005):

"...O PIB da agropecuária teve o pior desempenho desde o começo do governo Lula: queda de 3,4%. Resultado que nem leva em conta ainda os efeitos da volta da aftosa ao país. Foram muito mal as lavouras de trigo, café e laranja. A soja, motor da agricultura brasileira nos últimos cinco anos também perdeu força. Por causa da queda do dólar, o desempenho econômico desta safra foi menor, e a área plantada deve encolher vinte por cento para a próxima safra..."

As exigências básicas para a implementação do turismo rural são: a) Ambiente rural; b) Unidade básica de hospedagem com tipicidade de fazenda; c) Respeito aos patrimônios natural e cultural; e d) Oferta de vivência com o ruralismo; e serviços compatíveis com a vida rural. Além disso, são desejáveis a existência de atividades agropecuárias tradicionais e produtivas, e a oferta expandida de serviços complementares ao turismo rural ligados à cultura, ao contato com a natureza, ao condicionamento físico, à aventura, ao recreio, ao retiro e correlatos.

Convém, contudo, envolver as populações que desejam desenvolver esse tipo de atividade, ou seja, torna-las agentes desse desenvolvimento. É preciso prestar atenção ao fato de que as atividades comerciais, que integram esse turismo, estão diretamente relacionadas com a lei da oferta e demanda. O setor é competitivo e o sucesso nunca é definitivo.

A Permacultura, que é uma área de interesse principalmente dos agrônomos é ainda incipiente de pesquisas no meio acadêmico do Turismo. Além de inovadora, essa atividade é baseada nas premissas e na ética do desenvolvimento sustentável. Com isso, pretende-se neste trabalho, promover a viabilidade da união da Permacultura com o Turismo Rural, para que o desenvolvimento sustentável da atividade turística seja obtido. Além disso, procura-se abordar a Permacultura como elemento chave para um apropriado Plano de Marketing Turístico em áreas rurais.

O presente artigo tem por objetivo abordar as técnicas da Permacultura como uma ferramenta relevante para o Marketing Turístico em áreas rurais, além de discutir sobre a relação entre a Permacultura e o desenvolvimento sustentável do Turismo Rural. Este artigo é resultado de uma pesquisa bibliográfica sobre a Permacultura, o Turismo Rural e o Marketing Verde ou Ambiental.

Inicialmente, será abordada a questão do desenvolvimento sustentável do Turismo Rural, a partir de algumas reflexões iniciais. Em seguida, serão apresentadas informações relevantes da denominada Permacultura, explicitando o porquê de introduzir a mesma no Turismo Rural. A seção seguinte abordará a Permacultura como uma inovadora estratégia do Marketing Turístico em áreas rurais. Ao final serão apontadas algumas considerações, a fim de consolidar a relevância do objetivo inicial do presente artigo, que é a Permacultura como estratégia de Marketing para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo Rural.

Desenvolvimento Sustentável do Turismo Rural

O Turismo Rural vem se desenvolvendo consideravelmente nos últimos anos, incentivando os proprietários rurais a diversificarem sua fonte de renda e agregarem valor aos seus produtos. Além disso, o interesse dos turistas por ambientes rurais, que oferecem a paz e tranquilidade que "não existe" no meio urbano, e o contato com a natureza, tem aumentado a procura por empreendimentos turísticos no meio rural.

Contudo, uma das problemáticas encontradas nesta atividade, é a imprecisão dos conceitos utilizados em trabalhos no Brasil. Além disso, ainda é confusa a variedade dos termos que definem o Turismo Rural, pois alguns autores denominam esta atividade como Turismo no espaço rural, Turismo verde, Ecoturismo, Agroturismo, entre outros. Desta forma, será utilizado no decorrer deste artigo o termo Turismo Rural entendendo que são as atividades turísticas que ocorrem no ambiente rural.

Assim, a primeira reflexão a se fazer sobre o turismo rural é a utilização de conceitos e modelos europeus, visto que, o Brasil tem suas próprias especificidades, tornando assim a execução destes conceitos e modelos no meio rural brasileiro, "arbitrária" ou equivocada.

Tal utilização dos parâmetros europeus se dá pelo pioneirismo destes países, tal como a França, na realização e implementação da atividade turística no meio rural como fonte de renda complementar ao produtor rural. A modalidade de turismo rural na França iniciou-se por meio de *Gîtes ruraux* (pequenas casa rurais de três a seis camas) e pelo *Gîtes d'étapes* (apoio ao turismo de pedestres, cicloturismo e turismo eqüestre).

Entretanto, não se deve apenas "importar" conceitos e modelos e aplicá-los num espaço com características diferentes. Há que se levar em consideração que o contexto brasileiro é diferenciado seja pelo clima, relevo, paisagem, ou ainda pelos elementos históricos e culturais.

Acredita-se que tal fato abordado seja um dos entraves para a definição de um conceito mais preciso, em relação à realidade brasileira, quanto ao Turismo Rural. Esta conceituação deve-se basear em elementos da atividade turística, na base econômica do país, na disponibilidade dos recursos naturais, sociais e culturais. Com isso, de acordo com a Coordenação Geral de Segmentação do Ministério do Turismo (2005):


"Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade".

A partir desta definição, é possível afirmar que o turismo deve ser considerado como atividade complementar, pois há que continuar ocorrendo o comprometimento com as atividades originais do meio rural, seja a agricultura, pecuária ou outras afins. Pois, não se deve descaracterizar o ambiente por causa da atividade turística, pelo contrário, tais aspectos marcantes devem ser preservados e trabalhados como atrativos turísticos. Com isso:

"...A adequação do meio, das propriedades e das comunidades rurais a essa alternativa de rendimento, por meio do atendimento de visitantes originários das grandes cidades, comercializando sua autenticidade e originalidade, constitui um desafio. É necessário associar os serviços receptivos prestados aos turistas às demais atividades produtivas do empreendimento, proporcionando o conforto e a experiência vivencial - que o turista vem buscar - sem descaracterizá-la, sob pena de tornar-se apenas mais um equipamento do turismo convencional (RUSCHMANN, 2000: 64)".

Entende-se que o turismo deva ser o elemento "conservador" das atividades do ambiente rural, pois estas atividades devem ser preservadas porque são elas que asseguram as tradições e patrimônios históricos e culturais do meio rural, que não devem se perder. Dentro deste contexto é possível afirmar que:

"O turismo rural pode ter a função de indutor de desenvolvimento e de preservação, pois tem o papel de conservar, manter e valorizar o patrimônio histórico, cultural e natural da região onde está sendo explorado (SCHNEIDER e FIALHO, 2000: 46)".



Em suma, a atividade turística tem um papel relevante no desenvolvimento da economia das áreas rurais, principalmente nas regiões onde a agricultura ou a pecuária está em declínio e nas localidades onde os salários são baixos. Contudo, é possível observar que em certas localidades ou em alguns empreendimentos turísticos no meio rural, o turismo vem ocasionando alguns impactos negativos, pois o turismo rural pode:

"...trazer transtornos à comunidade através da influência dos turistas, com por exemplo, os impactos sobre o meio ambiente, o aumento do custo de vida e descaracterização de determinados traços culturais da sociedade local (SCHNEIDER e FIALHO, 2000: 46)".

O Turismo é de fato uma atividade impactante, entretanto, há que se buscar minimizar ao máximo tais impactos, elaborando medidas mitigadoras e implementando-as. No caso do turismo rural, onde na maioria das vezes não há um planejamento adequado por parte dos órgãos governamentais competentes, os próprios proprietários rurais devem se atentar quanto à preservação do ambiente natural e da identidade cultural da região.

É possível afirmar que a necessidade da conscientização ambiental deve estar presente nos proprietários rurais, mais do que em muitos outros empreendedores turísticos. Pois o ambiente a ser desfrutado pelos turistas rurais, normalmente é frágil e finito. Há que se precaver, divulgando a preservação do ambiente, até mesmo a partir de normas estabelecidas pelo proprietário do empreendimento.

O desenvolvimento da atividade turística no meio rural ainda é entendido, pautando pelo ponto de vista dos turistas, como um lugar idealizado e romântico. Entretanto, há que se modificar esta imagem, pois assim, os turistas vão começar a entender que eles também possuem deveres quanto à preservação deste idealizado ambiente tranqüilo, bonito e harmonioso.

Na tentativa de planejar o turismo rural e minimizar os impactos negativos advindos desta atividade, entende-se que é interessante desenvolver o turismo rural baseado em práticas sustentáveis. Pois desta forma, o ambiente natural, as tradições e costumes da comunidade local rural seriam mais bem preservados, além deste ser um importante elemento de atratividade, visto que a atividade ambiental "ecologicamente correta" tem sido um fator promocional dos destinos e empreendimentos turísticos.

O desenvolvimento sustentável do turismo rural prevê minimizar ou erradicar os riscos que uma atividade mal planejada possa acarretar ao meio ambiente natural. Para que isso de fato ocorra é necessário:

"... proteger a cultura e as características das comunidades receptoras; as paisagens e os habitats; a economia rural; o crescimento a longo prazo da atividade turística, que estimulará a qualidade da experiência vivencial buscada pelos visitantes; a compreensão; a liderança e a visão a longo prazo entre os empreendedores"(RUSCHMANN, 2000: 70)".

Entende-se que para alcançar tais necessidades acima apontadas, seria interessante unir as práticas desenvolvidas pela Permacultura aos empreendimentos turísticos do meio rural. Esta seria uma estratégia de desenvolvimento sustentável no turismo rural, e ao mesmo tempo, uma

estratégia de Marketing que promoveria, de forma mais consciente quanto ao uso sustentável dos recursos naturais, o turismo rural.

De acordo com a Organização Mundial de Turismo - OMT (2003: 24) a definição para o turismo sustentável é a seguinte:

"O desenvolvimento do turismo sustentável atende às necessidades dos turistas de hoje e das regiões receptoras, ao mesmo tempo em que protege e amplia as oportunidades para o futuro. É visto como um condutor ao gerenciamento de todos os recursos, de tal forma que as necessidades econômicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas sem desprezar a manutenção da integridade cultural, dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos sistemas que garantem a vida".

Partindo deste pressuposto do desenvolvimento sustentável, é necessário de imediato entender e desenvolver o Turismo rural:

"...Na sua forma mais original e "pura", o turismo rural deve estar constituído em estruturas eminentemente rurais, de pequenas escala, ao ar livre, proporcionando ao visitante o contato com a natureza, com a herança cultural das comunidades do campo e as chamadas sociedades e práticas "tradicionais" (RUSCHMANN, 2000: 63)".

A Permacultura no Desenvolvimento Sustentável do Turismo Rural

A Permacultura surgiu na Austrália, no final da década de 70, e foi elaborada pelo cientista Bill Mollison juntamente com David Holgren. Na tentativa de mudar a forma de interferência do ser humano na Terra e preocupado com o desaparecimento dos recursos naturais, Mollison criou a Permacultura. Tal palavra originou-se do termo em inglês "Permanent Agriculture".

A Permacultura ainda é pouco difundida no meio acadêmico, sendo este um tema pouco explorado nos artigos científicos de âmbito turístico. Contudo, tal prática já vem sendo desenvolvida em muitos países, conforme colocado pela Rede Brasileira de Permacultura:

"Hoje, existem institutos de Permacultura em todos os continentes, em mais de cem nações. Diversos países, como o Brasil, vêm adotando a Permacultura como metodologia agrícola e, até mesmo, escolas de todos os níveis estão incluindo a Permacultura no seu currículo básico (site - RBP, 2005)".

Tal atividade é muito dinâmica, por isso são vários os conceitos que a definem, entretanto, o conceito geral pode ser definido da seguinte maneira:

"É o planejamento e execução de ocupações humanas sustentáveis, unindo práticas ancestrais aos modernos conhecimentos das áreas, principalmente, de ciências agrárias, engenharias, arquitetura e ciências sociais, todas abordadas sob a ótica da ecologia. Em outras palavras é a elaboração, a implantação e a manutenção de ecossistemas produtivos que mantenham a diversidade, a resistência e a estabilidade dos ecossistemas naturais, promovendo energia, moradia e alimentação humana de forma harmoniosa com o ambiente" (site - Asa Branca, 2005).

Pode-se também definir Permacultura como sendo:

"...uma síntese das práticas agrícolas tradicionais com idéias inovadoras. Unindo o conhecimento secular às descobertas da ciência moderna, proporciona o desenvolvimento integrado da propriedade rural de forma viável e segura para o agricultor familiar (site - RBP, 2005)".

Desta forma, entende-se que a Permacultura possa ser o caminho viável para alcançar o desejado desenvolvimento sustentável do turismo rural, pois através das "tecnologias para a sustentabilidade", propostas pela Permacultura, poder-se-á realizar a atividade turística no meio rural de forma mais consciente, envolvendo as comunidades locais, os agricultores e os turistas.

Ainda quanto às características e definições da Permacultura, para melhor compreensão, pode-se utilizar a seguinte colocação:

"Permacultura é muito mais do que uma moderna ciência holística de desenvolvimento sustentável, mas uma concepção e filosofia de vida ecológica e ambiental considerada mais próxima das aspirações do III milênio, e que desenvolve uma cultura sustentável que integra inicialmente a arquitetura, a engenharia, a ecologia, agronomia e a nutrição, de uma maneira inter e transdisciplinar, que objetiva utilizar, da melhor forma, os recursos naturais renováveis possibilitando a formação de cidades, aldeias sociais, condomínios e fazendas estruturadas com padrões de sustentabilidade agrícola mais permanentes e de menor gasto de energia e de trabalho para a sua manutenção (AMBIENTEBRASIL, 2005)".

No Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado (Ecocentro IPEC), foram divididas as cinco principais áreas indispensáveis no planejamento de um sistema permacultural, sendo elas: habitação, alimentação, água, saneamento e energia. Necessidades estas básicas de qualquer ser humano (site - Ecocentro IPEC, 2005).

No caso da habitação, o Ecocentro IPEC desenvolve técnicas e modelos de construção de habitações populares, de baixo custo, com materiais do local primando pelo conforto de seus habitantes (site - Ecocentro IPEC, 2005). Com isso, a tentativa de unir a Permacultura ao Turismo Rural, poderá ser confirmada na utilização desta técnica de construção, viabilizando a questão econômica do empreendedor, a utilização dos recursos locais, a preservação do ambiente, e por fim, o conforto dos turistas rurais.

As técnicas de habitação desenvolvidas no Ecocentro IPEC são, por exemplo: Superadobe, Taipa de Pilão, Fardo de palha, Adobe, Tijolo de solocimento, Bambu, Mosaicos, Rebocos Naturais, entre outros.

O Superadobe, conforme o Ecocentro IPEC, pode ser entendido como:

"Brilhante técnica de construção desenvolvida na Califórnia e que utiliza-se de sacos de polipropileno preenchidos com subsolo do respectivo local. Relativamente simples e de fácil aprendizado, com custos baixíssimos por não depender de recursos externos nos principais estágios da construção. (...) As habitações construídas com a respectiva

técnica têm a característica de manterem níveis de temperatura e umidade constantes, sendo a terra um isolante natural. As edificações de superadobe reduzem significativamente os custos com refrigeração e aquecimento (ECOCENTRO IPEC, 2005)".

Outra técnica muito interessante desenvolvida pelo Ecocentro IPEC é o Reboco Natural:

"...Para se obter um bom resultado no reboco, é interessante se estudar e testar a composição de seu solo, mais argiloso, menos argiloso, arenoso, saibroso, etc. Cada caso é um caso e a proporção destes materiais varia de local para local, mas existe um ingrediente básico que é de extrema importância: o esterco de vaca. O esterco das vacas contém o ácido láctico que vai dar a liga necessária à massa de reboco e reduzir a necessidade de se adicionar cimento. Em caso de revestimentos externos, devido à ação da chuva, pequenas quantidades de cimento podem ser incorporadas à massa. Outros ingredientes colaboram com a durabilidade e resistência do reboco, como a cal, a cinza, e o óleo de linhaça (ECOCENTRO IPEC, 2005)".

Assim como as técnicas de Habitação são totalmente voltadas para a preservação dos recursos naturais, podendo estar inteiramente vinculadas aos empreendimentos turísticos rurais, como forma de desenvolver o turismo rural "legítimo", o Ecocentro IPEC também realiza técnicas permaculturais na Alimentação, tais como: Horta Mandala, Biofertilizante, Compostagem, Temperos e Ervas medicinais, entre outros (ECOCENTRO IPEC, 2005).

No caso da Horta Mandala, de acordo com o Ecocentro IPEC, pode-se definir da seguinte maneira:

"A horta mandala é uma das técnicas utilizadas no Ecocentro IPEC para produzir mais, com o mínimo de espaço. Diferente das hortas normais possui um design de bordas onduladas que permitem efeitos de microclima e espaços variados, onde o cultivo intensivo de diversas hortaliças e raízes em conjunto se beneficiam mutuamente num sistema de consórcios. Além de ser uma estrutura ornamental de muitas funções, torna a atividade de plantar e colher mais atrativa (ECOCENTRO IPEC, 2005)".

A Horta Mandala pode ser desenvolvida nos empreendimentos turísticos rurais, como mais um atrativo, além de proporcionar o uso racional da água e do solo. Tal técnica chamaria a atenção dos turistas, que estariam de fato realizando o turismo rural ao ar livre e "conhecendo de perto" a natureza.

Outra técnica que poderá ser um atrativo e grande diferencial para os empreendimentos turísticos rurais, além de contribuir com a atividade principal das fazendas de agricultura, é a utilização dos Biofertilizantes. Pode-se definir tal técnica da seguinte maneira:

"O biofertilizante é proveniente da fermentação anaeróbia da matéria orgânica e contém uma grande concentração de nutrientes. Pode ser usado diretamente como adubo no solo, corrigindo a acidez e aumentando a vida do solo, ou pode ser aplicado diluído como fertilizante foliar como um antibiótico natural ajudando no controle de fungos e insetos indesejados...(ECOCENTRO IPEC, 2005)".

Levando em conta a necessidade do uso racional da água, sendo este um importantíssimo recurso natural, o turismo rural, baseado no desenvolvimento sustentável, deve promover a utilização da água de forma consciente. Lembrando que, conforme a OMT (2003:82), além do planejamento físico e da conservação dos atrativos turísticos, a utilização dos locais pelos visitantes precisa ser cuidadosamente programada para que o atrativo desempenhe sua finalidade proposta de servir visitantes satisfeitos sem sofrer degradação.

Neste intuito, como forma de racionalizar o uso e manejo da água pelos turistas e pelos empreendedores turísticos rurais, é viável implementar técnicas permaculturais, tais como os Swales (canais de infiltração). Conforme o Ecocentro IPEC:

"No design permacultural tentamos planejar o sistema de forma a evitar ao máximo toda forma de perda ou desperdício de energia. A água da chuva que cai no sítio é uma fabulosa fonte de energia sendo injetada no sistema. Quando deixamos que vá embora está simplesmente sendo desperdiçada e, em alguns casos, causando danos como a erosão. No Ecocentro IPEC, com a ajuda dos chamados swales, que são valas de infiltração vegetadas e construídas em nível, barramos o escoamento superficial da água criando assim faixas de umidade indispensáveis na agricultura, vegetando áreas degradadas, aumentando a produção das roças, e criando florestas e terraços de produção. A água dos swales também pode ser direcionada para açudes e lagos e utilizada na aquicultura (ECOCENTRO IPEC, 2005)".


A partir desta definição, é totalmente compreensível que o turismo rural desenvolva tal técnica, pois os Swales além de contribuir para o correto manejo da água, viabiliza a agricultura presente na maioria das fazendas do Brasil, e ainda, divulga a prática sustentável entre os turistas.

Além dos Swales, a permacultura desenvolve técnicas como a captação de água da chuva e também os tanques de ferrocimento, que armazenam a água potável por meses, de forma simples e barata.

Outro fator relevante no planejamento turístico é o saneamento. Contudo, quando é abordado o turismo em áreas rurais, tal fator torna-se mais imprescindível ainda. Uma forma de realizar o saneamento, com base nos princípios da permacultura, é o sanitário compostável. De acordo com o Ecocentro IPEC pode se definir o sanitário compostável da seguinte forma:

"...Os sanitários compostáveis secos são a melhor e mais barata opção para lidar com as fezes humanas em locais onde não há disponibilidade de água ou de tratamento sanitário de esgoto. Em zonas rurais ou em periferias urbanas, esta tecnologia dispensa o uso da descarga e de tubulações de água. Necessitando apenas de uma adaptação cultural, habituando-se no adicionamento de matéria orgânica seca (serragem), resultando na eliminação total de patógenos e na produção de húmus de alta qualidade para uso agrícola (ECOCENTRO IPEC, 2005)".

É válido lembrar que o sanitário convencional utiliza litros de água potável na descarga, poluindo e desperdiçando tal recurso prioritário em qualquer comunidade. Já o sanitário compostável, além de não utilizar a água, transforma os dejetos humanos em adubo, desenvolvendo desta forma, um ciclo natural dos elementos e dos recursos da natureza.



Outra forma de racionalizar o uso da água é o reaproveitamento da mesma. Em qualquer empreendimento turístico rural, é possível reutilizar a água dos chuveiros dos quartos dos hóspedes, da cozinha ou da lavanderia do meio de hospedagem. A permacultura faz essa reutilização baseada na técnica das Camas de tratamento biológico, onde é tratada de forma simples e eficiente a água "cinza".

Quanto à energia, a permacultura desenvolve técnicas tais como: energia solar, energia fotovoltaica, ASBC - Aquecedor solar de baixo custo, entre outros (ECOCENTRO IPEC, 2005). Nesse sentido, é possível afirmar que todas as técnicas da permacultura são totalmente correlacionadas e complementares ao desenvolvimento sustentável do turismo rural. Entende-se que a união proposta pelo presente artigo entre a Permacultura e o Turismo Rural seja uma forma prática de desvincular o conceito de utopia, relacionado ao Desenvolvimento Sustentável.

A Permacultura como Ferramenta de Marketing no Desenvolvimento Sustentável do Turismo Rural

Com o intuito de viabilizar a permacultura como ferramenta de Marketing, na promoção do desenvolvimento sustentável do turismo rural, é preciso primeiramente abordar a questão do Marketing Verde ou Ambiental, que tem sido intensamente utilizado nos dias atuais.

Problemas ambientais como o aquecimento global, a escassez da água potável, a poluição do ar, as erosões e os inúmeros desastres ambientais, trouxeram aos consumidores uma forte proposta de optar por produtos e serviços ambientalmente corretos, desenvolvendo assim, um novo modelo de Marketing: o Marketing Verde, Ambiental ou Ecológico.

Dentro deste contexto, as questões ambientais tem sido prioridade dos órgãos públicos, das Organizações Não-Governamentais (ONGs), das Organizações Cívicas de Interesse Público (OCIPS), das Associações das comunidades, dos empreendedores, e também dos turistas. A partir desta visão, o Marketing na promoção da atividade turística deve atentar-se aos problemas ambientais que estão afetando diretamente o consumidor, direcionando assim, o planejamento de forma eficiente.

O Marketing exerce uma grande influência sobre os consumidores, com isso é totalmente viável utilizar as estratégias de marketing para desenvolver a prática do turismo sustentável. Pois conforme Swarbrooke (2000: 4):

" As técnicas clássicas de marketing poderiam ser utilizadas para ajudar a conseguir formas de turismo mais sustentáveis. Em primeiro lugar, isto significa procurar entender os clientes com suas motivações e determinantes, refletindo o conceito de consumidor dirigido do marketing moderno (...) é necessária uma pesquisa de mercado sofisticada sobre as atitudes do consumidor em relação ao turismo sustentável".

Contudo, pode-se dizer que é necessário ir além das técnicas do marketing convencional, utilizando também as estratégias do marketing ambiental, pois este é mais bem direcionado às problemáticas ambientais atuais, além de estar voltado para o principal bem ofertado no Turismo Rural: o meio ambiente e seus recursos naturais.

Entende-se com isso, que a Permacultura de fato seja um elemento direcionador do planejamento de marketing turístico, além de catalisadora de grande parte da população preocupada com as questões do meio ambiente. Quanto aos empreendedores turísticos rurais, estes devem priorizar a agregação deste novo valor ambiental aos seus serviços, pois além de essencial neste tipo de atividade:

"... Isto cria oportunidades estratégicas de marketing para fabricantes que podem demonstrar forte desempenho ambiental. Os mercadólogos que não o fizerem serão penalizados no mercado: não só seus produtos perderão valor na mente dos consumidores, como também suas reputações se tornarão embaçadas" (OTTMAN, 1994: 9).

Desta forma, a necessidade de inovar é imprescindível para o sucesso dos empreendedores turísticos rurais. Sendo assim, torna-se viável a utilização da estratégia do Produto Diferenciável, que de acordo com Michael Portes apud Swarbrooke (2000: 5):

"Isto significa diferenciar o produto que você oferece daquele oferecido pelos concorrentes para que as pessoas o comprem, não porque é mais barato, mas porque ele é diferente. Isto se encaixa melhor na idéia de turismo sustentável e desenvolvimento rural, através da ênfase na qualidade, não no preço, explorando a singularidade local, ao invés de ter como meta a padronização, que é geralmente a base do custo da liderança".

Compreende-se que a Permacultura, por ser ainda pouco explorada pela atividade turística, ao mesmo tempo em que é original e moderna, é também uma ferramenta promissora do marketing turístico, principalmente quando se pauta pelo produto ou serviço inovador.


As tecnologias da Permacultura são também maneiras de colocar em prática a realização do Marketing Verde, Ambiental ou Ecológico, não somente declarando "amor à natureza", mais sim de forma técnica, direcionada, ética e responsável.

O planejamento de marketing turístico de qualquer empreendimento no meio rural será mais bem direcionado e melhor percebido pelos turistas, quando as práticas já citadas, da Permacultura, forem empregadas na oferta do produto turístico. Isso irá valorizar a oferta, agregar valor, além de revitalizar e assegurar a imagem adequada e sustentável dos serviços prestados.

Baseado no modelo do Plano de Marketing do Agricultor (MEGIDO & XAVIER, 1995), é possível elaborar um Plano de Marketing do Empreendedor Turístico Rural. As modificações serão feitas baseadas nas questões atuais, onde o proprietário rural tem a possibilidade de encontrar em uma atividade não-agrícola, como o Turismo, uma fonte de maximizar sua renda e diversificar seu produto.

De acordo com Megido e Xavier (1995:201) o plano de marketing:

"... começa com a definição de objetivos. Isto irá definir, dependendo de ambições e motivações de cada produtor, de sua competência e recursos. Normalmente, um produtor terá diversos objetivos e será necessário colocá-lo em ordem de prioridade, pois conflitos poderão surgir na hora de tomar decisões".



Desta forma, a primeira etapa é definir os objetivos do Empreendedor Turístico Rural. Entende-se que tais objetivos devam ser formulados baseando-se nas práticas sustentáveis, a fim de alcançar um número satisfatório de clientes "verdes", contribuindo com a preservação do meio ambiente natural, ao mesmo tempo em que aumentará suas receitas.

Após a formulação dos objetivos, será necessário determinar as metas. Compreende-se que as metas deverão ser quantitativas, visando o crescimento econômico do empreendimento turístico rural, contudo, deverão ser colocados como metas também o aumento da geração de receitas para a comunidade local como um todo. Deve-se lembrar que as metas não devem estar totalmente voltadas para as questões econômicas, pois isso seria contrário aos objetivos originais. Lembrando sempre que este plano de marketing tem a função de "vender" o turismo rural sustentável, baseado nas práticas permaculturais.

Após esta etapa, será necessário desenvolver as estratégias de marketing, para que sejam alcançadas as metas, e assim, o objetivo inicial deste plano. As estratégias de marketing devem estar totalmente voltadas para a viabilidade da Permacultura no Turismo Rural, como forma de obter o desejado Desenvolvimento Sustentável.

As estratégias de marketing devem proporcionar ao empreendimento turístico rural a imagem de "ambientalmente correto"; devem agregar valor ao turismo praticado no meio rural; devem preservar as atividades originais, como a agropecuária, ofertando tais atividades como atrativos principais do empreendimento; e por fim, devem realizar a renovação rural e o desenvolvimento do turismo sustentável, promovendo as práticas modernas e "verdes" da Permacultura.

Em seguida, deverá ser formulado um Tema, para promover e alcançar pontualmente o público-alvo, que neste caso, serão os turistas rurais "verdes". Este tema deve conectar a imagem ambientalmente correta do empreendimento turístico rural, através da Permacultura, à mente e ao poder de decisão dos turistas. De acordo com a OMT (2003:101):

"Um fator importante em uma promoção de sucesso é o conteúdo da mensagem. Este precisa informar aos mercados-alvo o que estes precisam saber para decidirem viajar. Se possível, as mensagens promocionais devem ser primeiro testadas para determinar sua eficácia antes que sejam feitos grandes investimentos na produção do material paralelo. É importante que haja cuidado e precisão em relação às informações transmitidas..."

O Mix de campanha, neste caso, deverá ocorrer de maneira cautelosa, pois sabe-se que o turismo rural deve ocorrer em pequenas escalas para que o ambiente natural não sofra grandes impactos. Com isso, tal Mix de campanha deve primar pela "qualidade" dos turistas, e não pela quantidade.

A Estratégia Promocional deve estar vinculada aos centros urbanos próximos e à própria comunidade local, já que a partir da inovação, através das práticas da Permacultura, o produto se tornará diferenciado, mesmo para aqueles que moram no meio rural.

Após a implementação do Plano de Marketing do Empreendedor Turístico Rural, deverá ser realizado o feedback, a fim de obter dados precisos. Desta forma, poderão ser encontrados e analisados os erros e os acertos do Plano. Conforme a OMT (2003:101):

"Os resultados das atividades promocionais precisam ser julgados para que se determinem quais atividades são eficazes e quais necessitam ser modificadas ou abandonadas. Algumas técnicas podem ser logo avaliadas, mas a maior parte das técnicas gerais é de difícil avaliação. Levantamentos especiais com turistas, agentes e operadoras de viagem devem ser elaborados, com frequência, no sentido de determinar o grau de aprendizado em relação à área".

Também serão avaliadas as sugestões e necessidades dos turistas rurais, sendo esta uma maneira de fidelizar tais clientes. Pois de acordo com Swarbrooke (2000:26):

"Quando entendermos o consumidor, poderemos começar a ver como o 'marketing mix' pode ser manipulado para cumprir os desejos dos turistas e os objetivos de lograr o desenvolvimento e a renovação rural por meio do turismo".

É possível afirmar, que tal Plano acima abordado é um facilitador para o sucesso do empreendimento e que a inserção da Permacultura no Turismo Rural vem ao encontro das atuais necessidades e expectativas dos turistas: as práticas sustentáveis.

Para a realização do Plano de marketing será necessário primeiramente que o empreendedor turístico implemente em sua propriedade as técnicas permaculturais. Atualmente, em alguns Institutos no Brasil, são ministrados cursos de Permacultura para estudantes, empreendedores e afins.

Considerações Finais

Diante desse panorama aqui apresentado é possível afirmar que o Turismo Rural tem grandes chances de se desenvolver ainda mais no Brasil. Contudo, é necessário apontar outras questões, também do cenário atual, que deverão direcionar a prática do Turismo rural, tais como as problemáticas ambientais, como: queimadas, desmatamentos, poluição do ar, aquecimento global, escassez dos recursos hídricos, tragédias como o Tsunami, entre outras.

Tais questões ambientais têm influenciado no poder de decisão dos turistas, pois estes estão valorizando com mais intensidade as práticas sustentáveis no turismo. Torna-se evidente, que os empreendimentos que se adequarem a essa nova realidade do "ambientalmente correto", conseguirão obter maiores lucros e desbancar a concorrência.

Para que os proprietários rurais implementem em suas propriedades o Turismo, como a "ferramenta de salvação" econômica, é preciso que os mesmos tenham um maior conhecimento acerca da preservação do meio ambiente e de como a oferta do turismo rural deverá ocorrer. Pois é necessário vincular as atividades turísticas no meio rural às técnicas do desenvolvimento sustentável. Desta forma, acredita-se que os proprietários rurais encontraram uma forma de contribuir com a conservação do meio ambiente, promover o turismo rural sustentável e ainda conseguir maximizar suas receitas.

Conclui-se que uma maneira de colocar tal iniciativa na prática é através da implementação da tecnologia da Permacultura no Turismo Rural, proporcionando o desenvolvimento sustentável do turismo rural e ao mesmo tempo a renovação rural.

No planejamento da atividade turística, um dos pontos fortes que não deve ser esquecido, é o Marketing. Com isso, é possível afirmar que as técnicas da Permacultura são ferramentas promissoras para o sucesso do Plano de marketing de um empreendimento turístico rural.

Compreende-se que a inserção da Permacultura no Turismo Rural aliada a um Plano de Marketing direcionado às atuais problemáticas ambientais, propicie: o turismo rural como fonte de renda complementar para os agropecuaristas do Brasil; eleve o potencial turístico dos ambientes rurais; preserve a prática do turismo rural na sua essência, com suas próprias especificidades e características; contribua para o desenvolvimento sustentável; e aumente a atratividade dos empreendimentos turísticos rurais.

O grande desafio agora é aumentar os lucros dos proprietários rurais, mas ao mesmo tempo, preservar os recursos ambientais, promovendo desta forma o desenvolvimento sustentável do turismo rural.

Referências Bibliográficas

AMBIENTE BRASIL. Definição de Permacultura. Disponível em: <<http://www.ambientebrasil.com.br>> Acesso em: 24 de nov. 2005.

ASA BRANCA. Definição e informações sobre Permacultura. Disponível em: <<http://www.asabranca.org.br>> Acesso em: 24 de nov. 2005.

ECOCENTRO IPEC - Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado. Dados sobre Permacultura. Disponível em: <<http://www.ecocentro.org>> Acesso em: 22 de nov. 2005.

JORNAL DA GLOBO. Notícias. Disponível em: <<http://jg.globo.com>> Acesso em: 01 de dez. 2005.

MEGIDO, José L. Tejon; XAVIER, Coriolano. Marketing & Agribusiness. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.


MINISTÉRIO DO TURISMO. Coordenação Geral de Segmentação - Conceitos. 2005.

OMT. Guia de Desenvolvimento do Turismo Sustentável. Organização Mundial de Turismo; Trad. Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2003.

OTTMAN, Jacquelyn A. Marketing Verde. Trad. Mariana Nascimento Paro. São Paulo: Makron Books, 1994.

REDE BRASILEIRA DE PERMACULTURA. Informações sobre a Permacultura. Disponível em: <<http://www.permacultura.org.br>> Acesso em: 25 de nov. 2005.

RUSCHMANN, D. VAN DE MEENE. Turismo e Planejamento Sustentável: A Proteção do Meio Ambiente. Campinas: Papirus, 1997.



RUSCHMANN, Doris van de M. O Turismo Rural e o Desenvolvimento Sustentável. In: Joaquim Anécio Almeida, José Marcos Froehlich, Mário Riedl (Orgs.). Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável. Campinas, SP: Papirus, 2000. Coleção Turismo.

SCHNEIDER, Sergio; FIALHO, Marco Antônio Verardi. Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In: Turismo Rural: Ecologia, lazer e desenvolvimento. Joaquim Anécio Almeida, Mário Riedl (Orgs.). Bauru, SP: EDUSC, 2000.

SILVA, Jersone Tasso Moreira. In. Turismo Rural. Mimeo, 2005.

SWARBROOKE, John. Turismo Sustentável: gestão e marketing. Trad. Esther Eva Horovitz. Vol. 4. São Paulo: Aleph, 2000. Série Turismo.

SWARBROOKE, John. Turismo Sustentável: setor público e cenários geográficos. Trad. Esther Eva Horovitz. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2000. Série Turismo.