

# O TURISMO E A RECRIAÇÃO DAS AGROINDÚSTRIAS RURAIS TRADICIONAIS

Silveira, P.R. C. da<sup>1</sup>; Diesel<sup>1</sup>, V.; Lerner, F.<sup>2</sup>; Barcellos, S.<sup>3</sup>; Newmann, P.S.<sup>1</sup>; Froehlich, J.M.<sup>1</sup>; Brito, A.de S.<sup>2</sup>

## RESUMO

O propósito do presente trabalho é discernir os fatores que condicionam a eficácia dos programas de turismo rural na ativação das agroindústrias familiares, realizando tal análise a partir do estudo do caso das agroindústrias familiares de vinho e aguardente de cana-de-açúcar (cachaça) da Quarta Colônia de Imigração Italiana no Rio Grande do Sul. Argumenta-se da existência de uma relação sinérgica positiva entre turismo rural e agroindústria familiar rural., mas coloca-se que esta está condicionada a um repensar das estratégias das políticas públicas em relação à produção artesanal, pois esta deve permanecer como capaz de oferecer produtos diferenciados dos produtos da grande indústria, visando manter o apelo de consumo ao turista rural. Sugere-se que as expectativas dos turistas devem ser consideradas, operando-se uma “recriação” das agroindústrias rurais tradicionais.

## ABSTRACT

The purpose of this work is to discern the factors that impinge on the programs efficiency of rural tourism in the familiar agroindustries activation, accomplishing this analysis from the study of the familiar agroindustries case of wine and sugarcane spirit (rum) of the Italian Immigration Quarta Colônia in Rio Grande do Sul. It is argued the existence of a positive relation between rural tourism and rural familiar agroindustry, but it is showed up that it is impinged on to one rethinking of the public politics strategies regarding in relation to the craft production, for this must remain as able to offer differentiated products of the great industry, aiming to maintain the consumption appeal at the rural tourist. It is suggested that the tourists expectations must be considered, when is taking place a “re-creation” of the rural traditional agroindustries.

**PALAVRAS-CHAVE:** Agricultura familiar, agroindústrias rurais, Turismo rural

**KEY-WORDS:** Familiar agriculture, rural agroindustries, rural tourism

## 1. INTRODUÇÃO

Os estudos sobre a reprodução social das famílias rurais mostraram a inviabilidade de modelos de especialização produtiva baseados na produção das “commodities” agrícolas, que constituíam a referência das políticas de modernização.<sup>4</sup> Por outro lado, partindo de estudos de caso na região sul do Brasil, autores argumentaram que a reprodução da unidade familiar de produção agrícola não se daria em função da sua superioridade técnico-econômica e, sim, porque ela seria a estrutura social que mais converge com o esquema técnico produtivo e econômico das estruturas das grandes agroindústrias processadoras. Ou seja, a produção de matérias-primas para

<sup>1</sup> Profs do DEAER/CCR/UFSM, Santa Maria, RS.

<sup>2</sup> Acadêmicos do Curso de Agronomia, CCR/UFSM, Santa Maria, RS.

<sup>3</sup> Acadêmico do Curso de Medicina Veterinária, CCR/UFSM, Santa Maria, RS.

<sup>4</sup> A relação entre “Tecnologia e Campesinato” foi tratada por Silva (1983) e a avaliação da viabilidade dos diferentes sistemas de produção é recorrente nos estudos realizados segundo o “enfoque sistêmico” tais como o de Silva Neto e Frantz (2001).

grandes agroindústrias parecia constituir uma alternativa consistente para a viabilização da reprodução social dos agricultores familiares. Esta alternativa passou a ser questionada a medida em que se evidenciaram relações desiguais de poder, as quais afetavam desfavoravelmente o agricultor na distribuição dos riscos e do excedente da produção.<sup>5</sup>

Outros autores ressaltam a possibilidade de agregar valor à produção mediante processamento doméstico da matéria-prima de origem agropecuária. Referem-se, neste caso, ao incentivo à formação de agroindústrias familiares<sup>6</sup>, identificando, na elaboração de produtos agroalimentares típicos<sup>7</sup> um segmento de mercado promissor. Recentemente o incentivo a esta estratégia fundamenta-se na observação de que existe um segmento de mercado para produtos agroalimentares típicos (de caráter local / regional) e também na constatação de que cresce a procura por produtos diferenciados e de qualidade, com características locais/típicas..

No caso das agroindústrias familiares, diversos autores apontam que estas apresentam grande potencial na promoção do desenvolvimento regional mas vem encontrando dificuldades de consolidação (Vieira, 1998; Prezotto, 1999, 2002; Raupp, 2005). Prezotto (2000) entende que o potencial da agroindústria familiar se torna mais evidente quando articulado com outras iniciativas próprias de cada local ou de cada região como, por exemplo, projetos em turismo rural.

O propósito do presente trabalho é discernir os fatores que condicionam a eficácia dos programas de turismo rural na ativação das agroindústrias familiares, realizando tal análise a partir do estudo do caso das agroindústrias familiares de vinho e aguardente de cana-de-açúcar (cachaça) da Quarta Colônia de Imigração Italiana no Rio Grande do Sul. Trata-se de examinar em que medida os programas de turismo rural contribuem para superação dos estrangulamentos encontrados pelas agroindústrias familiares e, em que medida, as agroindústrias ofertam um produto que atende aos requisitos do turismo.

## **2. EXPLORANDO AS INTERFACES ENTRE AS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES E O TURISMO RURAL**

### **2.1. As Agroindústrias Familiares, Turismo e Desenvolvimento Rural**

Tem sido corrente no debate sobre as tendências da agricultura no século XXI, as proposições de agregação de valor aos produtos de origem animal e vegetal como estratégia de fortalecimento da agricultura familiar e desenvolvimento rural. Apresenta-se a implantação de agroindústrias familiares rurais como forma de resgatar o processamento dos produtos primários ao âmbito da unidade de produção agrícola, revertendo o processo histórico de separação entre agricultura-indústria.

Como analisa John Wilkinson (1997), a miniaturização tecnológica permite reverter o processo iniciado nos anos 40 do século passado, quando se passa o

<sup>5</sup> Entre os trabalhos pioneiros sobre o tema destacam-se Sorj (1986) e Paulilo (1990).

<sup>6</sup> A industrialização de certa forma “artesanal” dos produtos agropecuários, especialmente em áreas de imigração, não se constitui em uma novidade. Isto faz parte da história e da cultura do imigrante e tem como objetivo atender o consumo da família e, em menor grau, abastecer o mercado local com o excedente. Diversas denominações tem sido usadas para identificar o modelo de agroindustrialização descentralizado e de pequeno porte como “pequena agroindústria”, “agroindústria familiar”, “pequeno estabelecimento de industrialização de alimentos”, “agroindústria de pequena escala”, “agroindústria caseira” e “agroindústria artesanal”.

<sup>7</sup> Mariot (2002) apresenta um interessante resgate do conceito de produto agroalimentar típico, definindo-o como “Produto processado obtido em pequena escala ao nível da propriedade rural ou pequenas indústrias rurais, usando matérias primas locais e tecnologia de elaboração tradicional.”.

processamento das matérias-primas agrícolas para plantas industriais com capacidade de escala dentro do espírito da legislação sanitária que visava preparar o setor para o mercado nacional ou externo.

É neste contexto que, na década de 90 do século XX, surgem programas de estímulo a agroindústrias familiares em todo país, buscando a legalização dos empreendimentos de processamento artesanal de alimentos, através de investimento em instalações e equipamentos, exigidos pela legislação sanitária vigente.

Diversos estudos tem mostrado que as agroindústrias familiares, de modo geral, tem encontrado dificuldades para sua consolidação. Dentre estes fatores, pode-se citar como fundamental a incompatibilidade da escala de produção das agroindústrias familiares com as exigências dos grandes circuitos de mercado, pautados pela padronização e regularidade no fornecimento. O argumento de que o foco deve ser os circuitos locais/regionais de produção, distribuição e consumo, evitando disputar mercado com as grandes empresas do setor agro-alimentar (Maluf, 2004) tem se demonstrado inconsistente diante do investimento na implantação de agroindústrias familiares, o que leva a necessidade de aumentar a escala de produção para além da capacidade do mercado local/regional (Silveira; Heinz, 2005). Tal investimento calcado no princípio da legalização, desconsidera os reconhecidos problemas de disponibilidade de matéria-prima, mão-de-obra e capital, carência de equipamentos e instalações apropriados a escala desejável, a falta de organização política, administrativa e comercial, pouca disponibilidade de infra-estrutura pública, a inadequação e o desconhecimento das legislações sanitárias, fiscal e tributária. Segundo Prezotto (1999), uma das grandes dificuldades enfrentadas para viabilização das agroindústrias advém dos termos da legislação sanitária vigente, esta orientada para uma grande escala de produção e elevado tempo entre produção e consumo (Silveira; Zimermann, 2004).

Em decorrência das restrições à legalização, especialmente junto às esferas estadual e federal, verifica-se a manutenção da produção artesanal de alimentos na informalidade.<sup>8</sup> Neste contexto, as agroindústrias familiares tendem a restringir-se ao mercado local recorrendo, freqüentemente, a venda na propriedade ou feiras de produtores, o que obstaculiza uma pretensão de aumento da oferta.

A pressão da legislação sanitária vigente leva a um processo de substituição de procedimentos artesanais de produção por procedimentos industriais, onde

o fundamento é a padronização do produto, a garantia de que aquela marca não apresenta variação nem em qualidade, nem em características do produto, devido a procedimentos técnicos e operações maquinícias sob rígido controle, enquanto o artesanal é o império do como fazer, da variável humana, da diferenciação (Silveira ; Heinz, 2005).

Deste modo, a busca da legalização leva à perda do diferencial do produto artesanal e despotencializa o apelo ao turista rural, geralmente, um urbano em busca de produtos diferenciados aos ofertados no mercado de massa.

Identifica-se, neste aspecto, uma primeira aproximação na relação entre o Turismo rural e a viabilização de Agroindústrias Familiares. O que interessa ao turista rural é o produto diferenciado, sendo a produção artesanal e a visita à unidade de

---

<sup>8</sup>Para Raupp (2005) o principal gargalo para o estabelecimento da agroindústria está na inflexibilidade da legislação diante de uma pequena escala de produção e um consumo quase imediato, que é a situação da produção artesanal desenvolvida na agricultura familiar. A legislação exige que os estabelecimentos sejam padrões, independentemente da quantidade produzida neste estabelecimento. Assim associando-se a qualidade à estrutura física, a legislação condena esta produção artesanal à informalidade, pois seria necessário um grande investimento para sua regularização.

produção fator importante, enquanto a política de legalização de agroindústrias familiares leva à padronização dos produtos, através do atendimento de requisitos legais.

Para o circuito de turismo rural, as unidades produtivas servem de cenário para diversas atividades que constituem este segmento, onde o turista interage com o meio. Destaca-se a oferta de diversas atividades, como as variadas formas de lazer, demonstrações tecnológicas, de produção e comercialização de artesanato e de produtos agropecuários (transformados ou *in natura*), além de serviços turísticos diferenciados, disponíveis isoladamente ou em conjunto.<sup>9</sup>

Tal sentido da atividade turística está associada a revalorização do ambiente rural que dá-se tanto por referência ao seu componente “natural” quanto “social”.<sup>10</sup> Froehlich (2002) identifica a formação de um novo imaginário social sobre o mundo rural que assume, assim, uma nova legitimidade. A valorização do espaço rural pode gerar uma motivação turística para um grupo particular de pessoas:

Pessoas cansadas da despersonalização das grandes cidades e que buscam nos ambientes rurais um modo de vida mais autêntico. O excesso de paisagens construídas das metrópoles leva a uma busca pela paisagem natural. A mesmice dos produtos padronizados dá lugar a uma busca de produtos com identidade própria, com vínculos locais. Consumidores cansados com o desencantamento das ofertas tradicionais buscam produtos que remetam ao lúdico, que tenham a capacidade de fazer sonhar. Paralelamente a ânsia pelo novo há uma nostalgia do passado. (Alves, 2004, p.20)

Neste contexto tornam-se freqüentes as iniciativas de “viagens” de turistas provindos do meio urbano em busca das singularidades naturais ou culturais do rural, dando origem ao ecoturismo (onde o atrativo valorizado é a beleza natural), turismo de aventura, agroturismo (valorizado o modo de vida rural), turismo étnico-cultural ou gastronômico.<sup>11</sup>

Embora as referências conceituais institucionais do turismo rural no Brasil enfatizem o componente de compartilhamento do modo de vida e visita à unidade de produção dos agricultores familiares (colocando-se, então, como modalidade de agroturismo), entende-se que, para fins deste trabalho, convém considerar o turismo rural de forma mais ampla, como toda viagem com busca aos atrativos naturais ou culturais singulares de um dado espaço rural.

<sup>9</sup> Segundo o Ministério do Turismo (2004) a prática do Turismo Rural que busca sua consolidação no Brasil e, em outros países, vem proporcionando alguns benefícios, como: a diversificação da economia regional, pelo estabelecimento de micro e pequenos negócios; melhoria das condições de vida das famílias rurais; interiorização do turismo e diversificação da oferta turística; diminuição do êxodo rural e promoção de intercâmbio cultural; conservação dos recursos naturais; geração de novas oportunidades de trabalho; melhoramento da infra-estrutura de transporte, comunicação, saneamento, dos equipamentos e dos bens imóveis; criação de receitas alternativas que valorizam as atividades rurais; relação direta do consumidor com o produtor que consegue vender, além dos serviços de hospedagem, alimentação e entretenimento, produtos *in natura* (frutas, ovos, verduras) ou beneficiados (compotas, queijos, artesanato); integração das propriedades rurais e comunidade e valorização das práticas rurais, tanto sociais quanto de trabalho. Para o caso do enoturismo ver Locks e Tonini (2005).

<sup>10</sup> Para Santana (1998, apud Riveros; Blanco, 2003) a demanda pelo turismo rural se caracteriza por dois tipos de turista: aquele interessado nas imediações físicas e recreacionistas do local e aquele que é atraído pela cultura local propriamente dita.

<sup>11</sup> O turismo rural vem crescendo no Brasil com características diferenciadas. Na maioria dos casos, ocorre de forma empírica confundindo-se em múltiplas concepções, manifestações e definições, sendo denominado, também, de agroturismo, ecoturismo, turismo de interior, turismo no espaço rural, alternativo, endógeno, verde, campestre, agroecoturismo ou ecoagroturismo entre outras.

## **2.2. Turismo e Agroindústria Familiar na Quarta Colônia**

Na Quarta Colônia<sup>12</sup> – situada na região Central do RS - a produção agroindustrial caseira faz parte do “modo de vida” das famílias entretanto, na história local, verifica-se que há um abandono da produção artesanal de vinho e aguardente em determinado momento, em virtude da fiscalização através da qual os poderes públicos reprimiram a comercialização informal, ocasionando o estrangulamento do mercado o que tornou tal produção desinteressante para os agricultores. Percebe-se que a concorrência com outras atividades demandantes de recursos humanos e de capital, bem como, os problemas agronômicos nas culturas da cana e da uva, contribuíram, também, ao seu declínio<sup>13</sup>.

No que se refere à produção agroindustrial, destaca-se o programa “Sabor Gaúcho” do Governo do Rio Grande do Sul, desenvolvido nos anos de 1999-2002, responsável pela qualificação e re-estruturação da produção artesanal. A adesão em favor da proposta de implantação de agroindústrias familiares foi significativa, gerando grande número de unidades de produção em diferentes estágios tecnológicos e em situações diversas em relação ao cumprimento de requisitos legais. Importante ressaltar que muitas das agroindústrias atuais voltadas ao mercado são oriundas deste período do final do século XX e não constituem uma produção tradicional herdada dos antepassados.

Na região em análise, a maioria das iniciativas em prol do desenvolvimento do turismo rural são relativamente recentes e vem sendo coordenadas pelo PRODESUS<sup>14</sup>, constituem, potencialmente, em fator estimulador do investimento de agricultores na produção artesanal.

### **2.2.1. O Caso do Vinho e da Aguardente<sup>15</sup>**

A produção de vinho foi identificada em 13 unidades produtivas. Nestas 4 unidades agroindustrializam somente vinho, 4 associam a produção do vinho com a aguardente (cachaça) e as demais juntamente com o vinho produzem açúcar mascavo, salame ou geléias. A produção de vinho é feita predominantemente com matéria-prima advinda na própria unidade produtiva<sup>16</sup> (cultivam, em média, 1,25 ha de uva) e envolve membros da família observando-se que somente um produtor declara integrar trabalhador contratado na produção de vinho.

No caso da aguardente, observa-se que apenas 3 das 10 unidades analisadas agroindustrializam somente cana-de-açúcar em aguardente. Em 5 delas ocorre também a

<sup>12</sup> O nome Quarta Colônia faz referência à colonização italiana que foi predominante na ocupação destes territórios.

<sup>13</sup> Tais informações são baseadas em projeto de pesquisa intitulado “Diagnóstico e Cadastro das Unidades de Produção de Hortigranjeiros e de Produtos Coloniais da Microrregião da Quarta Colônia e Estudo Regional de Mercado na Região Central do Estado”, financiado pela FAPERGS pelo edital PROCOREDES, em fase de conclusão pela equipe autora deste artigo.

<sup>14</sup> Programa de desenvolvimento sustentável da Quarta colônia coordenado pelo CONDESUS, conselho de desenvolvimento sustentável da Quarta colônia que abrange a nove municípios.

<sup>15</sup> A análise aqui realizada se apoia no escopo do projeto “Diagnóstico e Cadastro das Unidades de Produção de Hortigranjeiros e de Produtos Coloniais da Microrregião da Quarta Colônia e Estudo Regional de Mercado na Região Central do Estado”, financiado pela FAPERGS. As unidades produtivas levantadas pertencem a cinco municípios da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul: Agudo, Ivorá, Nova Palma, Dona Francisca e Silveira Martins. Os dados foram coletados a campo diretamente com cada produtor por equipe do projeto, no período de abril a agosto de 2005.

<sup>16</sup> Nove dos treze casos declararam utilizar exclusivamente uva cultivada na propriedade.

fabricação do vinho e em 2 delas a aguardente é produzida juntamente com o processamento do leite em queijo. Em todas as unidades que fabricam cachaça há plantios de cana-de-açúcar. Em alguns casos ocorre a eventual compra de cana-de-açúcar de vizinhos. A cana-de-açúcar ocupa dentro das unidades produtivas uma área que varia de 0,5 ha a 3 ha e é utilizada, também, para a alimentação dos animais.

Em 7 das 13 unidades produtivas o início da produção de vinho se deu após a ano de 1990 e, em 4 após 1995, o que corrobora a hipótese de uma produção bastante recente. Também no caso da aguardente em 5 das 10 unidades a produção inicia-se após o ano de 1990, o que evidencia que embora haja tradição familiar na produção, não constitui um produto que fazia parte do rol de atividades tradicionalmente realizadas, mas re-valorizado em contexto específico de estímulo à agroindústria familiar e seus produtos. Ao observarem-se os dados relativos aos casos estudados, nota-se o início recente da agroindustrialização, ao mesmo tempo, nota-se que a origem da receita nem sempre é “familiar”. Isto leva a perceber que nem todas as unidades examinadas correspondem imediatamente ao imaginário de atividade incorporada à “tradição familiar”, seja porque a receita - e possivelmente tecnologia e equipamentos utilizados na produção - são “atualizados” e provém “de fora”, seja porque a atividade é descontínua no tempo. Considerando que o turista procura a materialização de suas referências sobre um passado idílico e que, no caso do turismo rural, há benefícios em associar o produto à demonstração de seu “modo de fazer”, coloca-se o desafio de recuperar o caráter artesanal, histórico específico do local, da produção agroindustrial.

Na década de 90 inicia-se uma articulação regional em prol do turismo rural, com base na oportunidade de mercado propiciada pelo novo contexto social. O Turismo rural na Quarta Colônia passa a ser um apelo de marketing que, potencialmente, amplia o mercado para esta produção artesanal.

A escala de produção de vinho varia de 800 a 10.200 litros anuais onde 9 das 13 unidades produtivas produzem menos de 3.000 litros anuais. O preço médio praticado para cada litro de vinho vendido é de R\$ 2,96, sendo que varia de R\$ 2,00 a R\$ 3,50. A venda da produção de vinho é feita em 9 casos diretamente para o consumidor que vem na propriedade; somente 1 produtor relata vender seu vinho em feira e 3 produtores além de venderem nas propriedades, vendem também para pequenos mercados. No que tange a qualidade dos seus produtos, 5 dos 13 entrevistados consideram seu vinho “bom”, 5 ainda citaram a “pureza”, que condiz a não adição de químicos e açúcar à bebida.

No caso da aguardente, a escala de produção varia de 1.000 a 8.000 litros. Das unidades pesquisadas, 6 produzem menos de 3.500 litros/ano de aguardente, em duas a produção está entre os 3.500 e 8.000 litros anuais de aguardente e, em outras 2 ocorre a fabricação de 8.000 litros/ ano. Em 9 dos 10 casos investigados a comercialização é feita diretamente na propriedade, com venda direta para o consumidor. Em 3 casos há referência de venda para pequenos mercados, em 2 casos para atravessadores e 1 caso para pequenos bolichos. Essa comercialização é feita, geralmente, em embalagens de 2 litros (pet), que são reaproveitadas pelos consumidores. O preço de venda da cachaça varia de R\$ 2,00 a R\$ 3,10 o litro, com média de venda R\$ de 2,67. Diferentemente do caso do vinho, aqui o preço do produto está um pouco acima do praticado pelas marcas de aguardente industrial, que não possuem as qualidades degustativas das cachaças artesanais. As características mais citadas entre os entrevistados foram a qualidade de ser “pura” e “boa”. Alguns fazem referência a não utilização de agrotóxicos na cana, o que deixa a cachaça “natural”.

Com base nos dados mencionados, pode se observar que a produção de aguardente de cana-de-açúcar, atualmente, é de caráter artesanal, comercializada em

pequena escala, para atender amigos, vizinhos e pequenos mercados dentro no mesmo município. Tal fato permite afirmar que investimento em marcas locais com um sistema de certificação da qualidade, apoiado em uma estratégia de marketing pode significar a potencialização desta atividade articulada com programas de turismo rural. O mesmo vale para o vinho, onde já há indícios de um maior investimento em estrutura e qualificação do produto.

### **3. CONSIDERAÇÕES SOBRE AS POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL E SUA RELAÇÃO COM A POTENCIALIZAÇÃO DAS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES**

Pelo examinado anteriormente, as políticas públicas em relação a produção artesanal de derivados de origem animal e vegetal deveriam alterar o seu foco: da legalização, ponto fundamental para busca de mercados mais amplos e distantes, para uma estratégia de qualificação<sup>17</sup> e certificação<sup>18</sup>.

A certificação pode alicerçar-se no controle social, onde a constituição de um selo de qualidade apoia-se na credibilidade das instituições que o concedem e regulam. Tal certificação assume um papel estratégico para programas de turismo rural que podem ter como dinamizador e fator de atração produtos da chamada agroindústria familiar.

No desenvolvimento destas iniciativas, e especialmente na seleção das unidades a integrar em um programa de turismo rural, convém considerar que, ao buscar o típico o turista procura o passado, porém é questionável se é realmente uma volta ao passado (com suas restrições das técnicas e métodos de produção característicos) que ele procura. Assim, entende-se que o turista busca uma aproximação do modo de vida e das técnicas de produção de alimentos que guarda em seu imaginário sem que isto constitua, necessariamente, um retorno ao rudimentar. Esta “qualificação” e “recriação do tradicional” pode requerer conhecimentos e investimentos que geralmente não estão ao alcance dos agricultores familiares mais pobres, os quais se deseja beneficiar com os projetos de desenvolvimento.

Por outro lado, deve-se considerar a localização das unidades de produção a serem integradas ao programa de turismo porque se a visitação às instalações e o conviver com a realidade da família agricultora assumem papel importante, certamente, terão maior potencialidade aquelas de mais fácil acesso ao turista. Ainda, se considerar-se que a gastronomia tem um potencial agregador que pode ser explorado, através de comidas típicas, cafés coloniais ou sessões de degustação, constata-se que esta estratégia é obstaculizada para unidades onde as condições das estradas são de difícil acesso ou muito distantes dos pontos centrais de um circuito turístico. Tais pontos estão comumente associados a existência de infra-estrutura de hotéis, restaurantes, patrimônio cultural e pontos de visitação relacionados a manifestações artísticas.

Argumenta-se, para finalizar, da existência de uma relação sinérgica positiva entre turismo rural e agroindústria familiar no rural., mas coloca-se que esta está condicionada a um repensar das estratégias das políticas públicas em relação à produção

---

<sup>17</sup> Uma qualificação normativa, que parte de parâmetros mínimos de qualidade sanitária e avança no sentido de apresentar ao consumidor toda a gama de aspectos da qualidade ampla, re-definindo processos de produção e os monitorando, ao invés de pautar-se na presença de equipamentos e instalações (Silveira; Heinz, 2005).

<sup>18</sup> Sobre questão da certificação para produtos de origem agroindustrial, ver Coutinho (2002) e Zarco (2002).

artesanal, pois esta deve permanecer como capaz de oferecer produtos diferenciados dos produtos da grande indústria, visando manter o apelo de consumo ao turista rural. Hoje, percebe-se que há uma ameaça de descaracterização desta produção artesanal pela adoção de processos industriais de produção exigidos na legislação sanitária vigente. Do mesmo modo, sugere-se que as expectativas dos turistas devem ser consideradas, operando-se uma “recriação” das agroindústrias rurais tradicionais.

#### **4.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ALVES, H. F. I. **Turismo e Desenvolvimento** – A dimensão cultural. Santa Maria: CPGExR/ UFSM. Dissertação de Mestrado. 2004.
- COUTINHO, Edilma. Laços entre território e qualidade da cachaça. In: Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, XL, Passo Fundo, 2002. **Anais...** Brasília: SOBER, 2002. CD ROM.
- DEL GROSSI, M. E.; SILVA, J. G. da. Ocupações e rendas rurais no Brasil. In: ORNAs, ocupações rurais não agrícolas. **Anais:** oficina de atualização temática. Londrina: IAPAR, 2000. 217p. p.35-54
- FROEHLICH, J. M. **Rural e Natureza:** a construção social do rural contemporâneo na região central do Rio Grande do Sul. 2002. Tese (Doutorado) – CPDA, UFRRJ, Rio de Janeiro, 2002.
- LAMARCHE, H. (Coord.) **A Agricultura Familiar:** comparação internacional. Campinas: Editora da UNICAMP, 1998. v.2: Do mito à realidade
- LOCKS, E. B. D.; TONINI, H. Enoturismo: o vinho como produto turístico. **Turismo em Análise**, v.16, n.2, p.157-173, nov. 2005.
- MALUF, R. Mercados Agroalimentares e a Agricultura Familiar no Brasil: Agregação de Valor, Cadeias Integradas e Circuitos Regionais, Porto Alegre, **Ensaios FEE**, V.25, Nº 01, Abril de 2004
- MARIOT, E. J. **Produtos Agroalimentares Típicos (Coloniais):** situação e perspectivas de Valorização no município de Urussanga, Santa Catarina, Brasil. Vila Real: Março de 2002. Dissertação ( Mestrado Internacional em Gestão do Desenvolvimento Rural) Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Universidade de Santiago de Compostela.
- MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Manual do Plano Safra da Agricultura Familiar 2003/2004.** 2003.
- MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Programa de Turismo Rural na Agricultura Familiar.** 2004.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil.** 2004.
- MIOR, L. C. **Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural.** Chapecó: Argos, 2005.
- PAULILO, M. I. S. **Produtor e agroindústria:** consensos e dissensos. Florianópolis: Editora da UFSC; Secretaria do Estado da Cultura e do Esporte, 1990.
- PREZOTTO, L. **A Agroindústria Rural de Pequeno Porte e o seu Ambiente Institucional Relativo à Legislação Sanitária.** 1999. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Curso de Pós-graduação em Agroecossistemas, UFSC, 1999.
- PREZOTTO, L. L. Qualidade ampla: Referência para a pequena agroindústria rural inserida numa proposta de desenvolvimento regional descentralizado. Colóquio Internacional sobre Transformações Territoriais, 3, 2000. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2000.

- PREZOTTO, L. L. Legislação Sanitária: limitações e possibilidades para a pequena agroindústria. In: “VII Curso de implementação de programas de verticalização da pequena produção familiar”. **APROVE**. Brasília/DF, agosto de 2002. p 10-24.
- PRODESUS, **Roteiros Integrados de Turismo Rural, Cultural e Ecológico**: Quarta Colônia de Imigração Italiana RS.
- RAUPP, A. K. **Políticas Públicas e Agroindústria de Pequeno Porte da Agricultura Familiar** – considerações de experiências do Rio Grande do Sul. Rio de Janeiro: UFRRJ, Departamento de Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, 2005. Disertação de Mestrado.
- RIVEROS, S. H.; BLANCO, M. M. **El agroturismo, uma alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local**. Lima: IICA:PRODAR, 2003.
- SANTOS, C.R. A. dos. **A alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa**. História: Questões & Debates, Curitiba, n.42, p.11-31, 2005.
- SILVA, J. G. da. Tecnologia e Campesinato. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v.3, n.4, p.21-56, out./dez. 1983.
- SILVA NETO, B.; FRANTZ, T. R. Avaliação e Caracterização Sócio-Econômica dos Sistemas Agrários do Rio Grande do Sul. Ijuí: DEAG/ UNIJUI, 2001. Relatório Preliminar.
- SILVEIRA, P. R. C. da. ; ZIMERMANN, S. A Qualidade em Circuitos Regionais de Produção de Alimentos numa Perspectiva de Segurança Alimentar, em: FROELICH, M.; DIESEL, V. **Espaço Rural e Desenvolvimento Regional**. Ijuí: ed.UNIJUÍ, 2004.
- SILVEIRA, P. R. C. da.; HEINZ, C. Controle de qualidade normativo e qualidade ampla: princípios para re-estruturação e qualificação da produção artesanal de alimentos. Seminário sobre Agroindústria Familiar e Desenvolvimento Rural, São Luis Gonzaga-RS, 2005. **Anais...** São Luis Gonzaga: UERGS, 2005. CD-ROOM,
- ,SORJ, B. **Estado e Classes Sociais na Agricultura Brasileira**. 2 ed. Rio e Janeiro: Guanabara, 1986.
- VIEIRA, L. F. Agricultura e agroindústria familiar. **Revista de Política Agrícola**, Brasília, v.7, n.1, p.11-23, jan./março 1998. Disponível em: <http://www.embrapa.br>
- WILKINSON, J. Mercosul e Produção Familiar: Abordagens Teóricas e Metodológicas, **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, CPDA-UFRRJ, Nº 08, Abril de 1997.
- ZARCO, A. I. ¿Qué Asocia el consumidor a la denominación de origen ?: La imagen como factor clave en la competitividad de las empresas agroalimentarias. **Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario**, n. 6, p. 147-163, 2002.