



O TURISMO E A HOSPITALIDADE NO CONTEXTO RURAL: UMA ANÁLISE DAS FAZENDAS HISTÓRICAS DE ITU – SP

Natália Salvate Brasil

Doutoranda do Programa de Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS, Brasil

nataliasbrasil@yahoo.com.br¹

Alissandra Nazareth de Carvalho

Professora Adjunta da Universidade Federal de Ouro Preto, MG, Brasil

alissandracarvalho@yahoo.com.br²

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Natália Salvate Brasil y Alissandra Nazareth de Carvalho (2016): "O turismo e a hospitalidade no contexto rural: uma análise das fazendas históricas de Itu – SP", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 20 (junio 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/itu.html>

Resumo: Em um contexto em que características como identidade cultural e singularidade são cada vez mais valorizadas por determinados grupos de turistas, o turismo rural tem se destacado, através dos símbolos e aspectos da hospitalidade, como atividade turística alternativa capaz de atrair um perfil de consumidores mais reflexivos e interessados na cultura, tradição e modo de vida das comunidades locais. Desta forma, o presente artigo objetiva analisar como os aspectos da hospitalidade constituem um grande atrativo turístico e possibilitam a inserção do turismo no meio rural, contribuindo para diversificação de suas atividades e o consequente aumento da renda de sua população, possivelmente amenizando os impactos sobre estas áreas. O trabalho foi realizado em propriedades rurais que desenvolvem atividades turísticas, localizadas no município de Itu. A análise dos dados coletados nas fazendas selecionadas permitiu inferir que os símbolos da hospitalidade, caracterizados pela história, a cultura, a gastronomia e a tradição, junto a outros aspectos que interferem no bem receber, como o layout do local e a acessibilidade, formam o pilar de sustentação do turismo rural. Este, por sua vez, se tornou a principal ou a única atividade econômica desenvolvida pela maioria das propriedades estudadas, devendo ser encarado como atividade não agrícola de grande importância para o meio rural em transformação.

Palavras-chave: Turismo rural, Hospitalidade, Fazendas históricas, Itu.

Resumen: En un contexto en el que las características tales como la identidad cultural y la singularidad son cada vez más valorados por ciertos grupos de turistas, el turismo rural ha sido destacado por los símbolos y los aspectos de la hospitalidad como alternativa turística capaces de atraer el perfil de un consumidor más reflexivo e interesados en la cultura, la tradición y la forma de vida de las comunidades locales. Por lo tanto, este artículo pretende analizar cómo los aspectos de la hospitalidad son una atracción turística importante y permitir la inclusión del turismo en las zonas rurales, lo que contribuye a la diversificación de sus actividades y el consiguiente aumento de los ingresos de la población, posiblemente, la mitigación de los impactos sobre estas áreas. El trabajo se llevó a cabo en las granjas que se desarrollan las actividades turísticas, que se encuentra en la ciudad de Itu. El análisis de los datos recogidos en las granjas seleccionadas permitió inferir que los símbolos de la hospitalidad, que se caracteriza por la historia, la cultura, la gastronomía y la tradición, junto con otros aspectos que interfieren con el derecho a recibir, como el diseño del sitio y la accesibilidad, forman el pilar del turismo rural. Esto, a su vez, se ha convertido en la principal o la única actividad económica desarrollada por la mayor parte de las propiedades estudiadas y debe considerarse como una actividad no agrícola de gran importancia para el campo en transformación.

¹ Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de São Carlos, campus Sorocaba, São Paulo, Brasil, Mestre e Doutoranda em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS, Brasil.

² Doutora em Geografia, Mestre em Turismo e Hotelaria, Especialista em Turismo e Hotelaria e Graduada em Administração.

Palabras clave: Turismo rural – Hospitalidad - Granjas históricas - Itu.

TOURISM AND HOSPITALITY IN RURAL CONTEXT: AN ANALYSIS OF HISTORICAL FARMS ITU – SP

Abstract: In a context where features such as cultural identity and uniqueness are increasingly valued by certain groups of tourists, rural tourism has been highlighted, by the symbols and aspects of the hospitality, as an alternative tourism able of attracting a profile of consumers more reflective and interested in culture, tradition and way of life of the local community. Thus, this article aims to analyze how aspects of hospitality compose a big tourist attraction and enable the integration of tourism in rural areas, contributing to diversification of its activities and the consequent increase in the income of its population, possibly mitigating the impacts on these areas. The research is a result of the project that the object was the analysis of farms that develop tourist activities, located in the city of Itu. From interviews and observation techniques, the analysis of data collected in selected farms may infer that the symbols of hospitality characterized by the history, culture, gastronomy and tradition, along with other factors related to hospitality, as site layout and accessibility, form the mainstay of the rural tourism. This, in turn, became the main or sole economic activity developed by most of the properties studied and should be regarded as an important non-agricultural activity for rural in transformation.

Key-words: Rural tourism – Hospitality - Historic farms - Itu.

1 INTRODUÇÃO

No mundo atual contemporâneo, a identidade cultural e a singularidade tem sido características muito valorizadas por determinados grupos de indivíduos. Estes, enquanto turistas, estão cada vez mais interessados na preservação do patrimônio cultural e natural e na interação com as comunidades que visitam, além de serem mais reflexivos em relação às consequências de seu consumo. Neste cenário, observa-se a emergência de um novo perfil de turista, que gera uma demanda que, muitas vezes, busca atividades de turismo no meio rural e, principalmente, sua hospitalidade.

O espaço rural, por sua vez, muito além de provedor de alimentos, tem vivenciado a crescente introdução de atividades não agrícolas com a finalidade de gerar renda e trazer benefícios sociais às populações. Através de suas características peculiares, como a hospitalidade e seus materiais simbólicos (gastronomia, cultura, modo de vida, patrimônio histórico), o turismo tem se posicionado como uma opção interessante para estes produtores rurais que visam diversificar suas atividades.

Desta forma, o presente trabalho buscou analisar como os aspectos da hospitalidade constituem grande atrativo turístico e possibilitam a inserção do turismo no meio rural, contribuindo para a diversificação de suas atividades e o consequente aumento da renda de sua população e para amenizar os impactos sobre estas áreas. Lançando mão de uma discussão teórica pautada em temas como o novo paradigma do meio rural, o turismo rural e a hospitalidade e seus símbolos; pretendeu-se analisar a dinâmica da hospitalidade rural, destacando seus símbolos a fim de justificar o seu crescimento, bem como a sua relevância.

Este artigo é resultado de um projeto desenvolvido por uma modalidade de treinamento e extensão na Universidade Federal de São Carlos, para alunos de graduação, intitulado “Percepções sobre turismo rural em fazendas de Itu/SP: questões de teoria e prática operacional acerca da hospitalidade”, realizado pelas autoras no Departamento de Geografia, Turismo e Humanidades, do *campus* Sorocaba.

O estudo selecionou seis propriedades que desenvolvem atividades de turismo em Itu (estado de São Paulo) como objeto de pesquisa. Tal região possui um rico patrimônio histórico-cultural remanescente dos ciclos do açúcar e do café, bem como do período das Bandeiras. As fazendas, que algumas datam do século XVIII, passaram a desenvolver atividades turísticas como opção para complementar a renda de seus proprietários ou até para ser a única e principal fonte de recursos destes. A escolha das propriedades foi baseada na facilidade de acesso, em virtude das proximidades dos limites do *campus* Sorocaba, da Universidade Federal de São Carlos, onde as autoras do presente trabalho realizavam suas atividades acadêmicas, e dos recursos disponíveis para a realização do projeto.

Os dados foram coletados a partir de um roteiro de entrevista e observação, aplicado nas visitas às propriedades, com o objetivo de levantar os aspectos que poderiam interferir na

hospitalidade local, como *layout*, a acessibilidade, a estrutura, a cultura local, a qualificação dos funcionários, a oferta gastronômica, a tradição, entre outros.

Através dos resultados alcançados conclui-se que, neste cenário, a atividade turística vem se destacando devido às suas peculiaridades, como a hospitalidade, a ruralidade, a cultura e a gastronomia, cada vez mais valorizadas por um perfil de turista reflexivo e interessado no singular, na identidade cultural, na fuga do cotidiano e da vida nas cidades, na interação com as comunidades locais e na preservação do meio ambiente. Assim, os símbolos e aspectos da hospitalidade formam um pilar de sustentação do turismo rural, o qual tem sido cada vez mais valorizado como atividade não agrícola capaz de complementar a renda das populações rurais e diminuir os impactos negativos trazidos pela inserção do capital em suas estruturas.

2 UM NOVO ESPAÇO RURAL

Ao longo de muitos anos, no Brasil, principalmente a partir da década de 1970, o espaço rural vem passando por intensas modificações que alteraram seu modo de produção e suas estruturas sociais. A inserção do capital no campo, seguida dos processos de industrialização e urbanização, contribuiu incisivamente nestas mudanças e revelou uma nova dinâmica socioeconômica no rural. Schneider (2006, p: 3), ao discorrer sobre os efeitos da globalização na agricultura e no meio rural explica que:

[...] abrem-se os mercados, aceleram-se as trocas comerciais e intensifica-se a competitividade, agora tendo por base poderosas cadeias agroalimentares que monopolizam a produção e o comércio atacadista em escala global, restringindo a participação nestas relações de troca de imensas regiões produtoras [...] (SCHNEIDER, 2006, p: 3).

Ou seja, o processo de modernização tecnológica dos meios de produção agrícola, iniciado na década de 1970 através dos Governos Militares, promoveu uma grande melhoria econômica na produção do campo. Passou-se, então, a produzir maior quantidade num espaço de tempo reduzido, o que favoreceu os grandes produtores agrícolas. Entretanto, como consequência deste avanço, os postos de trabalho no meio rural foram visivelmente reduzidos e a produção de algumas pequenas propriedades tornou-se inviável pela competitividade com os grandes produtores, gerando uma reordenação da vida no campo.

De acordo com Wanderley (2000, p: 91), o “sucesso, inegável, da modernização da agricultura gerou, paralelamente, suas próprias crises” (WANDERLEY, 2000, p: 91), a partir dos anos 80. Estas crises, por sua vez, não foram somente de cunho econômico, mas de ordem social, cultural e ambiental.

Os impactos gerados através destas constantes alterações no meio rural como o êxodo, a mudança nos modos de produção das populações, a sobreposição da cultura urbana perante a rural, os riscos ambientais e à saúde provenientes do uso indiscriminado de insumos químicos (WANDERLEY, 2000, p: 92), levaram à busca de novas atividades que pudessem agregar renda e melhorar a qualidade de vida destas famílias.

Wanderley afirma que, nas sociedades modernas, o desenvolvimento do espaço rural depende da “[...] sua capacidade de atrair outras atividades econômicas e outros interesses sociais e de realizar uma profunda ‘ressignificação’ de suas próprias funções sociais”. (WANDERLEY, 2000, p: 92). Ou seja, o rural deixa de ser espaço restrito a produção agrícola, cumprindo somente suas funções agroalimentares, e passa a incorporar um conjunto de funções e a realizar diferentes atividades, se tornando um ambiente multifuncional. Denominadas como atividades não agrícolas, elas estão cada vez mais inseridas no contexto rural brasileiro e cooperam para amenizar os efeitos da globalização neste espaço.

Schneider (2006, p: 4) afirma que a partir destas alterações no campo “emerge uma nova concepção da ruralidade, que passa a ser um espaço em que o homem e o ambiente se integram através de múltiplos usos que são de caráter produtivo, social, lúdico, ambiental etc.”. E segundo Portuguez (2002, p: 71):

Iniciativas como a valorização da indústria familiar, o revigoramento do artesanato, o incentivo aos setores comercial e de serviços, a emergência do trabalho informal e a implementação de programas de

turismo alternativo, são apenas alguns exemplos mais notáveis (PORTUGUEZ, 2002, p: 71).

Neste contexto, a atividade turística no meio rural deve ser entendida como uma opção vantajosa no leque das ocupações não agrícolas desenvolvidas no meio rural com a finalidade de amenizar os impactos causados pela inserção do capital em suas estruturas. Além disso, outros fatores que favoreceram o crescente interesse da população urbana pelo meio rural, também permitiram o desenvolvimento do turismo no meio rural.

As mudanças nos padrões de consumo, que segundo Schneider (2006, p: 3) “voltam-se crescentemente as amenidades e aos bens não tangíveis”, tem favorecido cada vez mais o desenvolvimento da atividade turística no meio rural. Silva, Grossi e Campanhola (2005, p: 150) afirmam que, embora o processo de globalização tenda a homogeneizar produtos, padrões de consumo, costumes, entre outros, ele acaba reforçando o local no sentido de que “estimula a organização comunitária para que um lugar específico não seja excluído do processo de desenvolvimento e para que encontre o seu caminho de sustentabilidade” (SILVA, GROSSI E CAMPANHOLA, 2005, p.150). Desta forma, passa-se a valorizar o contato com a natureza e culturas tradicionais, o local e o singular.

A questão da qualidade de vida vem afetar direta e positivamente no crescimento do Turismo Rural. Wanderley (2000, p: 94) cita uma percepção que associa o meio rural a uma melhor qualidade de vida:

[...] os espaços rurais deixariam de ser prioritariamente produtivos para se tornarem *espaços de consumo*, voltados em especial para as atividades relacionadas às funções de *residência* e de *lazer*, que vão desde as diversas formas de turismo rural até a ocupação do campo por meio de residências permanentes ou secundárias. (WANDERLEY, 2000, p: 94)

Nesta mesma linha, Schneider e Fialho (2001, p: 31) afirmam que o estresse e o crescente custo de vida urbano decorrentes do crescimento intenso e desordenado das cidades fazem com que a população busque ambientes mais saudáveis e que, em busca desta qualidade de vida, de conforto e segurança, há uma expansão das residências secundárias e sítios de lazer, o que favoreceu a associação do ambiente rural com qualidade de vida.

Segundo Elesbão (2010, p: 153), essa “valorização do rural é motivada pela renovação do olhar dos cidadãos sobre o campo, desencadeada pelo turbulento processo de urbanização e pelas mazelas daí geradas” (ELESBÃO, 2010, p: 153). Ou seja, passa-se a idealizar um espaço rural romântico, onde as experiências e vivências através da atividade turística são cada vez mais demandadas.

Schneider e Fialho (2001, p: 31) citam ainda, como outros fatores que favoreceram as práticas do turismo rural, a melhoria das estradas e dos meios de comunicação que facilitaram o acesso a este ambiente, diminuindo o tempo de locomoção entre o meio urbano e rural.

Desta forma, todo o contexto descrito foi favorável ao desenvolvimento da atividade turística no espaço rural e, mesmo que esta não deva ser encarada como a resolução para todos os problemas do meio rural, poderá propiciar a criação de novos postos de trabalho no campo, evitando o êxodo e o inchaço das cidades; a elevação da renda da população rural e a valorização do patrimônio cultural e natural de cada região; e possivelmente implicará na qualidade de vida das famílias que o habitam.

3 TURISMO: NOVAS POSSIBILIDADES

Dentro desse contexto, o Turismo, atividade econômica ligada ao setor de serviços, pode ser compreendido como gerador de divisas, capaz de propiciar oportunidades de trabalho e renda, além de contribuir para a redução das desigualdades sociais em diversos locais de um território. Outrossim, geraria impactos positivos e negativos na economia “alterando a estrutura de trabalho, ativando e desativando diversos segmentos econômicos” (DIAS, 2003, p: 15), e influenciando diretamente diversos setores como os de “transportes, construção, obras públicas, lazer, entretenimento, entre outros” (DIAS, 2003, p: 15), além de indiretamente, afetar toda a sociedade. Com o impulso das novas tecnologias e as facilidades de comunicação e informação, a tendência seria de crescimento contínuo do turismo.

No entanto, apesar do crescimento previsto, estimulado por diversos fatores do modelo econômico atual, entre eles a redução dos custos do transporte, a revolução da comunicação e informação, e o encurtamento das distâncias entre diferentes pontos do globo, Zaoual indicaria uma tendência na modificação dos anseios de parte da demanda turística mundial (ZAOUAL, 2008, p: 3).

Segundo Henche (2006, p: 54), na Europa dos anos 1980, com uma nova estrutura social, as consequências do turismo de massa e as questões sobre o meio ambiente em constante ascensão, criou-se um contexto favorável ao surgimento de formas alternativas de turismo, mais individualizadas, especializadas e respeitadas com a natureza. A autora cita, ainda, que estes fatores também influíram no surgimento de uma demanda turística que busca o equilíbrio em ocupar seus momentos de ócio sem interferir na ordem ecológica natural (HENCHE, 2006, p: 54).

Esta demanda tornou-se, ao longo do tempo, mais exigente, variada e variável, focando-se mais aos aspectos ligados à qualidade, cultura e meio ambiente (ZAOUAL, 2008, p: 3). Buscam-se, na atualidade, locais que combinem autenticidade, intercâmbio cultural, harmonia com a natureza e a memória dos lugares visitados. Tais exigências caminhariam em direção contrária de um outro tipo de oferta de turismo crescente, o turismo de massa. Neste tipo de turismo, seria privilegiado o lucro imediato e a grande escala de operações e, com frequência, desconsideraria e seria destruída a qualidade dos sítios turísticos (ZAOUAL, 2008, p: 3).

A busca por um turismo alternativo, que expresse valores de cunho social, natural e cultural por meio de uma interação positiva e de compartilhamento de experiências, promovendo a conservação e seguindo critérios de desenvolvimento sustentável, desencadeou uma série de ramificações e segmentações na atividade turística (NEIMAN e FACO, 2010, p: 23), como, por exemplo, turismo verde, ecoturismo, turismo no espaço rural, turismo rural, turismo natural, turismo sustentável, entre outras.

Portanto, no intuito de facilitar a compreensão dos termos, será adotada neste artigo a definição de Olga Tulik (2010, p: 13) para turismo no espaço rural, que “abrange todas as manifestações de turismo nesse espaço”. E será considerado turismo rural, propriamente dito, aquele estreitamente relacionado ao ambiente rural (TULIK, 2010, p: 13), onde a ideia é trazer benefícios ao pequeno produtor, evitar o êxodo e promover o desenvolvimento local, ou seja, a atividade deve ser conceituada de forma que considere os “[...] atributos do que é, de fato, rural” (TULIK, 2003, p: 86-87).

Considera-se o desenvolvimento de atividades turística no meio rural como uma atividade econômica alternativa, visto que teria como objetivos principais a valorização da identidade, memória e cultura local, preservação e conservação dos bens materiais e imateriais, bem como uma possibilidade econômica de manutenção e permanência das comunidades no espaço rural. Admite-se que o espaço rural abrigaria características próprias relacionadas ao espaço geográfico, à paisagem, economia, comunidade e à cultura, e este não suportaria o desenvolvimento de uma atividade turística pautada no crescimento econômico descontrolado, como aconteceria com o segmento de turismo de massa. Seria necessário o desenvolvimento da atividade turística neste ambiente considerando um planejamento e desenvolvimento sustentável.

Esta atividade turística tem gerado grandes benefícios em diversos territórios rurais do país, como a dinamização social e econômica com a criação de postos de trabalhos, a agregação de valor a alguns produtos e serviços gerados em propriedades agrícolas e empreendimentos rurais, a valorização de manifestações culturais e do patrimônio rural, entre outros, fortalecendo então este segmento da atividade turística. No entanto, entende-se que o crescimento do turismo rural como atividade econômica acontece, no Brasil, ainda de forma desarticulada e com carência de rigor técnico e teórico.

Por fim, considera-se que a atividade turística possui características peculiares no espaço rural, como a hospitalidade, e ganha cada vez mais força num mundo globalizado que almeja melhorias em sua qualidade de vida. Grande atrativo do turismo rural, a hospitalidade se destaca pela simplicidade e pelo resgate às raízes culturais de cada região, bem como por seus símbolos: gastronomia, tradição, modo de vida, entre outros.

4 A HOSPITALIDADE E SUAS EXPRESSÕES NO TURISMO RURAL

A hospitalidade é um processo dinâmico muito além de simplesmente hospedar, que envolve profundas relações entre hospedeiros e hóspedes. De acordo com Camargo (2005, p: 24), a hospitalidade pode ser comparada a uma dádiva, visto que ambas são fatos sociais e se inserem na dinâmica de dar, receber e retribuir. A definição dada por Abreu (2003, p: 29) explicita

bem estas duas características. Segundo ele, a hospitalidade “pode ser definida como o atributo ou característica que permite aos indivíduos de famílias e lugares diferentes se relacionar socialmente, se alojar e se prestar serviços reciprocamente”. (ABREU, 2003, p: 29).

Assim, considera-se que o ato de receber indivíduos envolve diversas relações que vão desde a recepção até a retribuição, passando pela preparação e consumo de alimentos e bebidas, disponibilização de leito, conforto e entretenimento. A dinâmica de dar, receber e retribuir faz da hospitalidade um processo contínuo que, segundo Camargo (2005, p: 24), “alimenta o vínculo humano”.

Assim como a urbana, a hospitalidade rural também possui suas três vertentes: a comercial, a doméstica e a pública. Nos primórdios da hospitalidade a oferta de alimentos, bebidas e leito a viajantes estrangeiros era bastante comum. A hospitalidade doméstica era predominante. Esta envolve relações profundas entre hóspedes e anfitriões, já que este oferece seu lar e seus recursos ao seu “protegido”. Segundo Lashley (2004, p: 15), “A oferta de alimentos, bebidas e acomodação representa um ato de amizade, cria laços simbólicos e vínculos entre as pessoas envolvidas [...]”, que são bem característicos deste tipo de hospitalidade.

Entretanto, os novos modelos de sociedade, o aumento da densidade demográfica, a cada vez maior disputa por espaço e recursos, o desenvolvimento das comunicações e transportes e, conseqüentemente, o aumento dos deslocamentos turísticos nos remete a uma nova visão da hospitalidade, diferente das pioneiras. Houve a necessidade de se comercializar a oferta de hospitalidade.

O domínio comercial da hospitalidade traz a tona uma série de discussões. Camargo (2005, p: 24) menciona seis leis não escritas da hospitalidade como dádiva, baseado em Mauss. Uma delas diz que toda dádiva traz implícito algum interesse que deve ser “desinteressado” para não se tornar um negócio. Ora, o fundamento básico do comércio é o lucro, o interesse. Entretanto este tipo de hospitalidade pode ou não ser puramente interessado. Segundo Telfer (2004, p: 33), “é bem possível que o hospedeiro privado seja movido apenas por interesse próprio, enquanto o comercial seja motivado por preocupação com o bem estar dos seus hóspedes”. (TELFER, 2004, p: 33).

Outra questão a ser levantada é a retribuição monetária, que coloca em dúvida o processo sem fim da hospitalidade, pois segundo Lashley (2004, p: 19) “Raras vezes o hóspede pressente que os papéis serão invertidos e que ele se tornará anfitrião em outra ocasião. A troca financeira isenta o hóspede da obrigação mútua e da lealdade”. Isto afetaria outra lei não escrita da dádiva, de que sua oferta implica um sacrifício, ou seja, o anfitrião abre mão de algum bem para agradar seu hóspede.

Constitui-se assim, um dos grandes paradoxos da hospitalidade. Como incluir esta dádiva, que implica sacrifícios, relações e retribuições aos envolvidos, num sistema comercial, que visa primeiramente o lucro? Segundo Lashley (2004, p: 19), seria como “um hospedeiro doméstico oferecer a seu convidado um cálice de vinho, desde que pagasse por ele”. Esta questão pode ser considerada um dos grandes desafios de determinados segmentos de turismo alternativo: tratar os clientes como se fossem hóspedes domésticos.

Embora não se possa negar a existência de estabelecimentos de hospedagem voltados para o comércio e nem o fato de que estes possam ser bons hospedeiros, Costa (2004, p: 3) afirma que na hospitalidade rural “existe maior expressividade da hospitalidade privada do que da comercial”. Isto devido à associação cada vez maior entre o campo e a qualidade de vida, o sossego, a segurança, a sensação de estar em casa e, acima de tudo, devido ao acolhimento do espaço rural e as relações entre anfitrião e hóspede.

Além dos domínios comercial e privado da hospitalidade, destaca-se também o público. Esta outra vertente diz respeito, principalmente, aos ambientes públicos que recebem o visitante ou turista. Toda a atmosfera de um lugar, desde a facilidade e viabilidade de acesso até a beleza, influencia na sua hospitalidade e pode ser decisiva na escolha dos turistas. No espaço rural a hospitalidade pública “segue um padrão de urbanização mais simples, rústico, com menos poluição, menos violência, mais personalizado e com espaços de encontro tradicionais.” (COSTA, 2004, p. 3).

É coerente lembrarmos de que a qualidade das esferas comercial, doméstica e pública da hospitalidade varia de acordo com as expectativas, necessidades e estímulos do visitante. São cada vez mais comuns indivíduos, fugindo do estresse e da vida agitada das grandes capitais, buscarem ambientes bucólicos e simples para descansar. Esta posição pode ser confirmada por Rego e Silva (2003, p: 126), que dizem que:

A seleção desses estímulos dependerá das expectativas decorrentes da experiência prévia do turista, na familiaridade com a localidade ou na comunicação recebida por canais pessoais ou impessoais. Também dependerá das necessidades, desejos e interesses que motivam o turista em seu percurso pela localidade. (REGO e SILVA, 2003, p: 126).

Esta citação nos remete a algumas questões interessantes. A experiência prévia do turista é fator de grande influência na hospitalidade local. Quando ruim, é capaz de fazer com que o visitante nunca mais volte ao local, além de promover depoimentos negativos sobre ele. Se, ao contrário, trazer boas experiências, pode despertar no turista uma sensação de estar em casa, contribuindo para uma boa divulgação. Outro fato importante é o da familiaridade. Um exemplo simples é a motivação de turistas idosos em relação ao turismo rural. O estilo de vida rural, a culinária, os objetos, as tradições e os aspectos físicos deste ambiente, que um dia fizeram parte da vida deste idoso, serão muito atrativos a ele, por remontar a lembranças e sensações de um passado que talvez não o pertença mais. Rezende (2008, p: 9) cita que no turismo rural:

O caminho que levará o idoso à plena satisfação se dará por meio da visão da velha porteira de madeira, do carro de boi, do alambique, do monjolo, do lampião, das lamparinas, ou seja, de objetos que contam uma história, que lembram um modo de vida, que evocam imagens da infância. (REZENDE, 2008, p: 9).

Partindo em busca das características mais relevantes da hospitalidade rural, destaca-se uma série de símbolos que constituem o pilar do turismo neste ambiente, ou seja, o que representa a essência deste estilo de vida cada vez mais valorizado no mundo atual.

Selwin (2004, p: 36) cita os “alimentos e a honra” como materiais simbólicos da hospitalidade, ou seja, os elementos significativos que são vivenciados ou compartilhados. Considerando a “honra” como a cultura, o modo de vida e a história de cada região, conclui-se que, junto à gastronomia, estes símbolos da hospitalidade, no âmbito rural, são bastante peculiares e constituem os principais atrativos do turismo neste meio.

A alimentação pode ser considerada como a mais forte relação da hospitalidade. Joannès (1998, p: 56) cita que nas primeiras civilizações, todo e qualquer importante evento consolidava-se com uma refeição. Segundo o autor, uma reunião festiva de uma comunidade, um momento importante de uma cerimônia e as regras de comportamento são eventos propícios a banquetes na antiga Mesopotâmia. O ato de oferecer alimentos e compartilhá-los acaba se tornando o principal símbolo de hospitalidade, de bem receber.

A gastronomia rural se compõe a partir de produtos caseiros típicos como bolos, pães, doces, vinhos, café, sucos naturais, queijos, entre outros, sendo que a maioria destes deve ter relação com a cultura local e buscar a produção de acordo com os elementos característicos de tal região. Como exemplo é possível citar o café, elemento básico nas antigas fazendas do Vale do Rio Paraíba, no Brasil, que constitui o principal símbolo do turismo nesta região.

Assim como os vinhos e sucos marcam o Turismo Rural no Rio Grande do Sul. Blos (2001, p: 217), ao estudar o Turismo Rural em Lages, Santa Catarina, coloca como forma de interação com a produção local “o fornecimento de produtos alimentícios em pequena escala como queijos e outros derivados do leite”. A inserção destes elementos tradicionais na alimentação supõe uma relação maior entre hóspede e anfitrião, visto que o primeiro passa a ter contato com o modo de vida local e fazer parte dele, mesmo que por um momento.

Também símbolos da hospitalidade, a cultura local e o modo de vida no campo constituem grandes atrativos. As manifestações culturais, como festas juninas, festas em comemoração a boas colheitas, o folclore, a música, a religiosidade, o artesanato e as danças, assim como o cotidiano rural, incluindo o manejo de culturas agrícolas e pecuárias e as brincadeiras, entre outros, são apenas alguns exemplos de como estes materiais simbólicos da hospitalidade se expressam no meio rural.

Na maioria das vezes, estas características constituem o entretenimento no turismo local. Atividades como a pesca, a ordenha, a colheita e cavalgadas são bastante procuradas por turistas que buscam a interação com o meio. Também as festividades tradicionais, enquanto forma de expressão cultural, atraem muitos visitantes. Um exemplo é a Festa da Polenta, no município de Venda Nova do Imigrante, localizado no estado do Espírito Santo, no Brasil, conhecido pela

atividade do Agroturismo, que retrata a cultura dos descendentes de imigrantes italianos que habitam a região.

De acordo com Rodrigues (2001, p: 93), “na época da massificação da produção industrial tipo artesanal e da globalização desregulada das trocas de bens, incluindo o artesanato oriental, há procura pelos artefatos de qualidade, tradicionais ou inovadores e criativos”. (RODRIGUES, 2001, p: 93).

Esta citação revela a importância dos artesanatos típicos de cada região que se sobressaem perante aos produtos ditos “artesanais”, massificados pela produção industrial. A relevância adquirida por estes produtos está em sua identidade, ou seja, o contexto em que foi produzido, o modo de vida de quem o produziu e todos os aspectos que permitiram a sua produção, como os materiais característicos de cada local e as habilidades do produtor. Os artesanatos também são formas de manifestações culturais e constituem o produto turístico no meio rural.

O patrimônio histórico material também constitui um símbolo da hospitalidade. No âmbito do turismo rural, características históricas são bastante comuns e estão presentes principalmente nas construções, como casarões, senzalas, estábulos e moinhos; e na história sócio-política do local. Rodrigues (2001, p: 63), ao estudar o Turismo Rural no Brasil, cita um exemplo no município de Castro no Paraná, de extrema importância histórica que remete ao século XVIII, no período do tropeirismo:

Quando os tropeiros faziam o caminho Viamão Sorocaba transportando gado, encontraram às margens do rio Iapó um porto considerado seguro, aí nascendo a fazenda Capão Alto. A casa central desta propriedade, erguida em taipa de pilão, [...] foi tombada pelo patrimônio histórico do Estado. A sede da fazenda Potreiro Grande abre-se hoje para o turismo rural. Construída em pedra, é também de valor histórico. (RODRIGUES, 2001, p: 63).

Outro exemplo são os antigos casarões do ciclo cafeeiro em muitas fazendas no Vale do Paraíba, tanto no Rio de Janeiro quanto em São Paulo, em cidades como Vassouras, Barra do Piraí, São Luis do Paraitinga, Bananal, entre outras. Estas características históricas, unidas à tranquilidade, à cultura, ao modo de vida, à gastronomia e à tradição de muitos destinos rurais constituem um produto turístico forte e diferenciado.

5 ASPECTOS DA HOSPITALIDADE E TURISMO RURAL NAS FAZENDAS DE ITU

A partir do “Roteiro de Análise dos Aspectos da Hospitalidade nas Fazendas de Itu”, construído a partir da revisão da literatura para se cumprir a metodologia do trabalho, inúmeras questões acerca da hospitalidade puderam ser analisadas, desde aspectos relativos à acessibilidade até elementos de identidade local, passando por estrutura física, atmosfera e até mesmo percepção. Desta forma, pôde-se perceber a diversidade de elementos e aspectos que influem na hospitalidade de um local. Ou seja, a atmosfera propícia à expressão desta hospitalidade não se dá somente no bem receber ou numa boa infraestrutura receptiva, mas também se manifesta na presença de recursos históricos e culturais, nas questões de identidade local, como a gastronomia, a religiosidade e a história de cada propriedade; na facilidade de leitura e na simplicidade dos estímulos (GRINOVER, 2002, p: 44).

Para início deste relato, faz-se necessário explicitar algumas informações gerais a respeito das fazendas visitadas. Das seis propriedades incluídas no roteiro de pesquisa, apenas duas oferecem hospedagem a seus visitantes, sendo que uma faz parte da Associação de Hotéis Roteiros de Charme que possui um rígido controle quanto a critérios de conforto, qualidade de serviços e responsabilidade sócio-ambiental³. Apenas uma fazenda não possui características históricas materializadas no patrimônio construído. Cinco delas ainda conservam suas casas-sede, a maioria em estilo arquitetônico bandeirista, com poucas modificações; e outras instalações, como as casas de colonos, senzalas e capelas.

As atividades de cunho turístico realizadas nas referidas fazendas são diversas e algumas um tanto específicas. Há duas fazendas que trabalham apenas com o Turismo Pedagógico: uma

³ Disponível em www.roteirosdecharme.com.br

que utiliza do Café como tema principal e outra que se baseia na Agricultura Orgânica como forma de educação ambiental e para a saúde. Nas demais propriedades, as atividades mais comuns são cavalgadas temáticas, pesca, trilhas e passeios guiados aos elementos do patrimônio histórico. Nas fazendas que oferecem hospedagem é comum a presença de salões de jogos, áreas de lazer com quadra, parque e piscina, e a realização de atividades de recreação monitoradas, como jogos no pomar, brincadeiras, entre outras.

Figura 1. Cavalgada e patrimônio histórico



Fonte: Chácara do Rosário – disponível em www.ruralturismo.blogspot.com

Destaca-se, em uma das propriedades visitadas, a presença de um pequeno espaço cultural, como um museu, que expõe objetos antigos do cotidiano rural, característicos do bandeirismo, que contam a história da fazenda e da região. Tanto este pequeno museu, ao expor a história em que a fazenda está inserida, quanto a realização das atividades voltadas ao meio rural, valorizam o segmento turístico e fazem com que o visitante aprofunde seus conhecimentos a respeito daquele ambiente, interferindo assim, na sua condição de hospitalidade.

Algumas características de determinadas propriedades se destacaram como peculiares e capazes de influenciar positivamente na experiência do visitante. Uma das fazendas possui um livro de receitas da matriarca da família, que contém receitas passadas de mãe para filhos. Hoje, estas características gastronômicas tradicionais são transmitidas aos hóspedes, o que se configura como um símbolo da hospitalidade local. Ainda em âmbito gastronômico, a maioria das fazendas visitadas demonstrou um grande interesse na oferta de elementos rurais, introduzindo em seus cardápios aspectos da gastronomia rural brasileira, principalmente paulista e tropeira, contribuindo para uma maior caracterização deste segmento turístico no meio rural.

Figura 2. Aspectos religiosos: capela.



Fonte: Fazenda Cana Verde – disponível em www.fazendacanaverde.com.br

Outra característica interessante encontrada em quatro das seis fazendas visitadas é a religiosidade. A presença de capelas anexas às casas-sede e oratórios, característicos das construções bandeiristas, afirma a religiosidade das famílias que ali habitaram ou ainda habitam. Em uma destas propriedades, ainda são realizadas missas para a comunidade local e, na maioria delas, pode-se encontrar orações disponíveis ao visitante em pequenos papéis. A presença da religião nestes espaços rurais ressalta as tradições e a simplicidade, operando como símbolo da hospitalidade.

Os principais aspectos que podem influir negativamente na hospitalidade local são relativos à acessibilidade. O acesso à maioria das fazendas é feito através de estradas que não possuem fluxo de transporte público, sendo necessária a utilização de automóvel particular. Para estes, a sinalização é insuficiente ou, praticamente, nula. As dificuldades que as autoras tiveram para se deslocar até determinadas fazendas confirmou, na prática, a grande importância da facilidade de acesso para a garantia da hospitalidade.

Outro aspecto importante que pôde ser observado em campo é a ausência de estrutura de acesso aos portadores de necessidades especiais nos locais e nas atividades realizadas. Apenas uma, das seis fazendas visitadas, possui estrutura para este público, mesmo que mínima. Vale ressaltar a dificuldade em se instalar estes elementos nas propriedades rurais, uma vez que a maioria são fazendas históricas com o patrimônio construído preservado e de difícil acesso, com grande número de escadas e acidentes geográficos. Todas estas questões influenciam diretamente na hospitalidade do local e devem ser levados em consideração para a boa experiência dos visitantes.

Um dos grandes atrativos das fazendas visitadas é a presença de recursos históricos e culturais, como o patrimônio material e imaterial. A maioria das propriedades se localiza em fazendas históricas, com sede em antigos casarões do ciclo cafeeiro e elementos característicos refuncionalizados, como a senzala transformada em adega e casas de colonos utilizadas como unidades habitacionais.

Figura 3. Exemplo de refuncionalização do patrimônio: antiga senzala transformada em adega e varejo.



Fonte: Fazenda do Chocolate– disponível em www.fazendadochocolate.com.br

É interessante constatar, neste momento, a mudança de paradigmas no campo, que antes se restringia a realização de atividades agropecuárias e, hoje, compartilha o espaço rural com a atividade turística ou mesmo com outras atividades, possibilitando a oportunidade de complemento de renda aos proprietários e a fixação dos mesmos no campo.

Das fazendas analisadas, grande parte abandonou por completo suas atividades agrícolas ao aderir o turismo como nova fonte de renda e, naquelas em que a atividade original ainda é mantida, a atividade turística se configura como o grande vetor econômico, gerando maior parte da renda local. Apenas uma fazenda analisada ainda se utiliza da atividade agrícola, especificamente a produção de café, como principal meio de gerar capital. É o caso de uma fazenda produtora de café que realiza um programa pedagógico através de sua produção, monitorando grupos por várias etapas de produção do café, desde a plantação até a produção da bebida, passando pela colheita e beneficiamento dos grãos.

Figura 4. Interação com a atividade produtiva local: secagem do café



Fonte: Fazenda Santo Antonio da Bela Vista – disponível em www.itu.com.br

Outras propriedades, também usufruem de seus recursos históricos de maneira lúdica. Através de passeios na casa sede e em outras antigas instalações conservadas, os proprietários ou monitores contam sua história e “causos” peculiares de cada local, trazendo à tona o passado e fazendo disso mais um artifício de atração. Desta forma, ficam claras as grandes possibilidades de interação entre atividades primárias e a atividade turística, fazendo das primeiras uma fonte de recreação, educação e hospitalidade através do turismo.

6 CONCLUSÃO

Através das considerações e discussões apresentadas conclui-se que a hospitalidade, através de seus símbolos e aspectos, constitui o pilar de sustentação para a atividade turística desenvolvida nas Fazendas Históricas de Itu estudadas. Percebe-se que, dentre estes aspectos, o patrimônio histórico-cultural é o principal atrativo do conjunto das propriedades, sendo muito bem desenvolvido e trabalhado pelos gestores de turismo local. Entretanto, aspectos físicos ligados à estrutura para turismo, como acessibilidade, ainda deixam a desejar na hospitalidade local, muitas vezes por dificuldades próprias deste segmento de turismo.

O fato da maioria das propriedades não ter a agricultura como principal fonte de renda, permitiu inferir que a introdução de novas atividades econômicas no espaço rural é fato cada vez mais comum e necessário neste ambiente, a fim de amenizar os impactos gerados por suas variáveis, como o êxodo, a desvalorização cultural e natural e a dificuldade em manter pequenas e médias propriedades. Por outro lado, o abandono completo da atividade agrícola pode ser considerado perigoso, principalmente no caso de pequenas propriedades de agricultura familiar. É necessário ressaltar a importância das múltiplas atividades geradoras de renda caminharem ao lado das atividades agropecuárias, como complemento a estas que, apesar da dificuldade de se sustentarem sozinhas no caso de pequenos agricultores, trazem, além de outros, os benefícios do autoconsumo, como a segurança alimentar e nutricional das populações.

Entende-se que, neste cenário rural atual, a atividade turística vem se destacando devido às suas peculiaridades, como a hospitalidade, a ruralidade, a cultura e a gastronomia, cada vez mais valorizadas pelas populações urbanas que buscam a fuga do cotidiano e da vida nas cidades.

Por fim, percebeu-se que o ambiente rural é uma fonte peculiar de hospitalidade, onde seu âmbito privado se expressa com maior veemência do que em âmbito comercial, onde as relações ocorrem de maneira mais desinteressada e onde a ruralidade se torna um grande símbolo da hospitalidade, através da história, da gastronomia, da religiosidade e das tradições. Portanto, se configura como um meio propício para o desenvolvimento de um segmento da atividade turística cada vez mais valorizado por uma sociedade que, atribulada pela cotidianidade e pelas condições de vida urbana, busca além do retorno às raízes, ambientes mais tranquilos e acolhedores.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, V. A. (2003): A Máquina da Hospitalidade. In: DENCKER, A. F. M. *Hospitalidade: Cenários e Oportunidades*. São Paulo: Editora Cengage Learning.
- BLOS, W. (2001) : O turismo rural na transição para um outro modelo de desenvolvimento rural. In: ALMEIDA, J. A.; RIELD; M. (Orgs). *Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento*. Bauru: Editora EDUSC.
- CAMARGO, L. O. L. (2005): *Hospitalidade*. 2.ed. São Paulo: Editora Aleph.
- COSTA, H. A. (2004) : Hospitalidade Brasileira e a Relação com os Meios Rural e Urbano. *IV Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável*, Joinville, n.4.
- DIAS, R. (2003): *Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. São Paulo: Editora Atlas.
- ELESBÃO, I. (2010): Impactos socioeconômicos do turismo no espaço rural. In: SOUZA, M; SANTOS, E.O. (Orgs). *Teoria e prática do turismo no espaço rural*. Barueri: Editora Manole, p.150-166.
- GRINOVER, LUCIO. (2007) : *A Hospitalidade, a Cidade e o Turismo*. São Paulo : Editora Aleph.
- HENCHE, B.G. (2006): *Marketing del turismo rural*. Madrid: Editora Piramide.
- JOANNÉS, F. (1998): A função social do banquete nas primeiras civilizações. In: FLANDRIN, J.; MONTANARI, M. (Orgs.). *História da alimentação*. São Paulo: Editora Estação Liberdade.
- LASHLEY, C. (2004): Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Orgs.). *Em busca da hospitalidade*. São Paulo: Editora Manole.
- NEIMAN, Z.; FACO, R. A. A natureza do ecoturismo: conceitos e segmentação. (2010): In: NEIMAN, Z.; RABINOVICI, A. (Orgs.). *Turismo e meio ambiente no Brasil*. Barueri, SP: Editora Manole.
- PORTUGUES, A. P. (2002): *Agroturismo e Desenvolvimento Regional*. 2.ed. São Paulo: Editora Hucitec.
- PORTUGUEZ, A. P. (1998): *Turismo e desenvolvimento socioespacial: Reflexões sobre a experiência do agroturismo no estado do Espírito Santo*. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- REGO, R. A.; SILVA, E. A. (2003): A Atmosfera das Cidades e a Hospitalidade. In: DENCKER, A. F. M. *Hospitalidade: Cenários e Oportunidades*. São Paulo: Editora Cengage Learning.
- REZENDE, F. R. (2008): A hospitalidade Rural voltada para a Terceira Idade. *Dialogando no Turismo*, Rosana, v. 2, n. 1.
- RODRIGUES, A. B. (2001): Turismo rural no Brasil – ensaio de uma tipologia. In: ALMEIDA, J. A.; RIELD; M. (Orgs). *Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento*. Bauru: Editora EDUSC.
- SCHNEIDER, S. (2006): Turismo em Comunidades Rurais: inclusão social por meio de atividades não-agrícolas. In: *Diálogos do Turismo: Uma viagem de inclusão*. Brasília, Ministério do Turismo.
- SCHNEIDER, S.; FIALHO, M. A. V. (2001): Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In: ALMEIDA, J. A.; RIELD; M. (Orgs). *Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento*. Bauru: Editora EDUSC.
- SELWIN, T. (2004): Uma antropologia da hospitalidade. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Orgs.). *Em busca da hospitalidade*. São Paulo: Editora Manole.
- SILVA, J. F. G.; GROSSI, M. E.; CAMPANHOLA, C. (2005): Novo Rural Brasileiro: Uma atualização. *XLIII Congresso da sociedade brasileira de economia e sociologia rural*, Ribeirão Preto, vol.1, pp. 1-17.
- TELFER, E. (2004): A filosofia da “hospitabilidade”. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Orgs.). *Em busca da hospitalidade*. São Paulo: Editora Manole.
- TULIK, O. (2003): *Turismo Rural*. São Paulo: Editora Aleph.
- TULIK, O. Turismo e desenvolvimento no espaço rural: abordagens conceituais e tipologias. In: SANTOS, E. O.; SOUZA, M. (Orgs.). (2010): *Teoria e prática do turismo no espaço rural*. Barueri: Editora Manole.
- WANDERLEY, M. N. B. (2000): A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas – o “rural” como espaço singular e ator coletivo. *Estudos Sociedade e Agricultura*, out., p. 87.
- ZAOUAL, H. Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições? (2008): *Caderno Virtual de Turismo*. v. 8. n. 2. Disponível em: <http://www.globalgarbage.org/turismo/Do_turismo_de_massa_ao_turismo_situado__quais_as_trasnicoes.pdf>. Consultado em 20/10/2010 às 13.34.