ISSN: 1984-8781 - Anais XVIII ENANPUR 2019. Código verificador: **dwyXz73wNinL** verificar autenticidade em: http://anpur.org.br/xviiienanpur/anais

TURISMO RURAL - CAPACIDADE DE AGÊNCIA DE AGRICULTORES FAMILIARES NA REGIÃO DE SANTA CRUZ DO SUL/RS

Autores:
Verenice Zanchi - Universidade de Santa Cruz do Sul - verenice.zanchi@gmail.com
Virgínia Elisabeta Etges - Universidade de Santa Cruz do Sul - etges@unisc.br

Resumo:

O artigo que apresentamos tem o propósito de analisar como a capacidade de agência de agricultores familiares condiciona as dinâmicas de ressignificação do alimento, ofertado em empreendimentos de turismo rural, que integram a Rota Germânica de Rio Pardinho e o Roteiro Caminhos da Imigração, nos municípios de Santa Cruz do Sul e Sinimbu/RS. Para compreender como os atores exercem sua capacidade de agência nos apropriamos da perspectiva orientada ao ator, abordagem teórico-metodológica proposta por Nornan Long (1982; 2007), uma teoria de médio alcance ainda pouco utilizada. Entrevistas em profundidade e análise documental compõem a base empírica da pesquisa. As evidências demonstram que o alimento vem sendo oferecido por famílias que integram roteiros de turismo rural como estratégia de diversificação de atividades e de geração de renda em suas propriedades.

TURISMO RURAL - CAPACIDADE DE AGÊNCIA DE AGRICULTORES FAMILIARES NA REGIÃO DE SANTA CRUZ DO SUL/RS

INTRODUÇÃO

A agricultura familiar destaca-se como importante segmento social, principalmente nas regiões colonizadas por imigrantes europeus ao longo do século XIX. A Lei 11.323/06 (BRASIL, 2006) reconhece como "agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural", observando os seguintes critérios: não ter propriedade com área superior a quatro módulos fiscais; utilizar predominantemente mão-de-obra familiar nas atividades econômicas da propriedade; ter renda familiar vinculada predominantemente às atividades da propriedade e ter a propriedade dirigida pela família. A agricultura familiar vem recebendo atenção crescente, tanto nas políticas públicas quanto no campo da pesquisa acadêmica nas universidades brasileiras.

No contexto da agricultura familiar, na região do Vale do Rio Pardo[1], o alimento vem exercendo um importante papel como atrativo nos roteiros de Turismo Rural. As famílias, enquanto empreendedoras envolvidas na atividade turística, exercem sua capacidade de fazer e de agir ao ressignificar o alimento. Nesse contexto, ressignificar refere-se à decisão das famílias de converter o alimento, cujo saber-fazer resulta de tradições transmitidas de geração para geração, em atrativo nos roteiros de Turismo Rural.

Essa prática vem sendo adotada, especialmente, pelas famílias que optam pelo turismo rural como estratégia de diversificação de atividades e de geração de renda em suas propriedades. Assim, para os agricultores familiares participantes dos roteiros a ressignificação do alimento processa-se para além da expressão cultural e identitária, e passa a ser entendida como possibilidade de geração de renda, o que evidencia o papel desempenhado pelos alimentos na dinâmica de atração de turistas[2].

[1] A região está localizada próxima à região Metropolitana de Porto Alegre e é comporta por 23 municípios, sendo eles: Arroio do Tigre, Boqueirão do Leão, Candelária, Encruzilhada do Sul, Estrela Velha, General Câmara, Herveiras, Ibarama, Lagoa Bonita do Sul, Mato Leitão, Pantano Grande, Passa Sete, Passo do Sobrado, Rio Pardo, Santa Cruz do Sul, Segredo, Sinimbu, Sobradinho, Tunas, Vale do Sol, Vale Verde, Venâncio Aires e Vera Cruz.

[2] O conceito de turista ou excursionista, ao qual nos referimos nesta pesquisa é o apresentado por Beni (2002. p. 35), qual seja, "[...] visitante temporário que permanece pelo menos vinte e quatro horas no país visitado, cuja finalidade da viagem pode ser classificada sob um dos seguintes tópicos: lazer (recreação, férias, saúde, estudos, religião e esporte), negócio, família, missões e conferencia".

A atividade que vem sendo praticada por estas famílias tem como enfoque principal a oferta de “gastronomia típica”, isto é, de alimentos preparados de forma singular.

Esse contexto revela que os sujeitos exercem sua capacidade de fazer e agir, ou seja, a capacidade de agência, decidindo por mudar a realidade que lhes é imposta de fora. Esses atores – agricultores familiares – participantes dos roteiros de turismo rural, localizados na região do Vale do Rio Pardo, se relacionam com outros atores (agentes públicos – prefeituras, secretarias municipais; organizações setoriais – ATURVARP, associação de roteiro; agentes de formação – SENAR; familiares que interagem com o empreendimento; e turistas).

As intervenções externas são consideradas pelos atores, contudo, passam pelos filtros sociais e culturais desses sujeitos, conforme explicam Long e Ploeg (2011). A Perspectiva Orientada ao Ator (POA), abordagem teórico-metodológica proposta por Norman Long e Jan Douwe van der Ploeg, da Escola de Wageningen da Holanda, reconhece a inter-relação dos fatores e relações externas e internas nos processos sociais. Por conseguinte, permite captar como os sujeitos enfrentam e aproveitam as diversas mudanças e os novos fatores que ocorrem à sua volta. Tal perspectiva, segundo Long (1982, p. 216), surge para identificar “as estratégias sociais usadas pelos diferentes indivíduos e famílias”. A perspectiva orientada ao ator “[...] esclarece a natureza diferenciada e multiestruturada das sociedades rurais, o que neutraliza a tendência a considerar [...] a população rural, como uma classe homogênea [...]” que apenas reage a pressões externas.

A atividade turística no meio rural apresenta crescimento mundial na ordem de aproximadamente 6% ao ano e, no Brasil, aparece como quinto produto no ranking de geração de divisas em moeda estrangeira (BENI, 2011). Por trás do fenômeno de crescimento do setor no país, segundo o autor, está um turista que quer ser o protagonista de sua viagem, vivenciando e envolvendo-se com a cultura local. Para atender essa demanda, tem aumentado o número de empreendedores que investem em propostas turísticas nas quais se privilegiam os locais de convivência, de encontro entre os que moram e trabalham na propriedade e os que a visitam, permitindo ao turista acompanhar rotinas e atividades comuns à vida do meio rural. A cultura local, um dos principais atrativos buscados pelos turistas, está se manifesta por meio do alimento. Certas experiências turísticas, como as do Vale do Taquari, do Vale do Rio dos Sinos e da Serra Gaúcha, para citarmos apenas algumas, conduziram a uma revalorização da comida colonial, revelando a importância do alimento nesse processo.

Na região do Vale do Rio Pardo os roteiros de turismo rural dão visibilidade à diversidade do patrimônio étnico-histórico-cultural, decorrente do processo de colonização portuguesa-teuta-italiana, para explorar os seguintes eixos temáticos: rural, cultural, gastronômico, histórico e religioso, os quais, em alguns casos, se sobrepõem, atribuindo a cada um características particulares.

Nesse contexto, o turismo se desenvolve como alternativa de renda entre os agricultores familiares numa região que se caracteriza pela hegemonia da cultura do tabaco, cuja produção, beneficiamento, comercialização e industrialização é controlada oligopsonicamente por grandes empresas transnacionais do setor (ETGES, 1991). O cultivo

do tabaco requer o uso intensivo de fertilizantes sintéticos e de agrotóxicos, trazendo inúmeros problemas de saúde à população e ao meio ambiente. Da família das solanáceas, o tabaco não é uma cultura agrícola alimentícia, e caracteriza-se por absorver o trabalho das famílias produtoras durante aproximadamente oito meses do ano. Por isso, encontrou nas pequenas propriedades rurais que formam a região, lugar ideal para se desenvolver.

Assim, a diversificação da propriedade que ocorre por meio do turismo, pode contribuir econômica e socialmente na promoção do desenvolvimento regional. As características particulares dessa região, relacionadas ao saber-fazer transmitido de geração para geração e, nesse caso, atinentes ao processo de ressignificação do alimento, podem alavancar o turismo rural na região.

É importante ressaltar que o tema apresentado neste artigo é parte da pesquisa que vem sendo desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da UNISC, em nível de doutorado.

A CENTRALIDADE DA CAPACIDADE DE AGÊNCIA NO PROCESSO DE DIVERSIFICAÇÃO DE ATIVIDADES NA AGRICULTURA FAMILIAR DAS SEÇÕES DO ARTIGO

Para compreender como os atores exercem sua capacidade de agência, nos apropriamos da perspectiva orientada ao ator, abordagem teórico-metodológica proposta por Nornan Long (2007, p. 33), a qual tem como foco *"[...] una perspectiva analítica centrada en el actor social sobre la intervención para el desarrollo y el cambio social*". Esta abordagem tem como objetivo principal entender os processos pelos quais as formas sociais surgem e são transformadas na vida cotidiana das pessoas. Isso porque, para o autor as pessoas são parte ativa dos processos de desenvolvimento, ou seja, toda e qualquer forma de intervenção externa que invade o mundo da vida dos indivíduos é por eles mediada e transformada.

Na perspectiva orientada ao ator os atores sociais são vistos "[...] como participantes ativos que processam informações e utilizam estratégias nas suas relações com vários atores locais, assim como com instituições e pessoas externas" (LONG e PLOEG, 2011, p. 24). Para compreender como estes atores agem nas mais diversas situações é fundamental conhecer o espaço no qual eles estão inseridos, bem como os recursos que têm para sua ação.

Para tanto, Long (2007, p. 442) define alguns conceitos teóricos da perspectiva orientada ao ator, quais sejam: a agência, os atores sociais, os mundos de vida, os campos sociais, os domínios sociais, a arena, as redes, o discurso, os repertórios culturais, a identificação, os processos de conhecimento e a configuração de poder. Esses conceitos analíticos são usados para explicar os processos sociais e para compreender os processos de desenvolvimento.

Dos conceitos-chave de Long (2007, p. 442) apreendemos, primeiramente, o conceito de capacidade de agência (que "[...] *se refiere a la capacidade de conocer y actuar, y a la manera en que las acciones y las reflexiones constituyen prácticas sociales que impactan o influyen en las acciones e interpretaciones próprias y de los otros*".) e posteriormente o conceito de atores sociais (que"[...] *son todas aquellas entidades sociales que pude decirse que tienen agencia em tanto que poseen la capacidad de conocer, justipreciar situaciones problemáticas y organizar respuestas 'apropiadas'*".) para buscar explicar o fenômeno a ser investigado. Cabe destacar que a condição de ator é definida pela capacidade de agência.

O conceito de agência está no centro dessa abordagem analítica, porque, os atores sociais possuem "capacidade de saber" e "capacidade de atuar", isso dentro dos limites de informação, de incerteza e de outras restrições. Importa, portanto, compreender como a agência se constrói e estrutura ações cotidianas. Ações como plantar, colher, armazenar, trocar e negociar demonstram a capacidade dos atores de fazer e agir.

A perspectiva orientada ao ator procura entender como os atores exercem sua agência a partir de suas reflexões, conceito elaborado por Giddens (2002, p. 36), para quem

> As transformações na auto-identidade e a globalização, como quero propor, são os dois polos da dialética do local e do global nas condições da alta modernidade. Em outras palavras, mudanças em aspectos íntimos da vida pessoal estão diretamente ligadas ao estabelecimento de conexões sociais de grande amplitude. Não quero negar a existência de muitos tipos de conexões intermediárias — por exemplo, entre localidades e organizações estatais. Mas o nível do distanciamento tempo-espaço introduzido pela alta modernidade é tão amplo que, pela primeira vez na história humana, "eu" e "sociedade" estão inter-relacionados num meio global.

Assim, podemos pressupor que a relação entre a auto-identidade e as instituições, mesmo a presente nos contextos rurais, tais como os propostos nessa pesquisa, não escapam da influência direta de vários fatores advindos da alta modernidade, sendo um deles a globalização, senão o principal. "O monitoramento reflexivo da atividade é uma característica crônica da ação cotidiana [...]" que envolve a conduta de todos os indivíduos e pressupõe que todos controlem e regulem continuamente o fluxo de suas atividades e monitorem ainda os aspectos, sociais e físicos, dos contextos em que se movem (GIDDENS, 2009, p. 6).

Ao olhar para o rural Long e Ploeg (2011, p. 29) afirmam que "[...] a abordagem orientada aos atores salienta a importância de valorizar a forma como os próprios agricultores moldam os padrões de desenvolvimento agrário". Isso porque

> Como os outros atores, os agricultores desenvolvem formas de lidar com situações problemáticas e combinam recursos de forma criativa (materiais e não materiais – especialmente conhecimento prático derivado da

> experiência anterior) para resolver os problemas. Eles também tentam criar espaço para seus próprios interesses de forma que possam se beneficiar de – ou, se necessário, neutralizar – intervenções por grupos externos ou agências.

Dentre as soluções encontradas por agricultores familiares estão as estratégias relacionadas ao alimento, quando da adoção do turismo rural como atividade de diversificação da propriedade. A perspectiva orientada ao ator "[...] parte do pressuposto de que diferentes agricultores [...] definem e operacionalizam seus objetivos e práticas de gerenciamento agrícola com base em diferentes critérios, interesses, experiências e perspectivas" (LONG e PLOEG, 2011, p. 30). Ou seja, cada agricultor desenvolve projetos e práticas peculiares à organização de sua propriedade. Dentre os projetos, no contexto analisado, está a opção pelo turismo rural como atividade de diversificação da propriedade, mais especificamente, pela ressignificação do alimento, tornando-o produto turístico.

Assim, a abordagem orientada para o ator traz novos elementos na compreensão dessas estratégias, pois "[...] implica um entendimento dos quadros estrutural e ideológico que limitam a ação camponesa, enquanto também focaliza o processo pelo qual os indivíduos e os grupos criam maneiras de ajustar-se às mudanças de seu ambiente" (LONG, 1982, p. 217).

Esses atores sociais tem papel ativo e atuante "[...] nos processos de mudança social, de construção de alternativas tecnológicas, de novas formas de fazer, de organizar e de interagir". Em outras palavras,

> [...] os agricultores familiares se tornam atores e adquirem capacidade de construir soluções para enfrentar desde problemas corriqueiros até lidar com reptos de maior alcance, contribuindo assim com a mudança das condições de sua existência e do ambiente social em que estão imersos. [...] Ser ator não é um atributo inerente, mas uma condição social que se conquista por meio de relações e interações sociais à medida que os indivíduos ou grupos adquirem e/ou constroem agência, que consiste no desenvolvimento e mobilização de recursos, capacidades e formulação de estratégias que permitam "fazer diferente" em face de situações contingentes e estruturais. (SCHNEIDER e GAZOLLA, 2011, P. 12).

Portanto, "[...] os atores são sujeitos sociais ativos, dotados de capacidade de agência, o que lhes permite agir e reagir em face de situações adversas ou de um contexto hostil" (SCHNEIDER e GAZOLLA, 2011, p. 12).

Além dos conceitos-chave, para "[...] *entender los procesos por los cuales las formas sociales o arreglos particulares surgen y se consolidan o re-trabajan en las vidas cotidianas de las personas* [...]", Long (2007, p. 109) definiu elementos essenciais, nominados pelo autor de pedras angulares. Dentre elas, centralmente, está a interface social *("[...] la cual explora las maneras en las que discrepancias de interés social, interpretación cultural,*

conocimiento y poder son mediadas y perpetuadas o transformadas en puntos críticos de eslabonamiento o confrontación"), a qual nos ajuda a compreender as forças que condicionam os significados e as dinâmicas de ressignificação do alimento. Isso porque, a interface social contribui com o entendimento de como os atores agem nas mais diversas situações e interações sociais.

Segundo Long (2007), a interface social permeia a vida social dos atores e exerce influência direta na ação social dos mesmos, quando de sua interação com os outros atores, uma vez que os significados, os valores e as interpretações são modificados constantemente. A interface social considera as interações entre diferentes atores sociais, o que nos permite compreender as respostas desses sujeitos. As interações, por sua vez, são mediadas pela capacidade de agência do ator. O ator, por meio da sua agência, intervém nos processos, não sendo um mero receptor.

> *Aunque la palabra "interfaz" tiende a trasmitir la imagen de los dos lados en articulación o confrontación, las situaciones de interfaz son de naturaleza compleja y múltiple. Las interfaces deben analizarse como parte de procesos continuos de negociación, adaptación y transformación de significados*. (LONG, 2007, p. 446).

Para Long (2007, p. 136) a noção de interface social se torna relevante por ser uma forma de "[...] *examinar y entender problemas de heterogeneidad social, diversidad cultural y los conflitos inherentes a procesos que involucran intervenciones externas*". A análise da interface social pode, segundo Long (2007, p. 137),

> *[...] ayudar a forjar un terreno teórico medio entre las llamadas teorías del cambio social micro y macro al mostrar cómo las interacciones entre las partes "interventoras" y los actores "locales" conforman los resultados de políticas de la intervención particulares, a menudo com repercuciones em los patrones de cambio, regional, naciona e incluso internacionales.*

Por meio da análise da interface social pretendemos "[...] *dilucidar los tipos y fuentes de discontinuidad y vinculación social presentes em tales situaciones e identificar los médios organizacionales y culturales* [...]" (LONG, 2007, p. 136). Ainda, de acordo com o autor "*El concepto de interfaz nos ayuda a enfocarnos en la producción y transformación de las diferencias em las maneras de ver la vida y los paradigmas cultutales*" (LONG, 2007, p. 144).

O autor destaca ainda que os processos são melhor capturados pelas lentes da interface, por promover "[...] *una estructura conceptual y metodológica sistemática para analizar los mundos de vida y proyectos entrelazados de los actores*" (LONG, 2007, p. 176).

Nesse contexto, ao exercerem sua capacidade de agência, os agricultores familiares, que optam por estratégias de diversificação de suas propriedades por meio do turismo rural, estão sendo protagonistas de suas histórias e influenciando a dinâmica econômica regional, ou seja, o desenvolvimento regional.

A RESSIGNIFICAÇÃO DO ALIMENTO NO CONTEXTO DO TURISMO RURAL

Uma das estratégias praticadas pelas famílias que integram os roteiros de turismo rural na região expressa-se no resgate e na valorização do preparo do alimento, enquanto manifestação de hábitos alimentares herdados dos imigrantes que colonizaram a região no século XIX, convertido em produto de consumo para os turistas.

O alimento – considerado como parte constituinte do patrimônio intangível[3] ou imaterial dos empreendimentos participantes dos roteiros de turismo rural e oferecido como bem de consumo para o turista – é aqui entendido não apenas como comida ou uma mera substância nutritiva, mas carregado de intencionalidade, cultura e identidade. De acordo com Da Matta (1997, p. 22) o alimento "[...] permite exprimir e destacar identidades que, de acordo com o contexto da refeição podem ser nacionais, regionais, locais ou até mesmo familiares e pessoais". Ainda segundo o autor, há que se considerar que a ressignificação do alimento contribui para a manutenção e a preservação da identidade das famílias, da comunidade e da região. Isso porque o ato de se alimentar em si é uma necessidade fisiológica, mas para o homem transforma-se em prática cultural[4], pois traz consigo uma história, um passado.

O conhecimento local é, dessa forma, um dos principais recursos utilizados na formatação do produto turístico rural. Caporal e Costabeber (2001, p. 46) destacam que "[...] o conhecimento dos agricultores era tido como algo obsoleto e eles mesmos eram vistos como atrasados e responsáveis pelo atraso da sociedade". Entretanto, para os autores, é preciso considerar que

> [...] a evolução dos homens e mulheres que praticam a agricultura, os quais, ao longo de suas histórias e mediante processos de tentativa e erro, adaptaram-se e adaptaram as condições mais adequadas para produzir nos seus diferentes ambientes sociais e biofísicos. Portanto, é preciso reconhecer que entre os agricultores e suas famílias existe um saber, um conjunto de conhecimentos que, embora não sendo de natureza científica, é tão importante quanto os nossos saberes. (CAPORAL E COSTABEBER, 2001, p. 46).

Segundo Abramovay (2009) o meio rural ainda não revelou à sociedade seus potenciais, percebidos quando vistos como base de um conjunto diversificado de atividades

[3] Em 1997 "a Unesco introduziu o conceito de patrimônio intangível, o qual definiu como o conjunto de formas de cultura tradicional e popular ou folclóricas, ou seja, as obras coletivas que emanam de uma cultura e se baseiam na tradição. Essas tradições são transmitidas oralmente ou mediante gestos e se modificam com o transcurso do tempo por um processo de recriação coletiva. Incluem-se nelas as tradições orais, os costumes, as línguas, a música, as danças, os rituais, as festas, a medicina tradicional e a farmacopeia, as artes culinárias e todas as habilidades especiais relacionadas com os aspectos materiais da cultura, tais como artes e o hábitat" (SCHLÜTER, 2006, p. 10).

[4] Para o autor "a palavra cultura exprime precisamente um estilo, um modo e um jeito, repito, de fazer as coisas" (DA MATTA, 1997, p. 17).

e de mercados. O autor aponta, ainda, para uma demanda crescente por novos produtos e serviços do meio rural, gerada pelo crescimento urbano.

Além do potencial econômico, o turismo caracteriza-se pela facilidade de criar postos de trabalho devido à diversidade de atividades ligadas a ele no meio rural. Dentre elas estão a industrialização de alimentos caseiros (tais como: pães, bolos, cucas, roscas, entre outros), os restaurantes de comidas típicas, o artesanato, os passeios, as trilhas para caminhadas ecológicas (SCHNEIDER e FIALHO, 2000).

A cidade, ao demandar alimentos do campo, "[...] age na conformação do rural vivenciado pelos que nele habitam, transformando percepções e identidades," fazendo emergir "[...] um rural valorado positivamente [...]" (MENASCHE, 2009, p. 1) Nesse contexto, a cidade demanda, para além do alimento, paisagens, costumes, festas, história – turismo rural.

O ato de se alimentar em si vai além da necessidade fisiológica, para o homem transforma-se em prática cultural, pois traz consigo uma história, um passado (DA MATTA, 1987). Assim, de acordo com Braga (2004), independentemente das escolhas, sejam elas tradicionais ou modernas, o comportamento concernente à comida está intimamente ligado à identidade social, uma vez que a cultura na qual o indivíduo está inserido também é revelada por suas práticas alimentares.

Neste sentido, o patrimônio alimentar vem sendo empregado no turismo como diferencial, haja vista que ele confere exclusividade ao destino (ALFONSO, 2005). Assim também, a forma como o alimento é produzido, elaborado e consumido revela a identidade dos indivíduos de diferentes sociedades. Portanto, segundo a autora, a comida está ligada à produção, à maneira como são combinados e preparados e ao lugar dos quais o alimento provém.

A partir dessa interpretação, pode-se compreender em que medida a participação em um roteiro é entendida pelas famílias como estratégia de preservação das tradições, dos costumes, das comidas, do artesanato e dos métodos de produção de seus antepassados.

A preservação da comida típica, ou seja, do saber-fazer, segundo Flores (2006, p.5), "seria uma própria forma de expressão cultural local, que define a identidade, através da qual se estabelecem as relações de indivíduos e grupos". Em outras palavras, a identidade local poderia ser preservada a partir do resgate de receitas, de modos de preparo e de dinâmicas sociais envolvidas à mesa, transmitidos de uma geração para outra. A afirmação vai ao encontro do entendimento de Woortmann sobre a cultura do alimento. Segundo o autor,

> As práticas alimentares, que são a própria comida, são textos culturais, que falam sobre família, pai, mãe, as relações simbólicas estabelecidas em determinado contexto, entre outros. A família é uma unidade cultural, um valor central de nossa tradição, ela estabelece uma cadeia de significações que, em sua totalidade, constitui a cultura como universo de

> representações e de conexões de sentido. Ainda, a família existe nos hábitos da comida. (WOORTMANN, 2006, p. 53).

Menasche (2009, p. 203) afirma que "as decisões tomadas pelas pessoas em relação ao alimento colocam em questão seu lugar no universo, sua essência e sua natureza, em uma palavra, sua própria identidade". Para a autora os distintos usos e significados de um determinado alimento podem ser associados a diferentes percepções do rural e processos de constituição de identidade. A autora aponta ainda que, em ocasiões festivas, por exemplo, os alimentos que remetem à identidade rural são positivamente valorados pelos turistas.

Braga (2004, p. 38-39), ao interpretar as consequências da combinação dessas duas dimensões (alimento e turismo), afirma que "[...] a cultura pode ser entendida como um sistema simbólico, ou seja, um conjunto de mecanismos de controle, planos, receitas, regras e instruções que governam o comportamento humano". Portanto, "pode-se afirmar que nossos hábitos alimentares fazem parte de um sistema cultural repleto de símbolos, significados e classificações, de modo que nenhum alimento está livre das associações culturais que a sociedade lhes atribui". E considera que a cultura alimentar refere-se àquilo que dá sentido às escolhas e aos hábitos alimentares – as identidades sociais. As famílias rurais que aderem ao emprego de estratégias ligadas às suas práticas alimentares mobilizam, também, seus valores simbólicos. Já com relação às escolhas, sejam elas

> [...] modernas ou tradicionais, o comportamento relativo à comida liga-se diretamente ao sentido que conferimos a nós mesmos e à nossa identidade social. Desse modo, práticas alimentares revelam a cultura em que cada um está inserido, visto que comidas são associadas a povos em particular. [...] No plano regional, há alimentos que funcionam como demarcadores identitários regionais. (BRAGA, 2004, p. 39).

Braga (2004) ainda destaca dois importantes aspectos relacionados à cultura da alimentação: a) os significados da alimentação e sua relação com as identidades de grupos sociais; b) o papel da cidadania, considerado prerrogativa para a segurança alimentar e nutricional.

Cabe destacar que, considera-se aqui, a cultura como um sistema simbólico e um (re)tecer de significações que, atrelada à alimentação, propicia novas (re)apropriações (GEERTZ, 2008), tendo em vista os sistemas imateriais envolvidos no turismo (MOLINA, 1997).

Como afirma Flores (2006, p. 6), "o pensamento sobre território e identidade cultural não está marcado pela ideia de se voltar os olhos para algo que é dado pelo passado, mas que se configura num processo contínuo de transformações, proporcionado pelas relações sociais (com o local e o global)". Em outras palavras, a construção social de um território e a definição de sua identidade cultural são determinadas conjuntamente pelos sujeitos que participam do processo de construção do território, ou seja, trata-se de uma ação coletiva.

A articulação das dimensões teóricas expostas contribui com o entendimento dos fatores envolvidos na adoção de estratégias ligadas às práticas alimentares, para a atração de turistas, usadas pelas famílias rurais. Em outras palavras, os referidos pressupostos servem de base teórica para análise da relação entre práticas alimentares, turismo e desenvolvimento rural.

Nesse sentido, os empreendedores rurais do turismo parecem apreender o entendimento de que um dos papéis do alimento vai além de unir as pessoas em torno de uma mesa. Este processo parece ocorrer ao mesmo tempo em que o interesse pela cultura gastronômica cresce entre os turistas. Nos estudos de Brunori, Malandrin e Rossi (2012, p. 3) encontramos a confirmação de que os roteiros estão correlacionados com "[...] *conservation of national food identity and the survival of family farming*".

As potencialidades do alimento e das culturas regionais como lugar de resistência identitária, são apontadas por Poulain (2004, p. 31) que afirma que mesmo diante da industrialização do alimento "[...] é, sobretudo, um erro acreditar que os particularismos nacionais e regionais desaparecem tão rapidamente. Eles são ainda muito fortes e as sociedades transnacionais da alimentação são obrigadas a dar conta deles". O autor chama a atenção para a valorização dos pratos rústicos e naturais – iniciada no fim dos anos 1960 e identificada pelas pesquisas de Morin (1975) – movimento este que originou um inventário do patrimônio gastronômico nas províncias da França, que teve como objetivo resgatar as práticas culinárias tradicionais, ou melhor, os costumes, as crenças e as mentalidades regionais. Emergiu dessa ação um turismo temático, que mobiliza proprietários de restaurantes e artesãos de negócios de alimentação. Poulain (2004, p. 37) ressalta que "a história da alimentação mostrou que cada vez que identidades locais são postas em perigo, a cozinha e as maneiras à mesa são os lugares privilegiados de resistência".

Essa concepção repousa, portanto, sobre o entendimento de que o turismo rural, em última análise, é um processo de interação social entre famílias e visitantes. Famílias que mobilizam seus saberes e valores ao adotar, como estratégia de atração turística, a cultura do alimento. Atualmente os saberes gastronômicos dos descendentes de portugueses, alemães e italianos que colonizaram essa região são ressignificados e ofertados como produto turístico.

A RELAÇÃO ENTRE O DESENVOLVIMENTO REGIONAL E O TURISMO RURAL NA REGIÃO DO VALE DO RIO PARDO

O turismo aparece para os agricultores familiares como alternativa de enfrentamento às adversidades econômicas, decorrentes do processo de mecanização da produção, mais precisamente da Política de Crédito Agrícola brasileira das décadas de 1970 e 1980, a qual estava direcionada a atender médios e grandes produtores (CAMPANHOLA E SILVA, 2000). Assim, o turismo ganha destaque no contexto do desenvolvimento regional, por ser um possível dinamizador do mesmo, uma vez que a atividade evidencia as potencialidades

geográficas, culturais e ambientais das áreas rurais, bem como as particularidades da comunidade envolvida.

A necessidade de diversificar as fontes de renda tem levado uma nova dinâmica às áreas rurais. Após a década de 1990 importantes questões vêm sendo pensadas em termos de estratégias de autonomia dos agricultores, principalmente, como perspectiva de valorização do meio rural. Dentre estas estratégias está o turismo rural, como possibilidade de geração de renda e melhora das condições de vida.

Para Sen (2000), os sujeitos estão ativamente envolvidos na configuração de seu próprio destino, e não apenas esperando passivamente que programas governamentais de desenvolvimento os beneficiem. Segundo o autor, esse agente se sente empoderado e isso cria nele o sentimento de pertencimento, por conseguinte, desperta a vontade de melhorar o lugar em que vive, o que faz com que ele tome decisões que geram desenvolvimento. Isso porque "o desenvolvimento consiste na eliminação de privações de liberdade que limitam as escolhas e as oportunidades das pessoas de exercer ponderadamente sua condição de agente." (SEN, 2000, p. 10). Os sujeitos participantes dos roteiros de turismo rural da região do Vale do Rio Pardo, na condição de agentes, participam de debates e decidem onde as verbas serão alocadas.

O desenvolvimento regional, segundo Benko (1999, p. 288) pode ser entendido como "[...] uma estratégia de diversificação e de enriquecimento das atividades sobre um dado território, com base na mobilização de seus recursos (naturais, humanos e econômicos) e de suas energias". Em outras palavras, para o autor o desenvolvimento de regiões se deve, principalmente, a sua dinâmica interna, ou seja, a fatores endógenos.

Boisier (1996) acrescenta que o desenvolvimento de um território organizado depende da existência, interação e articulação de seis elementos – atores, instituições, cultura, procedimentos, recursos e entorno –, dos quais depende o sucesso ou o fracasso da região. Nessa perspectiva, para que uma região de fato exista, ela "tem que ser construída socialmente, a partir de laços comuns, de traços de identidade que se expressam no âmbito do cultural, do econômico e do político [...]" e ainda, precisa ser "organizada, coesa, consciente de sua identidade, capaz de mobilizar-se em torno de projetos políticos comuns, ou seja, capaz de transformar-se em sujeito de seu próprio desenvolvimento" (ETGES, 2001, p. 362).

Para Brandão (2004, p. 70) o desenvolvimento é um processo resultante de variadas e complexas interações sociais, e que

> [...] esse processo deve promover a ativação de recursos materiais e simbólicos e a mobilização de sujeitos sociais e políticos buscando ampliar o campo de ação da coletividade, aumentando a sua autodeterminação e liberdade de decisão. Neste sentido, o verdadeiro desenvolvimento exige envolvimento e legitimação de ações disruptivas e emancipatórias, envolvendo, portanto, tensão, eleição de alternativas e construção de

> trajetórias históricas, com horizontes temporais de curto, médio e longo prazos.

A partir desta perspectiva, o investimento na atividade turística passa a ser compreendido como gerador de renda, qualidade de vida e bem-estar no meio rural. A contribuição econômica e social desta atividade para o desenvolvimento de regiões rurais tem recebido destaque nos debates e está presente nos projetos de desenvolvimento nas escalas regional, estadual e federal.

Marcadamente a partir da década de 1990, foi promovido um debate entre governo, iniciativa privada, academia e sociedade, com o objetivo de melhorar o produto turístico em âmbito municipal, do qual resultaram profundas mudanças nas políticas públicas do setor. (BENI, 2006).

Ruschmann (1998, p. 56) afirma que "o turismo proporciona às áreas rurais uma segunda chance, uma vez que a primeira muitas vezes se perdeu com a exaustão da sua potencialidade produtiva [...]". Para Beni (2002, p.72) o turismo "[...] gera emprego e proporciona rendas e, em determinadas ocasiões, pode ser o setor propulsor da economia". Ainda para o autor, o campo de análise do turismo vai além do enfoque econômico, chegando à satisfação das pessoas envolvidas com o produto turístico, tanto de quem o produz quanto de quem o consome. O turismo apresenta-se, ainda, como atividade intimamente relacionada às características de cada lugar, podendo contribuir com a proteção do meio ambiente e com a conservação do patrimônio natural, histórico e cultural.

De acordo com Beni (2011) no mundo, a atividade turística no meio rural apresenta crescimento na ordem de aproximadamente 6% ao ano, e no Brasil o turismo aparece como o quinto produto gerador de divisas em moeda estrangeira. Os dados do governo brasileiro indicam que o setor turístico, como um todo, vem aumentando sua participação no PIB e na geração de emprego.

De maneira geral, esses empreendimentos apresentam características comuns entre si, em termos de permanência e utilização de equipamentos, como por exemplo, a hospedagem em casas coloniais antigas de imigrantes ou em sedes de fazendas ou ainda em casas de engenho, entre outros (BENI, 2002). Características que também são observadas na região do Vale do Rio Pardo, considerando-se que, em muitos casos o turista fica hospedado em pousadas – espaços contíguos à casa dos agricultores – e fazem suas refeições em espaços próximos ou na companhia das famílias.

Por trás do fenômeno de crescimento do setor no país, segundo Beni (2011), está um turista que quer ser o protagonista de sua viagem, vivenciando e se envolvendo com a cultura local. Para atender essa demanda, tem aumentado o número de empreendedores que investem em propostas turísticas que privilegiam os locais de convivência e encontro entre as famílias e os visitantes, permitindo ao turista acompanhar rotinas e atividades cotidianas da propriedade.

Para Barretto (2001, p.13) "[...] turismo é uma atividade em que a pessoa procura prazer por livre e espontânea vontade". Molina (1997, p.30) ressalta que *"[...] el turismo contribuye al rescate y la conservación de usos y costumbres locales, de manifestaciones folclóricas y artesanales*", "*recupera y conserva valores y hechos de caráter histórico*", ou seja, acrescenta ao conceito de turismo elementos imateriais. Assim, os bens imateriais, por seu nível de atratividade, excentricidade ou singularidade, são considerados pelos turistas quando da escolha do destino.

Ao abrir a porteira da propriedade, o agricultor passa por um processo de troca cultural. E essa integração é percebida por ele e reforça o pertencimento ao local em que vive, ou seja, o indivíduo se sente parte da sociedade, inserido e valorizado pela comunidade. Nesse contexto, ficam evidentes os bens imateriais que a atividade turística proporciona.

Com a inclusão do turismo no rol de atividades da propriedade, as famílias rurais passam a depender não apenas do dinamismo do setor agrícola. Associada a esse contexto de desenvolvimento, no Rio Grande do Sul a expansão da atividade turística pode ser medida a partir da estratégia de criação de roteiros, que integram empreendimentos de forma temática e regionalizada. Atualmente, o Estado conta com 131 roteiros de turismo, dentre os quais, 34 são especificamente de turismo rural, conforme dados da Secretaria do Turismo do Estado (RIO GRANDE DO SUL, 2016).

Na Região do Vale do Rio Pardo, o turismo foi introduzido em 1998, a partir de uma parceria entre o poder público e a iniciativa privada, com o objetivo de contribuir com o desenvolvimento da região, visando fomentar novas atividades no meio rural e reverter o êxodo e o despovoamento das áreas rurais. Em outras palavras, o turismo rural surgiu para os empreendedores como mais uma possibilidade de trabalho e renda.

O turismo rural se desenvolve no Vale, alicerçado nas particularidades históricas e culturais advindas da colonização europeia, a qual chegou à região a partir da segunda metade do século XIX, processo que influenciou a formação da pequena propriedade rural, que por sua vez caracteriza o meio rural da região.

O turismo oportuniza trocas culturais e sociais advindas do contato com os turistas. Nesse sentido, o turismo rural se desenvolve como uma atividade de transformação social e melhoria da qualidade de vida. Essa atividade tem contribuído, ainda, para a manutenção das estruturas locais – tradições, costumes, artesanato, entre outros, tanto pela destinação de verbas públicas para restaurações de edificações históricas, quanto por parte dos próprios empreendedores, que preservam os costumes e os saberes de seus antepassados.

Com relação à composição da renda, os resultados preliminares da pesquisa apontam que os empreendimentos que oferecem alimento têm um maior percentual da renda advindo da atividade turística que os demais. No geral, ocorreu aumento na renda de 89% das propriedades que implementaram essa atividade, correspondendo, em média, a 18% da renda total das mesmas.

Portanto, na dimensão econômica, evidencia-se que o turismo amplia a renda das famílias rurais. O enfoque social revela que essa renda possibilita outras melhorias na qualidade de vida das famílias, dentre elas o resgate do sentimento de pertencimento às comunidades em que vivem e o encontro com diferentes culturas, ou seja, ocorrem (inter)relações com pessoas de diferentes credos, religiões, costumes, entre outros. Percebemos também, nas falas, principalmente das mulheres, o empoderamento gerado pela possibilidade de contribuírem com a renda da família, e, por outro lado, decorrente dos elogios recebidos pelo cuidado com o preparo e o sabor dos alimentos oferecidos.

Dentre os problemas apontados, destaca-se a forte dependência dos roteiros em relação ao setor público, sendo que os principais entraves apontados pelos empreendedores estão relacionados ao mesmo: pouca divulgação; falta de infraestrutura; pouco investimento público e falta de sinalização. Outro problema identificado pelos entrevistados diz respeito à falta de valorização por parte da comunidade local.

Constatamos que as características relacionadas ao saber-fazer, as quais são transmitidas de geração para geração, relacionadas ao alimento, impulsionam o turismo rural nessa região. Assim, podemos dizer que a diversificação da propriedade que ocorre por meio do turismo, contribui econômica e socialmente na promoção do desenvolvimento regional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atividade turística, que desponta no meio rural, em especial na região do Vale do Rio Pardo, tem modificado a paisagem e estabelecido novas relações e significações sociais, econômicas e culturais nesse espaço.

A ressignificação do alimento que vem sendo praticada, especialmente pelas famílias que adotaram o turismo rural como estratégia de diversificação, objetiva o aumento da geração da renda da propriedade. Nesse sentido, a ressignificação impacta na dinamização das atividades nas propriedades, que, por sua vez, contribui com a permanência dessas famílias no meio rural. Percebemos, marcadamente, as dimensões culturais, sociais e econômicas, relativas à ressignificação do alimento nos roteiros de turismo rural.

Os empreendedores rurais que têm como base a oferta de alimento como produto turístico relatam a troca de experiências e a união da família, como mudanças positivas.

Os agricultores familiares participantes dos roteiros, de modo geral, mantêm vivas as tradições e os costumes, ou seja, conservam as casas e destacam a gastronomia, o artesanato, a língua e as festas típicas. Logo, a existência desses empreendimentos também contribui para a preservação da cultura e da identidade regional.

Assim o turismo se consolida enquanto estratégia de desenvolvimento regional, ao dinamizar pequenas unidades de produção que têm como base o trabalho da família,

ampliando as possibilidades de renda, elevando os ganhos e gerando maior estabilidade econômica e financeira, o que, por fim viabiliza melhor qualidade de vida à população envolvida.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. *O futuro das regiões rurais*. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

ALFONSO, María J. P. Museos y patrimonio alimentario: del sistema de producción al reclamo turístico: el encuentro del Turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación. In.: CONGRESO DE ANTROPOLOGÍA, 10., 2005, Sevilla. *Anales…* Sevilla: Fundación El Monte, 2005.

BARRETTO, Margarida. *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. 11. ed. Campinas, SP: Papirus, 2001.

BENI, Mário Carlos. *Globalização do turismo*: megatendências do setor e a realidade brasileira. 3. ed., ampl. e atual. São Paulo: Aleph, 2011.

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

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2002.

BENKO, Georges. *Economia, espaço e globalização*: na aurora do século XXI. Tradução: Antônio de Pádua Danesi. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BOISIER, Sergio. Em busca do esquivo Desenvolvimento Regional: entre a caixa-preta e o projeto político. *Planejamento e Políticas Públicas*, n. 13 (1996). Disponível em: <http://189.21.130.9/ppp/index.php/PPP/article/viewFile/135/137>. Acesso em: 18 jan. 2016.

BRANDÃO, C. A. Teorias, estratégias e políticas regionais e urbanas recentes: anotações para uma agenda de desenvolvimento territorializado. *Revista Paranaense de Desenvolvimento*, Curitiba, n. 107, p. 57-76, jul./dez. 2004.

BRAGA, Vivian. Cultura Alimentar: contribuições da antropologia da alimentação. *Saúde em Revista*, Piracicaba, 6(13): 37-44, 2004.

BRASIL, *Lei 11.326/06*. Disponível em:<http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/sancionada-lei-da-agricultura-familiar> Acesso em: 08 de set. de 2016.

BRUNORI, G.; MALANDRIN, V.; ROSSI, A. Trade-off or convergence? The role of food security in the evolution of food discourse in Italy. *Journal of Rural Studies*, Philadelphia, USA,

2012. Disponível em: <http://www.journals.elsevier.com/journal-of-rural-studies/>. Acessado em 15 mar. 2016.

CAMPANHOLA, Clayrton e SILVA, José Graziano da. O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org.). *Turismo rural*: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru – SP, EDUSC, 2000.

CAPORAL, F. R. e COSTABEBER, J. A. Agroecologia e desenvolvimento rural sustentável: perspectivas para uma nova extensão rural. In: ETGES, Virginia E. *Desenvolvimento rural*: Potencialidades em questão. Santa Cruz do Sul. EDUNISC, 2001.

DA MATTA, Roberto. *O que faz o brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DA MATTA, R. Sobre o simbolismo da comida no Brasil. *O correio da Unesco*, Rio de Janeiro, 15 (7), p.22-23, 1987.

ETGES, Virginia E. A região no contexto da globalização: o caso do Vale do Rio Pardo. In: VOGT, O. P. e SILVEIRA, R. L. L. (Org). *Vale do Rio Pardo*: (re)conhecendo a região. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2001.

ETGES, Virginia E. *Sujeição e resistência*: os camponeses gaúchos e a indústria do fumo. Santa Cruz do Sul: Editora da UNISC, 1991.

FLORES, Murilo. A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento: uma visão do estado da arte. I*nterCambios*, v. 6, n. 64, 2006. Disponível em: <http://www.rimisp.org/getdoc.php?docid=3736>. Acesso em: 18 mar. 2016.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIDDENS, Anthony. *A constituição da sociedade*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

LONG, Norman. *Sociología del desarrollo*: una perspectiva centrada en el actor. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores em Antropología Social: El Colegio de San Luiz, 2007.

LONG, Norman. *Introdução à sociologia do desenvolvimento rural*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

LONG, N.; PLOEG, J. D. Heterogeneidade, ator e estrutura: para a reconstituição do conceito de estrutura. In: Schneider, S.; Gazolla, M. *Os atores do desenvolvimento rural:* perspectivas teóricas e práticas sociais. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011.

MENASCHE, Renata. *Campo e cidade, comida e imaginário*: percepções do rural à mesa. Ruris, Campinas, v. 3, p. 195-218, 2009.

MOLINA, Sergio. *Turismo*: metodologia para su planificación. México: Trilhas, Universidad Anáhuac, 1997.

POULAIN, Jean-Pierre. *Sociologia da alimentação*: os comedores e o espaço social alimentar. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2004.

RUSCHMANN, Doris van der M. O turismo rural e desenvolvimento sustentável. In: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. *Turismo Rural e desenvolvimento sustentável*. Santa Maria: UFSM, CCR, 1998.

SCHNEIDER, Sergio; FIALHO, Marco A. V. Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org.). *Turismo rural*: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru – SP: EDUSC, 2000.

SCHNEIDER, Sergio e GAZOLLA, Marcio. Os atores entram em cena. In: SCHNEIDER, Sergio e GAZOLLA, Marcio. (Org.) *Os atores do desenvolvimento rural*: perspectivas teóricas e práticas sociais. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011.

SEN, Amartya Kumar. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

RIO GRANDE DO SUL. SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO (SETUR). Disponível em <http://www.turismo.rs.gov.br>. Acessado em 18 mar. 2016.

WOORTMANN, Klaas Axel A. O sentido simbólico das práticas alimentares. In: ARAUJO, Wilma Maria Coelho; TENSER, Carla Marcia Rodrigues (Org.). *Gastronomia*: cortes & recortes. Brasília, DF: Ed. SENAC, 2006. v. 1.