

# TURISMO RURAL E ALIMENTAÇÃO, IDENTIDADE E PATRIMÔNIO: UM OLHAR SOBRE OS CAMPOS DE CIMA DA SERRA EM TEMPOS DE NOSTALGIA<sup>1</sup>

Ana Maria Costa Beber<sup>2</sup>  
Renata Menasche<sup>3</sup>

**RESUMO:** Este artigo tem por objetivo refletir sobre a atividade de turismo rural e suas interfaces com a alimentação enquanto referente a identidades e constitutiva de patrimônio cultural imaterial. Nesse sentido, a alimentação, por sua capacidade de comunicação, ou seja, de expressar cultura, falando da vida de pessoas por meio de seus modos de preparo, receitas e significados, apresenta-se aos turistas enquanto produto. Os dados foram coletados a partir de observação participante, complementada por entrevistas em profundidade, realizadas junto aos membros da família proprietária do empreendimento turístico estudado. A análise indica que a alimentação evidencia a situação de contato intercultural, marcando rituais familiares, rotinas de vida, valores e história.

**Palavras-chave:** campo-cidade, cultura, interculturalidade, São José dos Ausentes, Brasil.

## **RURAL TOURISM AND FOOD, IDENTITY AND HERITAGE: A LOOK BACK AT THE CAMPOS DE CIMA DA SERRA ROUTE IN NOSTALGIC TIMES**

**ABSTRACT:** This paper aims to promote reflection on rural tourism and its interface with food as a reference point for identity and as a constituent part of intangible cultural heritage (ICH). In this sense, because of its communicative potential - its capacity to express culture and people's lives through methods of preparation, recipes, and meanings - food presents itself to tourists as a product. Data collected from participant observation was supported by in-depth interviews carried out with the members of the family that owns the tourism business in question. The analysis points out that food provides evidence of the circumstances of intercultural contact which has left its mark on family rituals, routines of life, values, and history.

**Key-words:** rural-urban, culture, interculturality, São José dos Ausentes, Brazil.

**JEL Classification:** Z1, R1, Q1.

---

<sup>1</sup>Este artigo decorreu do desenvolvimento de pesquisa relativa à tese de doutorado do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) intitulada: Turismo rural, modos de vida em mudança e percepções do rural: um estudo a partir das práticas alimentares de famílias rurais em contexto de interação com turistas. Este artigo é original e a defesa da tese tem prazo para 2012. Registrado no CCTC, REA-05/2011.

<sup>2</sup>Turismóloga e Hoteleira, Doutoranda Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS), Mestre, Professora da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil (e-mail: galaxia\_ana@hotmail.com).

<sup>3</sup>Antropóloga, Doutora, Professora do Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Pelotas (ICH/UFPel), Professora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS), Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil (e-mail: renata.menasche@pq.cnpq.br).

## 1 - INTRODUÇÃO

Este artigo tem por finalidade refletir sobre a atividade de turismo rural e suas interfaces com a alimentação enquanto referente a identidades e constitutiva de patrimônio cultural imaterial. Para tanto, entende-se, a partir de Wanderley (2009), o mundo rural como espaço de vida, ou seja, lugar em que se vive e de onde se vê o mundo.

Nessa perspectiva, em que um conjunto de características diferencia cidade e campo, este se torna atrativo para os cidadãos, estimulando o desenvolvimento de atividades não agrícolas<sup>4</sup>, como o turismo rural. Assim, Santana (2009) entende que os modos de vida característicos do rural vêm se consolidando como atrativo turístico, a partir de perspectivas - e estereótipos - que o diferenciam daqueles da cidade.

Desse modo, o campo é vivenciado enquanto espaço de consumo, que oferece produtos culturais e naturais que, a seu tempo, podem ser classificados como patrimônio, que, conforme Santana e Prats (2005), pode ser entendido como uma construção social que existe apenas no plano abstrato, como virtualidade, até que seja valorado e ativado a partir de um dado discurso. É o discurso, afirmam os autores citados, que lhe confere significado, mediante um processo de seleção, ordenação e interpretação.

Contreras (2005, p. 130) considera que a atual "explosão de patrimônios" pode ser entendida como manifestação de nostalgia, característica da modernidade que se faz presente "no aumento da sensibilidade estética, por meio dos signos e dos objetos e artefatos que possuem um toque de antiguidade", aí inclusos alimentos e recei-

tas tradicionais. Com isso, reivindica-se o prazer à mesa, o desfrute dos sabores e da qualidade, os produtos da terra, bem como as técnicas e conhecimentos próprios do saber-fazer herdado, dos produtos e variedades locais, das tradições e identidades associadas às práticas alimentares artesanais e/ou ancestrais.

Quanto à associação entre identidade e práticas alimentares, Mintz (2001, p. 32) indica que o comportamento relativo à comida liga-se diretamente ao sentido de nós mesmos e à nossa identidade social, e isso parece valer para todos os seres humanos.

Cabe mencionar que, atualmente, há uma crescente demanda dos turistas por produtos identitários, o que torna a comida um dos componentes centrais da escolha do visitante por determinado destino turístico. A comida constitui-se como expressão das identidades locais, que o turista reconhece e consome.

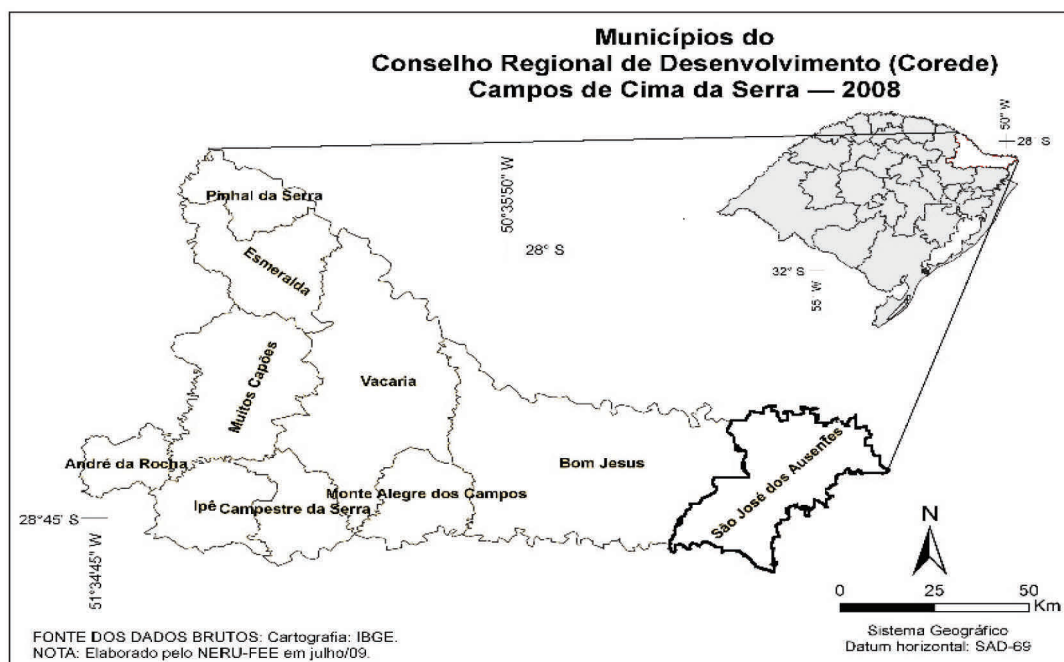
A valorização do fenômeno culinário, processo em que o valor de produtos de tipo local ou tradicional denota o nexos com a cultura de determinado território, possibilita que o discurso do turismo converta esses atrativos em produtos de consumo turístico, convertendo-os, em alguns casos, em patrimônio local.

É nesse sentido que Cavaco (2001) pontua que o turismo rural tem como pano de fundo o apelo ao exotismo, àquilo que é diferente do urbano, à paisagem bucólica e ambientalmente saudável e, principalmente, ao que remete a uma "identidade rural".

Para, neste artigo, refletir sobre essas questões, toma-se como *locus* de estudo a Fazenda Pousada do Amor<sup>5</sup>, propriedade rural localizada no município de São José dos Ausentes, na região dos Campos de Cima da Serra, Estado do Rio Grande do Sul, Brasil (Figura 1). No que se refere aos aspectos metodológicos, trata-se de um estudo de caso, sendo que os resultados aqui comentados são

<sup>4</sup>A ocupação de membros de famílias rurais em atividades não agrícolas não é uma novidade, podendo ser entendida como constitutiva de seus modos de vida e estratégias de reprodução social. No entanto, nos últimos anos, uma maior significância econômica da pluriatividade entre essas famílias tem feito com que alguns autores (ver, GRAZIANO DA SILVA, 2002) destaquem o que caracterizam como "novas funções do meio rural", mencionando atividades que visam a nichos de mercado específicos, tais como turismo, lazer, moradia e parques, com atividades relacionadas à conservação e à preservação ambiental.

<sup>5</sup>O estabelecimento rural estudado e os interlocutores desta pesquisa recebem, neste artigo, nomes fictícios, de modo a preservar o anonimato dos mesmos.



**Figura 1** - Mapa dos Campos de Cima da Serra.  
Fonte: FEE (2009).

decorrentes de uma inserção em campo realizada ao longo de três anos<sup>6</sup>. Para a coleta de dados, recorreu-se à observação participante, com registro dos dados em diário de campo. Esse procedimento foi complementado por entrevistas em profundidade, realizadas junto aos membros da família rural proprietária do empreendimento turístico. A análise dos dados tem sido realizada a partir da utilização do software Nvivo.

## 2 - A FAZENDA POUSADA DO AMOR

A Fazenda Pousada do Amor (Figura 2) é um empreendimento rural familiar que está em funcionamento desde o ano de 1997. A área total da propriedade é de 470 ha e as atividades principais são a pecuária e o turismo. A família pro-

prietária do empreendimento é composta por cinco pessoas: o casal Maria (47 anos) e José (47 anos), pais de Maria Clara (20 anos) e Pedro (24 anos), e a tia do casal, Lina Clara (60 anos). Dentre esses, participam cotidianamente da atividade turística Maria, José e Lina Clara. Maria Clara e Pedro trabalham na pousada apenas nos finais de semana, sendo que durante a semana Maria Clara realiza seus estudos (nível superior) em uma cidade próxima, enquanto que Pedro, já graduado, trabalha em órgão público.



**Figura 2** - Fazenda Pousada do Amor.  
Fonte: Costa Beber (2010).

<sup>6</sup>O trabalho teve uma primeira etapa desenvolvida enquanto dissertação de mestrado, defendida em 2004, junto ao Mestrado em Turismo e Hotelaria da Universidade de Caxias do Sul (UCS) (COSTA BEBER, 2004).

Antes da abertura da pousada, a atividade econômica da propriedade era a pecuária extensiva, até então e já por duas gerações, responsável pela renda da família<sup>7</sup>. Contudo, no período entre 1992 e 1997, essa atividade entrou em crise. Foi então que a produção de queijos tornou-se a principal atividade econômica da propriedade<sup>8</sup>. A queijaria produzia diariamente, na época, oito quilos de queijo, resultantes do leite fornecido por um rebanho de 40 vacas “de corte” - animais pertencentes a um rebanho bovino de raça não especializada na produção leiteira.

Nesse contexto, foi apresentado o turismo aos proprietários da fazenda, pela administração pública local, como atividade capaz de gerar renda e permitir a permanência no campo. O discurso público fortaleceu-se na medida em que indicava aos proprietários da Fazenda Pousada do Amor os atrativos que deveriam ser valorizados, tais como a paisagem natural, o desnível de rios, a capacidade de receber visitantes e a alimentação com características locais. Esse discurso, vale sugerir, ativou a memória familiar no que tange ao ato de receber, já que na propriedade morava o patriarca<sup>9</sup> da família e, assim, a casa era o local das festas familiares, casamentos, batizados e aniversários, ou seja: a residência foi, durante décadas, local de encontros e festas. A herança da experiência em receber foi, para os proprietários, fator decisivo na abertura da fazenda aos turistas, juntamente com a motivação econômica, que permitia vislumbrar a continuidade da vida na fazenda.

<sup>7</sup>Antes disso, a renda era originada no tropeirismo e na atividade madeireira.

<sup>8</sup>Como indicam Krone e Menasche (2010), a pecuária em sistema de campo nativo está entre as principais atividades econômicas da região, sendo que complementarmente ao sistema de produção da pecuária de corte, as famílias rurais dos Campos de Cima da Serra desenvolvem a atividade de produção artesanal de um queijo característico da região, o Queijo Serrano. A família aqui estudada insere-se nesse contexto.

<sup>9</sup>Atualmente residem na propriedade a quarta e quinta gerações da família. A sede da fazenda em questão foi construída pela terceira geração da família. O patriarca em questão faleceu no ano de 1982.

Com o início da atividade turística, o estabelecimento passou a ter aí sua principal fonte de renda, o que possibilitou investimentos não apenas na infraestrutura turística, mas também na aquisição de utensílios e equipamentos domésticos, bem como de novilhos precoces, possibilitando a retomada da criação de gado de corte. A queijaria deixou, então, por diversas razões - entre as quais é mencionada a intensidade de trabalho demandado -, de manter-se enquanto atividade econômica da propriedade. Vale ter presente o depoimento do proprietário, que atribui à intensidade de trabalho demandado o abandono da atividade quando a família passou a dedicar-se ao turismo:

Ah, essa era pesada. Fazia queijo, pulava [da cama] geralmente às quatro da manhã. O queijo é assim... tu levanta de manhã, tira o leite pra fazer o queijo. Depois, aqui as vacas é comum, ali pelas onze, doze horas, tinha que antes disso fazer toda a limpeza. Depois buscava elas [as vacas] no campo, recolhia de novo para separar elas do terneiro... no outro dia a mesma história. Tu envolvia praticamente a parte do dia só com essa história. E era uma grande dificuldade, você também judiava do gado, tinha que tá todo dia fazendo e envolvia todo mundo da casa (José, 2010).

Podemos, segundo a visão da proprietária, periodizar o processo de desenvolvimento do turismo no estabelecimento em três etapas. A primeira delas, entre 1997 e 2001, foi marcada pela obtenção de luz elétrica e telefonia, pela melhoria das estradas de acesso à Fazenda Pousada do Amor, pelo retorno de familiares que estavam vivendo na cidade - até então, dadas as dificuldades de deslocamento entre a propriedade e a escola mais próxima, esse afastamento era condição para estudar - e, ainda, pela ampliação e adaptação da casa da fazenda - foram, então, construídos três banheiros e o refeitório. Ainda segundo a proprietária, essa fase foi caracterizada por uma “angústia de receber”, como podemos depreender de seu depoimento:

A primeira fase foi de 1997 a 2001, a fase da angústia

de receber: quando recebia (...) conviver com pessoas de hábitos diferentes, meu coração batia diferente, ficava nervosa. Depois de uns dois ou três anos, mudou. Antes chegava um carro, ficava nervoso, se preocupava. Agora ainda se preocupa, mas não se fica nervoso. Hoje chega as pessoas e a gente se sente bem. Só tínhamos referência de coisas glamurosas e era difícil receber na simplicidade que recebíamos. Com o passar do tempo, fomos vendo a visão do turista, que ele busca a simplicidade. Nosso objetivo era aumentar o conforto para dar para eles, atendendo nosso objetivo que é mostrar como se vive na fazenda, porque nossa realidade é diferente da cidade (Maria, 2010).

A segunda fase é situada entre 2002 e 2007, considerada pelos proprietários como “fase da empolgação”:

(...) sente-se bem em receber a pessoa, saber que o simples é que eles [turistas] vêm buscar (...) no final de 2004, a necessidade que se sentiu, como temos agora, foi de aumentar a pousada. Eu vejo que o turista quer privacidade, assim como eu também quero (Maria, 2010).

Foi esse o período das ampliações. Os quartos foram adaptados com banheiros, houve ampliação do refeitório e a construção de lareiras nele, a cozinha foi transferida para onde antes era a despensa e, também, foram construídos novos quartos para todos os familiares, em uma parte da casa que, agora, fica separada dos turistas. Essa reforma permitiu que a pousada pudesse passar a receber até 21 pessoas a cada dia - lotação atual. Nesse período, a pousada teve projeção na mídia, devido ao fato de uma minissérie e uma novela terem sido filmadas na região, sendo que os atores ficaram hospedados no estabelecimento<sup>10</sup>.

Em 2006 estive o pessoal da Globo. Foram 16 dias de muito trabalho e a cozinha era muito pequena, e eu disse “o dia que eu vou fazer, eu quero uma cozinha grande”, e naquela época a gente colocou buffet e não é nosso perfil. Eu tenho que cozinhar dentro da quantidade de pessoas, da nossa realidade, não dá

para esbanjar nada, e não fechava. Fechou para Globo, que servia almoço do meio-dia até às 18h e já vinha janta. Mas depois tirei e passei a servir no fogão a lenha, que antes eu cozinhava nele e aí ele passou a servir para deixar a comida quente, já que eu tinha outro fogão e outra cozinha (Maria, 2010<sup>11</sup>).

Na terceira etapa, denominada “fase da família”, situada no período de 2008 a 2010, a mudança deu-se na reorganização do tempo e da disponibilidade dos membros da família.

De dois anos para cá, eu sinto falta de alguma coisa. Eu já perdi meus avós, mas perder o pai e mãe te faz raciocinar, que a tua vida é tão passageira que te faz mudar. A fase que estou vivendo agora... por exemplo, se o turista liga que quer vir no Dia dos Pais, eu fazia de tudo para receber, agora eu estou numa fase mais da família, eu perdi e ganhei. Comecei a ver que o turismo é importante, mas eu estou conseguindo separar, é como dizia a filha, “mãe, tudo é para turista... tudo é para o turista comer”. Agora não é mais. Eu acompanhei, com o fluxo exagerado, eu fiquei envolvida direto com o pai [referência ao período em que estive afastada para acompanhar o pai enquanto esteve hospitalizado] e deixei de receber, em função da família. Foi uma dor eu perder ele, mas eu ganhei, uma coisa que só se dá conta quando perde. Quantas vezes eu deixei de ver meus filhos, eles me ligavam, era aniversário e diziam “eu estou sozinho aqui”, e eu trabalhando. Agora estou conseguindo compartilhar a minha parte pessoal... é, fases que vão mudando (Maria, 2010).

Contextualizada a constituição e consolidação da Fazenda Pousada do Amor enquanto empreendimento turístico, cabe observar o que se passou em relação à alimentação. No que se refere à conversão da alimentação da família em alimentação ofertada a turistas, algumas características do processo merecem nota<sup>12</sup>. Inicialmente, vale mencionar algumas alterações que se referem à estrutura das

<sup>10</sup>A novela e a minissérie foram apresentadas pela Rede Globo de Televisão, respectivamente nos anos de 2005 e 2006.

<sup>11</sup>Nesse período, a mãe de Maria, Gema (falecida em 2008), era responsável pelo preparo dos alimentos, enquanto que Maria auxiliava na aquisição dos ingredientes e, eventualmente, na finalização dos pratos, dedicando-se regularmente à prestação dos serviços à mesa.

<sup>12</sup>Para uma discussão referente à mudança de significado quando algo se torna mercadoria ver Appadurai (2008).

refeições. O turismo exigiu a introdução do café da manhã e do café da tarde (localmente chamado de mistura, entendido como a mistura de café com pão e bolachas), que não compunham os hábitos alimentares da família.

Também a variedade de pratos presentes à mesa se alterou. O relato de Maria - responsável pela alimentação da pousada desde 2008, quando sucedeu a mãe na função -, ao ser indagada sobre como mudou a alimentação a partir da presença dos turistas, esclarece que:

Os mesmos tipos de comida, só que antes a gente fazia um [tipo] e de repente levava quantos dias pra fazer a mesma, porque no costume a gente faz salada, sempre a gente fazia bastante, fazia bastante iguaria de salada, mas no normal era arroz, um guisado com batata, uma carne assada, uma coisa assim. Hoje em dia, eu procuro botar seis qualidades de comida na mesa, se não tem seis, a gente tá achando que não fez bem, né. É assim, quando era pra nós, assim uma carne assada com pirão, uma coisa, uma carne assada com salada, então mudou bastante (Maria, 2010).

O ato de cozinhar para a família transforma-se, assim, em cozinhar também para os turistas. Cria-se, então, a classificação interna de diferenciação entre aquilo que comem os “sujeitos da casa” e aquilo que comem os “sujeitos turistas”. Para que se compreenda melhor, a comida dos turistas é servida para os familiares, mas algumas comidas dos familiares, como a feijoada, o soquete<sup>13</sup>, o pirão d'água, a geleia de mocotó, o figo cristalizado, entre outras, não são servidos aos turistas. Ao ser indagada a respeito dessa diferenciação, Maria relata que:

(...) alguns pratos fazem parte de momentos íntimos e familiares, são momentos de reunião com a família, de conversa, de lembrar do tempo antigo. [...] tem que ter uma maneira de separar, né? De se diferenciar do turista, acho que pode ser por isso que não sirvo soquete para turista, soquete é comida nossa (Maria, 2010).

Atualmente, a diária da pousada abarca pen-

são completa, que corresponde ao café da manhã, almoço e jantar, além de lanches e frutas, que ficam disponíveis aos hóspedes durante todo o dia. O café da manhã (Figura 3) é constituído basicamente por pães (de milho, batido e integral), bolos e bolachas diversas, bolo de coalhada, rosca de polvilho, bijajica (rosquinha de polvilho frita) - todos esses feitos na pousada -, queijos, salames, chimias - produzidas localmente -, café, leite, achocolatado e algum tipo de fruta (geralmente mamão). No almoço e jantar são comumente servidos dois tipos de carnes (Figura 4), cinco tipos de saladas, legumes refogados, massa ou batata e, sempre, arroz e feijão (Figura 5). São considerados pratos de destaque a paçoca de pinhão (Figura 6) e a truta (Figura 7). As refeições são realizadas no refeitório, também chamado de espaço de convivência (Figura 8), sendo servidas no fogão a lenha (Figura 9).

Quanto ao produto turístico ofertado, caracteriza-se pela hospedagem na casa sede da fazenda - em que residem os familiares -; o Cachoeirão (Figura 10); o desnível dos Rios Silveira e Divisa (Figura 11); a Cascata do Funil; a Cachoeira da Vovó, banhos em rios e cachoeiras (Figura 12); acompanhamento de lidas campeiras<sup>14</sup> (Figura 13); observação de pássaros (Figura 14); passeios a cavalo (Figura 15); prática de flyfishing (pesca esportiva de truta americana); e caminhadas (Figura 16).

### 3 - O TURISMO E AS REPRESENTAÇÕES DO RURAL

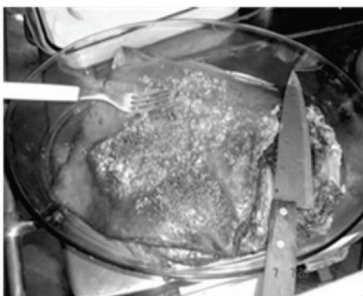
Nesta seção, para a reflexão sobre o meio rural, busca-se a abordagem de Wanderley (2009) que o trata como espaço específico de vida social, o que pode ser evidenciado a partir da relação que os habitantes do campo mantêm com a natureza, mediante o trabalhar e o morar. Para Remy (1993 apud Wanderley, 2009, p. 204), não deve ser associada uma essência imutável ao rural, pois “é uma categoria histórica, que se transforma”, cabendo ao

<sup>13</sup>Pedaço de carne com osso frito com alho, pimenta e cheiro-verde e que leva como acompanhamento pirão d'água.

<sup>14</sup>Atividades relacionadas ao cotidiano do trabalho com a pecuária.



**Figura 3** - Pães e Bolachas.  
Fonte: Costa Beber (2010j).



**Figura 4** - Carne de Porco.  
Fonte: Costa Beber (2010d).



**Figura 5** - Feijão.  
Fonte: Costa Beber (2010f).



**Figura 6** - Paçoca.  
Fonte: Costa Beber (2010i).



**Figura 7** - Truta.  
Fonte: Costa Beber (2010o).



**Figura 8** - Refeitório.  
Fonte: Costa Beber (2010m).



**Figura 9** - Fogão a Lenha.  
Fonte: Costa Beber (2010g).



**Figura 10** - Cachoeirão.  
Fonte: Costa Beber (2010b).



**Figura 11** - Desnível.  
Fonte: Costa Beber (2010e).



**Figura 12** - Rios e Cachoeiras.  
Fonte: Costa Beber (2010n).



**Figura 13** - Acompanhamento das Lidas.  
Fonte: Costa Beber (2010a).



**Figura 14** - Gavião.  
Fonte: Costa Beber (2010h).



**Figura 15** - Passeios a Cavalo.  
Fonte: Costa Beber (2010k).



**Figura 16** - Caminhadas.  
Fonte: Costa Beber (2010c).

pesquisador “compreender as formas deste rural nas diversas sociedades, presentes e passadas”.

Com isso, Remy (1993 apud Wanderley, 2009) indica a importância dos agentes sociais que configuram esse espaço e que - dadas as relações que estabelecem com o mundo rural - são responsáveis por sua transformação, citando os agricultores familiares, bem como os turistas - que, ao atuarem em processos econômicos e sociais, interagem com o meio rural, deixando suas marcas -, entre os que ali estão inseridos, enquanto lugar de vida e de trabalho.

Nessa perspectiva, o espaço rural assume também a condição de espaço de consumo, por meio de atividades relacionadas às funções de residência e de lazer. É assim que o espaço rural deixa de ser percebido como exclusivo a agricultores e antigos habitantes do campo e, nesse processo, passível de converter-se em patrimônio da sociedade, a ser preservado contra o uso predatório.

Essa abordagem insere-se na perspectiva que entende o debate sobre desenvolvimento rural como pautado pela valorização de um conjunto de dimensões associadas ao rural e à ruralidade, não apenas àquela referente à produção agrícola. Desse modo, rompendo com um olhar setorializado, a perspectiva que aborda o campo a partir da multifuncionalidade diferencia-se de outras, segundo Carneiro e Maluf (2003), valorizando distintas dimensões do rural:

(...) a noção da multifuncionalidade rompe com o enfoque setorial e amplia o campo das funções sociais atribuídas à agricultura, que deixa de ser entendida

apenas como produtora de bens agrícolas. Ela se torna responsável pela conservação de recursos naturais (água, solo, biodiversidade e outros), do patrimônio natural (paisagens) e pela qualidade dos alimentos (CARNEIRO; MALUF, 2003, p. 19).

É nesse contexto que cabe perceber o turismo rural como atividade cultural, social e econômica, que oferta a sujeitos urbanos, consumidores, atrativos de caráter natural e cultural, gerando as condições para a ativação do discurso do patrimônio referente a esses recursos.

Contreras (2005) assinala que a lógica político-cultural do patrimônio corresponde à recuperação do que se perdeu ou daquilo que está prestes a desaparecer e que é considerado como manifestação de identidade. A lógica econômica busca converter o patrimônio em mercadoria, o que comumente se realiza a partir de sua dimensão de espetáculo.

A conversão dos elementos associados a um modo de vida em mercadoria, ou seja, em produto de consumo pode ser pensada sob o olhar de Douglas e Isherwood (2004), ao compreender o consumo como fonte de cultura e como a própria arena em que a cultura é objeto pelo qual há lutas que lhe conferem forma.

Ainda na perspectiva de consumo, Cristóvão (2002) aponta que a busca do rural como local de lazer do cidadão tem provocado reorientação desse espaço. O autor considera essa busca como marcada por sentimentos de nostalgia, veiculados a anseios de recuperação do que se perdeu ou do que se imagina ter perdido na cidade e nos modos de vida urbanos. Com isso, também para Cristó-



vão (2002) a emergência dessa busca está baseada no quadro das representações urbanas sobre o campo e sobre a natureza.

Já para Santana (2000), o turismo rural pode ser compreendido como produto e como forma de desenvolvimento. Assim, tem-se o turismo rural como atividade que faz:

(...) uso e aproveitamento turístico do ambiente rural, aferrando-se às premissas do desenvolvimento sustentável, à intenção de gerar efeitos eminentemente positivos (preservação do patrimônio, proteção do ambiente, etc), de se realizar em áreas “não invadidas”, de incluir a população local com agentes culturais, de ser minoritário e promover, através de encontros espontâneos e de participação, o contato cultural (SANTANA, 2000, p. 155).

Vejam, na visão do proprietário da pousada, os sentidos atribuídos ao turismo rural.

70% [é] valorização do ser humano em si, tu tem que trabalhar esse lado sentimental, esse lado humano, porque se tu for separar, não é mais turismo rural, daí é um hotel qualquer que tu entra e sai e não tem a mesma carisma que a pousada rural tem. Tu tem que gostar muito, porque todas as pessoas querem saber da gente, tu tem que estar pronto para explicar (José, 2010).

Assim, para seu José, o elemento em destaque é a “valorização do ser humano”, aquilo que, como explica Wanderley (2009), implica perceber o campo como habitat e como espaço de trabalho e é ativado como produto do turismo rural no momento em que a oferta turística compõe as rotinas e os modos de vida no campo. Nesse processo, a propriedade é caracterizada como pousada e não como um “hotel qualquer”, o que se explica, segundo José, a partir do “carisma que a pousada rural tem”.

A dimensão dada ao rural, a partir do turismo, como espaço de consumo - associado, como visto anteriormente, a patrimônio - aparece no discurso do interlocutor quando salienta a necessidade de estar pronto para explicar a respeito de sua vida e de suas rotinas no espaço rural. Essa ideia leva, novamente, a pensar na busca que em-

preende o turista ou, mais precisamente, como pontuado por Cristóvão (2002), na dimensão dessa busca que está associada a um sentimento de nostalgia, ou ainda, como proposto por Eizner (1995, apud Menasche, 2010), o que poderia ser entendido como a busca pelo consumo de “imagens de sabores perdidos”. Nesse sentido, Maria fala de sua vivência na fazenda pousada:

(...) a gente procura fazer, resgatar a culinária nossa tradicional pra mostrar, nós mantemos a nossa comida mais tradicional possível, não é buscar aquela coisa assim, e resgatar a culinária que era realmente da nossa região, porque esse tipo de comida tu não encontra mais em outros lugares, é a nossa comida que a gente chama de comida caseira, que é isso que o pessoal tem menos na cidade, todo mundo ou come no restaurante ou come pratos pré-prontos, ninguém mais tem tempo de fazer uma comida, um arroz, um feijão, que é a comida do brasileiro mesmo, mas que é aquela coisa assim feita com calma, com tranquilidade, porque eu acho que até isso, a comida faz com que tenha um gosto diferente, tu fazer uma comida dentro assim, começar cedo, tu vai fazendo por etapas, do que pegar e fazer um comida e o turista vem até aqui e quer comer nossa comida, querem sentar na cozinha e conversar, olham as panelas e se encantam de ver a comida ali no fogão a lenha durante toda manhã (Maria, 2010).

#### 4 - ALIMENTAÇÃO COMO PATRIMÔNIO E COMO PRODUTO TURÍSTICO

Neste estudo, entende-se o espaço rural como produto de consumo por meio do exercício da atividade turística. A partir disso, busca-se compreender em que medida o processo pelo qual a comida da Fazenda Pousada do Amor pode refletir identidade local e gerar um discurso de bem imaterial e de produto turístico exclusivo, capaz de ser valorado tanto para os turistas como para os familiares e como essa valoração pode representar o patrimônio desse grupo social.

Enfatizando que o patrimônio enquanto ca-

tegoria do pensamento é de extrema importância para a vida social e mental de qualquer coletividade humana, Gonçalves (2005) propõe que os patrimônios culturais podem ser compreendidos se situados como elementos mediadores entre o domínio social e o simbolicamente construído, fixando pontes e cercas entre categorias cruciais, tais como passado e presente. Já para Contreras (2005), patrimônio relaciona-se com algo que foi legado do passado e que se quer conservar, sendo que seus objetos permitem a interpretação da história e do território, no tempo e no espaço. Complementarmente a esses entendimentos, Santana e Prats (2005) declaram que patrimônio não é passado, mas sim história, sendo tudo aquilo que julgamos - ainda que por motivos utilitários - digno de ser conservado.

Contreras (2005) sinaliza que o consumo do passado corresponde, de uma parte, à proliferação de lugares especializados na exploração do patrimônio e, de outra, a lugares e conjuntos patrimoniais que exploram hábitos culturais de certos setores, tanto no espaço rural como no urbano. Esse entendimento conduz à reflexão sobre a Fazenda Pousada do Amor, que se apropria da herança cultural a partir das práticas alimentares, acionando identidades e patrimônio como produtos turísticos, atribuindo-lhes uma variedade de usos e significados, configurando-os como produtos, disponibilizados na esfera da oferta turística.

Gonçalves (2005) reforça que a ênfase do discurso de patrimônio está em seu caráter "construído" ou "inventado", na medida em que cada nação, grupo ou família constitui no presente seu patrimônio, objetivando articular e expressar sua identidade e memória. A reflexão proposta neste artigo vai ao encontro do entendimento do autor, ao tomar a alimentação como manifestação cultural e construção de herança familiar, podendo, assim, ser interpretada como patrimônio imaterial, que exerce atração junto ao turista, na medida em que remete às trajetórias da vida no campo, bem como às correspondentes memórias a elas associadas.

Quero que meus turistas lembrem da gente como a gente é, então a comida daqui é arroz, feijão, quirera, carne de porco, paçoca de pinhão, batata, carne e salada. Aqui em casa é assim porque a mãe sempre gostou de salada, moranga de tudo que é tipo, nosso, da casa, da família... então a gente serve sempre... aprendi com a mãe, mas não é uma coisa das pessoas daqui de Silveira, é da mãe<sup>15</sup> (MARIA, 2010).

O depoimento de Maria remete ao que Contreras (2005) nomina de lógica político-cultural do patrimônio, que corresponde à recuperação do que se perdeu ou daquilo que está prestes a desaparecer e que é considerado como manifestação de identidade.

No caso estudado, a alimentação corresponde, para os proprietários, a um traço de sua cultura. Mas esse traço cultural passa pelo olhar e aceitação do estrangeiro, o turista, para ser ativado e aceito como patrimônio. Assim, para que a alimentação se torne patrimônio, é necessário ressonância<sup>16</sup> junto ao público, estabelecendo-se, conforme salienta Gonçalves (2005), como forma de comunicação criativa realizada essencialmente no corpo e na alma de seus proprietários. Pode-se evidenciar a pertinência do que vem a ser afirmado a partir do trecho de depoimento que segue:

Tínhamos a ideia de servir tudo daqui, porque daí seríamos nós, mas aí não damos conta. (...) Agora nosso pensamento é esse, se eu consigo servir com mais qualidade e se seu tenho produtos que meus primos fornecem, então tu consegue circular tudo com todo mundo e manter nossa característica. (...) Tudo depende de quem vem, se são grupos de fora, diferentes da gente, mas grande parte dos turistas daqui são apaixonados por comida. (...) até hoje o cardápio me preocupa, eu sei que tenho que ter salada, massa, um legume, arroz e feijão eu tenho sempre, é um prato da casa, mas você nunca sabe o

<sup>15</sup>Maria refere-se à Gema, sua mãe, que, enquanto viva, foi a responsável pela alimentação da família e dos turistas.

<sup>16</sup> Por ressonância quero me referir ao poder de um objeto exposto atingir um universo mais amplo, para além de suas fronteiras formais, o poder de evocar no expectador as forças culturais complexas e dinâmicas das quais ele emergiu e das quais ele é, para o expectador, o representante (GREEMBLATT, 1991 apud GONÇALVES, 2005, p. 42-56, grifo dos autores, tradução nossa).

que os de fora gostam, um prato típico nosso é moranga caramelada, tem gente que adora, às vezes tu coloca e se vai, às vezes nem tocam. Me preocupa isso (Maria, 2010).

Nesse caso, a alimentação é tomada como manifestação da cultura imaterial do grupo, na medida em que expressa hábitos, valores, tradição e identidade. No mesmo sentido, Cristovão (2002) argumenta que a comida é capaz de inventar ou reinventar valores locais, mesclando a sabedoria antiga com a tecnologia. Essa colocação também é importante para pensar a questão de como essa ativação se dá e como são as trajetórias dos sujeitos que permitem essa resignificação dos bens para outra forma de consumo.

A preparação dos alimentos para a família e para os turistas era tarefa da matriarca da família, Dona Gema, que tinha na alimentação uma forma de expressão de seus valores e aptidões. Após seu falecimento, em 2007, a tarefa passou a ser encargo de sua filha, Maria, que se apropria dos conhecimentos da mãe de modo a exercer o papel herdado.

Quando abriu a pousada, a mãe que cozinha e definia pratos, ela tinha muito gosto de cozinhar, de toda a vida dela. Era uma preocupação que eu não tinha, a mãe entendia a comida e entendia o que eles (os turistas) gostavam de comer (...). Ela era a mulher da casa, que foi criada para cozinhar (Maria, 2010).

O depoimento de Maria revela a ligação afetiva que sua mãe mantinha com a alimentação e também expressa valores da cultura em que estão inseridas, o que remete à discussão de Gonçalves (2005) acerca da noção de cultura como expressão da alma coletiva, herdada por outro e que pode ser entendida como um trabalho consciente e constante de reprodução. Para o autor, o patrimônio expressa mediação entre os elementos da cultura classificados como herdados e aqueles adquiridos ou reconstruídos, que resultam do esforço contínuo de aperfeiçoamento individual e coletivo. Essas mediações podem ser percebidas no discurso de Maria:

Prefiro fazer pão e bolo e bolacha. Queijo, a prima

do José que faz, terceiriza, na realidade, e circula dinheiro. Queijos, nós produzíamos, mas era muito desgastante... lembro daquela época... a gente optou por fazer bem algumas coisas e que agora compramos o queijo de uma prima, que é um queijo como o nosso, de casa, eles estão no projeto de fazer Queijo Serrano, aquele que as universidades estão metidas e outros órgãos, Emater e tal, dizem que é muito bom para nós, valoriza nossas coisas, mas ainda não sei bem sobre, se isso é bom ou não<sup>17</sup> (Maria, 2010).

A narrativa de Maria faz referência à trajetória familiar e às redes em que está inserida. O abandono da produção de queijo foi concomitante à adesão ao turismo e à construção de uma rede local de circulação de alimentos tidos como "alimentos nossos, de casa", ou seja, que encontram ressonância entre seus produtores e, por essa razão, são mantidos nas famílias e incorporados aos pratos turísticos, produzindo significados por intermédio de novos usos. Emerge na narrativa de Maria o contexto regional de produção do Queijo Serrano, em que está em debate a constituição de uma Indicação Geográfica, quadro em que estão presentes as incertezas no que se refere aos benefícios do processo para os produtores. Para Maria, "se for para valorizar o que é nosso, é bom", o que indica, mais uma vez, que a apropriação da produção do Queijo Serrano parte de sua inserção na cultura e modo de vida daquela gente, ou seja, de sua associação a uma identidade local<sup>18</sup>.

Temos a vaca, a carne e ainda tem e o leite que é servido e produzido aqui, uma beleza (José, 2010). (...) mas a gente sempre tem leite de caixa, porque tem hóspede que não se adapta com este leite, diz que é forte... e sempre tem de caixinha... mas o nosso leite, usamos para toda comida, por dia usamos 4 litros de leite, todo daqui: do leite se faz sobremesa, molho branco, bolo, coisas de comer que são nossas (Maria, 2010).

Para Maria, a vaca oferta uma série de ele-

<sup>17</sup>A referência é ao processo, conduzido pela Emater da região, de valorização do Queijo Artesanal Serrano e tentativa de constituir-lo enquanto Indicação Geográfica.

<sup>18</sup>A respeito, ver Krone (2009).

mentos simbólicos, constituindo-se em referência do campo e da alimentação, por meio da carne, do leite e de seus derivados. Nesse sentido, a vaca poderia ser entendida como objeto, conforme explicam Silveira e Lima Filho (2005, p. 3), já que o objeto fala de um lugar, “porque está ligado à experiência dos sujeitos com e no mundo, posto que ele representa uma porção significativa da paisagem”.

Para Alfonso (2005), as identidades locais podem difundir-se mediante o contato entre residentes e turistas, por meio de elementos patrimoniais como a alimentação, que ofertam formas de produção, de distribuição e de elaboração singulares, resultando em atrativos para determinados tipos de turista. Dessa maneira, uma parte da identidade, ligada à culinária, pode alcançar projeção turística. É também importante salientar que a identidade, como expressão de vida é mutante e sofre influências.

## 5 - CONCLUSÃO

Este estudo buscou a reflexão sobre a atividade de turismo rural e sua interface com a alimentação enquanto referente a identidades e constituinte de patrimônio imaterial. Pode-se notar que, no caso estudado, o turismo rural foi capaz de transformar o significado da alimentação. Ao articular-se como produto de consumo turístico, a alimentação marca a trajetória da família, transformando-se em elemento patrimonial. Porém, nesse processo identitário, elementos interessantes são evidenciados. É o que pode ser observado quando Maria demarca como comidas “nossas” aquelas servidas aos familiares, em momentos em que os turistas não estão presentes. Tal caracterização indica que a atribuição de significados associados à comida marca a distinção entre quem pertence à família e quem é “de fora”, os turistas. Tal distinção permite ainda intuir que, dada a necessidade de ressonância, como proposta por Gonçalves (2005), não é a “nossa” comida aquela passível de constituir-se enquanto patrimônio.

Este estudo buscou refletir sobre as dinâmicas

da cultura numa família rural que empreende por meio do turismo e torna a comida do dia a dia um produto de consumo turístico. O discurso que este núcleo familiar atribui à alimentação enfatiza a trajetória de vida destes sujeitos, as comidas representam a história de vida com a terra, com os modos de viver e com as maneiras de interação entre sujeitos do campo e da cidade. Entende-se que a relação da alimentação como marca de identificação, como produto turístico e como um patrimônio familiar vive permeado de tensões, contradições e negociações, seja entre a memória familiar, a “comida nossa” e a “comida do turista” como com a própria vida.

## LITERATURA CITADA

- ALFONSO, M. J. P. Museos y patrimonio alimentario: del sistema de producción al reclamo turístico. In: CONGRESO DE ANTROPOLOGÍA: el encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación. 10., 2005, Sevilla. Anales... Sevilla: Fundación El Monte, 2005.
- APPADURAI, A. Introdução: mercadorias e a política de valor. In: APPADURAI, A. (Org.). A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EDUFF, 2008.
- CARNEIRO, M. J.; MALUF, R. Para além da produção: multifuncionalidade e agricultura familiar. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- CAVACO, C. O mundo rural português: desafios e futuros. In: RODRIGUES, A. B. Turismo rural: práticas e perspectivas. São Paulo: Contexto, 2001.
- CONTRERAS, J. Patrimônio e globalização: o caso das culturas alimentares. In: CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. (Org.). Antropologia e nutrição: um diálogo possível. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005.
- COSTA BEBER, A. M. Acompanhamento de lidas. 2010a. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. As mudanças socioculturais no turismo rural: o caso de uma pousada familiar. 2004. 125 p. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) - Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, 2004.
- \_\_\_\_\_. Cachoeirão. 2010b. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. Caminhadas. 2010c. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. Carne de porco. 2010d. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. Desnível. 2010e. 1 fotografia.

- COSTA BEBER, A. M. Feijão. 2010f. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. Fogão a lenha. 2010g. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. Gavião. 2010h. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. Paçoca. 2010i. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. Pães e bolachas. 2010j. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. Passeios a cavalo. 2010k. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. Fazenda Pousada do Amor. 2010l. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. Refeitório. 2010m. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. Rios e cachoeiras. 2010n. 1 fotografia.
- \_\_\_\_\_. Truta. 2010o. 1 fotografia.
- CRISTÓVÃO, A. O mundo rural: entre as representações (dos urbanos) e os benefícios reais (para os turistas). In: RIEDL, M.; ALMEIDA, J. A.; VIANA, A. L. B. Turismo rural: tendências e sustentabilidade. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo. Trad. de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.
- FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA - FEE. Municípios do Conselho Regional de Desenvolvimento (Corede), Campos de Cima 2008. Porto Alegre, 2009. 1 mapa.
- GONÇALVES, J. R. S. Ressonância, materialidade e subjetividade: as culturas como patrimônios. Revista Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, v. 11, n. 23, p. 15-36, 2005.
- GRAZIANO DA SILVA, J. O novo rural brasileiro. Campinas: Ed. Unicamp, 2002.
- KRONE, E. E. Identidade e cultura nos Campos de Cima da Serra (RS): práticas, saberes e modos de vida de pecuaristas familiares produtores do Queijo Serrano. 2009. 146 p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural. Faculdade de Ciências Econômicas. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.
- KRONE, E. E.; MENASCHE, R. Identidade e cultura nos Campos de Cima da Serra (RS): práticas, saberes e modos de vida de pecuaristas familiares produtores do Queijo Serrano. Ateliê Geográfico, Goiânia, v. 4, n. 10, p. 61-85, 2010.
- MENASCHE, R. Campo e cidade, comida e imaginário: percepções do rural à mesa. *Ruris*, Campinas, v. 3, n. 2, p. 195-218, 2010.
- MINTZ, S. W. Comida e antropologia: uma breve revisão. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 16, n. 17, p. 31-41, 2001.
- SANTANA, A. T. O rural como produto turístico: algo de novo brilha sob o sol? In: SERRANO, C.; BRUHNS, H. T.; LUCHIARI, M. T. (Org). Olhares contemporâneos do turismo. Campinas: Papyrus, 2000.
- \_\_\_\_\_. Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações. São Paulo: Aleph, 2009.
- \_\_\_\_\_.; PRATS, L. C. Reflexiones libérrimas sobre patrimonio, turismo y sus confusas relaciones. In: CONGRESO DE ANTROPOLOGÍA. SEVILLA: el encuentro del turismo com el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicacion. 10., 2005, Sevilla. Anales... Sevilla: Fundación El Monte, 2005.
- SILVEIRA, F. L. A.; LIMA FILHO, M. F. Por uma antropologia do objeto documental: entre a alma das coisas e coisificação do objeto. *Revista Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 11, n. 23, p. 37-50, 2005.
- WANDERLEY, M. N. B. **O mundo rural como um espaço de vida:** reflexões sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2009.

---

Recebido em 20/01/2011. Liberado para publicação em 25/08/2011.