

# HOSPITALIDADE DOMÉSTICA E COMERCIAL<sup>1</sup>: DESDOBRAMENTOS E APROPRIAÇÕES EM FAZENDAS HISTÓRICAS RURAIS

*DOMESTIC AND COMMERCIAL HOSPITALITY: OUTWORKINGS AND APPROPRIATIONS IN HISTORICAL RURAL FARMS*

*HOSPITALIDAD DOMÉSTICA Y COMERCIAL: DESDOBLAMIENTOS Y APROPIACIONES EN HACIENDAS HISTÓRICAS RURALES*

**Alissandra Nazareth de Carvalho**

Professora Adjunta II do Departamento de Geografia, Turismo e Humanidades do Centro de Ciências Humanas e Biológicas da Universidade Federal de São Carlos, Campus Sorocaba

[alissandra@ufscar.br](mailto:alissandra@ufscar.br)

Data de Submissão: 07/05/2014

Data de Aprovação: 02/09/2015

**Resumo:** O presente estudo discute a temática da hospitalidade, tal como se apresenta em suas relações de bem-receber e também em seus aspectos simbólicos. Tem por finalidade analisar a produção de um espaço propício à expressão da hospitalidade em Fazendas Históricas Paulistas, que se apropriam de símbolos presentes no ambiente doméstico rural para trabalhar o turismo rural, ressignificando a produção e as relações sociais. Para a realização de tal análise foi utilizado o método lefebvriano, que previu três momentos de investigação: o descritivo, o analítico-regressivo e o histórico-genético. Como resultado o presente estudo descreveu empreendimentos inseridos em um contexto padronizado e comercial, constituintes de uma associação que impõe vários requisitos em termos de comportamento e gestão e, ao mesmo tempo, ainda se apresentam resilientes em termos da manutenção da tradição, da história e das reminiscências do passado. Foi possível constatar que, em se tratando das fazendas analisadas, destacam-se a importância da noção simbólica da hospitalidade, as suas trocas sociais e o equilíbrio entre o paradoxo do doméstico *versus* comercial. Ademais, observaram-se a interpretação de valores e as apropriações que ressignificam a dinâmica mercadológica dessas fazendas, cujo turismo se apresenta como veículo que proporciona essas vivências culturais de solidariedade e de afetividade.

- 1 Entende-se por Hospitalidade Doméstica aquela que acontece no espaço físico da casa, com características essenciais presentes no ambiente doméstico, em que as trocas estabelecidas não envolvem moeda. Paralelamente, a Hospitalidade Comercial se dá no ambiente físico dos estabelecimentos de hospedagem comerciais, em que a troca primordial é a moeda.

**Palavras-chave:** Fazendas Históricas. Hospitalidade. Turismo Rural.

**Abstract:** This discusses the theme of hospitality, as presented in its relations of welcoming and its symbolic aspects. The purpose is to analyze the production of an idea space for the expression of hospitality in Historical Farms in the State of São Paulo, which make use of the symbols present in the rural domestic environment to offer rural tourism, giving a new meaning to the production and social relations. To perform this analysis the Lefebvrian method was used, with three moments of research: descriptive, analytic-regressive and historical-genetic. As a result, this study describes enterprises that are part of a standardized and commercial context, as constituents of an association that imposes various requirements in terms of management. At the same time, they are resilient in terms of maintaining the tradition, history and reminiscences of the past. It was observed that in the case of the farms analyzed, there is the symbolic importance of the notion of hospitality, its social exchanges, and the balance between the paradox of domestic and commercial. It was also observed that the interpretation of values and appropriations lend new meaning to the marketing dynamic of these farms, where tourism is presented as a vehicle that delivers these cultural experiences of solidarity and affectivity.

**Keywords:** Historical Farms. Hospitality. Rural Tourism.

**Resumen:** El presente estudio discute la temática de la hospitalidad tal como se presenta en sus relaciones de bien recibir y también en sus aspectos simbólicos. Tiene por finalidad analizar la producción de un espacio propicio a la expresión de la hospitalidad en Haciendas Históricas Paulistas, que se apropian de símbolos presentes en el ambiente doméstico rural para trabajar el turismo rural, resignificando la producción y las relaciones sociales. Para la realización de tal análisis fue utilizado el método lefebvriano, que prevé tres momentos de investigación: el descriptivo, el analítico-regresivo y el histórico-genético. Como resultado, el presente estudio describió emprendimientos insertos en un contexto estandarizado y comercial, integrantes de una asociación que impone diversos requisitos en términos de comportamiento y gestión y que al mismo tiempo también se presentan resilientes en términos de mantener la tradición, la historia y las reminiscencias del pasado. Fue posible constatar que, en lo que se refiere a las haciendas analizadas, se destaca la importancia de la noción simbólica de la hospitalidad, sus intercambios sociales y el equilibrio entre la paradoja de lo doméstico *versus* lo comercial. Además, se observó la interpretación de valores y las apropiaciones que dan un nuevo significado a la dinámica mercadológica de esas haciendas, cuyo turismo se presenta como vehículo que proporciona esas vivencias culturales de solidaridad y de afectividad.

**Palabras clave:** Haciendas Históricas. Hospitalidad. Turismo Rural.

## INTRODUÇÃO

O presente estudo trata da hospitalidade e dos seus desdobramentos em um ambiente rural, levando em conta seus símbolos no que tange à atmosfera rústica, à natureza, à história, à gastronomia e, especialmente, ao ambiente doméstico e familiar.

Discute a relação contraditória estabelecida entre a hospitalidade doméstica de outrora e a hospitalidade comercial da contemporaneidade, tendo como

objeto de estudo fazendas históricas paulistas que estão inseridas na Associação Roteiros de Charme (ARC), que hoje se comportam como turísticas, onde símbolos são adaptados e ressignificados com vistas a um atendimento voltado para a qualidade e o serviço.

Em se tratando de símbolos, o estudo também pretende discutir a temática da espetacularização, cujo mote de comercialização descansa sob a égide do requinte da mercadoria, ou seja, o que aparentemente é considerado símbolo do rústico, da simplicidade e do “caipira” é trabalhado de uma forma requintada, luxuosa e comercializável, atendendo critérios de qualidade e serviço em atendimento às regras da hospitalidade.

Dessa forma, o presente estudo busca extrapolar as questões físicas e gerenciais pertencentes a essas fazendas e adentrar a seara da apropriação do espaço e da sua reprodução com vistas à hospitalidade, buscando decifrar seus constituintes simbólicos, para entender ainda melhor esse fenômeno.

Aprofundando ainda mais a conjuntura das fazendas históricas, estas se inserem em um contexto simbólico que remete à ruralidade, ou seja, ao produto da relação homem-natureza, que revela a identidade de um povo; o seu modo de vida; e as suas relações econômicas, domésticas e culturais. Essas relações são traçadas mediante a ligação do homem com a terra, garantindo uma rede de significados que são construídos pela história e somados à cultura civilizadora, produzindo características representativas para o desenvolvimento futuro de uma atividade turística, em atendimento às tendências que buscam essa vertente.

O turismo, nesse contexto, lança mão da sacralização da história materializada no espaço, vendendo o passado histórico por meio do conjunto das edificações de um dado período, conforme discute Rodrigues (1996), sendo o caso das fazendas históricas datadas do período do apogeu do ciclo do café, no final do século XIX.

O turismo apresenta-se como um fenômeno complexo, sendo caracterizado como uma prática social capaz de criar e recriar espaços diversificados, influenciar um sistema de valores e estilos de vida, sendo um verdadeiro elemento de transformação, tal como define Rodrigues (1996, p.91), “um produtor, consumidor e organizador de espaços, definindo áreas de interesse e se apropriando de bens,

sejam eles naturais ou culturais". De acordo com a OMT (1994, p.35), "o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócio ou outras".

Em se tratando de fazendas históricas, por exemplo, todo esse complexo patrimonial anteriormente tinha uma função agrícola, comercial e política que participava de uma lógica específica de produção e, atualmente, participa, de certa forma, de outra lógica produtiva, a da prestação de serviços turísticos, por meio da hospedagem, da alimentação e da fruição da paisagem, em virtude de se tratar de um patrimônio edificado de valor histórico, estético e arquitetônico que não poderia ser desprezado.

Aliado a essa questão, as discussões sobre hospitalidade buscam aprofundar esse conceito tão vasto, visando quebrar paradigmas culturais e, principalmente, ampliar o entendimento do termo, referente a aspectos de hospedagem, alimentação, entretenimento, eventos, espaço público, mobilidade, sustentabilidade, urbanidade. Há uma posição mais antiga que ultrapassa o contexto puramente comercial para adentrar o meio doméstico e enfrentar o campo complexo da sociologia e da antropologia, como discute Grinover (2007).

O presente estudo pretende, portanto, analisar estabelecimentos representados pelas fazendas remanescentes do ciclo do café, que outrora participaram de um período de apogeu econômico devido a essa atividade produtiva. Essas fazendas eram e continuam sendo compostas pela casa sede, destinada a abrigar a família, dona da propriedade. Há ainda as casas de colonos e espaços e locais para o beneficiamento do café, tal como as tulhas e a própria área de plantação, secagem de grãos e pasto para animais.

A justificativa do estudo se dá pelo fato de estas fazendas serem componentes de um patrimônio cultural imaterial e material, remanescentes de um ciclo produtivo de importância determinante, tal como foi o ciclo do café, fortemente representado por relações e ditames familiares dos casarões. Estes ditames envolviam aspectos da hospitalidade, presentes da dinâmica social e política da época, pautados por regras familiares e domésticas, nos quais a mulher tinha um papel fundamental nesse processo. Esses casarões

nos dias de hoje são utilizados para a atividade turística, fomentando e fortalecendo o denominado Turismo Receptivo.

Como procedimentos metodológicos, foi utilizado o método lefebvriano (LEFEBVRE, 1974), que previu três momentos de investigação concomitantes entre si: o descritivo, o analítico-regressivo e o histórico-genético.

Como resultado, o presente estudo descreveu empreendimentos inseridos em um contexto padronizado e comercial, constituintes de uma associação que impõe vários requisitos em termos de comportamento e gestão e, ao mesmo tempo, ainda se apresentam resilientes em termos da manutenção da tradição, da história e das reminiscências do passado. Foi possível constatar que, em se tratando das fazendas analisadas, destaca-se a importância da noção simbólica da hospitalidade, das suas trocas sociais e do equilíbrio entre o paradoxo do doméstico *versus* o comercial. Ademais, observou-se a interpretação de valores e apropriações que ressignificam a dinâmica mercadológica dessas fazendas, onde o turismo, na vertente do turismo receptivo, se apresenta como veículo que proporciona essas vivências culturais de solidariedade, cordialidade, compartilhamento e de afetividade.

Ressalta-se que o presente artigo é fruto do projeto de doutorado desenvolvido pela autora (CARVALHO, 2012).

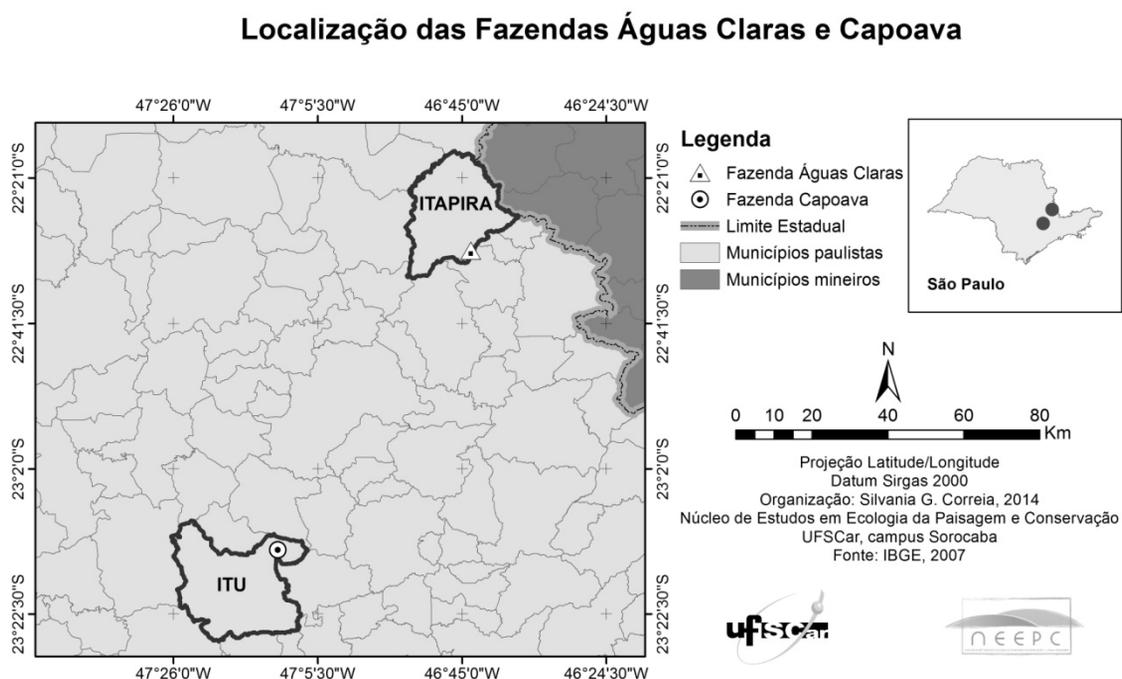
## METODOLOGIA

Para o nosso objeto de estudo, foram selecionadas fazendas inseridas na Associação Roteiros de Charme (ARC), uma associação nacional que congrega atualmente 59 hotéis, pousadas e refúgios ecológicos. Fundada em 1992 como entidade privada sem fins lucrativos, seus membros são selecionados anualmente pela variedade de suas características e personalidades independentes, segundo rígidos critérios quanto ao conforto, à qualidade de serviços e à responsabilidade socioambiental, sempre de forma economicamente viável e sustentável. É uma proposta condizente com produtos referenciados de forma variada como *"luxury"*, *"thematic hotel"*, *"wellness"*, *"boutique hotels"* ou, ainda, que pratiquem uma hotelaria que alia os princípios de *"fair trade"*, *"slow food"* e do *trade* internacional (ética e responsabilidade social).

As fazendas inseridas na Associação Roteiros de Charme (ARC) foram intencionalmente escolhidas, devido ao fato desta associação se apropriar de diversos elementos que são convertidos e traduzidos em requinte e sofisticação e, ao mesmo tempo, se preocupando em cultivar tradições. No caso do turismo rural, no contexto do turismo receptivo, a associação possibilita sua difusão com muito mais charme e elegância, segundo o próprio argumento utilizado pela ARC, pelo qual será possível analisar a dinâmica da espetacularização, da perda ou da manutenção de costumes e da tradição e, sobretudo, da mercadoria, ou seja, da apropriação de todo esse *mix* simbólico que agora é utilizado para a comercialização como sendo um novo destino turístico.

Dentre as fazendas que compõem a Associação Roteiros de Charme (ARC), apenas as localizadas no Estado de São Paulo atendem as características de terem feito parte do ciclo produtivo do café, sendo elas a Fazenda Capoava em Itu e a Fazenda Águas Claras em Itapira. São importantes propriedades rurais que propiciam ao hóspede a oportunidade de se hospedar e cujo atrativo se constitui no conjunto representado pelo ambiente rural, pela história, pela gastronomia, enfim, pelo patrimônio imaterial e material edificado com toda arquitetura característica.

Figura 1: Mapa de localização das Fazendas Capoava, Itu e Águas Claras, Itapira – SP



Fonte: Núcleo de Estudos em Ecologia da Paisagem e Conservação – Ufscar Sorocaba, 2014.

O primeiro momento do método se deu por meio da observação e da descrição da hospitalidade nas fazendas Capoava e Águas Claras, por meio do levantamento bibliográfico e das pesquisas exploratórias. A descrição se apoiou, sobretudo, em uma discussão acerca do histórico da hospitalidade, desde a hospitalidade doméstica até a hospitalidade comercial contemporânea que ocorre no espaço rural, tomando como mote a análise da dinâmica do núcleo familiar, pois é fundamental se analisar a família para entender as formas e as relações sociais que se estabelecem no espaço doméstico e que pautam o espaço comercial da hospitalidade.

O espaço doméstico é permeado pelo sistema da dádiva e que é infinito, sendo ainda tradicionalmente percebido nos dias de hoje. Entretanto, a dádiva continua sendo a principal referência para o sistema comercial, seja como metáfora ou mesmo por meio de uma encenação da hospitalidade.

Na sequência, foi desenvolvida uma análise comparativa das diferenças encontradas nas relações de troca que permeiam a hospitalidade, assim como os diferentes papéis que os componentes do núcleo familiar representam no meio rural, tanto nas novas e modernas formas e relações, como nas possibilidades do rompimento do homogêneo, do normatizado.

O segundo momento previu a análise da realidade descrita, sem fechá-la totalmente, isto é, foram consideradas as contradições e as possibilidades observadas na hospitalidade no que diz respeito ao turismo rural. Nesse contexto, o turismo rural representa um importante eixo do turismo receptivo, constituindo um novo destino de turismo.

O terceiro momento, fase também conhecida como regressiva-progressiva, pretendeu reencontrar o presente já descrito, retomando as modificações assumidas pela hospitalidade e suas relações com o espaço e o tempo rural, discutindo a apropriação simbólica de aspectos da ruralidade com vistas à hospitalidade. Buscou-se a gênese das formações dessas estruturas, apontando um marco geral de transformação sem perder o processo de conjunto. Foi imprescindível neste método considerar a interação das estruturas, a influência das estruturas recentes sobre as estruturas antigas subordinadas ou integradas às primeiras.

Foi apresentada em uma análise geral das modificações apontadas em todo o estudo. Retomou-se o marco de mudança já identificado, ou seja, a mudança das fazendas produtivas agrícolas em larga escala para produção de serviços requintados e individualizados, reencontrando o presente e procurando ainda apontar as contradições emergentes.

Foram realizadas visitas exploratórias e entrevistas com os proprietários e os gestores das fazendas, tendo como norte o referencial da hospitalidade, sendo seguido por um roteiro de reflexões acerca das contradições entre o doméstico e o comercial, das relações sociais reproduzidas por meio do ambiente familiar, do ambiente e da atmosfera rústica trabalhados de forma a enfatizar o argumento mercadológico dentro da atividade turística e dos símbolos que o turismo rural carrega e que são trabalhados de maneira comercial.

## **A HOSPITALIDADE E SEUS DOMÍNIOS: UMA BREVE DISCUSSÃO CONCEITUAL**

Entende-se por hospitalidade, dentre tantos outros significados e, considerando seu caráter polissêmico, o bem-receber, que caracteriza a estada feliz de um hóspede em uma localidade ou estabelecimento.

A hospitalidade, por envolver questões da tradição, de raízes familiares e culturais leva, entre outras coisas, à questão da qualidade e do bem-estar pessoal. Para Camargo (2004, p.30), “o termo hospitalidade é pleno de ambiguidades”, ou seja, algo que não pode ser conceituado facilmente.

[...] Um processo de comunicação interpessoal, carregado de conteúdos não verbais ou de conteúdos verbais, que constituem fórmulas virtuais que variam de grupo social para grupo social, mas que ao final, são lidas apenas como desejo/recusa de vínculo humano. (CAMARGO, 2004, p. 31).

Pode também ser entendida como “a interação de seres humanos em tempos e espaços planejados para tal” (CAMARGO, 2004, p.32). Seu conceito vai além do “receber-bem” e da cordialidade.

Em termos sociais, a hospitalidade é um processo de agregação do ser humano à comunidade, permitindo diversas associações, tendo como base seus símbolos representativos, que criam possibilidades para a hospitalidade ser exercida.

Associando-a, por exemplo, à gastronomia, o rito de sentar-se à mesa representa o estreitamento de laços e possibilidades de interação, cujo momento de troca não é apenas comercial, mas em muito, social (TELFER, 2004; SAVARIN, 2005). Há tempos os homens compartilham a comida e o fogo, surgindo o hábito das pessoas de se unirem no momento das refeições. Até hoje existem grandes festas populares cujo principal atrativo é a refeição e as comidas típicas, celebrando-se, assim, a cultura e os hábitos/costumes locais (VISSER, 1998).

Partindo de seu sentido principal, o de bem-receber, o de como receber e o de como atender, o termo abrange ainda todos os serviços e operações necessárias para que a experiência do hóspede/visitante se torne genuína, única, memorável. Entretanto, vários estudiosos (GRINOVER, 2007; LASHLEY; MORRISON, 2004; CAMARGO, 2004; TELFER, 2004; WALTON, 2004) exploram esse conceito das mais diversas formas, associando-o às relações de troca, às vivências antropológicas, à cultura dominante, à cultura da alimentação, à presença crucial da mulher, à constituição do espaço, à ruralidade, à música e às estruturas urbanas e espaciais que extrapolam, em muito, o espaço físico e do equipamento propriamente dito, onde a hospedagem ocorre.

Em atendimento à tríade dar, receber e retribuir discutida por Camargo (2004), as formas da troca social apresentam, por um lado, um caráter abstrato representando a coisa em si, objetivada como produto, objeto, etc. Por outro lado, elas engendram uma subjetividade que emerge da relação entre os homens, traduzindo-se em relações contratuais. Nesse sentido, as relações de troca não são apenas atos que envolvem coisas e objetos, mas sim valores, sentimentos e consentimentos que implicam reciprocidade (OLIVEIRA; MORAIS, 1996).

Dentro dessa mesma linha do conceito de hospitalidade e retomando o entendimento do produto hospedagem, há que se levar em conta que produtos são sentimentos que pressupõem produções simbólicas de retomada às referências pessoais e ancestrais de cada indivíduo, ou seja, um movimento

que supõe deslocar o cotidianizado e encontrar o exótico no que está em nós sedimentado pelos mecanismos de legitimação e pela reificação, por exemplo, referências da história e da natureza, entre outros.

Neste caso, a publicidade seria um meio de fazer com que o produto adquira identidade e gere uma necessidade, fazendo com que ele entre no circuito de cada indivíduo, no simbólico, por meio de um sistema mágico-totêmico, organizando a complementaridade entre natureza e cultura. Segundo Geertz (1989):

O homem precisa tanto de tais fontes simbólicas de iluminação para encontrar seus apoios no mundo porque a qualidade não-simbólica constitucionalmente gravada em seu corpo lança uma luz muito difusa. A cultura, a totalidade acumulada de tais padrões, não é apenas um ornamento da existência humana, mas uma condição essencial para ela. (GEERTZ, 1989, p. 33).

Enfim, considerando as diferentes formas de uma organização buscar mudança social/cultural e reprodução de espaço/lugares, uma delas é atuar com atividades baseadas no simbólico, na arte, por exemplo. Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2012), bem-estar social e econômico são inseparáveis. Além disso, pode-se notar que muitos empreendimentos, sobretudo os turísticos, fortalecem e/ou desenvolvem a identidade cultural e conseguem tornar tangíveis alguns dos resultados por meio de, por exemplo, resgate de manifestações populares e históricas, incentivando-as ao desenvolvimento e à sua manutenção.

A hospitalidade entra nesse contexto. Vista como um processo histórico, resultado de variações e adaptações culturais, é definida por seu caráter mutável e particular, descansando em um palco repleto de conflitos e dualismos, representados por suas origens, símbolos e cultura. O espaço, então vivenciado pela hospitalidade, revela, portanto, no conteúdo de suas formas, as mesmas contradições que o produziram. Essas, por sua vez, geravam também as condições de reprodução das relações sociais. Nesse sentido, o espaço é resultado e, ao mesmo tempo, condição da reprodução social.

Segundo Lefèbvre (1974), o espaço atua como força e meio de produção - relações entre forma, estrutura e função, gerando produtos. Um espaço

de consumo coletivo seria, por exemplo, as áreas verdes e o espaço como objeto de consumo, o turismo. Para Santos (1986, p.38), a ideia central da interpretação da produção do espaço situa-se na combinação simultânea entre a forma, a estrutura e a função. Isso porque “os movimentos da totalidade social modificando as relações entre os componentes da sociedade, alteram processos e incitam funções”, baseando-se na concepção estruturalista da sociedade como um sistema de relações (LÉVI-STRAUSS, 1967).

Seguindo essa linha de pensamento, a hospitalidade deve ser considerada de uma forma ampla, relacionada aos domínios social, privado e comercial e pode ser concebida como um conjunto de comportamentos originários da própria base da sociedade, conforme discutido por Lashley e Morrison (2004, p. 5): “a partilha e a troca dos frutos do trabalho, junto com a mutualidade e a reciprocidade, associadas originalmente à caça e à coleta de alimentos, são a essência da organização coletiva e do senso de comunidade”.

A partir dessa breve contextualização teórica, será descrito a seguir a hospitalidade no ambiente das fazendas, representando o primeiro momento do método de Lefebvre, o da realidade descrita.

## **O PRIMEIRO MOMENTO: DESCREVENDO A DINÂMICA NO AMBIENTE DAS FAZENDAS**

O cenário doméstico de oferta de hospitalidade é o foro para o inter-relacionamento entre os espaços doméstico e social. A recepção de hóspedes em ambientes domésticos proporciona a oportunidade de situar o indivíduo e a família no contexto da civilidade.

Durante o tempo do plantio do café, nos séculos XVIII e XIX, era possível observar que no ambiente das fazendas era de praxe receber visitantes e hospedá-los na casa grande, fomentando um espaço de trocas e relação social que promovia o estreitamento de laços por motivos de amizade e, sobretudo, comerciais. Ou seja, havia uma regra implícita que remetia ao referido contexto de civilidade, culminando em uma troca de favores entre as partes, ainda que estes favores extrapolassem a seara subjetiva: não existia pagamento

propriamente dito por estar sendo hospedado, entretanto havia um acordo de boas maneiras, de dever simbólico.

Era possível observar as trocas estabelecidas pela hospitalidade também em se tratando do recebimento de imigrantes nas fazendas, quando estes chegavam para trabalhar e recebiam, além do seu ordenado combinado, acomodação e alimentação. As acomodações vieram a se transformar em casas de colonos e que hoje são utilizadas como unidades habitacionais, oferecidas comercialmente no ambiente das propriedades e adaptadas para compor o produto turístico ofertado no pacote de hospedagem dessas fazendas históricas, como é possível observar nas Fotos 1 e 2.

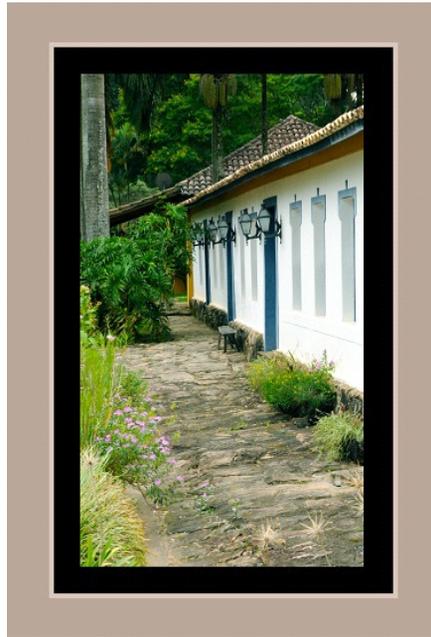
Por produto turístico entende-se um conjunto de elementos oferecidos aos turistas, podendo ser naturais ou culturais, tangíveis e intangíveis, todos centralizados em uma atividade específica, com equipamentos e infraestrutura que facilitam seu uso e que se encontram em uma determinada direção (OMT, 2001).

Fotografia 1: Chalé colonial adaptado para o turismo, representando hoje uma unidade habitacional



Fonte: Fazenda Capoava, 2010.

Fotografia 2: Casa sede adaptada para o turismo, representando hoje unidades habitacionais



Fonte: Fazenda Águas Claras, 2010.

Fotografia 3: Antiga senzala doméstica restaurada com as características originais da época colonial, de taipa de pilão



Fonte: Fazenda Capoava, 2010.

Acompanhando o mesmo objetivo das casas de colonos, transformadas e adaptadas para a função contemporânea de unidades habitacionais dessas fazendas turísticas, é possível também observar a reutilização das senzalas, outrora construídas para abrigar os escravos e, hoje, vendidas, paradoxalmente, com argumento de conforto e aconchego, como se verifica na Foto 3. Ademais, há a separação entre senzala padrão e senzala *loft*, cujos quartos mantêm a originalidade de um único cômodo sem divisão, retomando o argumento do requintado por meio da tipicidade *loft*.

Importante destacar que a senzala de outrora se encaixa hoje no moderno conceito do *loft*, com características modernas no que diz respeito à arquitetura, ao *design* e à eficiência em termos de espaço/distribuição, atendendo necessidades nunca antes existentes ou pensadas, refletindo a grande capacidade de adaptação e apropriação ao negócio, ao comércio, ao atendimento.

Em certa medida, os hóspedes desempenham um papel na condução e na atuação dos gestores de negócio da hospitalidade. Do ponto de vista do anfitrião/gestor, essas estruturas oferecem oportunidade para o convite, a exposição social, o desenvolvimento de relações sociais e a satisfação de necessidades sociais e de *status*. A recepção de hóspedes, portanto, desempenha papéis sociais importantes na vinculação de indivíduos e grupos, na interação social dos envolvidos e das famílias.

No caso das fazendas foco desse estudo, pode-se dizer que atualmente a hospitalidade, tal como descrita e explorada pela literatura científica, se expressa das mais variadas formas. A grande questão que se revela contraditória quando se nos refere à hospitalidade nessas fazendas está relacionada ao fato da concomitância entre seu aspecto doméstico e seu caráter comercial.

Ao observar, por exemplo, as dependências da Fazenda Capoava, percebe-se que foi necessário que esta passasse por uma adaptação estrutural para fins de receber o turista. Entretanto essa mudança não se apresenta tão significativa, pois várias dependências da casa grande permanecem originais, visto que a hospitalidade era presente nos tempos áureos do café. Ademais, à medida que ocorre o atendimento da necessidade do hóspede com qualidade, de forma

profissional e suas expectativas nesse sentido são superadas, há expressão da hospitalidade, ainda que o argumento de troca seja a moeda. Nesse momento, pode coexistir a troca social representada, por exemplo, por uma boa relação entre anfitrião e hóspede ou por um momento de fruição cultural ou histórica que não estava previsto no valor da diária cobrada pela hospedagem.

As estruturas das fazendas foram pensadas também para receber as pessoas como a dinâmica das relações sociais acontecia. Ou seja, os alpendres, os pergolados, as grandes e amplas salas e até mesmo as capelas representavam o espaço onde então se recebiam os familiares ou negociantes.

No estudo realizado por Filippim, Hoffmann e Alberton (2006) sobre turismo rural em fazendas-hotel, foi identificado que as sedes das fazendas dispunham de aspectos histórico-culturais que também funcionavam como atrativos, tais como construções centenárias e manutenção de práticas tradicionais que podem ser presenciadas pelos visitantes. Estas fazendas mantêm suas atividades produtivas originais, que eram exploradas antes de passarem a operar com o turismo. Foi identificado que a visita a fazendas-hotel atrai mais pessoas interessadas em um programa de lazer familiar e em uma ruptura com as rotinas laborais cotidianas, indicando uma tendência de tradicionalização das fazendas-hotel como um novo destino turístico.

Silva (2007) identificou que este fascínio renovado pelas formas tradicionais de construir e de habitar em meios rurais, com destaque para as casas rústicas tradicionais, particularmente aquelas que presentemente constituem uma das expressões mais emblemáticas da ruralidade, está estreitamente associado ao processo de emblematização das formas de arquitetura popular de matriz rural que presentemente ocorre em Portugal e no estrangeiro. Em Portugal, este processo encontra-se patente no contexto do turismo no espaço rural, cujas casas rústicas são o principal tipo de alojamento posto à disposição dos turistas.

Interessante notar que, nos dias de hoje, alteram-se as necessidades e os propósitos, todavia as estruturas adaptadas atendem sobremaneira à arte de receber, de servir, de compartilhar, de atender, enfim, de ser hospitaleiro.

A discussão a respeito da essência doméstica das fazendas dará sequência ao entendimento da dinâmica da vida no meio rural, tendo como amparo a vida nos

casarões, culminando no contraponto entre a hospitalidade comercial, compondo, portanto, o **segundo momento de observação do método lefebvrino**.

Para que haja um entendimento a respeito da dinâmica da hospitalidade doméstica, é necessária uma reflexão acerca da casa e do espaço doméstico.

Na visão de Da Matta (1991, p. 31), o Brasil e a sociedade brasileira representam uma grande família, com um lugar para todos. "A casa, considerada num sentido amplo, é o espaço privado por excelência, onde estão "os nossos", que devem ser protegidos e favorecidos". Entretanto, Da Matta (1991) também discute sobre a questão do dualismo, fortemente presente na essência da hospitalidade, carregada de contradições e hostilidades, como faces da mesma moeda, ou seja, a hostilidade é inerente à expressão da hospitalidade.

A hostilidade poderia ser entendida aqui como um não cumprimento, por parte do hóspede, das regras e das normas impostas por cada espaço doméstico, regidas pelo anfitrião. Por exemplo, o hóspede ter que se adequar aos horários do anfitrião, aos seus costumes e hábitos alimentares, entre outros, bem como nos aspectos de acessibilidade, mobilidade e conectividade no contexto da fazenda.

O autor acredita ser essa a gramática profunda do universo social do brasileiro, levando-se a crer que impor e infringir regras trata-se de uma característica humana/social, ou seja, há o indivíduo das relações impessoais e a pessoa das relações de compadrio e de amizade.

Dessa forma, Da Matta (1991), que discute sobre a individualidade, a sociedade e as relações sociais, retoma e atualiza o conceito de homem cordial de Holanda (1997), fundamental ao exercício da hospitalidade, que neste contexto é associado ao patrimonialismo. Holanda discute que o homem compõe a esfera familiar, em que é possível encontrar e vivenciar o aconchego e as formas emotivas de tratar o próximo. Entretanto, há certa confusão quando se transfere essa discussão para a esfera do Estado, pois esse mesmo homem doméstico, acostumado e envolvido com os laços familiares de afeto passa a confundir o que é privado e o que é público.

Interessante notar que essa confusão a respeito do que é público e do que é privado adentra também a esfera da hospitalidade, pois, em tempos remotos,

a hospitalidade era pautada por regras familiares, domésticas e privadas, sendo mais tarde adaptada para fins comerciais, em que muitas vezes o indivíduo lança mão de uma máscara de homem cordial e por detrás o que há de fato são adequações e representações de ritos e costumes, além é claro, de interesses utilitários ou econômicos.

Baseada nos estudos de Lévi-Strauss, Sarti (1996) discute sobre a questão na qual a família é impensável sem a noção de troca e de reciprocidade, bases essenciais da hospitalidade. Considerar outras relações além da família consanguínea significa a abertura para a troca e a comunicação com o outro, ou seja, a verdadeira possibilidade da humanidade desenvolver-se culturalmente. Esta troca que funda a família é, ao mesmo tempo, o ato fundador da sociedade humana (SARTI, 1996). Aqui, tem-se o início das possibilidades de expressão da hospitalidade, a partir do momento que os comportamentos e as atitudes são trocados e, de certa forma, negociados.

A família, portanto, é vista como um sistema de relações, atento às regras que ditam essas relações, regendo, portanto, as trocas, sendo estas expressas pelas palavras, pelas mercadorias e pelo papel desempenhado, sobretudo, pelas mulheres.

De acordo com Sarti (1996), dentro deste quadro de referências teórico:

A família, como a linguagem, constitui uma estrutura fundada no princípio da aliança, uma das formas fundamentais pelas quais os homens se comunicam. É neste sentido que a análise da família, pensada como uma linguagem, suscita a análise estruturalista do social, concebido como sistema de comunicação, sem que a reflexão incida sobre a família naquilo que lhe é próprio e a singulariza como instituição social. (SARTI, 1996, p.46).

Segundo Holanda (1997), um dos efeitos decisivos da supremacia incontestável e absorvente do núcleo familiar – a esfera por excelência dos chamados ‘contatos primários’ dos laços de sangue e coração – está em que as relações que se criam na vida doméstica sempre forneceram o modelo obrigatório de qualquer composição social entre nós. Segundo o autor, “Isso ocorre mesmo onde as instituições democráticas, fundadas em princípios neutros e abstratos, pretendem assentar a sociedade em normas antiparticularistas” (HOLANDA, 1997, p.146).

Em se tratando da dinâmica das famílias coloniais, há que se ressaltar as revisões da noção de família patriarcal, tanto de uma perspectiva histórica que aponta a existência de arranjos familiares alternativos à família senhorial, quanto, e ao mesmo tempo, a denúncia da leitura da história a partir de um olhar do dominante e por meio da generalização equivocada de um tipo de família regional a todo o país, embora seja característica para a sociedade colonial circunscrita ao ambiente rural e, desde que aceita pela historiografia, foi utilizada como um exemplo válido para toda a sociedade brasileira.

Desta maneira confundiram-se aí vários conceitos: o de família brasileira, que passou a ser sinônimo de patriarcal, e mesmo o de família patriarcal, que passou a ser usado como sinônimo de família extensa. Nessa mesma perspectiva, ainda genericamente falando, família e parentesco passam a ter significado comum. (SAMARA, 1986, p.12 e 13).

Gilberto Freyre (1994) descreve a família patriarcal colonial brasileira em *Casa Grande & Senzala*, família esta chefiada por um patriarca que detém poder sobre seus filhos e esposa e também sobre parentes, agregados e escravos, constituindo uma extensa família. Segundo o autor, esta imagem acabou sendo hegemônica quanto à caracterização do que seria a família no período colonial brasileiro. É que, para Freyre, esta família não é apenas, nem prioritariamente, esfera de vivência da autoridade e afetividade entre seus membros, mas ao mesmo tempo unidade política, econômica e social que terá um papel fundamental na definição de nossa história:

Vivo e absorvente órgão da formação social brasileira, a família colonial reuniu, sobre a base econômica da riqueza agrícola e do trabalho escravo, uma variedade de funções sociais e econômicas, inclusive, como já insinuamos, a do mando político: ou oligarquismo ou nepotismo, que aqui madrugou. (FREYRE, 1994, p.22).

Ao se associar o estudo da família à hospitalidade doméstica, aquela possui grande força de referência moral. A família não é funcional, seu valor não é meramente instrumental, mas se refere à sua identidade de ser social e constitui o parâmetro simbólico que estrutura sua experiência do mundo (SARTI, 1996).

Esse parâmetro pode ser facilmente identificado na relação anfitrião-hóspede, sendo que este último, em alguns casos, busca encontrar no ambiente das fazendas o seio familiar, o aconchego e a segurança expressa pelo lar, ou pelo menos do que se tem como ideal de lar. Há, nesse caso, uma socialização do esforço para a reprodução do grupo. Para tal, os padrões de relacionamentos são, segundo Zaluar (1994), centrados na solidariedade.

É possível perceber que os ambientes das fazendas propiciam esse convívio e essa interação por meio de seus espaços, não somente os construídos outrora e adaptados hoje, mas também os recriados subjetivamente, ou seja, aqueles espaços que não representavam espaços de aconchego, mas, ao contrário, espaços hostis, de duro trabalho e regras preestabelecidas. Aqui se tem mais um exemplo da hostilidade e das contradições expressas na hospitalidade, ou seja, espaços físicos que não refletem a realidade vivida e tampouco a dinâmica diária da casa. Entretanto, esses espaços podem ser ressignificados, sendo capazes de propiciar uma atmosfera dinâmica e atraente para o visitante.

Como exemplo, podem-se citar os pergolados, as senzalas, as tulhas e as cocheiras. Os pergolados, por exemplo, eram utilizados como ponto de saída e retorno para o pasto, local de lida com os cavalos, por sua capacidade de proteção do sol e também por filtrar a intensa luminosidade. Hoje, garantem espaço de socialização e trocas simbólicas entre visitantes, hóspedes e anfitriões.

Para referendar as trocas e as possibilidades de socialização vivenciadas, há vários depoimentos relatados do *site* da Fazenda Capoava, os quais refletem a satisfação do hóspede e o sentimento de acolhimento experimentado. Um deles foi reproduzido a seguir:

Capoava reúne gente simpática, bom papo, cerveja gelada, beleza natural e comida brasileira de primeira. A hospitalidade e acolhimento são ingredientes que a diferenciam de qualquer outro hotel do gênero. Lá você se sente em casa... Ou melhor, na sua própria Fazenda!!!! Parabéns a todos que fazem Capoava ser o que é !!! (...) O Hotel Fazenda Capoava é tudo isso, sim: hotel requintado, parte do Roteiro de Charme, cozinha magnífica, uma paisagem natural deslumbrante, com mil e uma atividades; mas o Hotel Fazenda Capoava é sobretudo uma extensão da casa da gente, pela qualidade do atendimento e pelos detalhes ricos, evidentes em cada canto. Nada se compara ao pôr do sol na Capoava depois de um dia cheio. (FAZENDA CAPOAVA, 2010).

A partir desse depoimento, é possível perceber que os hóspedes buscam na fazenda o aconchego do lar, à medida que relatam que se sentem em casa e que as pessoas e o lugar são hospitaleiros. A comida, como símbolo de hospitalidade, é ressaltada, e também seu tempero e seu modo carinhoso de elaboração.

A Associação Roteiros de Charme (ARC) é lembrada e seu requinte também é algo de valor para os hóspedes, refletindo o serviço de qualidade, que não perde por ser rústico, pelo contrário, a rusticidade é que garante a atratividade.

Interessante notar também que a fazenda é tida como uma referência para a família, sobretudo para as crianças que certamente guardarão na memória os momentos e o tempo que passaram na fazenda, fazendo com que desenvolvam essa motivação para sempre retornar, futuramente, com suas famílias e suas respectivas crianças.

A curta distância da cidade de São Paulo também é um ponto forte que é ressaltado pelos hóspedes, assim como o ambiente natural, repleto de verde, animais e ar puro, contrapondo a dinâmica frenética da cidade grande, caótica, poluída e de um tempo acelerado, fazendo com que as pessoas declarem que a fazenda já faz parte da vida delas.

Outro ponto de relevância é a oportunidade de socialização tida na fazenda, que a cidade grande, em parte, suprimiu, além do fato de poderem estreitar laços com a sua própria família e fazer novos amigos.

As diversas fotos apresentadas no *site* revelam um ambiente aconchegante e acolhedor, sempre com muitas pessoas reunidas, alegres e rindo satisfeitas, onde a solidão não tem lugar. O ambiente da lareira e a presença do violão refletem a socialização, a descontração e o propósito da reunião, selado pelo fogo, pela alimentação, pela música, pelo calor. Aqui, é necessário destacar uma análise que não pode deixar de ser levada em conta: o fato destas fotos e depoimentos estarem dispostos no *site* da Capoava, para que novamente se tenha um argumento de atração, em que o visitante encontrará um local hospitaleiro, onde não há lugar para a tristeza e onde suas necessidades de acolhimento e desejo de ser servido serão atendidos, todavia, há, em contrapartida, um custo.

A fazenda Águas Claras adota outra postura em relação a fotos, divulgação e até mesmo coleta de depoimentos de visitantes. Ao se analisar o *site*, foi possível perceber que os gestores preferem manter a fazenda e sua dinâmica como algo a revelar, ou seja, a ser revelado pelo visitante/hóspede, uma vez que o banco de fotos ou imagens enfocam muito mais a natureza e o patrimônio edificado, e não as pessoas e os momentos de socialização. Não há depoimentos descritos, o que leva a crer que os gestores preferem que as impressões sejam tidas como novidade, pois talvez os depoimentos e a variedade das fotos poderiam orientar olhares e sentimentos do hóspede.

No próximo item, o trabalho pretende discutir acerca da hospitalidade comercial, apresentando como esse domínio comercial se reflete nas Fazendas Capoava e Águas Claras, ressaltando sua estrutura e sua dinâmica operacional e funcional.

## O TERCEIRO MOMENTO: A HOSPITALIDADE COMERCIAL E A ESTRUTURA NAS FAZENDAS

Para iniciar as discussões acerca do comércio da hospitalidade dentro do contexto do turismo, é importante que se pontue a respeito do lazer, uma vez que este se apresenta como grande motivador do deslocamento, cujos estudos e reflexões ajudarão a compreender melhor o fenômeno do turismo e, conseqüentemente, a hospitalidade comercializada e a sua adaptação nos dias de hoje.

As manifestações do lazer são particularmente importantes para estudar a vida humana em sociedade, destacando os significados que nem sempre são tão claros ao eleger-se outro objeto. O lazer é mais do que sobrevivência e conforto, inserindo-se no contexto mais amplo e complexo da vida cultural do sujeito social e das formas subjetivas de decodificação das ações e das influências do meio em questão.

Quando o lazer começa a aparecer como fator central da economia moderna, o mercado pós-industrial consome ideias e demanda uma capacidade criativa interminável. Esta capacidade criativa pode ser incrementada, então, pelo lazer, que permite a regeneração da mente, assim como o descanso físico permite a regeneração dos músculos.

Na sociedade em devir, o lazer aparece como uma realidade multipresente ou uma ilusão “ideologizada”. É o tempo da mais livre expressão de si ou o da pior manipulação ou representação da pessoa. O lazer é anunciado como o futuro substituto do trabalho alienado, ou o trabalho reformado deve reduzi-lo cada vez mais a um passatempo mais ou menos tedioso. Ele será o tempo de uma autoformação permanente e voluntária muito mais séria que a formação imposta pela escola (DUMAZEDIER, 1999).

Para alguns, o lazer, que se situaria fora do campo da “necessidade”, seria o fundamento autônomo de uma teoria de liberdade. Para outros, ao contrário, seria por demais dependente para ser o fundamento de uma teoria qualquer. Celebrado como a arma privilegiada de uma civilização que valorizaria a expressão da personalidade, é criticado por outros como o acontecimento artificial de uma sociedade doente (DUMAZEDIER, 1999).

Fala-se muito que a sociedade contemporânea seria hedonista ou voltada para o prazer, entretanto, talvez a verdade seja justamente o contrário. Segundo Gutierrez (2000), pode-se estar falando de uma sociedade cercada por opções fugazes de prazer, para as quais não há nenhuma garantia de realização. Uma sociedade fundamentada no prazer ameaçado e na chantagem da interrupção de qualquer experiência prazerosa só pode desembocar na angústia (GUTIERREZ, 2000).

O prazer é uma construção social, uma estrutura social assimétrica, política, com acessos diferenciados aos bens materiais e simbólicos – as atividades de lazer serão influenciadas pelas definições culturais sociais e limitadas pela posição individual e sua possibilidade de sentir é pessoal, ou seja, o lazer ilustra as interfaces entre racional e emocional, indivíduo e subjetividade. Segundo Gutierrez (2000):

Isto significa afirmar que o lazer apresenta, ao mesmo tempo, a complementaridade essencial entre o racional e o emocional do homem, entre o subjetivo e o coletivo e, ainda, entre os diferentes momentos de cada vida individual com relação a si mesma, tudo isto manifestado nos limites de dada formação social. (GUTIERREZ, 2001, p. 62).

Corroborando com a colocação de Gutierrez (2000), Bacal (2003) ressalta que “A formação cultural define maneiras distintas de sentir, pensar, agir e valorizar o mundo que nos cerca, ou seja, a atitude frente às características do ambiente – material e imaterial – é reflexo da realidade culturalmente definida” (BACAL, 2003, p. 97).

A mediação do mercado condiciona e atravessa todos os setores da vida cultural e todos os campos estão subordinados a um apelo ao prazer e ao lúdico. A transformação da cultura em mercadoria e a sua correspondente massificação e consumo como atividade de lazer terminam por delimitar um campo particularmente rico para a percepção das contradições e das tensões contemporâneas. É um espaço no qual se associa a liberdade inerente ao pequeno impacto político nas relações efetivas de poder com a necessidade do sucesso nas vendas.

O consumo acaba por determinar, de certa forma, o lazer e o turismo, cujo grande facilitador desse processo é a mercantilização das relações com a subordinação ao mercado invasor. Ou seja, o capitalismo nunca entra em crise, ele se transforma e o homem urbano é sempre formatado para consumir.

As pessoas tornaram-se consumidoras de mercadorias no seu tempo de lazer, reforçadas pelo poder discursivo da mídia, que é um dos responsáveis pela propagação da ilusão de que as sensações e as experiências também podem ser compradas. A prática do consumo não se dá apenas pela compra de determinados objetos, mas também símbolos, significações, serviços e informações (ações e produções simbólicas) (BAUDRILLARD, 1991).

Entretanto, nessas relações, intermediadas pela máquina nesse tempo da repetição, do cotidiano, existem contradições que afloram e por isso a rotina alienadora do viver produtivista da fábrica ao trabalho nunca é total, pois há os momentos de escape. Esses momentos poderiam ser aqueles em que nos finais de semana a família busca um local mais tranquilo, que lhe propicie uma interação com outra paisagem, diferente da que vivencia todos os dias em seu cotidiano, agregando essa experiência à possibilidade de socialização e fuga da rotina. Aqui, nesse momento, é possível verificar o grande deslocamento dessas pessoas para as fazendas rurais.

É o momento de saborear um delicioso almoço com receitas antigas de avó, sentar-se com a família toda reunida e conversar, brincar, saborear a comida sem pressa. Por mais banal que pareça esta cena, ela representa atualmente um momento do possível, do criativo no cotidiano da metrópole e daquelas famílias em que os pais trabalham, os filhos estudam e raramente se encontram.

O que tem acontecido é que os momentos das refeições, sempre propícios às relações de sociabilidade, em virtude das mudanças nos hábitos de consumo e de alimentação, foram perdendo essa tônica. Quando a família se reunia ao redor da mesa para realizar suas refeições diárias, acontecia um momento de fortalecimento da sociabilidade, o que no ambiente das fazendas é perfeitamente possível. Sentar-se à mesa, desde os tempos memoriais da antiguidade, significava estreitamento de laços de amizade e do coletivo, pois, ao se abater uma grande presa, por falta de condições e desconhecimento de técnicas de armazenamento e acondicionamento, todos comiam juntos para que não houvesse desperdício. Isso gerou um comportamento e ditou, de certa forma, padrões de sociabilidade vistos até hoje em nossa sociedade. É nesse contexto que é possível inferir que a oferta comercial da hospitalidade ocorre dentro de um contexto contraditório.

Por um lado, existe o objetivo comercial, do lucro, mercadológico e, por outro, a necessidade de se promover um ambiente hospitaleiro, aconchegante e doméstico, ou seja, uma extensão da casa.

Estabelecimentos que objetivam suprir uma necessidade de deslocamento, cujos fins não sejam os de lazer e ócio, ou seja, o relacionamento movido comercial e mercadologicamente permite ao cliente uma liberdade de ação que o indivíduo não poderia sonhar demandar em um ambiente doméstico, o que favorece o anonimato e oferece um benefício garantido pela indústria da hospitalidade.

Entretanto, ao receber a autêntica hospitalidade, o indivíduo sente-se genuinamente querido e bem-vindo e isso não seria o mesmo que ser acolhido como um cliente a ser cobrado, levando a crer que o fenômeno da hospitalidade sugere um paradoxo entre generosidade e mercado.

Os provedores comerciais estão de forma recorrente tentando o impossível para driblar esse paradoxo, ou seja, a provisão de hospitalidade envolve uma

combinação complexa de elementos tangíveis e intangíveis: em ambos incluem-se os produtos oferecidos, tais como comida, bebida e acomodação, serviço e atmosfera que os cerca.

A hospitalidade, tanto comercial quanto doméstica, começa com a intenção de oferecer, em essência, o mesmo tipo de experiência, usando técnicas similares e tecnologia potencialmente semelhantes. Entretanto, carregam diferenças cruciais, que definirão a experiência do hóspede/visitante, a saber:

Quadro 1: Hospitalidade doméstica versus hospitalidade comercial

| Hospitalidade doméstica     | Hospitalidade comercial     |
|-----------------------------|-----------------------------|
| Movida pelo convite         | Movida pela oferta/demanda  |
| Ocasional                   | Ininterrupta                |
| Pequena escala              | Grande escala               |
| Autoadministrada            | Administrada por terceiros  |
| Instalações não inauguradas | Instalações inauguradas     |
| Experiência única           | Experiência repetível       |
| Atividade personalizada     | Economia de escala          |
| Experiência social          | Experiência de serviço      |
| Não visão lucro             | Sustentabilidade financeira |

Fonte: Adaptado de Lashley e Morrisson (2004).

Em linhas gerais, a hospitalidade doméstica é movida por um convite ou acontecia por necessidade, ou seja, à medida que o viajante galgava suas distâncias, necessitava se hospedar e isso acontecia pelas estradas, povoados, pequenos burgos e tendas. Na antiguidade era de praxe dar abrigo aos viajantes por motivos religiosos, por dever, por serem considerados bons cristãos aqueles que recebiam alguém sobre seu teto e, sobretudo, pelas trocas. Oferecia-se segurança àquele que era recebido e, conseqüentemente, este representava seu anfitrião perante a comunidade ou ajudava-o a comercializar seus produtos, se fosse o caso. Além disso, as informações eram dissipadas pelos viajantes e toda história religiosa, de perseguição, de diligências, de conquista e dominação foi delineando as regras e compondo o fenômeno da hospitalidade por meio dos tempos e culturas.

Em termos de estruturas, estas foram se alterando e se aprimorando conforme avançava o tempo. Na antiguidade, moradores ofereciam a casa,

pasto para os cavalos e, quando possível, um caldo restaurador. Com o aumento do volume das viagens, as casas não foram mais capazes de suportar o fluxo de viajantes e aos poucos foram surgindo os estabelecimentos de hospedagem que atuavam comercialmente: as tabernas e as pequenas pousadas/albergues. Conseqüentemente, as estruturas foram aumentando e oferecendo serviços adicionais, tais como refeições, espaço para carruagens, abrigando os que tinham condição de pagar. Aos desprovidos de condições, aos peregrinos e aos religiosos, havia os mosteiros e os albergues públicos, que geralmente solicitavam carta de recomendação para que a hospedagem fosse possível.

Com surgimento e o desenvolvimento dos meios de transportes e, sobretudo, com o advento das navegações, os estabelecimentos foram se desenvolvendo ainda mais, aprimorando seus serviços e tamanho, diferentemente em cada lugar e cultura, o que ditava as regras de funcionamento de cada um.

Na Espanha, as casas de pedra e os grandes moinhos de outrora foram reformados, reconstruídos com o apoio da comunidade europeia por meio de fundos de apoio ao desenvolvimento (FUNDER) e também com apoio dos governos locais. Operam como pousadas e hotéis, adotando o mote do requinte para atrair seus hóspedes, fazendo compor o produto hospedagem juntamente com o argumento da ruralidade, da história, da religiosidade, sobretudo na região da Galícia, onde predomina o roteiro de Santiago de Compostela. A região comercializa seu passado de forma profissional e pitoresca, garantindo à Espanha uma grande soberania no que diz respeito ao turismo cultural, religioso, rural.

Ainda em termos de estrutura, os paços galegos são, por exemplo, realidades arquitetônicas presentes nos campos da Galícia, mas cuja recorrência é pontual, dado que era o modelo arquitetônico e paisagístico das classes privilegiadas. É importante dizer que, apesar de que globalmente a presença dos paços é excepcional no conjunto da Galícia, o paço foi objeto de tratamento intenso por parte da literatura, em especial a literatura sobre Galícia em espanhol, o que fez que se popularizasse, nomeadamente por parte das elites espanholas, a percepção do paço como quintessência da ruralidade galega e, portanto, um estereótipo aos olhos estrangeiros, o que facilmente viria a ser argumento de comercialização para o turismo rural (GONZALEZ; CARRIL; SOLLA, 2010).

Em Portugal pode-se lembrar o exemplo das quintas. Estas eram arrançadas para o bom desempenho da sua função recreativa e social, justaposta à da produção agrícola. A casa grande possuía múltiplos quartos e, o jardim e o parque estavam separados das habitações dos trabalhadores agrícolas residentes. As hortas, pomares, armazéns e estábulos também ficavam separados. A casa da quinta funcionava cada vez mais como residência secundária, embora simbolizasse sempre o assento da exploração agrícola. Muitas delas se mantêm tal como são até hoje, apesar da agregação de outros equipamentos de lazer, tais como piscinas, campos de tênis, equitação, caça, etc.

No Brasil, atualmente, as fazendas históricas foram adaptadas para a prática do turismo rural, objetivando também a utilização de um patrimônio que já não possui mais a mesma função, mas que se encontrava preservado e ainda carregado de possibilidades de uso. O turismo cria, transforma e valora de forma distinta espaços que, inicialmente, não têm valor em um contexto da lógica de produção, como um campo ou um pasto que pode passar a ser uma área de camping ou, um paço, mosteiro ou mesmo hospital pode se transformar em um equipamento de hospedagem.

O espaço, portanto, participa de um processo de mudança ou evolução, cujas áreas anteriormente dedicadas à outra atividade, ou que possuíam outra função, por exemplo, assistência à saúde, plantio de subsistência, fortes militares, casas e paços medievais, atualmente, passam a trabalhar com turismo rural. Ou seja, toda a questão do patrimônio “turistificado” pode ser analisada por essa vertente. Ademais, o turismo rural possui um grande apelo no que diz respeito à atividade turística, uma vez que cada vez mais turistas/consumidores buscam o sossego e a tranquilidade do campo, ou seja, motivações e possibilidades do rural pelo turismo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Frente a todas as reflexões apresentadas ao longo deste estudo, é possível perceber o quanto a teoria dialoga com a prática à medida que se percebe que a hospitalidade é e pode ser vivida em sua essência, ainda que se tratando de um domínio comercial.

O fato é que os indivíduos, conforme lembra Camargo (2008), são orientados por regras que ancestralmente ditam a postura de um indivíduo ou de um grupo em face do estranho e de grupos estranhos. Este é o sistema da dádiva, no qual a troca não é equilibrada como no sistema comercial, que vem se tornando a tônica das trocas humanas depois do século XVI. Mas, contrariamente à troca comercial saldada pelo pagamento, o sistema da dádiva é infinito, sendo ainda tradicionalmente percebido nos dias de hoje.

Diferentemente, porém, da hospitalidade doméstica, hóspedes e anfitriões mantêm uma grande distância social. Os primeiros ostentando símbolos socialmente distintos, enquanto os segundos tentam retirar o maior lucro possível da presença dos forasteiros, ou seja, categorias de troca que emergiram do sistema comercial a partir da modernidade e da revolução industrial contra o sistema da dádiva, inadequado aos modelos atuais, sendo que prevalecem trocas capitalistas.

Todavia, o que foi possível observar nas fazendas diz o contrário: o grupo dos que recebem (os anfitriões) e o grupo dos que são recebidos (visitantes, que aqui nesse caso não se pode chamar de forasteiros) não é tão estranho assim, pois é possível identificar o prazer em realizar a acolhida, conduzida por um trato próximo e estreito com o seu hóspede. Há, de certa forma, um reconhecimento do outro nessas relações, um reconhecimento que se dá ao compartilhar algo que é de valor para ambas as partes, o que nesse caso poderia ser exemplificado pela ligação com a terra, pelo gosto pela gastronomia e pela retomada à infância, um passado vivido na casa da avó, cujos laços familiares são presentes.

Fica, portanto, a consideração de que a hospitalidade comercial é analisada sob o ponto de vista da dádiva, cujo sistema não desapareceu sob a avalanche do comércio e, embora diante de dois paradigmas: o da dádiva e o do comércio, é possível afirmar que há coexistência desses dois princípios aparentemente paradoxais de organização das relações sociais, desenvolvendo a hipótese de que a lógica do dom não se limita apenas a regiões intersticiais da sociedade contemporânea, mas pode ser reencontrada no próprio coração do mercado. Seria razoável então concluir, conforme discute Camargo (2008), que da mesma forma que há gestos inospitais na hospitalidade doméstica, também há gestos hospitais na hospitalidade comercial.

Em outras palavras, tudo se passa como se os funcionários das fazendas ou qualquer outro profissional do turismo, mesmo ostentando o “riso comercial” da etiqueta e da sociabilidade, mesmo mobilizando seus recursos comunicacionais a serviço do contrato da fazenda com o hóspede, continuasse a ser alguém também capaz de reagir positivamente ao apelo hospitaleiro do hóspede ou de ele próprio tomar a iniciativa, agindo, portanto, além da força do contrato e se rendendo ao código ancestral da dádiva e das suas leis, regras ou ritos.

Corroborando com essa discussão, a autora Anne Gotman (2008) defende que a dádiva continua sendo a principal referência para o sistema comercial, seja como metáfora, seja como *mise en scène* (encenação) da hospitalidade. Em outras palavras: as instâncias de recepção turística seriam, então, o palco de uma encenação quase que teatral de outro ritual, que se encena em nossa vida cotidiana: o das regras da hospitalidade que presidem ao nosso contato com os outros.

A reutilização de estruturas, que outrora representavam casas grandes, tulhas e senzalas e hoje são utilizadas como unidades habitacionais, conforme relembra Baudrillard (1991), é recebida pelos hóspedes com curiosidade, prazer, diversão e, sobretudo, alienação, fator determinante à encenação, que, diga-se de passagem, não é negativo. Tal como em todas as áreas profissionais nas quais acontecem contatos interpessoais, a hotelaria jamais será tão profissional a ponto de exercer apenas o contrato e bloquear o sistema da dádiva, que continua vivo. As fazendas estão aí para contar como o gesto humano se impõe ao gesto comercial mecânico, criando e favorecendo a manutenção da sociabilidade.

Atualmente, essas fazendas não possuem mais a plantação de café como atividade principal em seus domínios, sendo utilizadas somente para subsistência da própria fazenda e, em alguns casos, a pequena escala de plantação ainda se mantém com objetivo de servir de atrativo para os visitantes, que têm acesso a essas propriedades e também para a manutenção de pequenos negócios, como cafeterias e cafés *gourmets*.

Tal dinâmica configura e dá lugar a uma nova atividade produtiva, ligada principalmente ao setor de serviços, no qual a hospitalidade, que outrora continha um caráter doméstico, hoje é mesclada com aspectos da

hospitalidade comercial, coexistindo ambas em um espaço que era e ainda continua sendo pertencente à família, embora as famílias proprietárias dessas fazendas nem sempre permaneçam residindo nesses locais e pertençam a 4<sup>a</sup>. ou 5<sup>a</sup>. gerações da família original.

É possível, portanto, aferir que a ruralidade representa um símbolo da hospitalidade por meio da apropriação de estruturas, reprodução de um modo de vida característico e das relações familiares estabelecidas. Além disso, há também a hipótese de que o turismo se apropria dos significados, do lugar e da paisagem, ressignificando valores e criando um produto, uma mercadoria que lança mão da sofisticação que atende necessidades físicas e psicológicas de visitantes e também todos os envolvidos na atividade das fazendas, cujo meio a qual se lança mão para atingir esses fins é a hospitalidade.

Fica então evidente que, em se tratando das fazendas históricas como equipamentos a serem considerados na atividade turística, destaca-se a importância da noção simbólica da hospitalidade, suas trocas sociais, o equilíbrio entre o paradoxo do doméstico *versus* comercial, a interpretação de valores e apropriações que ressignificam a dinâmica operacional e funcional das fazendas históricas paulistas e o turismo como veículo que proporciona essas vivências culturais de solidariedade e de afetividade como variáveis de construção dessa nova hospitalidade rural, ou seja, a operacionalização das práticas sociais e a sua transformação, de forma natural, em argumento de atração.

Concluindo, como sugestões para futuros trabalhos, fica a proposta de se analisar o fluxo da logística de serviços e da hospitalidade no contexto de outras fazendas históricas paulistas, como possibilidade de se ampliar as reflexões no que tange o universo da hospitalidade.

## BIBLIOGRAFIA

AGUAS CLARAS, Fazenda. Disponível em: <<http://www.fazendaaguasclaras.com.br/>>. Acesso em 02/10/2010.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulação**. Antropos, Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BACAL, S. Lazer e turismo: fenômenos do tempo livre. *In*: \_\_\_\_\_. (Org.). **Lazer e o universo dos possíveis**. São Paulo: Aleph, 2003.

CAMARGO. **Modernidade, cultura material e estilos de vida**. SP: Ed. SENAC, 2008.

CAPOAVA, Fazenda. Disponível em: <<http://www.fazendacapoava.com.br/>> Acesso em: 02/10/2010.

CARVALHO, A. N. **Análise da relação simbólica da hospitalidade**: desdobramentos e apropriações em fazendas históricas inseridas em espaços rurais. 2012. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP Campus Rio Claro, Rio Claro, 2012.

DA MATTA, R. **A casa e a rua**. Rio de Janeiro. Guanabara Koogan, 1991.

DUMAZEDIER, J. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva: SESC, 1999.

FILIPPIM, M. L.; HOFFMANN, V. E.; ALBERTON, A. **Turismo rural em fazendas-hotel**: um estudo das características da demanda e fatores de influência no Planalto Serrano e Meio-Oeste de Santa Catarina. *In*: Turismo Visão e Ação, vol. 8, n.1, p. 31-46, jan./abr., 2006.

FREYRE, G. **Casa Grande & Senzala**: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. 29. ed. Rio de Janeiro: Record, 1994.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Editora: LTC. Rio de Janeiro. 1989.

GUTIERREZ, G. Lazer, exclusão social e militância política. *In*: BRUHNS, H. E GUTIERREZ, G. (Orgs.) **Temas sobre o lazer**. Campinas, Autores Associados, 2000.

GONZALEZ, R.; C. L.; CARRIL, V. P.; SOLLA, X. S. Paisagens Vitivinícolas e desenvolvimento do Enoturismo na Galiza. Uma olhada desde a Geografia Cultural. *In*: I Congresso Internacional de Vinhos e Vinhas, **Anais**, Portugal, 2010.

GOTMAN, A. O turismo e a encenação da hospitalidade. *In*: BUENO, M. L.; CAMARGO, L. O. L. (Orgs.). **Cultura e consumo**: estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo: Senac, 2008.

GRINOVER, L. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

HOLANDA, S. B. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. São Paulo: Manole, 2004.

LEFEBVRE, H. **A Produção do Espaço**. Paris: Armand Colin, 1974.

LÉVI-STRAUSS, C. **Antropologia Estrutural**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1967.

OLIVEIRA, B. A. C. C.; MORAES, C. S. V. **A teoria das formas em Lefebvre**. In: RODRIGUES, A. B. **A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental**. São Paulo: Editora Hucitec, 1996.

OMT. **Actualización de las Recomendaciones sobre estadísticas de turismo OMT- ONU** – Serie M No. 83, 1994.

OMT. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

SAMARA, E. M. **A família brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SANTOS, M. **Espaço e Método**. São Paulo: Nobel, 1986.

SARTI, C. **A família como espelho**: um estudo sobre a moral dos pobres. Campinas: Autores Associados, 1996.

SAVARIN, B. **A Fisiologia do Gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

SILVA, L. A procura do turismo em espaço rural. In: **Etnografica** - revista do centro em rede de investigação em antropologia. Série Miscelânea e Dossiê Usos da Ruralidade, vol. 11, n. 01, 2007.

TELFER, E. A filosofia da "hospitabilidade". In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. São Paulo: Manole, 2004.

UNESCO. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil>>. Acesso em 06/06/2012.

VISSER, M. **O ritual do jantar**: as origens, evolução, excentricidades e significado das boas maneiras à mesa. São Paulo: Campus, 1998.

WALTON, J. K. O negócio da hospitalidade: uma história social. In: LASHLEY, C.

ZALUAR, A. **A máquina e a revolta**: as organizações populares e o significado da pobreza. São Paulo: Brasiliense, 1994.