



Universidade de Brasília
Centro de Excelência em Turismo

**O FATOR CULTURAL COMO ESTÍMULO AO
TURISMO RURAL:
O CASO DO HOTEL- FAZENDA SOLAR DO ENGENHO
SETE LAGOAS - MG**

ELAINE ANTÔNIA DE SOUZA

ORIENTADORA: DR^a. PROF^a. MARIA SALETE KERN MACHADO

Monografia apresentada à banca examinadora do Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília em cumprimento às exigências para obtenção do título de Pós-Graduação Lato Sensu do Curso de Especialização para Professores e Pesquisadores em Turismo e Hospitalidade.

Brasília, DF, outubro de 2003.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Centro de Excelência em Turismo
Curso de Especialização para Professores e Pesquisadores em Turismo e
Hospitalidade

**O FATOR CULTURAL COMO ESTÍMULO AO TURISMO RURAL:
O CASO DO HOTEL-FAZENDA SOLAR DO ENGENHO
SETE LAGOAS - MG**

ELAINE ANTÔNIA DE SOUZA

Banca Examinadora

Prof^a. e Dr^a. Maria Salete Kern Machado
Orientadora

Prof^a. e Dr^a. Deis Elucy Siqueira
Membro da Banca

Prof^o. Msc. Domingos Spezia

Brasília, DF, 23 de outubro de 2003.

SOUZA, Elaine Antônia de

O Fator Cultural como Estímulo ao Turismo Rural: O Caso do Hotel-Fazenda Solar do Engenho / Elaine Antônia de Souza // Brasília, 2003.

iii, 80 f.

Curso de Especialização para Professores e Pesquisadores em Turismo e Hospitalidade. Universidade de Brasília. Centro de Excelência em Turismo.

1. Turismo Rural 2. Fator Cultural.

ELAINE ANTÔNIA DE SOUZA

**O FATOR CULTURAL COMO ESTÍMULO AO TURISMO RURAL:
O CASO DO HOTEL-FAZENDA SOLAR DO ENGENHO
SETE LAGOAS - MG**

Aprovado em _____

COMISSÃO AVALIADORA

Doutora e Professora Maria Salete Kern Machado
Orientadora

Professor (a)

Professor (a)

Brasília, DF, 23 outubro de 2003

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais Américo de Souza Marques e Sebastiana Antônia de Souza por me gerarem com saúde e com a capacidade de pensar e de olhar, além de me terem dado e ensinado bons sentimentos com a proteção de Deus.

Agradeço também ao meu marido, Cesar Francisco Alves, que me estimulou a fazer o Curso de Turismo e Hospitalidade do CET da UnB, responsável por adicionar novos ensinamentos e perspectivas à minha formação em Pedagogia.

Agradeço ainda aos meus colegas do Curso, entre os quais muitos tornaram-se meus amigos, e aos professores, especialmente às doutoras Tânia Siqueira Montoro e Maria Salete Kern Machado, respectivamente coordenadora e orientadora, que tanto se empenharam pela qualidade do Curso e da minha monografia.

Agradeço finalmente aos autores dos livros citados na minha monografia que com seu saber com relação às diversas áreas, especialmente ao Turismo, contribuíram para que eu pudesse pensar e olhar melhor as atividades turísticas no meio rural seguindo assim os ensinamentos de Goethe citados na frase da página seguinte.

“Pensar é mais interessante que saber,
Mas é menos interessante que olhar.”

Goethe

RESUMO

A importância crescente do turismo rural no Brasil como segmento da atividade turística tem sido analisada e destacada em palestras, livros, cursos, monografias e eventos, mas, até agora, os especialistas não se aprofundaram na análise da importância do fator cultural para o sucesso desse segmento, especialmente para empreendimentos turísticos situados próximos a locais ou cidades com patrimônios culturais importantes como é o caso do hotel-fazenda Solar do Engenho. O empreendimento citado e utilizado como estudo de caso nesta monografia está situado no km 479 da rodovia BR-040, próximo à cidade mineira de Sete Lagoas, que dista cerca de 70 km de Belo Horizonte. Em torno da capital mineira, há cidades com patrimônios culturais reconhecidos interna e externamente pela sua riqueza como é o caso de Ouro Preto, tombada pela Unesco/ONU. Essas cidades, além da sua importância cultural resultante da existência de museus, igrejas e outros prédios seculares, tiveram grande influência na formação econômica e social de Minas Gerais e do Brasil, devido à sua participação nos ciclos do ouro, de pedras preciosas, do café e do açúcar, sendo que esse foi mais expressivo no Nordeste onde se iniciou e se expandiu. O objetivo principal desta monografia é, a partir do estudo de caso do hotel-fazenda Solar do Engenho, enriquecer e inovar a análise dos fatores responsáveis pela expansão do turismo rural no Brasil, dando ênfase ao cultural. Entre os objetivos secundários estão: identificar os fatores que atraem turistas para o hotel-fazenda Solar do Engenho, aprofundando a análise do cultural e dimensionando sua importância para a sustentabilidade do empreendimento; e avaliar e testar hipóteses que possam servir de estímulos para outros especialistas aprofundarem o estudo desse fator. A hipótese mais relevante possível de ser considerada é que, uma vez comprovada a importância dele para o sucesso do empreendimento estudado e para o turismo rural, a monografia sirva de paradigma a outros estudos com o mesmo enfoque ou semelhante. Assim, haveria a possibilidade de o fator cultural ser valorizado não apenas pelos especialistas, mas também pelos demais agentes envolvidos com as atividades do setor como, por exemplo, empresários, autoridades e instituições financeiras (BNDES, etc.). Caso isso realmente ocorresse representaria um grande estímulo à realização de mais investimentos na preservação do patrimônio cultural brasileiro. O fato teria grande impacto positivo sobre o turismo, especialmente quanto aos seus segmentos cultural e rural que estão intimamente relacionados e dependentes.

ABSTRACT

The growing importance of rural tourism in Brazil has been analyzed and emphasized in talks, books, classes, papers and events. Up to now, however, specialists have not taken the time to scrutinize the weight of cultural factors in this segment of tourism. This is particularly true of locations that have important cultural patrimony sites, as is the case of hotel fazenda Solar do Engenho. This farm hotel is located in the vicinity of Sete Lagoas - a city 43,5 miles of Belo Horizonte, the capital of Minas Gerais State - and has been selected as the object of this study. There is a number of cities not too far from Belo Horizonte that have been acknowledged as cultural patrimony both in Brazil and abroad. Such is the case of Ouro Preto, registered as such by UNESCO, the United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization. These cities have great importance from the cultural point of view owing to the number of museums, ancient churches and buildings. Historically, they also had great influence in the economic and social background of both Minas Gerais state and Brazil because of their intense role in the Brazilian colonial economy. This paper aims primarily at analyzing the leading factors of expansion of the rural tourism in Brazil, with an emphasis on cultural aspects. Secondarily, the following aspects will be examined: a) elements that contribute to attract tourists to hotel farm Solar do Engenho and the importance of the cultural components for its self-sufficiency; and b) evaluate and test hypotheses to serve as a basis for other specialists to further future research. The most relevant hypothesis to be considered is that, once the magnitude of cultural components in the success of the case study and rural tourism as a whole has been determined, this paper may be used as a paradigm for other studies with the same or similar focus. This way, there would be a possibility that the cultural aspect would be considered not only by specialists, but also by other tourism agents. Examples of such agents are entrepreneurs, dignitaries and financial institutions, as BNDES - the National Economic and Social Development Bank of Brazil. Such consideration could possibly be translated into investments to preserve the Brazilian cultural patrimony, which in turn would have a positive impact on rural and cultural tourism, two segments that are closely related and interdependent.

SUMÁRIO

AGRADECIMENTO	
EPÍGRAFE	
RESUMO	
ABSTRACT	
INTRODUÇÃO	1
JUSTIFICATIVA	7
1- O MERCADO INTERNO DE TURISMO E OS FATORES RESPONSÁVEIS PELA EXPANSÃO DO TURISMO RURAL.....	16
2- FORMAÇÃO ECONÔMICA, SOCIAL E CULTURAL DO BRASIL E SUA RELAÇÃO COM O TURISMO, SOBRETUDO O RURAL	23
3- O CASO DO HOTEL-FAZENDA SOLAR DO ENGENHO.....	35
4- CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
ANEXOS	51
1. SOLAR DO ENGENHO.....	52
1.1. Casa Grande: Exteriores	53
1.2. Casa Grande: Interiores	60
1.3. Solar do Engenho: Lazer.....	65
APÊNDICES.....	73
1. TEXTO SOBRE TURISMO RURAL DO SITE DA EMBRATUR E DO MINISTÉRIO DE TURISMO	74
1.1. Turismo Rural.....	74
2. SOLAR DO ENGENHO: QUESTIONÁRIO DE PESQUISA	75
2.1 Formulário de pesquisa junto aos hóspedes	75
2.2 Atrações do hotel-fazenda.....	76
3. SOLAR DO ENGENHO: RESPOSTA DO QUESTIONÁRIO DE PESQUISA ...	78
3.1 Tabela das respostas à pesquisa junto aos hóspedes	78
3.2 Atrações do hotel-fazenda.....	79

INTRODUÇÃO

O fato de o turismo rural (ver conceituação no item Justificativa) ser relativamente novo no Brasil, tendo segundo alguns especialistas se iniciado em 1986, em Lages, Santa Catarina, explica, em parte, a carência de informações, de pesquisas e de trabalhos acadêmicos sobre esse segmento, especialmente quanto aos fatores responsáveis pela sua expansão considerada expressiva pelos especialistas.

Das margens da rodovia BR-116, onde está localizada Lages (a maior cidade do planalto catarinense), num ponto equidistante entre Curitiba e Porto Alegre (capitais, respectivamente, do Paraná e do Rio Grande do Sul), o turismo rural se estendeu para várias regiões brasileiras com maior ou menor intensidade. Hoje, conforme Funari e Pinsky (2002, pág. 72) “o ecoturismo e o turismo rural são os segmentos ou as modalidades de turismo que mais crescem”.¹

Os autores não fazem referência à nenhuma pesquisa segmentada na qual basearam sua afirmação, mesmo porque nem a Embratur – Instituto Brasileiro de Turismo, subordinada ao Ministério do Turismo, nem, tampouco, qualquer outra instituição ou empresa fizeram algo nesse sentido. Só há, até agora, o “Estudo do Mercado Interno de Turismo - 2001” feito pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), sob encomenda da Embratur e com base numa amostragem de 112 municípios urbanos. A pesquisa se baseou em viagens no Brasil de famílias ou de seus membros no período de novembro de 2000 ao mesmo mês de 2001. Embora não contenha dados sobre segmentos turísticos brasileiros, inclusive o rural, a pesquisa vai ser analisada mais detalhadamente nesta monografia quando se for dimensionar o turismo interno no Brasil.

Mesmo diante da inexistência de pesquisas sobre os segmentos turísticos internos, é possível, a princípio, concordar com os autores citados sobre o crescimento do turismo rural quando se tenta, sem sucesso, próximo de cidades como Brasília, Belo Horizonte e outras, se hospedar em algum hotel-fazenda ou fazenda-hotel em simples finais de semana, sem que se tenha feito reserva com

¹ FUNARI, Pedro Paulo, PINSKY, Jaime (Orgs.). **Turismo e Patrimônio Cultural**. 2. ed. Contexto, 2002. pág. 72.

bastante antecedência a exemplo de feriados ou férias. Fato que não ocorria até há alguns anos atrás e que difere do que ocorre regularmente em hotéis urbanos mesmo durante os meses de alta temporada: dezembro, janeiro, fevereiro, março e julho. Há sempre disponibilidade de hospedagem em hotéis urbanos, exceto durante eventos importantes ou festas populares.

Rocha (1999, pág.15) diz que, “nesse ano, existiam em Lages mais de uma dezena de propriedades envolvidas com turismo rural e responsáveis pelo fato de a cidade catarinense ter sido adotada pela Embratur como Projeto Piloto no Brasil desse segmento”.²

De fato, após a realização do I Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável em Santa Marina, no Rio Grande do Sul, promovido pela Universidade Federal dessa cidade, no período de 27 a 29 de maio de 1998, a Embratur elaborou e divulgou um documento com as “Diretrizes Nacionais para o Desenvolvimento do Turismo Rural” com base no que foi proposto na “Carta de Santa Maria”.

As principais propostas dessa Carta eram as seguintes:

Estabelecimento pelas instituições governamentais, em parceria com a iniciativa privada, de diretrizes voltadas para o segmento do turismo no espaço rural; criação de associações locais e regionais integradas a uma instituição de representatividade de âmbito nacional; revisão da legislação existente que interfere direta ou indiretamente no segmento e na sua conseqüente normatização; estímulo à capacitação de profissionais por meio de entidades públicas e privadas; estímulo à pesquisa de turismo no espaço rural de maneira que os registros sigam uma terminologia unificada e venham facilitar a interpretação e análise de dados.³

(BRASIL. Ministério do Esporte e Turismo, 1994.)

Entre essas propostas, que se pode considerar básicas, pouco se fez quanto à “revisão da legislação” e ao “estímulo à pesquisa de turismo no espaço rural”, nos últimos cinco anos e após a Embratur ter anunciado, em 1999, os seus “objetivos, ações e estratégias” para estimular o turismo rural no Brasil, em

² ROCHA, Roberto de Freitas. **Café colonial rural**. Brasília: SEBRAE, 1999. Pág.15.

³ BRASIL, Ministério do Esporte e Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**. Brasília:EMBRATUR, 1994.

documento apresentado pelo seu então presidente e depois ministro de Turismo e Esportes, Caio Luiz de Carvalho, ganhando, assim, conotação institucional.

Na verdade, a prioridade turística do governo Fernando Henrique Cardoso e do que o sucedeu, assim como a da Embratur mesmo após sua reformulação no governo Lula, continuou sendo a atração de turistas estrangeiros para gerar divisas e reduzir o déficit tradicional no item Serviços do balanço de pagamentos do Brasil, onde são contabilizadas todas as entradas e saídas de dólares.

Ou seja, a maior preocupação governamental na área de Turismo (atração de turistas estrangeiros) continua tendo, basicamente, motivação financeira, embora seus efeitos e as ações públicas se reflitam na ampliação de investimentos em infra-estrutura e em empreendimentos destinados aos turistas estrangeiros e à uma parcela inexpressiva da população brasileira integrada ao mercado turístico. O estudo citado da Fipe mostra que apenas 1,7% dos brasileiros desse mercado viajou para o exterior em 2001. É essa parcela mínima de turistas brasileiros que, além de viajar para o exterior, tem acesso aos empreendimentos construídos para atender, basicamente, aos turistas estrangeiros. Isso justifica a crítica feita por Funari e Pinsky para defender prioridade ao turismo interno, particularmente ao seu segmento rural.

Eles afirmam que:

Os recursos financeiros, muito deles vultosos e até mesmo públicos, são canalizados para a construção de luxuosos resorts à beira-mar, principalmente ao longo do ensolarado litoral nordestino, reforçando o turismo sol e praia ou às margens de rios e igarapés da Amazônia, em um pseudo-ecoturismo, beneficiando grandes grupos hoteleiros internacionais e, como sempre, uma pequena, porém, privilegiada e poderosa, rede nacional de transportes, operadoras e prestadoras de serviços, reforçando a elitização da atividade turística. Essas lógica e práxis governamentais na área de Turismo são as mesmas que beneficiam banqueiros, empresas transnacionais e oligarquias econômicas nacionais em detrimento da pequena e média empresa do País.⁴

(Funari e Pinsky , 2002. pág. 75)

⁴ *opus citatum*

Mesmo sem a atenção e os investimentos que estão concentrados na “elitização da atividade turística”, conforme expressão do livro mencionado, Rocha afirma que:

Desde a aceitação pela Embratur do Turismo Rural em seu Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), este produto vem apresentando um dos maiores índices de crescimento no setor, devendo-se destacar os estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Mato Grosso do Sul, Distrito Federal, Espírito Santo e Minas Gerais.⁵

(ROCHA, 1999. pág.15)

Assim, há um consenso de que, apesar da carência de estímulos e de pesquisas sobre o turismo rural, o segmento vem crescendo espontânea e significativamente no Brasil. Estamos, portanto, diante de um fato reconhecido no Brasil - ainda que insuficientemente comprovado com base em estatísticas - sem que se tenha feito, até agora, um estudo detalhado dos diversos fatores responsáveis pela expansão do turismo rural no País, a exemplo do que ocorreu em outros países em desenvolvimento e desenvolvidos.

Há muitas indagações a serem feitas sobre as causas desse crescimento e dos fatores que estariam estimulando seu desenvolvimento em alguns estados, quando a lógica indica que ele poderia estar ocorrendo também em outras regiões do País, com maior ou menor intensidade, devido às suas características mais rurais e com tradições social e cultural ligadas às atividades primárias, sobretudo à agricultura e a pecuária como, por exemplo, o Nordeste.

A contradição evidente entre as condições excelentes existentes no Nordeste para o desenvolvimento do turismo rural - sobretudo em Pernambuco e na Bahia, onde se iniciaram e se consolidaram as culturas do açúcar e do cacau com suas fazendas e engenhos decisivos à formação da história econômica, social e cultural do Brasil - e o baixo desenvolvimento registrado por esse segmento na região nordestina é explicada superficialmente por Funari e Pinsky (2002, pág. 76) como “decorrência da onipresença do turismo do sol e praia da Zona da Mata e do litoral da região como um todo”.⁶

⁵ *opus citatum.*

⁶ *opus citatum.*

Ou seja, os autores não atentaram para outros fatores, sobretudo o cultural, responsáveis pela afirmação correta deles de que “o turismo rural ainda é muito tímido no Nordeste”. Não é por acaso que o turismo rural no Brasil se desenvolveu mais rapidamente nos estados com melhor distribuição de renda e com maiores níveis de escolaridade e de cultura, segundo o IBGE, e que valorizam mais seus patrimônios culturais, inclusive para fins turísticos.

Este trabalho pretende mostrar a importância de outros fatores não mencionados pela publicação citada, sobretudo o cultural, que explica, em grande parte, o porquê do sucesso pioneiro da Fazenda Pedras Brancas, em Lages, Santa Catarina, com o aproveitamento do fluxo humano na BR-116 e do seu interesse com as origens e as práticas rurais da produção de bovinos, ovinos e de cavalos.

A fazenda citada e as demais que seguiram seu exemplo, ao abrirem suas portas às necessidades dos viajantes, atendendo-os com a simplicidade e a autenticidade dos homens e mulheres do campo, estavam não apenas contribuindo para a recuperação física deles necessária à continuidade da viagem, mas também para o resgate de suas raízes, tradições e identidades tão importantes do ponto de vista psicológico, cultural e social.

O exemplo dos fazendeiros catarinenses de Lages foi seguido com sucesso em outros estados do País, inclusive em Minas Gerais. É lá que se situa o hotel-fazenda Solar do Engenho o objeto desse estudo de caso, situado no km 479 da BR-040, próximo à cidade mineira de Sete Lagoas e a 70 km de Belo Horizonte, em cujo entorno estão concentradas cidades com grande patrimônio histórico e cultural: Ouro Preto, Congonhas, São João Del Rey, Tiradentes, Diamantina, etc.

O presente estudo é apresentado na seguinte seqüência: primeiro, é justificada sua realização e a escolha do tema (turismo rural) e a ênfase dada ao fator cultural entre os responsáveis pelo desenvolvimento desse segmento; segundo, são avaliados o mercado interno de turismo e os fatores responsáveis pela expansão do segmento rural (em parte mencionada nesta Introdução); terceiro, é analisada a formação econômica, social e cultural do Brasil e sua relação com o turismo, especialmente o rural; quarto, é estudado em detalhes o caso do hotel-fazenda Solar do Engenho; e, finalmente, são feitos comentários e sugestões para uma possível expansão mais planejada e equilibrada do turismo rural, com ênfase na utilização do fator cultural como instrumento para um

desenvolvimento mais sustentado desse segmento, tão importante hoje à atividade turística brasileira, à geração de emprego e de renda e, especialmente, à melhoria da qualidade de vida de brasileiros tão prejudicados psicológica e socialmente pelo processo de urbanização rápido, desordenado e alheio à cultura brasileira.

JUSTIFICATIVA

A escolha do turismo rural como tema da presente monografia, com ênfase ao fator cultural entre os responsáveis pela sua expansão, deve-se não apenas à importância crescente desse segmento para o turismo interno brasileiro, a exemplo do que ocorre em outros países, mas também à contribuição que vem sendo dada por ele à melhoria das condições de vida de brasileiros que estão envolvidos nessas atividades turísticas como consumidores ou fornecedores de serviços.

A Embratur conceitua o turismo rural como:

O conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.⁷

(BRASIL, Ministério do Esporte e Turismo, 1994.)

Essa conceituação encontra-se, na página 15, do documento “Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil”, de 1999, elaborado após a Embratur colher contribuições de todos os setores envolvidos com esse segmento no I Congresso Internacional de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, realizado em maio de 1998, e nas Oficinas de Planejamento promovidas em Brasília, no Distrito Federal, nos meses de julho e novembro de 1998.

Sabe-se que, entre outros fatos positivos ainda insuficientemente dimensionados, o turismo rural reduziu o êxodo de brasileiros para as cidades grandes e médias, onde há carência de serviços básicos (médicos, hospitalares, abastecimento de água, moradia, transportes, etc.) para atendimento da demanda e de empregos.

Na verdade, está ocorrendo um fluxo no sentido contrário – ainda que menor do que o anterior – provocado por novas atividades, entre elas as turísticas, que estão atraindo crescentemente para o meio rural brasileiros originários de áreas urbanas, conforme revelam reportagens divulgadas na mídia eletrônica e

⁷ *opus citatum.*

imprensa ainda que sob o enfoque de “comportamento” e sem preocupação em relacioná-lo com o turismo.

É hoje comum a citação de casos de profissionais, muitas vezes bem sucedidos em suas profissões, que as abandonaram ou estão pensando em fazê-lo para desenvolverem atividades no meio rural porque cansaram da vida urbana cada vez mais estressante e insegura.

Esse processo teve início na década de 70, sob o efeito dos choques do petróleo (entre 1973 e 1979 o preço do barril do petróleo quadruplicou no mercado internacional) e das crises econômicas internas e externas delas resultantes. Houve uma redução do nível de emprego urbano (indústria, etc.) e, ao mesmo tempo, cresceu o êxodo rural nas décadas de 80 e 90, que provocou, conseqüentemente, o inchaço das grandes e médias cidades brasileiras, acompanhado de todas as seqüelas conhecidas (aumento da criminalidade, etc). Os dados são de órgãos governamentais, sobretudo do Banco Central e do IBGE.

Só a partir de 1995, com a implantação do Plano Real, a produção e o emprego se recuperaram, sobretudo no meio urbano. Mas, em 1999, a crise econômica retornou com mais intensidade e se mantêm, até agora, com índices recordes de desemprego. A conseqüência política da crise foi a derrota de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) por Luiz Inácio Lula da Silva (PT), depois de um período de 12 anos de governos com orientação neoliberal iniciado no governo corrupto de Fernando Collor. Uma das conseqüências negativas desse período foi o abandono do planejamento estratégico do País.

No final da década de 90, como se viu no início desta Justificativa, o turismo rural passou a receber mais atenção da Embratur, quando foram definidos seus “objetivos, ações e estratégias” para melhorar e ampliar as atividades desse segmento turístico.

É bastante conhecido o fato de o planejamento anterior das atividades turísticas no Brasil ter sofrido influência governamental, a exemplo de outros segmentos econômicos orientados pelos Planos Nacionais de Desenvolvimento baixados pelos governos militares no período de 1964 a 1984, sem nenhuma discussão com a sociedade e com o Congresso Nacional que representa os eleitores (Câmara dos Deputados) e os estados brasileiros (Senado).

A principal conseqüência negativa desse tipo de planejamento centralizado e verticalizado (de cima para baixo) na área turística foi seu desrespeito às

especificidades municipais, ao meio ambiente e às comunidades locais. Ou seja, a maioria dos projetos – influenciada pela especulação imobiliária das grandes construtoras - criou sérios problemas ambientais e sociais, em vez de contribuir para o desenvolvimento sustentado do turismo. Basta se mencionar como exemplo o que ocorreu em grande parte do litoral brasileiro com o turismo de sol e mar, sobretudo nas costas dos estados de São Paulo e do Rio de Janeiro onde se concentram as classes de maior poder aquisitivo.

A pesquisa secundária feita com base em livros e outras fontes mostra que, ainda na década de 80 e sob a influência positiva da redemocratização brasileira, inclusive na área econômica, surgiram novas estratégias de desenvolvimento que beneficiaram também o turismo e seu planejamento, baseado na dinâmica local.

Porém, só em meados da década de 90 os municípios e os estados brasileiros vão assumir uma participação maior no planejamento e gestão das atividades turísticas a partir do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), criado em 30 de março de 1994 e implantado a partir de agosto de 1995. Nesse ano, segundo a Embratur, apenas 495 municípios estavam engajados no Programa. Seis anos depois, em 2001, o número de municípios havia aumentado para 1.801, de um total no Brasil superior a 5.000.

A implantação do PNMT, embora tardia e lenta, foi feita sem se atentar para as especificidades dos municípios, prejudicando, assim, segundo especialistas, o desenvolvimento mais harmônico do turismo, especialmente do seu segmento alternativo que inclui o rural.

Mesmo, assim, o turismo rural continuou em expansão com ou sem a interferência dos poderes públicos municipal, estadual ou federal. Essa expansão acelerou-se a partir do início de 1999 quando o governo de Fernando Henrique Cardoso, diante da mais grave crise cambial brasileira gerada pela manutenção da paridade do real ao dólar para garantir a estabilidade dos preços e a reeleição presidencial, foi obrigado a desvalorizar a moeda brasileira e encareceu brutalmente as viagens ao exterior, redirecionando, forçosamente, os turistas brasileiros para o próprio mercado interno.

Ou seja, embora tenha havido um planejamento governamental – ainda que falho e atrasado - das atividades turísticas brasileiras, a expansão do turismo interno, inclusive do seu segmento alternativo (rural, etc.), deu-se por causa de uma decisão macroeconômica que nada tinha a ver com o citado planejamento.

Uma análise mais profunda do impacto da desvalorização cambial e da adoção da política de câmbio flutuante a partir de 1999 para o desenvolvimento do turismo interno ainda está para ocorrer, já que só vem sendo feita de forma superficial em artigos publicados em jornais ou em revistas.

Por sua vez, o estudo da Fipe sobre o mercado interno de turismo – citado na Introdução desta monografia e feito com base numa amostragem de 112 municípios brasileiros, no período de novembro de 2000 ao mesmo mês de 2001 – mantêm a superficialidade da análise do impacto da desvalorização cambial sobre o turismo interno que se prolonga até hoje quando um dólar corresponde a cerca de três reais.

A crise econômica brasileira, cuja perda do poder aquisitivo do real em relação ao dólar é apenas um dos sintomas da sua gravidade, sofreu também a influência do maior atentado terrorista da história mundial, em 11 de setembro de 2001, quando foram lançados aviões comerciais contra prédios civis e governamentais em Washington e Nova York, entre eles as duas torres gêmeas do World Trade Center.

A pesquisa da Fipe sobre o mercado interno de turismo, encerrada logo em seguida, em novembro de 2001, não pôde, portanto, captar em sua plenitude o impacto desses atentados terroristas sobre a economia brasileira, especialmente com relação ao turismo. Mesmo, assim, os responsáveis pelo estudo comentam, no que:

Comparativamente à pesquisa realizada em 1998, a proporção de pessoas que viajaram para o exterior em 2001 reduziu-se de 2,5% para 1,7%. Um dos fatores casuais dessa queda de viagens internacionais foi, sem dúvida, à política de flexibilização do câmbio, adotada a partir de janeiro de 1999.⁸

(BRASIL, Ministério do Esporte e Turismo. 2001. pág. 21.)

Eles acrescentam que:

Os resultados registrados pela pesquisa revelam que existe uma demanda reprimida por viagens internacionais, condição esta evidenciada até mesmo pela inexpressiva proporção de indivíduos que viaja para o exterior (1,7%). A pretensão de viajar ao exterior manifestada pelos entrevistados

⁸ BRASIL, Ministério do Esporte e Turismo. **Estudo do Mercado Interno de Turismo** - Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. Brasília: FIPE, EMBRATUR, 2001.

atingia a taxa de 2,9%. Após os atos terroristas de setembro de 2001, apenas 60% destes informantes continuavam a manifestar a mesma intenção.⁹

(BRASIL, Ministério do Esporte e Turismo. 2001)

Se a pesquisa tivesse sido encerrada mais adiante, quando após o impacto inicial dos atentados seguiu-se a crise mundial em diversos setores, sobretudo nos segmentos de aviação civil e hotelaria, a porcentagem dos brasileiros interessados em viajar ao exterior possível de ser pesquisada pela Fipe teria sido ainda menor.

O estudo da Fipe assinala também que:

Expressiva parcela dos indivíduos que viaja para o exterior (295) declara que nada permitiria substituí-la por uma viagem doméstica, em virtude das causas que as motivam: razões de trabalho (32,9%); visita a parentes e amigos (25,2%); atrativo único (15,5%); cursos (13,2%); que totalizam 86,8% nesta condição, entre outras.¹⁰

(BRASIL, Ministério do Esporte e Turismo. 2001)

E acrescenta:

Dos que explicitam quais os fatores que permitiriam substituir a viagem ao exterior por uma no território nacional, 20,5% considera que o País oferece maior segurança contra ações terroristas, 17,5% o fariam se fosse oferecidas reduções de preços; 8,9% alega razões de desvalorização cambial; 8,4% gostariam de conhecer melhor o País; alternativas essas que respondem por quase 80% desse grupo.¹¹

(BRASIL, Ministério do Esporte e Turismo. 2001)

O estudo destaca ainda que:

Contrariamente ao verificado nas viagens internacionais e em parte devido a isso, a propensão de viagem doméstica registrou entre 1998 e 2001 um aumento em sua taxa, passando de 32,7% para 36,4%, o que corresponde a uma alta de 11,3%, desconsiderando-se o crescimento vegetativo da população brasileira de 1,36% ao ano, que acumularia outros 4,0% entre 1999/2001.¹²

(BRASIL, Ministério do Esporte e Turismo. 2001)

⁹ *idem. ibidem*

¹⁰ *idem. ibidem*

¹¹ *idem. ibidem*

¹² *idem. ibidem*

Os resultados da pesquisa revelam que “o número médio de viagens da família no Brasil é de 2,2 vezes ao ano, resultado superior em 15% ao verificado em 1998”.

Esta monografia cita e analisa detalhadamente, no seu próximo item, os dados da pesquisa da Fipe sobre o mercado interno de turismo, porém pode-se antecipar que inexitem informações sobre a evolução dos fluxos turísticos relativos aos seus diversos segmentos, entre eles o rural. Fato que torna ainda mais difícil o objetivo desse estudo de se analisar os fatores que estariam contribuindo para a expansão do turismo rural, inclusive o cultural.

Sabe-se, porém, que entre esses fatores estão a demanda crescente, a oferta determinada pela disponibilidade de capital para investimento e financiamento (indispensável à viabilização dos empreendimentos turísticos), a capacitação profissional, o meio natural, o ambiente comunitário e o patrimônio cultural.

O estudo desses fatores, sobretudo o cultural que nesta monografia é o ponto central, não pode ser feito de uma forma genérica devido à dimensão do Brasil, suas diversidades regionais e especificidades locais. Daí a necessidade de se adotar a metodologia do estudo de caso e de se utilizar uma bibliografia mais adequada à ênfase proposta no estudo dos fatores culturais que estão contribuindo para o sucesso do hotel-fazenda Solar do Engenho, em Sete Lagoas, Minas Gerais.

A escolha desse empreendimento e do local onde ele foi implantado tem vários motivos: além da grande carga simbólica e representacional contida no seu nome (Solar do Engenho), que nos remete às origens da colonização do Brasil e ao cenário de livros brasileiros importantes citados nesta monografia (“Casa Grande e senzala”, de Gilberto Freyre, “Menino do Engenho”, de José Lins do Rego, etc.), há o fato reconhecido de Minas Gerais ser hoje um dos estados onde o turismo rural tem grande expressão, devido à sua riqueza cultural e à importância econômica do seu setor primário, sobretudo o agropecuário que tem relação direta com o segmento turístico objeto da monografia.

A citação dos autores acima e que é aprofundada em outro item desta monografia não foi casual porque eles são referências indispensáveis e inevitáveis a um estudo que visa enfatizar o fator cultural entre os que estão

contribuindo para o sucesso do turismo rural no Brasil e, especialmente, para o caso estudado nesta monografia.

Outros autores importantes para o estudo da formação cultural brasileira e sua relação com a área rural são também considerados na monografia como Sérgio Buarque de Holanda (“Raízes do Brasil”).

Portanto, a relevância desta monografia não está apenas na sua originalidade pela ênfase ao fator cultural, entre os mais importantes à expansão do turismo rural, mas também na sua possível contribuição à análise mais detalhada e precisa do sucesso e da sustentabilidade de empreendimentos do segmento em Minas Gerais e em outras regiões brasileiras.

Dois fatos relevantes justificam a pertinência do tema proposto e a escolha de um empreendimento mineiro como estudo de caso, bem como fundamentam a hipótese de a monografia servir possivelmente de paradigma para outros estudos sob o mesmo enfoque:

* Primeiro - Minas Gerais é reconhecidamente um dos estados onde o turismo rural é mais expressivo. A força do turismo rural em Minas Gerais pode ser avaliada, em parte, pelo fato de que, em 2002, a associação estadual dos hotéis do setor (Ametur) representava 16 empreendimentos com 750 leitos. Nem todos que atuam nesse segmento - como é o caso do hotel-fazenda Solar do Engenho objeto do presente estudo -, estão associados à Ametur. Assim, pode-se estimar que o número de empreendimentos é maior e que a tendência é de crescimento do segmento a julgar pelo otimismo dos empresários e pelos investimentos que estão sendo feitos, com ou sem apoio governamental.

* Segundo - A cultura mineira surgida no período colonial, sobretudo no século XVIII e estimulada pelo enriquecimento provocado pela descoberta de ouro e de pedras preciosas, vai marcar de forma indelével e permanente a história mineira que é e será sempre fator de atração de turistas internos e externos pelo turismo tradicional e pelo o alternativo, especialmente o rural. O engenho - nome do hotel-fazenda escolhido para o estudo de caso desta monografia – é a expressão econômica e social do período assinalado, durante o qual vão se destacar na cultura Antônio Francisco de Oliveira (o Aleijadinho), escultor e arquiteto prático, e Manuel da Costa Athayde, pintor que com sua arte enriqueceu ainda mais a do seu contemporâneo mais famoso. A obra de ambos é a maior expressão do barroco brasileiro, inspirado no barroco europeu e que, pelas mãos

e criatividades de Aleijadinho e de Athayde, sofreu mutação e ganhou nova dimensão ao incorporar elementos nacionais com origens mineiras. Essa obra é o principal fator de atração do turismo cultural mineiro e influencia o turismo rural, desde que ela foi resgatada e preservada, em parte, após a Semana de Arte Moderna de 1922, movimento que questionou com sucesso a predominância do academicismo imposto, sobretudo na pintura, pela Missão Francesa de 1817. Ela, a convite da Corte Portuguesa instalada no Brasil após a fuga de Portugal e composta por artistas renomados, impôs novos padrões culturais com base em valores europeus, especialmente religiosos, que depois foram questionados pelos modernistas a exemplo do que já haviam feito Aleijadinho e Athayde ao incorporar à sua arte elementos brasileiros (cores mais vibrantes, figuras de negros, etc.), mesmo com as restrições impostas à criação de ambos pelos contratantes dos seus serviços, entre os quais predominavam as ordens religiosas, inspiradas em instituições semelhantes existentes na época em Portugal.

A força do turismo rural mineiro, estimulado em grande parte pela grandeza e permanência da cultura criada em Minas Gerais, justifica a escolha de um empreendimento mineiro para uma análise mais detalhada da influência do fator cultural para o seu sucesso.

O tema proposto também dá originalidade à monografia por causa, conforme já foi assinalado, da grande carga simbólica e representacional do nome do hotel-fazenda (Solar do Engenho) escolhido para o estudo de caso.

Fica, portanto, justificada e evidenciada a contribuição que a monografia pode dar ao turismo rural, aos estudiosos desse segmento e às pessoas que nele atuam e que dele se beneficiam, especialmente os turistas.

Além disso, a produção de conhecimento gerado pela monografia é útil para todos que se interessam pelo turismo. Sabe-se que o número de turistas externos e internos que têm explorado o Brasil está muito abaixo do seu potencial turístico, devido à beleza e à diversidade de suas regiões (Amazônia, Pantanal, cachoeiras deslumbrantes, praias maravilhosas ao longo da maior parte da costa brasileira, etc.), sem falar na riqueza cultural (arquitetura, música, culinária, etc.) do País, influenciada por várias etnias: índios, negros e brancos provenientes, basicamente, da Europa, da África e da Ásia.

É injustificável que o Brasil com todo esse potencial ocupe hoje o 36º lugar entre os mais visitados por turistas estrangeiros, segundo a Organização Mundial

de Turismo. O ingresso anual no País de cerca de 3,78 milhões de estrangeiros é ridículo quando comparado ao número total de turistas no mundo: aproximadamente 690 milhões. Ou seja, a participação percentual do Brasil no turismo mundial é inferior a um por cento e, nos últimos anos, reduziu ainda mais.

A tendência de queda, devido a fatores internos e externos, contrariou as previsões do governo Fernando Henrique que estabeleceu como metas para 2003 aumentar para 6,5 milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil e para 57 milhões o de turistas internos.

Se, realmente, o governo Lula quiser triplicar o número de turistas estrangeiros que visitam o Brasil nos próximos três anos e aumentar de 41 milhões para 65 milhões o número de turistas internos, conforme metas anunciadas pelo Ministério do Turismo e pela Embratur, vai precisar fazer um grande esforço nesse sentido com o apoio do setor privado. Há hoje uma carência de investimentos na melhoria e na ampliação de serviços turísticos, especialmente os destinados às classes média e baixa, assim como em estradas, em segurança e em outras áreas.

O estímulo ao turismo interno, cuja principal restrição ao seu crescimento é a má distribuição de renda, é importante para que o aumento do ingresso de turistas estrangeiros não seja acompanhado da expansão de viagens externas de brasileiros da classe alta e de cidadãos possíveis de ascenderem econômica e socialmente. Caso isso ocorresse, dificilmente o País reverteria o déficit histórico com turismo no item Serviços do seu balanço de pagamentos.

Para que o Brasil passe a receber mais divisas do que gastar com turismo externo, há necessidade de os governos em todos os níveis de administração (federal, estadual e municipal) darem mais atenção ao turismo interno, juntamente com a iniciativa privada. E, entre as modalidades desse turismo, o segmento rural é um dos que apresenta maior potencial de crescimento como vimos nesta Justificativa e veremos adiante.

1- O MERCADO INTERNO DE TURISMO E OS FATORES RESPONSÁVEIS PELA EXPANSÃO DO TURISMO RURAL

Antes de se dimensionar o mercado interno de turismo é bom mencionar dados sobre o mercado internacional e a participação relativa nele do Brasil. Essa participação é inferior a um por cento e, conforme mencionado anteriormente, caiu nos últimos anos, embora a moeda brasileira tenha se desvalorizado muito entre o início de 1999 e o início de 2003, tornando ainda mais atraente, sob o aspecto financeiro, o ingresso de turistas estrangeiros no País.

Nesse período de quatro anos, a cotação do dólar aumentou, aproximadamente, de um para três reais. Ou seja, triplicou o poder de compra dos estrangeiros que visitam hoje o Brasil. Porém, segundo dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) a participação do Brasil no mercado mundial de turismo diminuiu de 0,76%, em 2000, para 0,69%, em 2001.

De um total de 697,3 milhões de turistas estimados pela OMT no mundo em 2000, apenas 5,3 milhões ingressaram no Brasil no mesmo ano, ainda que esse número tenha sido recorde. Em 2001, sob o impacto imediato do atentado terrorista nos Estados Unidos, em 11 de setembro, o turismo mundial, que no ano anterior havia crescido 7,24%, caiu 1,25% e o número de turistas no mundo diminuiu para 688,6 milhões. No mesmo ano, o número de turistas estrangeiros que visitaram o Brasil reduziu para 4,7 milhões, que representou uma queda de cerca de 10% em relação ao do ano anterior e bem maior do que a queda mundial de 1,25%.

Os dados relativos a 2002 ainda não foram divulgados pela OMT, mas, segundo a Embratur, o número de turistas estrangeiros que ingressaram no País continuou em queda e atingiu 3,7 milhões. Assim, a redução foi de 20,7% em relação a 2001 que já havia registrado um declínio de 10%.

A “Carta de Conjuntura” divulgada pela Diretoria de Estudos e Pesquisas da Embratur, na primeira quinzena de agosto de 2003, atribui a queda de aproximadamente um milhão de turistas estrangeiros à redução do ingresso de turistas da América do Sul, destacando-se entre eles argentino (677,9 mil)

uruguayos (81,4 mil) e paraguayos (59,7 mil). A soma desses números dá 819 turistas.

Assim, cerca de 83% da redução de um milhão de pessoas no turismo receptivo brasileiro foi proveniente dos países que são parceiros do Brasil no Mercosul. A crise econômica nos países desse bloco, especialmente na Argentina, com redução das exportações, produção interna e emprego afetou o turismo e acabou gerando também uma diminuição do ingresso de turistas estrangeiros do Mercosul no País.

O restante equivalente a 27% da queda total de um milhão de turistas estrangeiros no Brasil está diluído entre os demais países da América do Sul, da América Central, da América do Norte, onde se destacam os Estados Unidos como segundo colocado no ranking dos principais países emissores de turistas para o Brasil só sendo superado pela Argentina. A Alemanha, na Europa, ocupa o terceiro lugar.

A Embratur reconhece que, apesar da grande colônia de japoneses no Brasil, sem falar em outras etnias asiáticas espalhadas pelo País, “o fluxo de turistas dos demais continentes é pequeno. O Japão mandou apenas 39,7 mil visitantes em 2002”.¹³

Quanto à contribuição da África - continente ao qual se deve, em grande parte, a origem e a formação brasileira (econômica, social e cultural) conforme foi analisado no item anterior dessa monografia -, ao turismo emissor para o País não há nenhuma menção no estudo da Embratur pelo fato dela ser inexpressiva, embora no continente africano existam elites com alto poder aquisitivo em países como a África do Sul e que participam ativamente do mercado turístico mundial, especialmente do norte-americano e do europeu.

Há, portanto, algo de errado e paradoxal no marketing turístico brasileiro sob a responsabilidade da Embratur, que mantêm a África fora dos mercados prioritários de atração de turistas para o Brasil embora inclua o turismo cultural entre os produtos turísticos considerados mais importantes.

Para a Embratur, segundo palestra feita pelo seu presidente Eduardo Sanovicz, no Ministério das Relações Exteriores, em 14 de junho de 2003, os novos mercados alvos da Embratur são a Rússia e a China, que pouca relação

¹³ *opus citatum*

tem hoje com o Brasil sob o ponto de vista econômico, apesar do potencial deles, e menor ainda sob o enfoque cultural.

Os dados e os comentários acima sobre o turismo receptivo de estrangeiros no Brasil, embora aparentemente não tenha relação direta com o tema central desse item da monografia (o mercado interno de turismo e os fatores responsáveis pela expansão do segmento rural), servem para mostrar quem e quantos são os turistas externos que visitam o País e sua influência sobre o mercado interno turístico.

Outros dados importantes são os relativos às cidades mais visitadas pelos estrangeiros e a relação delas com o turismo interno. Rio de Janeiro e São Paulo foram, em 2001, as cidades mais visitadas por turistas estrangeiros (respectivamente 28,80% e 17% do fluxo) e também por turistas brasileiros. Mas com relação ao fluxo interno de turistas, São Paulo lidera com 4,6% e o Rio vem em segundo com 3,3%, segundos dados da Embratur e da Fipe.

Uma análise mais detalhada da coincidência entre a preferência dos turistas estrangeiros e internos pelo Rio de Janeiro e por São Paulo fugiria do objetivo desse item e da monografia, mas, sem dúvida, é um tema interessante para futuras pesquisas. Porém, pode-se deduzir que o fato se deve ao poder de atração das grandes cidades sobre turistas estrangeiros e internos, a exemplo do que ocorre em outros países. Rio e São Paulo estariam para o Brasil, assim como Nova York está para os Estados Unidos, Paris para a França, Moscou para a Rússia, Pequim para a China, Tóquio para o Japão, etc. Mas, certamente, o poder de atração das grandes cidades não é o único fator que levam também muitos brasileiros a visitarem o Rio e São Paulo.

Há outros fatores, entre eles o cultural, que atraem também os turistas internos para essas cidades. A influência estrangeira que é tão grande na música, no cinema e na televisão parece também se refletir no turismo interno. Ou seja, as elites das cidades brasileiras seguem, aparentemente, o raciocínio: o que é bom para os estrangeiros, sobretudo para os norte-americanos (segundos no ranking de turistas estrangeiros no Brasil e líderes na influência cultural dos brasileiros), também é bom para os nacionais.

A proximidade e o turismo de sol e mar são outros fatores responsáveis pela atração de turistas estrangeiros e internos. Depois do Rio e de São Paulo, Foz de Iguaçu e Florianópolis são, respectivamente, o terceiro (12,90%) e o quarto

(18,70%) destinos mais importantes dos turistas estrangeiros, sobretudo pelas suas proximidades com os parceiros brasileiros do Mercosul, especialmente os argentinos que investiram bastante em imóveis próximos às praias de Florianópolis, capital de Santa Catarina.

Já o turismo de sol e mar, mais que o fator proximidade, explica a preferência de turistas internos por Fortaleza (2,4%), Salvador (2,0%), Natal (1,8%), Santos (1,7%), Recife (1,6%), depois do Rio (3,2%) e de São Paulo (4,6%), conforme já havia sido mencionado antes com base em dados da Fipe.

A última pesquisa dessa instituição sobre o mercado interno, com base numa amostragem de 112 municípios brasileiros e em entrevistas com 15.145 pessoas tecnicamente selecionadas, relativa ao período de novembro de 2000 a novembro de 2001, revela que turistas de todos os estados brasileiros cruzam, em sua maioria, as estradas esburacadas do País em ônibus (43,1%), de carro (30,9%) ou de avião (9%) para visitarem as cidades acima citadas.

Assim, 17,3% do total do fluxo interno de turistas estão concentrados nas sete cidades brasileiras mencionadas. Só Porto Alegre (1,7%), Belo Horizonte (1,7%) e Brasília (1,6%), pela influência de outros fatores, aproximam-se dos percentuais do fluxo interno de turistas registrados pelas cidades nordestinas preferidas pelos amantes do turismo de sol e mar.

A duração média de viagem é de 11 dias e o gasto médio é de R\$ 253,50, segundo a Embratur. A explicação para um gasto médio tão baixo, correspondente a R\$23,00 por dia de viagem, pode estar no fato de que a maioria (66%) dos 41 milhões de turistas brasileiros, em 2001, se hospedou em casas de amigos, 15% em hotéis, 5% em pousadas, 5% em casa alugada e os restantes 9% em camping ou em outros locais.

Como não há pesquisa segmentada sobre o mercado interno de turismo, fica difícil de se estimar qual o percentual dele que é destinado ao turismo rural. Além disso, as fronteiras que separam esse segmento de outros como, por exemplo, o ecológico e o cultural são muito tênues.

A rede Globo – principal emissora de televisão do Brasil – numa série de reportagens sobre turismo divulgadas no período de 1º a 6 de setembro de 2003 contribuiu para aumentar a confusão entre essas fronteiras ao qualificar de apenas ecoturismo atividades turísticas em Bonito, no Mato Grosso do Sul, que

envolviam claramente algumas incluídas no segmento rural. Lá apareciam, entre outras cenas, fazendas de gado onde os hóspedes delas tomam leite ao pé da vaca e praticavam outras atividades rurais.

Porém, se levarmos em consideração que 15% dos turistas internos se hospedam em hotéis e mais 5% em pousadas, num total de 20%, chega-se à conclusão que apenas 8,2 milhões dos 41 milhões de turistas internos, em 2001, foram disputados pelos segmentos hoteleiros urbanos e rurais.

Como a economia brasileira permaneceu estagnada em 2002 e registrará um crescimento inexpressivo de 0,5% do Produto Interno Bruto (PIB) em 2003, segundo o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA), com quedas nos níveis de emprego e de renda, pode-se concluir que o mercado interno de turismo se manterá também paralisado ou apresentará um aumento insignificante. Assim crescerá a disputa entre os segmentos turísticos, inclusive o rural, pela fatia de cerca de oito milhões do mercado brasileiro de turistas que se hospeda em hotéis e pousadas.

Esse número não deve crescer muito se considerarmos que apenas uma parcela inexpressiva dos 3,7 milhões de turistas estrangeiros, registrados em 2001, praticam turismo no meio rural, sendo que, conforme já foi assinalado antes, a maioria deles prefere, em ordem decrescente, Rio de Janeiro, São Paulo, Foz de Iguaçu, Florianópolis, Porto Alegre, Salvador, Balneário de Camboriú e Recife.

Uma vez dimensionado o mercado interno de turismo e a parcela dele disputada pelas atividades hoteleiras urbanas e rurais resta identificar quais os fatores que seriam responsáveis pela expansão do segmento rural, dentro de um quadro bastante competitivo entre os diversos segmentos.

Na Justificativa desta monografia foi antecipado que:

Entre esses fatores estão a demanda crescente, a oferta determinada pela disponibilidade de capital para investimento e financiamento (indispensável à viabilização dos empreendimentos turísticos), a capacitação profissional, o meio natural, o ambiente comunitário e o patrimônio cultural.¹⁴

(Elaine, 2003.pág. 16.)

¹⁴ Souza, Elaine Antônia. **O Fator Cultural como Estímulo ao Turismo Rural: O Caso do Hotel-Fazenda Solar do Engenho Sete Lagoas-MG.** Pág.16.

Os três primeiros fatores são comuns aos demais segmentos turísticos e, até mesmo, a outros setores da economia. Porém, os três últimos são específicos de atividades turísticas do meio rural. É sobre eles, portanto, que vai se concentrar a análise proposta, sem, contudo, deixar de se reconhecer a importância óbvia dos demais fatores: demanda turística, oferta de produtos pelo setor e capacitação profissional dos proprietários, executivos e empregados dos empreendimentos.

A Embratur, conforme já havia sido citado na Justificativa desta monografia, conceitua o turismo rural como:

O conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.¹⁵

(Brasil, Ministério do Esporte e Turismo, 2001)

Assim, a Embratur considera a agregação de valor pelas atividades turísticas à produção agropecuária uma característica importante do turismo rural. Zimmermann, antecipando-se à conceituação da Embratur, disse que turismo rural é o principal produto do setor voltado à interiorização do turismo e “que atende à demanda de uma clientela atraída pela produção e consumo de bens e serviços no ambiente rural produtivo”. Ele enfatiza esse aspecto ao afirmar que:

O turismo rural é desenvolvido em áreas rurais produtivas, nas quais o turista participa das diferentes atividades agropecuárias desenvolvidas neste espaço, quer como lazer ou aprendizado e pode utilizar-se da oferta de produtos naturais de origem local ou regional, assim como da gastronomia típica e do conhecimento da cultura local.¹⁶

(Zimmermann, 1996, pág. 23.)

Houve, assim, com a criação e a expansão do turismo rural no Brasil, a exemplo de outros países, o encontro de duas necessidades complementares, embora de origens diferentes: de um lado, empresários do meio rural com suas fazendas agropecuárias com rentabilidade em queda (devido às sucessivas crises econômicas internas e externas) e necessitando diversificar suas atividades para preservá-las; e, de outro lado, brasileiros urbanos (e com recursos limitados)

¹⁵ opus citatum

¹⁶ ZIMMERMANN, Adonis. **Turismo rural**: um modelo brasileiro. Florianópolis: Do autor, 1996. pág. 23

interessados em praticar outro tipo de turismo mais barato e ligado ao meio rural, de onde uma parcela expressiva deles é originário.

Surgiram, então, as fazendas-hotéis que tiveram de se adaptar às novas atividades resultantes do turismo para acolher hóspedes e lhes proporcionar o lazer desejado. O sucesso delas, a exemplo das pioneiras de Lages, em Santa Catarina, fez com que empresários, sobretudo do meio rural, investissem na implantação de hotéis-fazendas e de pousadas.

Os proprietários de fazendas-hotéis, de hotéis-fazendas e de pousadas perceberam, com ou sem a ajuda de livros e de organizações governamentais e não governamentais, que o turismo rural não apenas poderia aumentar seus rendimentos por intermédio da diversificação de seus negócios, mas também poderia ser um instrumento estratégico à conservação do meio ambiente e à preservação cultural, regenerando florestas e lugares degradados e resgatando identidades perdidas pelos turistas, sobretudo os provenientes do meio rural.

Para Ruschmann:

Os principais fatores culturais que motivam os turistas a visitar determinadas regiões são o lazer, a gastronomia, os hábitos (costumes), as manifestações religiosas, o artesanato, o idioma, a música, a história e a arquitetura do local.¹⁷

(Ruschmann, 1999, pág.51)

Esses dois últimos, no estudo de caso desta monografia do hotel-fazenda Solar do Engenho, têm importância especial porque a região onde está instalado (Sete Lagoas, em Minas Gerais) é rica em antigas e atuais fazendas possíveis de serem visitadas pelos turistas.

Além disso, o prédio principal desse hotel-fazenda foi feito a partir de projeto que resgatou os traços de antigas fazendas de cidades próximas, conforme pode ser visto nas fotos anexas. A importância desse prédio para o empreendimento turístico foi comprovada na pesquisa de campo feita para esta monografia, a exemplo da relevância dada, no item seguinte, ao solar português ou à casa-grande brasileira por Gilberto Freyre e Sérgio Buarque de Holanda à formação histórica do País. Só depois de conhecê-la é possível entender melhor o estudo de caso do hotel-fazenda Solar do Engenho.

¹⁷ RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente**. 5. ed. Campinas: Papyrus, 1999. pág. 51.

2- FORMAÇÃO ECONÔMICA, SOCIAL E CULTURAL DO BRASIL E SUA RELAÇÃO COM O TURISMO, SOBRETUDO O RURAL

O homem primitivo era nômade por necessidade e, evidentemente, não se deslocava para fazer turismo. Ele precisava mudar com freqüência para se alimentar, com base na coleta, na caça e na pesca de alimentos. A fuga de animais ferozes e/ou de inimigos humanos era também motivo de deslocamentos freqüentes. A descoberta da agricultura e de outros avanços (fogo para cozinhar, armas para se defender, etc.) tornaram o homem mais ligado à terra ou ao seu habitat natural (local de origem).

O mesmo aconteceu com o homem que nasceu na Península Ibérica da Europa. Após séculos de evolução humana nessa região e depois de sucessivas invasões de romanos, de árabes e de mouros, o português assimilou as novas etnias, inclusive judeus, que se misturaram ao seu sangue e a sua cultura, dando início a um processo histórico de transformação. Ele rompeu com as tradicionais raízes agropecuárias de Portugal e tornou o país o principal colonizador de outros continentes, inclusive de parte expressiva do americano representada hoje pelo Brasil.

Iniciou-se, assim, com as navegações portuguesas do século XVI a formação econômica, social e cultural do Brasil, que, naquela época, era habitado exclusivamente pelos índios. Os portugueses logo perceberam que as terras descobertas poderiam fornecer não apenas o pau-brasil, mas também outra mercadoria então bastante valorizada na Europa e possível de ser produzida aqui em larga escala devido às condições agrícolas e climáticas: o açúcar.

Os portugueses descobriram também que os índios - ainda que se empenhassem nas novas atividades econômicas em troca de migalhas e aceitassem, sem maiores resistências, a cessão de suas mulheres ou filhas para os colonizadores satisfazerem seus desejos sexuais - não estavam preparados física e tecnicamente para a árdua tarefa da produção do açúcar. Os negros, provenientes das colônias portuguesas na África, vieram substituir os índios na economia açucareira. Só que juntos com os escravos negros para consolidar a

produção de açúcar vieram também mulheres e crianças negras, que vão assumir um papel de destaque na formação social e cultural brasileira.

A síntese acima da evolução da história do homem, sobretudo do português e da sua influência na formação brasileira, serviu para se introduzir o escritor e mestre em Ciências Políticas, Jurídicas e Sociais pela Universidade de Columbia, de Nova York, Gilberto Freyre, e sua obra maior “Casa-grande & senzala”. Ela é fundamental, conforme foi assinalado anteriormente, para se entender bem a formação econômica, social e cultural do Brasil e sua relação com o turismo, sobretudo o rural, que será abordada mais adiante.

O antropólogo Darcy Ribeiro, na (pág. 21) da Introdução do livro, classifica “Casa-grande & senzala” como uma monografia de caráter etnográfico por ser tratar de “uma obra histórica, no sentido de que pretende explicar um contexto humano concreto, único, singular e irrepetível”.

Ao longo das páginas de Casa-grande & senzala” – continua Ribeiro:

Vamos imaginando, vendo e sentido o que foi através dos séculos o Brasil, em seu esforço de construir-se a si próprio como produto indesejado de um projeto que visava a produzir açúcar, ouro e café ou, em essência, lucros, mas que resultou em engendrar um povo inteiro.¹⁸

(Freyre, 2001, pág.19)

O antropólogo diz (pág. 21) que Freyre, em seu livro, “busca mostrar que a estrutura básica do mundo do açúcar é a mesma do mundo do ouro e do café, que o sucederiam em outras terras brasileiras, mas sob os mesmo fundamentos”.

Esse fato amplia a importância da obra e torna possível sua utilização também para um melhor conhecimento do turismo brasileiro, especialmente do seu segmento rural, porque ainda estão presentes no Nordeste muitos dos elementos analisados pelo autor, relativos ao período de 1600 a 1800, no litoral fértil de Pernambuco e da Bahia conhecido como zona da Mata e onde se concentrou a produção de açúcar.

Ribeiro citado por Freyre, enfatiza, que o tema do livro:

É o estudo integrado do complexo sócio-cultural que se construiu na zona florestal úmida do litoral nordestino do Brasil, com base na monocultura latifundiária da cana-de-açúcar, na força de trabalho escrava, quase exclusivamente negra; na religiosidade católica impregnada de crenças

¹⁸ FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & senzala**, 45. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001. pág. 19.

indígenas e de práticas africanas; no domínio patriarcal do senhor do engenho, recluso na casa-grande com sua esposa e seus filhos, mas polígamo, cruzando com as negras e mestiças. O objetivo de estudo do livro é essa família patriarcal a que Gilberto Freyre devota toda a sua atenção.¹⁹

(Ribeiro, apud Freyre, 2001, pág. 28)

Agora é Ribeiro quem aproxima, na (pág. 25), o livro do turismo ao explicar como Freyre, que teve professores estrangeiros e depois foi concluir seus estudos no exterior, conseguiu escrever “Casa-grande & senzala”:

O mundo é feito de rotina, de vida espontânea e naturalmente repetida, que nem chega a ser notada como coisa que careça de explicação, a não ser para quem venha de fora ou pertença a outro contexto. O viajante estrangeiro vê tão saborosamente o mundo porque ele está armado dessa visão de estranho que se projeta sobre as coisas, que olha para luminárias, tornando visível o trivial. Esta é a estranha qualidade deste neto de senhor de engenho tão orgulhosamente pernambucano que, tendo o mundo oferecido, nunca arredou pé, realmente, da vizinhança de onde nasceu, casou e reproduziu e onde morrerá.²⁰

(Ribeiro, apud Freyre, 2001, pág. 25)

De fato, Freyre faleceu no Recife, aos 87 anos, a 18 de julho de 1987, após ter sido condecorado e premiado inúmeras vezes no Brasil e no exterior, onde seu livro maior foi traduzido para várias línguas.

Se alguma dúvida ainda restava quanto à importância da citação de “Casa-grande & senzala” e de outros livros de autores renomados para se estudar melhor o turismo rural, especialmente a influência do fator cultural para o seu desenvolvimento, o próprio Freyre se encarrega de afastá-la, ainda que jamais tenha pensado na possibilidade de sua obra - tão conhecida e interpretada sob enfoques diversos - pudesse também ser fundamental à elaboração da presente monografia.

O autor diz, que:

O arquiteto Lúcio Costa diante das casas velhas de Sabará, São João Del Rey, Ouro Preto, Mariana, das velhas casas-grandes de Minas, teve a impressão de que a gente como se encontra. E se lembra de cousas que a

¹⁹ RIBEIRO, Darcy.

²⁰ *idem. ibidem*

gente nunca soube, mas que estavam lá dentro de nós; não sei – Proust devia explicar isso direito.²¹

(Ribeiro, apud Freyre, 2001, pág 56)

Esses comentários são importantíssimos para reiterar a afirmação de que o turismo rural resgata raízes, tradições e identidades de turistas, sobretudo daqueles que se hospedam em hotéis-fazenda como o Solar do Engenho, em Sete Lagos, Minas Gerais, usado como estudo de caso nesta monografia e situado relativamente próximo das cidades citadas pelo arquiteto Lúcio Costa.

Falta, contudo, aprofundar a análise da carga simbólica e representacional contida no nome do hotel-fazenda Solar do Engenho e da possível contribuição que ela está dando ao seu sucesso e à sua sustentabilidade desde a fundação em 7 de junho de 2000.

Além da análise sobre o significado histórico e cultural do nome do hotel-fazenda, ligado às origens brasileiras que permanecem fortes em alguns estados, sobretudo em Minas Gerais, a presente monografia destaca - com fotos anexas – a importância do prédio principal do empreendimento (correspondente à casa-grande), projetado e construído com base em modelos de antigas construções de fazendas de cidades próximas a Sete Lagoas, como Santana de Pirapama e Jequitibá.

Em seguida ao registro do comentário feito pelo arquiteto Lúcio Costa sobre as casas-grandes mineiras, mundialmente conhecido hoje com seu companheiro de profissão Oscar Niemeyer pela ousadia do projeto do Plano Piloto de Brasília e de suas principais construções, Freyre diz, na (pág. 56), que:

Nas casas-grandes foi, até hoje, onde melhor se exprimiu o caráter brasileiro, a nossa continuidade social. No estudo da sua história íntima despreza-se tudo o que a história política e militar nos oferece de empolgante por uma quase rotina de vida: mas dentro dessa rotina é que melhor se sente o caráter de um povo. Estudando a vida doméstica dos antepassados sentimo-nos aos poucos nos completar: é outro meio de procurar-se o tempo perdido. Outro meio de nos sentirmos nós outros – nos que viveram antes de nós. É um passado que se estuda tocando em nervos; um passado que emenda com a vida de cada um; uma aventura de sensibilidade, não apenas um esforço de pesquisa pelos arquivos.²²

²¹ *idem. ibidem*

²² *idem. ibidem*

A expressão “aventura de sensibilidade” pode muito bem ser utilizada para se definir também o turismo, especialmente o rural que não deve ser vivenciado da mesma forma apressada e superficial do turismo urbano e massivo. Há, por exemplo, a necessidade de se atentar para detalhes da arquitetura e de outras expressões culturais do meio rural para se aproveitar ao máximo o turismo e para se recolher nessa “aventura de sensibilidade” ensinamentos como fez Freyre para depois transmiti-los em seu livro. É bom lembrar a frase de Goethe citada antes da Introdução desta monografia: “Pensar é mais interessante que saber. Mas é menos interessante que olhar”.

Talvez ninguém tenha sido mais sensível do que Freyre para aplicar esses ensinamentos e para aproveitar o turismo rural que fez pelo Nordeste brasileiro e por outras regiões do País, sem que naquela época o turismo fosse reconhecido como importante atividade econômica mundial e seu segmento rural ainda não era sequer considerado, sobretudo pela elite luso-brasileira, diante do fascínio e da influência cultural representada por países europeus e pelos Estados Unidos, onde o escritor também estudou e trabalhou como professor. Ele foi professor extraordinário nas Universidades de Stanford, Michigan, Indiana e Virgínia, além de dirigir seminário sobre “Sociologia da Escravidão” na Universidade de Columbia, na qual, em 1954, foi sagrado doutor Honoris Causa e, em 1962, recebeu o grau do Doutor Máximo.

A seu ver:

O sistema patriarcal de colonização portuguesa do Brasil, representado pela casa-grande, foi um sistema de plástica contemporização entre duas tendências. Ao mesmo tempo que exprimiu uma imposição imperialista da raça adianta à atrasada, uma imposição de formas européias (já modificadas pela experiência asiática e africana do colonizador português) ao meio tropical, representou, por outro lado, uma contemporização com as novas condições de vida e de ambiente. A casa-grande de engenho que o colonizador começou, ainda no século XVI, a levantar no Brasil – grossas paredes de taipa ou de pedra e cal, coberta de palha ou de telha-vã, alpendre na frente e dos lados, telhados caídos num máximo de proteção contra o sol forte e as chuvas tropicais – não foi nenhuma reprodução das casas portuguesas, mas uma expressão nova, correspondendo ao nosso ambiente físico e à uma fase surpreendente, inesperada, do imperialismo português: sua atividade agrária e sedentária nos trópicos; seu patriarcalismo rural e

escravocrata. O português tornou-se luso-brasileiro e fundador de uma nova ordem econômica e social; o criador de um novo tipo de habitação. Basta comparar-se a planta de uma casa-grande brasileira do século XVI com a de um solar lusitano do século XV para sentir-se a diferença enorme entre a construção portuguesa do reino e a do Brasil.²³

(Ribeiro, apud Freyre, 2001, pág.48)

Holanda, em seu livro “Raízes do Brasil”, reitera os comentários de Freyre sobre a arquitetura colonial ao afirmar que:

A casa peninsular, severa e sombria, voltada para dentro, ficou menos circunspeta sob o novo clima brasileiro. Ela perdeu um pouco de sua aspereza, ganhando a varanda externa: um acesso para o mundo de fora.²⁴

(Holanda, 1963, pág.23)

Por sua vez, Freyre retoma sua análise, na (pág. 294), para explicar que, em Portugal após a reconquista das terras ocupadas por mouros e outras etnias no século XV, “a unidade econômica era formada pelo solar – a mansão senhorial de taipa ou de barro amassado, avó da casa-grande do engenho brasileiro”. Assim, curiosamente, o proprietário do hotel-fazenda Solar do Engenho (empreendimento do estudo de caso desta monografia) substituiu a brasileiríssima casa-grande pelo seu ascendente português: o solar.

O proprietário, Rogério M. de Melo, descendentes de senhores rurais, explicou que teve de escolher um nome composto para o seu hotel-fazenda já que o simples só com o Engenho já era utilizado numa outra empresa hoteleira. Só não soube justificar porque, em vez da brasileira casa-grande preferiu a lusitana solar. Talvez a opção tenha sido feita por causa do hábito existente em Minas Gerais de qualificar de solar as residências urbanas de pessoas ilustres como, por exemplo, o Solar dos Neves existente em São João Del Rey, pertencente à família do saudoso Tancredo Neves e hoje usado pelo seu sobrinho e governador mineiro Aécio Neves.

Freyre, na (pág. 48), cita Spengler – para quem o tipo de habitação apresenta valor histórico-social superior ao da raça – para afirmar que:

À energia do sangue que imprime traços idênticos através da sucessão dos séculos deve-se acrescentar a força cósmica, misteriosa, que enlaça

²³ *idem. ibidem*

²⁴ HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 4. ed. Brasília: Universidade de Brasília. pág. 23.

num mesmo ritmo os que convivem estreitamente unidos. Esta força, na formação brasileira, agiu do alto das casas-grandes, que foram centros de coesão patriarcal e religiosa: os pontos de apoio para a organização nacional.²⁵

(Freyre, 2001, pág. 48)

Para o autor, na (pág. 49):

A casa-grande, completada pela senzala, representa todo um sistema econômico, social, político: de produção (a monocultura latifundiária); de trabalho (a escravidão); de transporte (o carro de boi, o bangüê, a rede, o cavalo); de religião (o catolicismo de família, com capelão subordinado ao pater famílias, culto dos mortos, etc.); de vida sexual e de família (o patriarcalismo polígamo); de higiene do corpo e da casa (a touceira de bananeira, o banho de rio, o banho de gamela, o banho de assento, o lava-pés); de política (o compadrismo). Foi ainda fortaleza, banco, cemitério, hospedaria, escola, santa casa de misericórdia amparando os velhos e as viúvas, recolhendo órfãos.²⁶

(Freyre, 2001, pág. 49)

O autor assinala também que:

A arquitetura das casas-grandes adquiriu dos conventos uma certa doçura e simplicidade franciscana. Porém, a casa-grande venceu no Brasil a Igreja, nos impulsos que esta a princípio manifestou para ser a dona da terra. Vencido o jesuíta, o senhor de engenho ficou dominando a colônia quase sozinho. O verdadeiro dono do Brasil. Mais do que os vice-reis e os bispos.²⁷

(Freyre, 2001)

Na sua opinião:

Criou-se em torno dos senhores de engenho o tipo de civilização mais estável na América hispânica; e esse tipo de civilização, ilustra-o a arquitetura gorda, horizontal, das casas-grandes. Cozinhas enormes; vastas salas de jantar; numerosos quartos para filhos e hóspedes; capela; puxadas para acomodação dos filhos casados; camarinhas no centro para a reclusão quase monástica das moças brancas solteiras; gineceu; copiar; senzala. O estilo das casas-grandes – estilo no sentido spengleriano – pode ter sido de

²⁵ *opus citatum*

²⁶ *idem. ibidem*

²⁷ *idem. ibidem*

empréstimo; sua arquitetura, porém, foi honesta e autêntica. Brasileirinha da silva.²⁸ (Freyre, 2001, pág. 48)

Freyre explica ainda que:

A casa-grande, embora associada particularmente ao engenho da cana, ao patriarcalismo nortista, não deve ser considerada expressão exclusiva do açúcar, mas da monocultura escravocrata e latifundiária em geral: criou no Sul o café tão brasileiro como no Norte o açúcar.²⁹

(Freyre, 2001)

O ilustre turista, com sua visão sensível de cientista social, diz que:

Percorrendo-se a antiga zona fluminense e paulista dos cafezais, sente-se, nos casarões em ruínas, nas terras ainda sangrando das derrubadas e dos processos de lavoura latifundiária, a expressão do mesmo impulso econômico que em Pernambuco criou as casas-grandes e devastou parte considerável da região chamada da mata.³⁰

(Freyre, 2001)

O autor, mesmo sendo descendente de senhor de engenho, reconhece as distorções provocadas pelo modelo econômico e social adotado, manifestando, até mesmo, preocupações ambientalistas tão atuais e expressas por especialistas, cidadãos mais conscientes e turistas, sobretudo os do meio rural.

Ele diz que “nada perturba mais o equilíbrio da Natureza que a monocultura, principalmente quando é de fora a planta que vem dominar a região. Exatamente o caso brasileiro”. A cultura da cana-de-açúcar foi desenvolvida inicialmente pelos árabes e mouros na Ilha da Madeira, que pertence a Portugal, e depois foi transferida com sucesso para o Brasil.

No caso da sociedade brasileira – acrescenta ele:

O que se deu foi acentuar-se, pela pressão de uma influência econômica-social – a monocultura – a deficiência das fontes naturais de nutrição que a policultura teria talvez atenuado ou mesmo corrigido e suprido, através do esforço agrícola regular e sistemático. Muitas daquelas fontes foram por assim dizer pervertidas, outras estancadas pela monocultura, pelo

²⁸ *idem. ibidem*

²⁹ *idem. ibidem*

³⁰ *idem. ibidem*

regime escravocrata e latifundiário, que em vez de desenvolvê-las, abafou-as, secando-lhes a espontaneidade e a frescura.³¹

(Freyre, 2001)

Ninguém mais insuspeito do que o autor, como descendente de senhores de engenho em Pernambuco, para fazer esses comentários.

Porém, na sua análise sobre a importância e a influência dos engenhos (representação da monocultura escravocrata da cana-de-açúcar e, depois, do café) no Nordeste e em outras regiões do País como Minas Gerais, Freyre não se limita a analisar a arquitetura colonial e as relações de trabalho que se desenvolveram em torno da casa-grande. Ele avança na análise da culinária e da linguagem que também foram bastante influenciadas pelos negros e que são manifestações culturais diretamente relacionadas ao turismo, especialmente ao rural onde há uma maior diversidade de mesas e de dialetos brasileiros.

Freyre ressalta, na a importância da contribuição africana à culinária brasileira:

Ela firmou-se principalmente pela introdução do azeite-de-dendê e da pimenta-malagueta, tão característicos da cozinha baiana; pela introdução do quiabo; pelo maior uso da banana; pela variedade na maneira de preparar a galinha e o peixe. Várias comidas portuguesas ou indígenas foram no Brasil modificadas pela condimentação ou pela técnica culinária do negro, alguns pratos mais caracteristicamente brasileiros são de técnica africana: a farofa, o quibebe, o vatapá.³²

(Freyre, 2001, pág. 504)

Assim, segundo o autor, vários são os alimentos pura ou predominantemente africanos em uso no Brasil, devido ao fato de as negras e também negros amarecados terem assumido o controle das cozinhas das casas-grandes dos engenhos.

Por sua vez, Holanda reitera na (pág. 22) do seu livro que:

Os portugueses e seus descendentes procurando recriar aqui o meio de sua origem, fizeram-no com uma facilidade que ainda não encontrou, talvez, segundo exemplo na história. Onde lhes faltasse o pão de trigo aprendiam a

³¹ *idem. ibidem*

³² *idem. ibidem*

comer o da terra, e com tal requinte que a gente de tratamento só consumia farinha de mandioca fresca, feita no dia.³³

(Holanda, 1963, pág. 22)

A capacidade de adaptação dos portugueses no Brasil, inclusive quanto à culinária, pode ser explicada, segundo Holanda na (pág. 9), porque seus ascendentes tinham um comportamento semelhante em Portugal:

A comida do povo não se distinguia muito da dos cavalheiros nobres. Por isso que uns e outros estavam em contínuas relações de intimidade; não só os nobres comiam com os populares, mas ainda lhes entregavam a criação dos filhos.³⁴

(Holanda, 1963, pág. 9)

Porém, o quadro no Brasil que lembrava o anterior em Portugal acabou mudando mais tarde. A partir da Independência, conforme Freyre na (pág. 510):

Os livros franceses de receita e de bom-tom começaram o seu trabalho de sapa da verdadeira cozinha brasileira; começou o prestígio das negras de forno e fogão a sofrer consideravelmente com a influência européia.³⁵

(Freyre, 2001, pág 510)

Algo semelhante havia acontecido antes, conforme citado na Justificativa desta monografia, com a cultura brasileira, sobretudo com a pintura, a partir da vinda para o Brasil da Missão Francesa de 1817 a convite da Família Real depois de sua fuga de Portugal devido à invasão de Napoleão Bonaparte.

Freyre assinala que:

O pão foi outra novidade do século XIX. O que se usou nos tempos coloniais, em vez de pão, foi beiju de tapioca ao almoço, e ao jantar a farofa, o pirão escaldado ou a massa da farinha de mandioca feita no caldo de peixe ou da carne. O feijão era de uso cotidiano. Comuns eram as feijoadas com carne salgada, cabeça de porco, lingüiça, muito tempero africano; e mais comuns do durante o século XIX, as verduras e os vegetais, tão característicos da alimentação africana. Com a europeização da mesa é que o brasileiro tornou-se um abstêmio de vegetais; e ficou tendo vergonha de suas mais características sobremesas – o mel ou melado com farinha, a canjica temperada com açúcar e manteiga. Só se salvou o doce com queijo.³⁶

³³ *opus, citatum*

³⁴ *idem ibid*

³⁵ *opus, citatum*

³⁶ *idem ibid*

A negras, segundo o autor, não limitaram sua contribuição à formação brasileira gerando também filhos de senhores do engenho e de seus descendentes, mas ainda cuidando de afazeres domésticos, especialmente da cozinha da casa-grande. Elas também se tornaram amas-de-lei das crianças e cuidavam delas com se fossem babás e contavam histórias, sem falar que se tornaram confidentes das adolescentes brancas.

Freyre comenta, na (pág. 386), que:

Foram as negras que se tornaram entre nós as grandes contadoras de histórias. O akpadô é uma instituição africana que floresceu no Brasil na pessoa de negras velhas que só faziam contar histórias. Negras que andavam de engenho em engenho contando histórias às outras pretas e aos dos meninos brancos. O autor lembra ainda que José Lins do Rego, no seu *Menino do Engenho*, fala das velhas estranhas que apareciam pelos bangüês da Paraíba: contavam histórias e iam-se embora. Viviam disso. Exatamente a função e o gênero de vida do akpadô.³⁷

(Freyre, 2001, pág. 386)

Rego antecipou-se ao estudo detalhado de Freyre sobre a sociedade patriarcal e escravocrata criada pelos senhores de engenho, fazendo um romance com características autobiográficas sobre sua infância e adolescência, marcadas pela vivência no engenho do seu avô para onde foi levado com poucos anos de vida depois do assassinato da sua mãe pelo marido e da prisão do seu pai num hospital para desequilibrados mentais. Mas voltemos à “Casa grande & senzala”.

Freyre chama atenção para o fato de que a linguagem brasileira também sofreu influência africana.

A ama negra fez muitas vezes com as palavras o mesmo que com a comida: tirou-lhes as espinhas, os ossos, as durezas, só deixando para boca da criança branca as sílabas moles. O dói dos grandes tornou-se o dodói das crianças. Palavra muito mais dengosa.³⁸

(Freyre, 2001)

O autor observa ainda, na (pág.104), que:

A igualdade de interesses agrários e escravocratas que através dos séculos XVI e XVII predominou na colônia, toda ela dedicada com maior ou

³⁷ *idem ibid.*

³⁸ *idem ibid*

menor intensidade à cultura do açúcar, não foi prejudicada tão profundamente como parece à primeira vista pela descoberta das minas ou a introdução do cafeeiro. Se o ponto de apoio econômico da aristocracia colonial deslocou-se da cana-de-açúcar para o ouro e mais tarde para o café, manteve-se o instrumento de exploração: o braço escravo.³⁹

(Freyre, 2001, pág. 104)

A escravatura no Brasil manteve-se até 1888, praticamente às vésperas de os militares comandarem o golpe que, em 1889, acabou com a Monarquia parlamentarista no Brasil e implantou a República presidencialista, que depois levou o País à uma sucessão de crises institucionais e políticas, sempre precedidas ou acompanhadas de crises econômicas e sociais, que só foram superadas recentemente com o impedimento do ex-presidente Fernando Collor, substituído por Itamar Franco que, posteriormente, foi sucedido por Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva.

Entre o país colonial descrito por Freyre e o Brasil de hoje integrado ao processo de globalização, onde convivem segmentos econômicos e classes sociais ricas de um lado e setores pobres de outros, ocorreram muitas transformações. Porém, manteve-se no meio rural um patrimônio cultural valioso, ainda que insuficientemente preservado, e com possibilidade de ser resgatado e explorado pelo turismo interno e externo.

O potencial do turístico rural, devido entre outros fatores ao cultural acima analisado detalhadamente, vai ser avaliado nos próximos itens com base em enfoques genérico e específico (estudo do caso do hotel-fazenda Solar do Engenho).

³⁹*idem ibid*

3- O CASO DO HOTEL-FAZENDA SOLAR DO ENGENHO

O hotel-fazenda Solar do Engenho escolhido como objeto de estudo de caso desta monografia, por vários motivos assinalados no item Justificativa, está situado no km 47 da rodovia BR 040, próximo à cidade mineira de Sete Lagoas, que dista cerca de 70 km de Belo Horizonte e fica à distâncias de 460 km de Brasília e de 660 km do Rio de Janeiro.

Ou seja, a localização do empreendimento turístico é bastante favorável devido à proximidade com a capital mineira e ao fato de as distâncias entre a capital fluminense e o Distrito Federal serem aceitáveis para turistas desses dois importantes centros emissores de turistas internos, sobretudo daqueles que optam pelo turismo rural e que se deslocam de carro ou ônibus entre o Rio e Brasília (ou vice-versa) ou, então, entre Belo Horizonte e Brasília.

Essa localização explica o fato de a maior parte dos hóspedes do hotel-fazenda (cerca de 50%) ser composta de mineiros da capital ou de cidades menores próximas a Sete Lagoas. A outra metade dos hóspedes está dividida entre turistas fluminenses (20%), de Brasília (20%) e os restantes 10% são compostos por paulistas, turistas brasileiros de outras naturalidades e estrangeiros que podem chegar ao empreendimento por intermédio do aeroporto de Confins, em Belo Horizonte, sem que tenham de cruzar a capital mineira indo em direção a Sete Lagoas passando por Pedro Leopoldo. Ou, então, podem optar por ir para Sete Lagoas saindo de Belo Horizonte e usando um trecho da BR 040, de cerca de 60 km, cuja maior parte está em excelente estado de conservação.

A história do hotel-fazenda Solar do Engenho está ligada ao fato de o proprietário Rogério M. de Melo ter herdado cerca de 200 hectares de terra de mata nativa, que era parte de uma propriedade bem maior pertencente ao seu avô português que criava gado para corte. Depois da morte dele, uma grande extensão de terra foi dividida entre seus vários filhos, sendo que a construção da BR 040 cruzando as propriedades serviu de estímulo à fragmentação territorial por intermédio de vendas.

O sucesso da fabricação artesanal de cachaça e da sua comercialização por Rogério ao lado da BR 040 levou-o à construção de um restaurante a pedido de

amigos e de viajantes, que se especializou em comida típica mineira, acompanhada de verduras, doces e queijos também produzidos na propriedade. A bebida popular conhecida como pinga ou cachaça foi, portanto, a base da expansão dos negócios do empresário.

Foram anos de lenta evolução e diversificação que incorporou também o uso de um lago da propriedade para a atividade de pesque e pague (expressão hoje ecologicamente incorreta e mudada para pesque e solte). Junto com a prática de pescar vieram outras como andar a cavalo, aprender a montar e participar de eventos hípicas. Essas atividades geraram uma demanda por hospedagem, sobretudo por parte das pessoas que moravam mais longe.

Assim, segundo o proprietário que não tinha nenhuma experiência hoteleira, a idéia da construção de um hotel-fazenda surgiu em 1993. Mas apenas quatro anos depois começaram as obras que permitiram a inauguração do hotel-fazenda em 7 de junho de 2000.

O empreendimento, embora planejado, não previa inicialmente piscina, sauna e salão de jogos hoje existentes, nem, tampouco, obras que estão programadas para serem realizadas: quadra de tênis, piscina aquecida e outras construções que caracterizam uma fazenda antiga (possilga, galinheiro, curral, etc.), embora próximo do restaurante antigo e separado da construção principal já existam criações de porcos e de frangos para consumo próprio e produção artesanal de queijo. Essas criações e produções não despertam, por enquanto, maior interesse dos hóspedes, daí a intenção do proprietário em ampliá-las e diversificá-las.

Com os acréscimos previstos ao projeto inicial, a área construída do empreendimento poderá chegar a 2000 m² e, gradualmente, ele vai ganhando características mais típicas de hotel-fazenda e, ao mesmo tempo, se reaproximando das suas origens. O fato dele dispor de um alambique (aparelho para destilar) está ligado à produção inicial de cachaça pelo empresário. O alambique e a pinga de boa qualidade estão nas raízes da cultura mineira e são cada vez mais valorizados na medida em que essa bebida, sem perder seus traços rurais, vai ficando socialmente mais sofisticada e conquistando consumidores internos e externos. Ela hoje disputa mercados com o whisky e outras bebidas fortes de origem estrangeira, mas no Solar do Engenho a pinga

reina absoluta entre seus hóspedes que, na sua maioria, vivem em áreas urbanas.

Há algo de simbólico na preferência dos hóspedes do hotel-fazenda com relação à cachaça local. Esse hábito simboliza, na verdade, o resgate de tradições dos hóspedes mais idosos e mais ligados ao meio rural. É nele que é maior a tradição cultural brasileira de consumir cachaça ainda que num país de temperaturas médias elevadas, sobretudo nas regiões onde a bebida é mais consumida como no Sudeste e no Nordeste, influenciados pela produção da cana-de-açúcar e pelos hábitos sociais dessas regiões, cujo passado tem fortes raízes rurais que exerceram grande influência na formação da cultura brasileira como seu analisou no item anterior com base nos autores Freyre e Holanda.

A história do hotel-fazenda e da sua implantação é semelhante a de muitos empreendimentos da região e de outras do País. A demanda por serviços de amigos e de viajantes foi responsável pelo surgimento, crescimento e diversificação dos negócios turísticos, destacando-se entre eles o de maior investimento: o hotel-fazenda. O proprietário não informa seu montante nem, tampouco, se usou apenas capital próprio ou se recorreu também a financiamento. O segredo é a alma do negócio, sobretudo para os mineiros que são tradicionalmente os mais discretos entre os brasileiros.

A única e importante diferença entre o empreendimento estudado e outros é o projeto da sua construção principal, onde estão os quartos com 16 leitos e as demais instalações (varanda, living com lareira, restaurante, cozinha, alambique, sala de leitura e biblioteca modestas). Essa construção, conforme pode ser visto nas fotos, foi feita com base em projeto que incorporou traços arquitetônicos antigos e tratamento de madeira para envelhecimento, de forma que ele pudesse reproduzir a casa-grande de fazendas antigas das cidades de Santana de Pirapama e Jequitibá, próximas a Sete Lagoas.

O fator cultural resultante do resgate de tradições arquitetônicas da região e seu uso na construção do prédio principal do hotel-fazenda é o que o torna mais atraente e diferente de outros empreendimentos hoteleiros da região como, por exemplo, as pousadas Cachoeira Rural, Cachoeira das Pedras, Pavões e Mãe de Outro, que ficam próximas ao Solar do Engenho e que fazem parte também do segmento de turismo rural.

Pesquisa realizada no âmbito do estudo de caso desta monografia, junto a 30 hóspedes adultos (mais de 18 anos) do hotel-fazenda, durante o mês de julho de 2003, revela que a construção principal (correspondente ao solar lusitano e à casa-grande brasileira cujas origens e significados foram analisados no item anterior desta monografia) é, sem dúvida, sua maior atração turística.

Os hóspedes adultos, em sua grande parte (85%), consideram a construção principal do Solar do Engenho sua maior atração turística. Os demais 15% estão distribuídos entre sua localização relativamente próxima a cidades históricas, seus recursos naturais, suas atividades de lazer, sua cozinha mineira aberta a pratos de outras regiões brasileiras, etc.

Outro dado interessante da pesquisa: os mineiros, cariocas e paulistas são os brasileiros que mais valorizam a construção principal do hotel-fazenda e que se interessam pela sua história, assim como em obter informações do proprietário sobre o processo de envelhecimento da madeira para lhe dar um aspecto exterior de antiguidade.

São eles também que mais visitam cidades históricas próximas, com grande patrimônio arquitetônico, entre elas Congonhas, Ouro Preto, São João Del Rey e Tiradentes. Há, curiosamente, uma preferência (35%) dos hóspedes do Solar do Engenho em visitar Diamantina.

Além da importância histórica e cultural da cidade, há o fato de nela ter nascido um dos seus filhos mais ilustre e que se tornou também importante no País: o ex-prefeito, ex-governador e ex-presidente da República, Juscelino Kubitschek. O criador de Brasília, da indústria automobilística e responsável pela desconcentração populacional do Brasil (ainda que isso tenha sido feito à custa de um violento processo inflacionário) é uma atração turística de Diamantina, inclusive de parcela expressiva dos hóspedes do hotel-fazenda Solar do Engenho que valoriza o fator cultural dentro do turismo rural.

Contudo, o proprietário do empreendimento ainda não está explorando devidamente o potencial de atração de turistas representado pela construção principal do seu hotel-fazenda, nem, tampouco, a proximidade dele com cidades históricas mineiras. Ele não disponibilizou, até hoje, informações impressas ou eletrônicas (site, etc.) sobre o projeto dela e não dispõe de veículos nem guias de turistas próprios para levar seus hóspedes em visitas às cidades mineiras citadas e com grande patrimônio arquitetônico e cultural.

O dono do Solar do Engenho se limita simplesmente a reagir à demanda e a indicar prestadores de serviços, que não estão presentes no hotel-fazenda para facilitar sua contratação pelos hóspedes. Nem, tampouco, há programação e roteiros de visitas às cidades citadas disponibilizadas pelo empreendimento, embora elas estejam situadas numa distância variável do local entre 130 km (Congonhas) a 200 km (Ouro Preto, São João Del Rey, Tiradentes e Diamantina), sem falar que no caminho para esta última cidade, para quem sai do Solar do Engenho, há a gruta de Maquiné. Ela é considerada uma das maiores e mais interessante do Brasil por causa das formações calcárias no teto e no solo das cavidades subterrâneas devido à queda lenta das águas que se infiltram nas rochas e criam verdadeiras obras-primas de esculturas brilhantes como diamantes.

Apesar das atrações culturais e ecológicas relativamente próximas ao Solar do Engenho, que poderiam ser melhor exploradas em parcerias empresariais, as atenções do proprietário estão concentradas na melhoria da qualidade de atendimento quanto à hospedagem, alimentação e lazer dentro dos limites do empreendimento. Elas embora importantes são insuficientes ao atendimento de uma demanda mais sofisticada sob o aspecto cultural por parte de turistas brasileiros e estrangeiros.

A piscina se destaca dentre as atividades de lazer do hotel-fazenda. Ela fica situada entre a construção principal e outra com sauna e jogos, sendo a preferida dos hóspedes de todas as idades. Fato, sem dúvida, responsável pela decisão do proprietário de construir outra piscina aquecida. Só o interesse pela atividade de passeio a cavalo, típica do turismo rural, aproxima-se daquele despertado pela piscina. O empreendimento tem 10 cavalos para a prática de passeio, conforme pode ser visto nas fotos.

A taxa média de ocupação do hotel que é de 60%, segundo seu proprietário, eleva-se nos períodos de alta estação (dezembro, janeiro, fevereiro e julho) e quando são realizados eventos trimestrais de hipismo rural e clássico. O empreendimento tem ainda um curso completo de equitação para alunos de todas as idades, sobretudo adolescentes.

O autodidatismo empresarial do dono do hotel-fazenda se, por um lado, o ajudou a viabilizá-lo por outro o impede de agregar mais qualidade e sinergia aos seus negócios. Prova disso, é que apenas 2% dos seus clientes no restaurante

separado do hotel -fazenda são hóspedes dele. A falta de uma divulgação melhor e de um esforço maior para atrair os hóspedes do hotel-fazenda para o restaurante separado, ainda que ele tenha melhor qualidade do que o interno ao Solar do Engenho, explica a evasão de vários deles para outros restaurantes próximos, sobretudo os localizados dentro da cidade de Sete Lagoas.

Outra deficiência empresarial do empreendimento é o despreparado do pessoal, sobretudo da gerência e do atendimento aos hóspedes. O fato é explicado porque apenas metade do quadro de pessoal tem formação e especialização profissionais, sendo treinados, basicamente no Senac, única instituição com a qual o hotel-fazenda tem convênio.

Finalmente, deve-se assinalar que o empreendimento hoteleiro não está associado à entidade de classe do segmento de turismo rural de Minas Gerais nem seu proprietário está articulado com lideranças de outros setores de Sete Lagoas e do seu entorno para a defesa junto às autoridades municipais e estaduais de decisões, sobretudo ambientais, capazes de contribuir para a melhoria da região e dos empreendimentos turísticos. Só em agosto de 2003 as sete siderúrgicas existentes na região iniciaram a instalação de filtros para reduzir suas emissões de poluentes na atmosfera, sendo que uma das maiores delas pode ser vista da varanda do Solar do Engenho poluindo o ar, sobretudo à noite, a uma distância de cerca de 2 km.

É também nessa varanda que, durante o dia, o proprietário do hotel-fazenda realiza reuniões com o seu pessoal, enquanto os hóspedes transitam próximos ou aproveitam o sol na piscina em frente. O fato que poderia ser considerado estranho ou inusitado - por quem não conhece a história dos senhores de engenho e demais proprietários rurais, entre os quais está o avô do dono do Solar do Engenho - é, na verdade, bastante interessante e significativo sob o enfoque cultural.

Era também na varanda de suas casas-grandes que os senhores de engenho, durante os ciclos do açúcar e do café, controlavam sua família, comandavam seus negócios e davam ordens, inclusive para castigar seus escravos ou os filhos deles que as desobedecessem ou que cometessem atos passíveis de punição. Era lá também que eles recebiam visitas diversas (meeiros, comerciantes, viajantes, etc.).

A varanda era, portanto, o escritório dos senhores de engenho assim como é a do proprietário do hotel-fazenda. O fato mostra que o fator cultural não está presente apenas na arquitetura da construção principal do empreendimento e em outras tradições (gastronomia, etc.) lá encontradas, mas também na gestão do empreendimento que incorpora práticas que vem da origem da formação econômica e social brasileira.

O escritor paraibano Rego, nascido em 3 de junho de 1901, em sua obra mais famosa “Menino do Engenho” (considerada autobiográfica e citada no item anterior por Freyre), de 1932, faz várias referências à presença do avô do personagem central da história sempre na varanda da casa-grande no comando do engenho.

Os trechos mais marcantes do livro quanto ao uso pelo senhor do engenho da varanda da casa-grande como seu escritório, a exemplo do proprietário do hotel-fazenda estudado, para tomar decisões são: o comando do combate à enchente do rio próximo e, posteriormente, ao fogo nos canaviais; e a prisão pelas pernas no toco de um escravo até que fosse provado se havia sido ele mesmo ou não o responsável por engravidar uma negra, que, na verdade, havia tido relações sexuais com o filho do senhor do engenho como era normal na época.

Mas não é apenas o proprietário do Solar do Engenho que usa a ampla e confortável varanda (ver fotos), a exemplo do seu avô e dos senhores do engenho, para resgatar suas origens e tradições, ainda que possivelmente de forma inconsciente. Os próprios hóspedes homens sentem-se na varanda e em outras instalações da construção principal do hotel-fazenda como se fossem também senhores do engenho, mesmo aqueles que não são originários do meio rural.

Coincidência ou não, o fato é que, segundo o proprietário do hotel-fazenda, a maioria (60%) dos seus hóspedes adultos é constituída de homens, independentemente de sua procedência: Minas Gerais, Rio, Brasília, São Paulo, etc. Muitos se hospedam lá devido à proximidade com Sete Lagoas, onde vão fazer negócios ou participar de eventos de hipismo promovidos pelo dono do empreendimento. Depois, quando encerram suas atividades, vão para a varanda da casa-grande saborear o gosto de suas conquistas profissionais ou de outras (esportivas, amorosas, etc.) e para viver a “aventura da sensibilidade”

mencionada por Freyre no seu livro “Casa-grande & senzala”, citado no item anterior desta monografia.

O fato faz lembrar também outro trecho desse livro no qual o autor pernambucano diz, na (pág. 56), que:

O arquiteto Lúcio Costa diante das casas velhas de Sabará, São João Del Rey, Ouro Preto, Mariana, das velhas casas-grandes de Minas, teve a impressão de que a gente como se encontra... E se lembra de cousas que a gente nunca soube, mas que estavam lá dentro de nós; não sei – Proust devia explicar isso direito.⁴⁰

(Freyre, 2001, pág. 56)

Zimmermann (1996, pág. 20), com sua especialização em turismo, ratifica os comentários feitos por Freyre e Lúcio Costa, ao afirmar que “o produto turístico se diferencia dos demais por se tratar de um produto imaterial, intangível, cujo resíduo, após seu uso, é uma experiência vivencial”.⁴¹

É para ter “a aventura da sensibilidade” que lhes dê uma “experiência vivencial” que brasileiros de diversos estados, sobretudo mineiros, se hospedam no hotel-fazenda Solar do Engenho para resgatar a tranqüilidade e a simplicidade perdida no meio urbano assim como suas origens, tradições e valores, dos quais muitos são provenientes do meio rural onde, conforme visto no item anterior desta monografia, foi forjada a formação econômica, social e cultural do Brasil. Ela hoje é fundamental para o desenvolvimento do turismo interno, especialmente para os seus segmentos cultural e rural que, conforme já foi assinalado antes, estão estreitamente ligados.

⁴⁰ *idem ibid*

⁴¹ *opus citatum*

4- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há hoje um consenso quanto à importância do Turismo para as economias mundial e nacional, embora no Brasil essa atividade econômica – por motivos detalhadamente analisados nesta monografia - ainda esteja longe de explorar o potencial representado pelos seus diversos segmentos.

Entre esses segmentos, cujo potencial está muito aquém do seu desenvolvimento, destaca-se o turismo rural devido à demanda crescente de serviços de lazer (hoteleiro, etc.) no meio rural pelos habitantes das grandes e médias cidades brasileiras. Eles, a exemplo daqueles de outros países em desenvolvimento ou desenvolvidos, fogem delas em finais de semana, feriados ou férias em busca de sossego, de equilíbrio (físico e psicológico), de novas experiências ou do resgate de suas origens.

Porém, conforme ficou comprovado no estudo de caso do hotel-fazenda Solar do Engenho, os praticantes do turismo rural não querem apenas tranqüilidade, simplicidade e autenticidade perdidas no meio urbano, mas também estão interessados em se enriquecer culturalmente com o conhecimento da história brasileira e de práticas ligadas ao meio rural.

Há uma tendência, comprovada pela pesquisa dessa monografia, de valorização crescente do patrimônio cultural do meio rural representado pela arquitetura, pela arte (pintura, escultura, etc.), pela gastronomia e outras expressões dele provenientes. Essa valorização é maior por parte dos turistas com níveis de escolaridade e renda mais altos.

Portanto, o fator cultural tornou-se importante entre os responsáveis pela expansão do turismo rural e pela garantia da sustentabilidade dos empreendimentos desse segmento turístico.

É importante assinalar que os hóspedes adultos do Solar do Engenho (empreendimento utilizado como estudo de caso desta monografia) consideram o prédio principal do hotel-fazenda (semelhante ao solar português ou à casa-grande brasileira do engenho colonial) sua maior atração. Por sua vez, o dono do empreendimento reconheceu, que sem qualquer estímulo, os turistas (mineiros, cariocas, paulistas, etc.) se interessam pelas cidades históricas próximas.

Diamantina, situada à cerca de 200 km do hotel-fazenda, é a que desperta maior interesse devido, entre outros fatos, a sua fama de cidade natal de Juscelino Kubitschek, considerado um dos políticos brasileiros mais importantes devido às transformações que promoveu, entre elas a criação de Brasília.

Além de berço de Kubitschek, Diamantina tem outros atrativos que a diferenciam de outras cidades históricas mineiras e que estimulam o interesse de turistas brasileiros e estrangeiros. Foi lá que, no segundo decênio do século XVIII, começou a exploração de diamantes e que, em 1831, transformou o antigo Arraial do Tijuco em vila e, em 1838, em cidade de Diamantina.

Famosa pela ourivesaria e lapidação de pedras preciosas, assim como pela produção de tapetes arraiolos de origem portuguesa, Diamantina compete com outras cidades quanto ao patrimônio cultural representado pelas suas igrejas, museus e casarios antigos.

Outra atração de Diamantina e das demais cidades históricas mineiras, que estão situadas a distâncias menores ou semelhantes do Solar do Engenho, é a cozinha mineira que tem em sua receita o tempero das influências portuguesa, africana e indígena, conforme assinalado por Freyre e Holanda em item anterior desta monografia.

A relativa proximidade do hotel-fazenda estudado com importantes cidades históricas mineiras, consideradas patrimônio da humanidade, deveria ser melhor aproveitada por intermédio de várias iniciativas, destacando-se entre elas uma possível parceria entre seu dono e os proprietários de outros empreendimentos hoteleiros nelas instalados.

A oferta de pacotes promocionais, com diárias mais baratas e com transporte mais fácil (criação de pool de serviço de helicóptero para transportar hóspedes do Solar de Engenho para outros hotéis das cidades históricas e vice-versa ou criação de um pool de vans ou microônibus), contribuiria certamente para a expansão do hotel-fazenda e dos demais empreendimentos hoteleiros das cidades históricas.

Além das possíveis iniciativas citadas para estimular a consolidação do Solar do Engenho e, conseqüentemente, do turismo rural na região mineira onde o empreendimento está instalado (Sete Lagoas, MG), há necessidade de decisões mais amplas possíveis de serem adotadas pelos governos municipal, estadual e federal.

A administração pública federal, representada hoje pelo Ministério do Turismo e pela Embratur, tem maior responsabilidade quanto ao desenvolvimento do turismo brasileiro, especialmente do seu segmento rural. Porém, até agora, o governo federal ainda mantém a ênfase à atração de turistas externos para reverter o déficit tradicional do subitem Turismo do item Serviços do balanço de pagamentos do País.

As autoridades parecem desconhecer que o estímulo ao turismo interno é também importante para evitar a evasão de divisas para o exterior, sem que haja excessiva dependência ao fator cambial que, desde a desvalorização do real pelo governo Fernando Henrique Cardoso, em janeiro de 1999, tornou as viagens externas praticamente proibitivas para uma parcela expressiva de turistas brasileiros, reduzindo, assim, o déficit cambial com Turismo.

O Plano Plurianual, para o período de 2004 e 2007, feito posteriormente à reestruturação institucional do Ministério do Turismo e da Embratur e do anúncio de novas diretrizes para o setor, mantém o Turismo como atividade secundária, sem que haja perspectiva de o Legislativo (onde o Plano Plurianual é analisado e aprovado) o transformar em atividade prioritária, mesmo após a criação da Subcomissão de Turismo no Senado Federal sob a presidência do senador e empresário imobiliário Paulo Octávio (PFL/DF) que também tem negócios em outros setores, inclusive o hoteleiro de Brasília.

Se o Turismo continua sendo secundário para o Executivo e para o Legislativo federais, tratamento semelhante está recebendo seu segmento rural. Houve, na verdade, uma involução institucional do turismo rural já que, até a conclusão desta monografia, nem a Embratur nem o Ministério do Turismo não haviam divulgado e disponibilizado as novas diretrizes para esse segmento por intermédio de documento ou de seus sites. Aliás, os textos neles existentes sobre turismo rural, além de serem iguais, são surpreendentemente mal formulados e pontuados (ver em Anexos). Fato que demonstra a pouca importância dada hoje ao segmento por esses órgãos públicos.

É importante lembrar, conforme já foi mencionado anteriormente nesta monografia, que a Embratur, em 1999, lançou suas “Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil”, após ouvir os segmentos nele envolvidos e depois da realização do I Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, em Santa Maria, RS.

Entre as propostas desse evento, consubstanciadas na Carta de Santa Maria, poucas foram concretizadas. Além disso, as “Diretrizes” definidas pela Embratur tornaram-se apenas indicações. A única que foi concretizada e que está se consolidando por iniciativa do setor privado é a criação da Associação Brasileira de Turismo Rural (Abraturr), com sede em Lages, SC, onde se originou esse segmento. Ela foi acompanhada da criação de associações estaduais, embora muitos empresários do segmento, entre eles o dono do Solar do Engenho, ainda não se conscientizaram da importância de entidades estadual e nacional para o desenvolvimento do turismo rural.

A falta dessa consciência, somada a outros fatores, impede que essas entidades sejam mais expressivas e possam atuar de maneira mais efetiva junto aos órgãos e empresas públicas (federais, estaduais e municipais) na defesa de medidas em favor do Turismo, especialmente do seu segmento rural.

Além disso, falta um entrosamento maior entre os setores privado e público com a academia (Centro de Excelência em Turismo da UnB e outras instituições do setor) e com especialistas em turismo, de forma que o saber desses segmentos possa ser melhor conhecido e utilizado sobretudo no planejamento do desenvolvimento brasileiro.

A ausência de pesquisas segmentadas sobre o turismo brasileiro é uma das conseqüências da pouca importância governamental dada ao setor e da falta de entrosamento entre os diversos agentes envolvidos na atividade turística brasileira. Sem dados atualizados e quantificados, capazes de dimensionar os diversos segmentos turísticos, entre eles o rural objeto de estudo desta monografia, é impossível haver o planejamento desejado e considerado indispensável pelos diversos agentes do setor.

A Embratur, no documento citado sobre “Diretrizes” para o segmento rural, assinala na (pág. 25) que:

O planejamento é instrumento indispensável para a sustentabilidade do turismo rural, especialmente no que se refere à elaboração, gerenciamento e monitoramento de projetos, fazendo-se necessária a capacitação de técnicos e profissionais nessa área, além dos representantes das associações e organizações locais, principalmente prefeituras.⁴²

⁴² *opus citatum*

Porém, durante os oito anos do governo Fernando Henrique Cardoso, muito dinheiro público foi gasto pela Embratur, inclusive com a divulgação de propaganda do Brasil no exterior por intermédio da rede mundial de televisão CNN, sem que, no entanto, houvesse a preocupação de utilizar parte dele na realização de pesquisas segmentadas sobre Turismo a exemplo da que foi feita pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) sobre o mercado interno turístico e devidamente analisada nesta monografia.

Assim, houve um evidente distanciamento entre as propostas da Embratur e suas realizações para o segmento de turismo rural e outros. Dentro de um quadro institucional (prioridade secundária) e econômico (baixo crescimento e péssima distribuição de renda) desfavorável ao Turismo, especialmente ao seu segmento rural, é importante identificar quais os fatores que estão contribuindo para a sua expansão, apesar das restrições existentes, de forma a estimulá-los.

A importância e originalidade desta monografia estão na comprovação de que o fator cultural é decisivo para o sucesso do turismo rural, com base no estudo de caso do hotel-fazenda Solar do Engenho. Ele serve de paradigma à realização de outros estudos sobre o assunto, indispensáveis à conscientização sobre a importância do fator cultural para o desenvolvimento do turismo rural.

Sem ela, empresários como o dono do Solar do Engenho, não investirão em iniciativas capazes de melhor utilizar esse fator no sentido de dar sustentabilidade aos seus empreendimentos. Nem, tampouco, haverá por parte de organizações governamentais ou não governamentais investimentos maiores para resgatar a história brasileira ligada ao meio rural.

Mais difícil ainda é a preservação do patrimônio arquitetônico brasileiro que vai sendo destruído por agentes diversos, inclusive cupins que se alimentam vorazmente da madeira de igrejas, museus e casario do período colonial brasileiro. O roubo de obras importantes, sobretudo de esculturas, de igrejas e de museus é outra praga que está devastando o patrimônio cultural brasileiro.

São, realmente, poucas e limitadas as iniciativas e verbas para a preservação dele, enquanto o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), principal agente financeiro governamental, destina recursos ilimitados à recuperação e compra de empresas nacionais (energia, siderurgia, telefonia, etc.) por capitais estrangeiros.

Esta monografia é uma contribuição para se ressaltar a importância do fator cultural como instrumento de desenvolvimento do segmento rural do Turismo brasileiro e para se reverter o quadro de descaso com o patrimônio arquitetônico do País tão valorizado por autores citados como Freyre e Holanda e por brasileiros mais identificados com a história e os valores nacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Joaquim Anésio, FROEHLICH, José Marcos, RIEDI, Márcio (Orgs.). **Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável**. Campinas: Papirus, 2000. (Coleção Turismo).

BENI, Mário Carlos, **Análise Estrutural do Turismo**. 6. ed. atual. São Paulo: SENAC, 2001.

BRASIL, Ministério do Esporte e Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**. Brasília: EMBRATUR, 1994.

BRASIL, Ministério do Esporte e Turismo. **Estudo do Mercado Interno de Turismo** – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. Brasília: FIPE, EMBRATUR, 2001.

BRASIL, Ministério do Turismo. Diretoria de Estudos e Pesquisas **Carta de Conjuntura** -- Brasília: 1ª quinzena – agosto de 2003.

BRASIL, Plano Brasil de Todos. Participação e Inclusão. **Orientação Estratégica de Governo**: Crescimento Sustentável, Emprego e Inclusão Social. Plano Plurianual 2004-2007. Brasília maio 2003.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & senzala**, 45. ed. Rio de Janeiro:Record, 2001.

FUNARI, Pedro Paulo, PINSKY, Jaime (Orgs.). **Turismo e Patrimônio Cultural**. 2. ed. Contexto, 2002.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 4. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 1963.

MOLETTA, Vânia Florentino. **Turismo Rural**. 3. ed. Porto Alegre:SEBRAE, 2002.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira, **Agroturismo e Desenvolvimento Regional**. São Paulo: Hucitec, 1999.

REGO, José Lins do. **Menino de engenho**. 80 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1995.

ROCHA, Roberto de Freitas. **Café colonial rural**. Brasília: SEBRAE, 1999.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. (Org.). **Turismo e desenvolvimento local** 2. ed. São Paulo:Hucitec, 1999.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e Planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 5. ed. Campinas: Papirus, 1999.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do Espaço Habitado**. 4. ed. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

SODRÉ, Nelson Werneck. **Síntese de História da Cultura Brasileira**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970.

TURISMO RURAL. Manual Operacional, 1994. Brasília, EMBRATUR.

ZIMMERMANN, Adonis. **Turismo rural: um modelo brasileiro**. Florianópolis: Do autor, 1996.

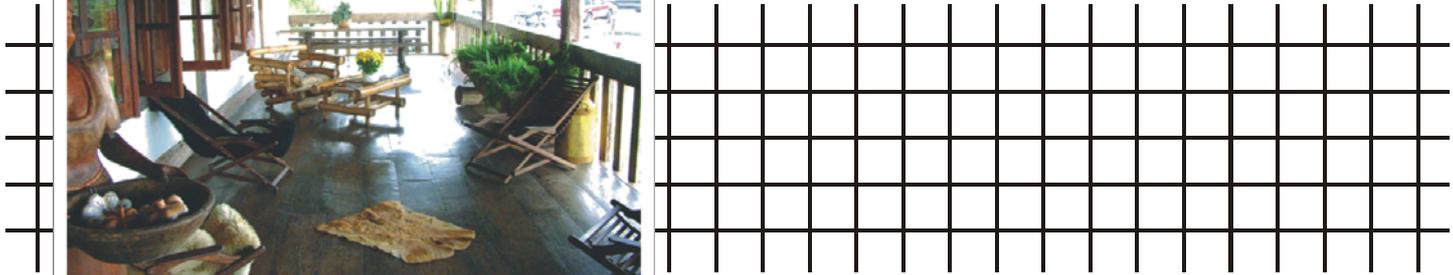
ANEXOS

Solar do Engenho



Casa-grande

Exteriores





O Solar do Engenho fica no alto de uma elevação, onde se vê lagos e trechos da rodovia BR 040.



A casa-grande do hotel-fazenda ficou pronta em 2000, mas o projeto e o tratamento da madeira lhes deram um aspecto antigo.



A carroça está sempre estacionada próxima à casa-grande do hotel.



A varanda da casa-grande tendo, ao fundo, a mesa onde o proprietário Rogério reúne-se com seus funcionários a exemplo dos antigos senhores de engenho.



Partes de uma caldeira expostas próximo à entrada do Solar do Engenho são curiosidades a mais do hotel.



A varanda se destaca ao lado da entrada do Solar do Engenho.



Visão noturna da varanda do hotel-fazenda de quem olha da piscina.



Visões diferentes do moinho movido à água na entrada do hotel-fazenda.



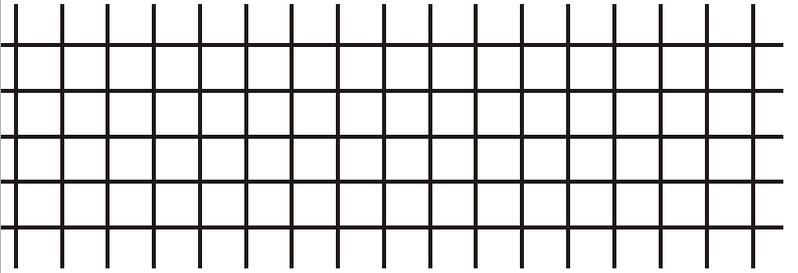
Visão ampla da casa-grande do hotel-fazenda.



Um lago acoplado à piscina dá um toque de originalidade ao hotel.

Casa-grande

Interiores





Esta é a vista de quem entra no living do Solar do Engenho, sendo que a escada acima leva aos apartamentos superiores e a de baixo aos inferiores.



A lareira do living da casa-grande do hotel atrai hóspedes nas noites frias.



Os apartamentos são amplos e têm também redes de onde se pode ver a mata no fundo do hotel.



A banheira de hidromassagem é separada do restante do banheiro para proporcionar mais tranquilidade e privacidade com a visão da paisagem ao fundo.



O restaurante do hotel é mais sofisticado do que o outro próximo à estrada, mas tem também aspecto rústico.



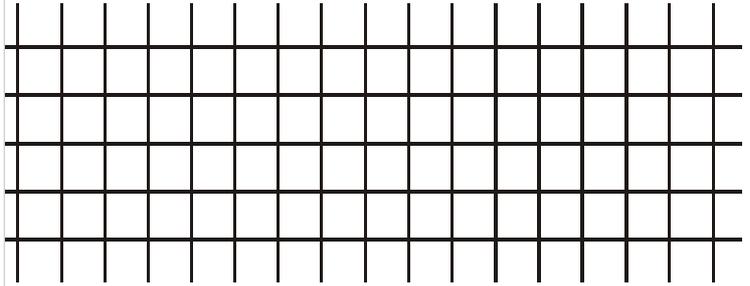
A mesa de sobremesa é farta e com especialidades mineiras.



A sala de leitura tem também troféus de eventos de equitação.

Solar do Engenho

Lazer

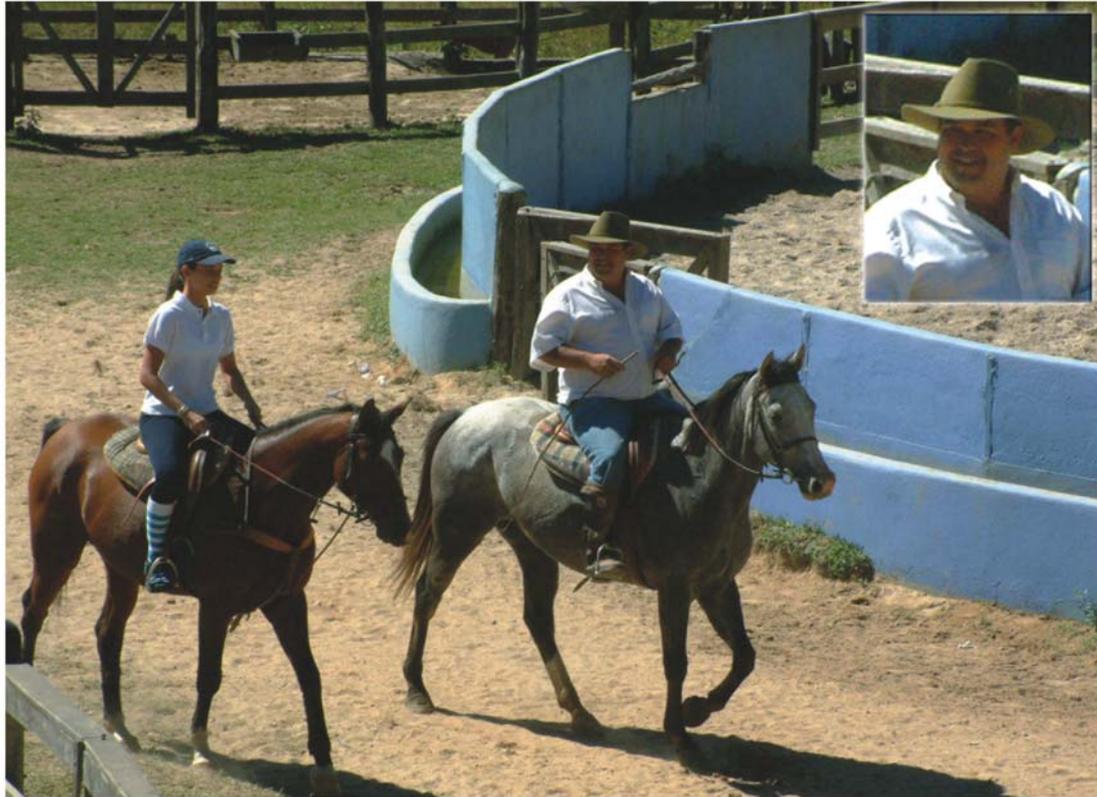




Os cavalos são uma grande atração do Solar do Engenho.



Cavaleiros experientes participam de eventos hípicas no hotel.



O dono do hotel-fazenda, Rogério, também participa dos passeios à cavalo e dos eventos hípicos.



Os passeios à cavalo são sempre feitos em grupos pequenos para reduzir os riscos de acidentes e para preservar o meio-ambiente.



Mulheres adoram passear à cavalo no hotel-fazenda.



A proximidade com lagos é mais um atrativo dos passeios à cavalo.



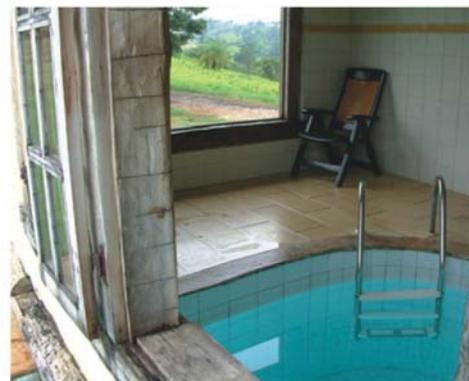
Visão parcial da pista hípica.



Selins para passeios à cavalo e para as aulas do curso de hipismo promovido pelo Solar do Engenho.



A piscina fica entre o prédio com a sauna e o salão de jogos e a casa-grande do hotel-fazenda.



A sauna tem detalhes criativos como o ingresso nela de parte da piscina por onde é possível se mergulhar por baixo da janela e sair já na parte externa.



A atividade de pesque e pague atrai até crianças.



Visão mais ampla do lago onde se pratica o pesque e pague.



A criação de porcos do restaurante e do hotel-fazenda abastece ambos e é atração para as crianças.



Pássaros estão sempre se alimentando e se banhando nos lagos.

APÊNDICES

1- TEXTO SOBRE TURISMO RURAL DOS SITES DA EMBRATUR E DO MINISTÉRIO DE TURISMO

1.1 Turismo Rural

“O Brasil, por suas inúmeras propriedades rurais, demarcadas por enorme riqueza cultural e de paisagens naturais, tem desenvolvido atividades ligadas ao Turismo Rural. Esta forma de turismo, tem como fundamento o contato e interação do homem dos grandes centros urbanos com o meio rural. É imensa a riqueza das propriedades rurais existentes, além dos atrativos históricos e culturais, fazendas da época dos escravos e do áureo período da cafeicultura paulista brasileira.

O desenvolvimento rural não deve depender exclusivamente de atividades agrárias, já que tem no Turismo Rural um grande aliado na geração de renda e criação de novos postos de trabalho nas propriedades rurais.

O Turismo Rural tem como objetivo aproximar a população urbana da natureza, promovendo o intercâmbio entre o homem da cidade e o homem do campo; revitalizar na zona rural a melhoria da qualidade de vida, conservando os recursos naturais e reabilitando o patrimônio sócio-cultural.

Este tipo de turismo não é concebido dentro dos padrões da hotelaria habitual. Ao contrário, tem um clima de informalidade e de absoluta familiaridade.”

2. SOLAR DO ENGENHO: QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

2.1- Formulário de pesquisa junto aos hóspedes

1-Perfil do entrevistado

1.1. Sexo: Masculino () Feminino ()

1.2. Naturalidade

- Belo Horizonte ()
- Demais cidades mineiras ()
- Rio de Janeiro ()
- São Paulo ()
- Brasília ()
- Outras cidades ()
- Exterior ()

1.3. Escolaridade

- Primeiro Grau: Completo () Incompleto ()
- Segundo Grau: Completo () Incompleto ()
- Superior: Completo () Incompleto ()

1.4. Idade

- Até 18 anos ()
- Entre 18 e 28 anos ()
- Entre 28 e 38 anos ()
- Entre 38 e 48 anos ()
- Acima de 48 anos ()

2.2 Atrações do Hotel-Fazenda

Item	Nível de interesse		
	Muito	Relativo	Pouco
Arquitetura do prédio principal			
Proximidade de cidades históricas			
Leitura			
Gastronomia regional			
Música regional			
Caminhada			
Cooper			
Passeio a cavalo			
Equitação			
Piscina			
Sauna			
Jogos			
Pesque e solte			
Visita às criações e produções do empreendimento			

3- Principais atrações do hotel-fazenda

Construção principal do Solar do Engenho ()

Localização do empreendimento ()

Atividades de lazer ()

Cozinha regional variada ()

Recursos naturais ()

4- Cidades históricas preferidas para visitas a partir do Solar do Engenho

- Congonhas ()
- São João Del Rey ()
- Tiradentes ()
- Ouro Preto ()
- Diamantina ()
- Outras ()

5- Atrações das cidades históricas

- História da cidades ()
- Berço de personagens importante ()
- Arquitetura dos prédios ()
- Visita a museus ()
- Gastronomia ()
- Compras de lembranças ()
- Outras ()

3 SOLAR DO ENGENHO: RESPOSTA DO QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

3.1 Tabela das respostas à pesquisa junto aos hóspedes

1-Perfil do entrevistado

1.1. Sexo: Masculino (60%) Feminino (40%)

1.2. Naturalidade

Belo Horizonte (30%)

Demais cidades mineiras (20%)

Rio de Janeiro (20%)

São Paulo (5%)

Brasília (20%)

Outras cidades (2,5%)

Exterior (2,5%)

1.3. Escolaridade

Primeiro Grau: Completo (10%) Incompleto (-)

Segundo Grau: Completo (25%) Incompleto (15%)

Superior: Completo (40%) Incompleto (10%)

1.4. Idade

Até 18 anos (10%)

Entre 18 e 28 anos (15%)

Entre 28 e 38 anos (18%)

Entre 38 e 48 anos (22%)

Acima de 48 anos (35%)

3.2. Atrações do hotel - fazenda

Item	Nível de interesse		
	Muito	Relativo	Pouco
Arquitetura do prédio principal	80%	15%	5%
Proximidade de cidades históricas	45%	30%	25%
Leitura	10%	35%	55%
Gastronomia regional	52,50%	30%	17,50%
Música regional	35%	45%	20%
Caminhada	21%	47%	32%
Cooper	15%	35%	50%
Passeio a cavalo	70%	15%	15%
Equitação	35%	25%	40%
Piscina	74,80%	20%	5,20%
Sauna	55%	35%	10%
Jogos	32%	50%	18%
Pesque e solte	20%	35%	45%
Visita às criações e produções do empreendimento	16%	23%	61%

3- Principais atrações do hotel-fazenda

Construção principal do Solar do Engenho (85%)

Localização do empreendimento (4%)

Atividades de lazer (5%)

Cozinha regional variada (4%)

Recursos naturais (2%)

4- Cidades históricas preferidas para visitas a partir do Solar do Engenho

Congonhas (10%)
São João Del Rey (15%)
Tiradentes (15%)
Ouro Preto (23%)
Diamantina (35%)
Outras (2%)

5- Atrações das cidades históricas

História da cidades (21%)
Berço de personagens importante (20%)
Arquitetura dos prédios (38%)
Visita a museus (10%)
Gastronomia (6%)
Compras de lembranças (5%)
Outras (-)