

Comunidades hospitaleiras¹

Karin Decker²

Universidade Anhembi Morumbi.

Resumo:

A comunidade de um destino integra seu sistema de hospitalidade, entretanto, diferentemente dos demais componentes percebidos pelo visitante, depende de uma vontade interior, de uma intenção de “receber bem alguém em sua casa” (entenda-se aqui a localidade), que não é resultado de ações daquele momento, mas sim decorrente de iniciativas semeadas em gestões / administrações, na maior parte das vezes, bem anteriores ao momento em que os resultados são observados. Este trabalho se propõe a apontar alguns fatores que podem influenciar na percepção da hospitalidade de um destino turístico considerando o Circuito Turístico Integrado das Frutas no Estado de São Paulo, produto resultante do processo de implantação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo na região em questão. Aponta a participação de entidades e associações no processo de formatação do produto, como aspecto fundamental para o resgate do orgulho e da noção de “pertencimento” das comunidades envolvidas, com reflexos profundos na hospitalidade da região.

Palavras Chaves: hospitalidade; localidades turísticas; serviços; percepção cultural.

Introdução

Durante muitos anos, a administração do turismo brasileiro caracterizou-se pelo amadorismo e improvisação calcados em algumas ações isoladas que privilegiavam apenas os empresários envolvidos em detrimento de populações inteiras dos respectivos municípios. Além disso, insistia-se em centralizar a tomada de decisões para o turismo nacional de uma forma totalmente divorciada da realidade vivida em cada localidade.

Esse panorama deu mostras de modificações a partir de 1994 quando o Governo Federal, através do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo e da EMBRATUR, Instituto Brasileiro de Turismo, implementou o Programa Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT, com vistas a transferir o poder decisório das questões relativas ao planejamento turístico, do âmbito nacional, para os municípios dotando-os de condições técnicas para

¹ Trabalho apresentado ao GT – Outras Interfaces do IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo.

² Bacharel em Turismo da 1ª turma da Faculdade Morumbi. Mestre pela ECA – USP. Professora das disciplinas de Gestão de Destinos Turísticos e Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal / Regional do Curso de Turismo e Coordenadora do Curso de Hotelaria do Campus Vila Olímpia da Universidade Anhembi Morumbi. karin@anhembi.br

administrarem a atividade partindo de uma abordagem local. Suas características inovadoras o tornam, indiscutivelmente, um projeto de grande importância ao envolver governo, empresários e comunidades na gestão da atividade turística.

Na seqüência, o Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil surgiu como uma nova proposta de gestão do turismo de forma descentralizada, coordenada e integrada, baseada nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperações intersetorial e interinstitucional, bem como na sinergia de decisões. Ele propõe transformar a ação centrada na unidade municipal em uma política pública mobilizadora, capaz de provocar mudanças, sistematizar o planejamento e coordenar os processos de desenvolvimentos local, regional, estadual e nacional, de forma articulada e compartilhada.

Seus principais objetivos são: dar qualidade ao produto turístico brasileiro; diversificar a oferta turística; estruturar os destinos turísticos; ampliar e qualificar o mercado de trabalho; aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado internacional; ampliar o consumo do produto turístico no mercado nacional e aumentar a taxa de permanência e gasto médio do turista.

Como um dos primeiros produtos turísticos formatados no Estado de São Paulo, Circuito Turístico Integrado das Frutas apresenta algumas características que permitem analisá-lo sob o foco da hospitalidade (Decker, 2004). Sua escolha justifica-se pela sua característica inovadora, resultado da iniciativa de alguns municípios engajados no PNMT, que desenvolveram um processo de regionalização, visando a criação de produtos turísticos integrados. A escolha desse roteiro está relacionada à oportunidade de pesquisar os efeitos na hospitalidade decorrentes das ações públicas e da iniciativa privada com reflexos no associativismo e cooperativismo, elementos encontrados na base do PNMT. Outra questão relevante, refere-se à participação da população no processo de desenvolvimento turístico valorizando a tradição local como uma estratégia para a criação de um produto turístico competitivo.

A hospitalidade em uma localidade pode ser analisada a partir de indicadores que permitam determinar a percepção do visitante em relação à questão. A comunidade integra o sistema de hospitalidade, entretanto, diferentemente dos demais componentes percebidos pelo visitante, depende de uma vontade interior, de uma intenção de “receber bem alguém em sua casa” (entenda-se aqui a localidade), que não é resultado de ações daquele momento, mas sim

decorrente de iniciativas semeadas em gestões / administrações, na maior parte das vezes, bem anteriores ao momento em que os resultados são observados.

Algumas reflexões devem ser propostas, a partir desta análise inicial:

Até que ponto, a felicidade e solicitude ao receber um hóspede não é apenas aparente e comercial, decorrente de um vínculo de trabalho estabelecido?

Quais são os fatores que contribuem para esse “querer receber bem”, para o seu orgulho em sentir-se pertencente ao lugar, em sentir-se inserida no processo de desenvolvimento turístico?

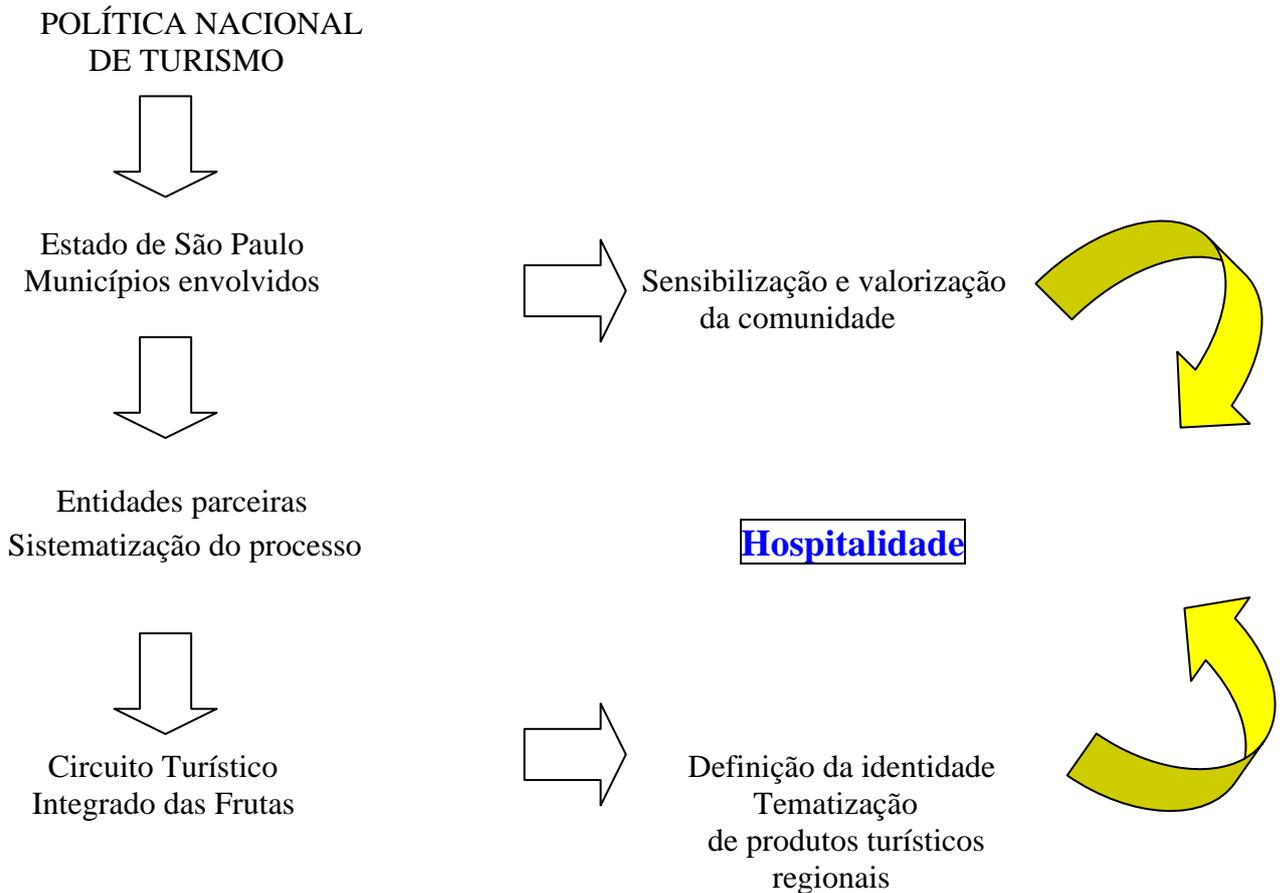
As hipóteses relacionadas a tais questões podem ser assim sintetizadas:

a) A formatação do circuito turístico foi decorrente do processo de sensibilização resultado do envolvimento das localidades nas diferentes etapas do Programa Nacional de Municipalização do Turismo;

b) a participação de entidades e associações no processo de formatação do produto Circuito das Frutas do Estado de São Paulo foi fundamental para o resgate do orgulho e da noção de “pertencimento” das comunidades envolvidas, com reflexos profundos na hospitalidade da região.

Este trabalho tem como objetivo geral contribuir com subsídios à análise da hospitalidade, a partir da identificação dos fatores envolvidos no processo de formatação de produtos turísticos regionais, moldados na perspectiva de integração e parcerias. Como objetivos específicos o trabalho se propõe a analisar o processo de implantação do Circuito Turístico Integrado das Frutas identificando as ações desenvolvidas para sensibilizar as comunidades e estabelecer a relação existente entre a hospitalidade praticada e as características do produto em questão.

Numa visão esquemática o trabalho tratará dos temas especificados no diagrama:



Contexto da hospitalidade

O turismo como atividade utiliza o cenário de uma localidade aproveitando seu relevo, hidrografia, vegetação, condições climáticas, entre outros aspectos que compõem o ambiente natural que o homem, ao longo dos anos, vai decorando / preenchendo com suas manifestações culturais enquanto determina o curso de sua história. Nesse cenário, o turista é convidado ora a assistir ora a entrar em cena.

Yáziqi (2002) define, que o turismo ocorre, em grande parte das vezes, pela atratividade que o lugar exerce sobre o visitante. A paisagem como porção visível do espaço, constitui-se na impressão assimilada pelo visitante, no principal cartão de visitas do lugar. Traduz a ordem política, cuja organização e normas mostram em que grau o lugar lida com os conceitos de liberdade, democracia e respeito recíproco considerando tanto os visitantes quanto seus residentes.

O turismo em suas diferentes atividades envolvidas, estabelece diferentes relações de hospitalidade entre visitantes e visitados. A hospitalidade no turismo deve ser pensada amplamente não só do ponto de vista do visitante e dos empresários, mas especialmente da comunidade como um todo.

A hospitalidade, conforme Montandon (2003), é uma maneira de se viver em conjunto, regida por regras, ritos e leis. É uma relação interpessoal instaurada que supõe um elo social, valores de solidariedade e de sociabilidade. Representa, antes de tudo, uma invasão com a necessidade do convidado aceitar as regras do outro, para que o caráter hostil da intrusão não se estabeleça. Nesse sentido, o autor discorre sobre a necessidade de aplicação de moderadores, cuja função principal é dissipar qualquer sinal de agressividade dando um caráter amável à acolhida. Estabelece a necessidade de se distinguir recepção e visitação. Pois recepção supõe convite ou uma antecipação da vinda (que para os serviços turísticos supõem, na maioria das vezes, uma reserva) enquanto a visitação é imprevisível implicando na necessidade de acolhida de quem chega.

Nesse sentido, a hospitalidade transita por um sistema instável quanto à existência de regras (recepcionar) ou sua extrapolação (acolher), que prevê situações planejadas e estruturadas, especialmente a prestação de serviços em que a hospitalidade está associada muito mais à excelência do serviço prestado resultado da capacitação e formação da mão de obra envolvida e situações não planejadas em que a capacidade de lidar com o imprevisto será a base de uma boa relação entre visitante e visitado.

O turismo em suas diferentes atividades envolvidas estabelece diferentes relações de hospitalidade entre visitantes e visitados. A hospitalidade no turismo deve ser pensada amplamente não só do ponto de vista do visitante e dos empresários, mas especialmente da comunidade como um todo.

Hospitalidade é um termo abrangente que, segundo Camargo (2003), pode ser entendida como o ato humano, exercido em contexto doméstico, público ou profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat. Sob esse ângulo, o autor considera a possibilidade de existirem estilos de hospitalidade a partir da combinação de variáveis como tempos/espacos nos quais se realizam, os modelos culturais neles embutidos, as características dos públicos residentes e visitantes, os equipamentos e os recursos humanos disponíveis a partir de relações estabelecidas com a sociologia, a antropologia, a história e a filosofia.

Inicialmente, é importante considerar os eixos de tempos/espços para a delimitação do campo de estudo. Enquanto modelos de interação social, referem-se às instâncias físico-ambientais envolvidas e assumem um caráter doméstico, público, comercial e virtual. Da intersecção dos dois eixos surgem 16 categorias relacionadas à hospitalidade, possíveis de observação no quadro 1.

Quadro. Os tempos - espaços da hospitalidade humana.

Categoria	Recepcionar	Hospedar	Alimentar	Entretenimento
Doméstica	Receber pessoas em casa, de forma intencional ou casual	Fornecer pouso e abrigo em casa para pessoas	Receber em casa para refeições e banquetes	Receber para recepções e festas
Pública	A recepção em espaços e órgãos públicos de livre acesso	A hospedagem proporcionada pela cidade e pelo país	A gastronomia local	Espaços públicos de lazer e eventos
Comercial	Os serviços profissionais de recepção	Hotéis Hospitais e casas de saúde Presídios	A restauração	Eventos e espetáculos Espaços privados de lazer
Virtual	A net-etiqueta do enviar e receber mensagens por meios eletrônicos	Sites e hospedeiros de sites	A gastronomia eletrônica	Jogos e entretenimento

Fonte: Camargo, 2003.

Ainda segundo Camargo, a cidade tem seus rituais de recepção expressos na paisagem, nos espaços públicos, sendo a sinalização viária e o uso do solo, seus principais códigos. Neste caso a hospitalidade é expressa como o receber público e são vários os fatores que contribuem para torná-la uma experiência satisfatória ou não.

A facilidade de leitura da cidade por parte do visitante, quer em relação aos seus marcos construídos, aos seus costumes e tradições locais abarcando questões de língua, aos meios virtuais utilizados ou à educação dos residentes para a hospitalidade, requer a elaboração de Planos de Desenvolvimento Turístico, considerando a localidade não apenas como destino mas sob a ótica de seus moradores.

O ato de hospedar quanto ao aspecto público da ação deve ser entendido quanto à forma que a cidade abriga os visitantes com os centros de informação e os terminais de transporte, não deixando de considerar a problemática da violência urbana.

Camargo cita Maffesoli (2002), ao analisar a hospitalidade sob o enfoque do alimentar público. O estudo da gastronomia local bem como dos hábitos e a observação dos principais

pontos atacadistas de encontro para abastecimento e degustação, que constituem importantes referências para o entendimento da questão.

Da mesma forma é fundamental a existência de espaços de lazer que, além de garantirem um nível adequado de qualidade de vida à população residente, contribuam para a humanização do lugar. Neste sentido, tratar-se-á do entreter público, devendo ser considerada a existência de equipamentos urbanos de lazer e de eventos e as políticas públicas de lazer que refletirão, de forma positiva, na imagem que o visitante terá do lugar.

Em um contexto mundial de globalização, a definição e preservação de uma identidade para cada localidade turística, constitui-se em uma meta não só desafiadora, mas fundamentalmente estratégica para sua sobrevivência frente aos seus concorrentes. Ao criar essa identidade, a localidade estabelece seu modelo de hospitalidade, que deve ser trabalhado no sentido de sua perpetuação exigindo total conhecimento e aprovação por parte de todos os atores envolvidos na atividade turística local.

A hospitalidade praticada pelas empresas corresponde à categoria comercial considerando as práticas culturais de receber, hospedar, alimentar e entreter. Sua base está na remuneração pela prestação de um serviço o que estabelece uma relação baseada na satisfação do hóspede que assume a posição de cliente. Qualidade e preço passam a estabelecer uma relação pode-se dizer sem limites nos quesitos conforto e atendimento a necessidades do hóspede. Poder ou não pagar pelo serviço estabelece a categoria e o grau em que o serviço contratado será prestado. Permite considerações quanto a perceber a hospitalidade mais em uma situação mais de atender do que de acolher.

Normalmente representa a fatia do turismo mais relacionada aos benefícios econômicos advindos do desenvolvimento econômico da atividade pelo caráter empreendedor envolvido embora, isso não represente, necessariamente, impactos significativos diretos sobre a população da localidade. Os efeitos sociais e econômicos positivos do turismo em um destino estão diretamente relacionados à prioridade dada ao desenvolvimento através do turismo, à porcentagem de mão de obra direta e indiretamente envolvida, ao desenho da matriz econômica resultante do crescimento de vários setores da economia possível pela autonomia local e regional para suprir as demandas de abastecimento de insumos, oferta de equipamentos e prestação de serviços.

Quando se observam as empresas, o estabelecimento de um estilo de hospitalidade é facilitado com a definição de procedimentos operacionais padronizados, há necessidade de

sua interação com a localidade em questão para que não ocorra uma proliferação dos chamados não-lugares. Embora as empresas turísticas cada vez mais busquem selecionar seus recursos humanos na própria localidade, a realidade tem demonstrado que essa ação resume-se aos quadros operacionais mais simples da estrutura administrativa por questões que envolvem a capacitação e formação específica para o turismo em várias regiões do país. Posições de gerência normalmente exigem a importação de profissionais cuja bagagem não inclui os valores da cultura local e tampouco o conhecimento das inter-relações decorrentes do turismo na localidade.

Na hospitalidade comercial a adequação de alguns aspectos do empreendimento às características culturais permitirá que se estabeleça um diferencial de estrutura, agregando valor à identidade do destino. A decoração dos espaços poderá aproveitar o que existe de autêntico na pintura, na escultura, em materiais disponíveis, na cerâmica, no artesanato. A inclusão da música, a valorização da culinária local estabelecerá laços fortes com a comunidade. Paralelamente deveriam disponibilizar informações sobre os atrativos daquela localidade incentivando sua visitação.

Todos esses aspectos cuidadosamente pinçados, dentre os recursos locais, compõem a alma do lugar e emprestam seus atributos à marca do turismo.

Dentre os demais domínios da hospitalidade está o virtual que deve ser analisado sob a ótica de uma ferramenta para, desta forma, disponibilizar informações do destino de maneira fácil e rápida, estimulando a consulta, cumprindo sua função básica de informar e contribuindo para estimular a visitação. Cada vez mais, a tecnologia constitui-se em um componente muito importante para a formação da imagem de um destino, gerando expectativas no imaginário de seus visitantes inicialmente virtuais.

A hospitalidade doméstica analisada por Camargo (2003), supõe que os atos de recepção, hospedagem, alimentação e entretenimento ocorram no âmbito da moradia. Entretanto, em se tratando de um fluxo regular de visitantes não caberia aqui uma reflexão considerando a localidade como extensão da casa de cada habitante? A hospitalidade de um morador em relação a um visitante não poderia ser analisada sob um conceito mais amplo? A figura da cidade não contempla em sua dinâmica, a existência de seu morador? A cidade quando entendida não sob a ótica de espaço e sim percebida como lugar por seus habitantes estabelece um grau de proximidade e de valorização do que existe e propõe uma nova forma de análise.

Hospitalidade e turismo sustentável

A percepção e satisfação do visitante estão estreitamente vinculadas à acolhida. A cidade o acolhe com a sua paisagem desenhada pelos recursos naturais, históricos e culturais, com as suas instalações e equipamentos e nesse processo a comunidade assume a responsabilidade de dar toque especial, de autenticidade à identidade construída no imaginário do visitante. Assim, é fundamental que ocorra o planejamento da atividade turística de modo a estabelecer os meios mais eficazes para o uso racional dos recursos e configuração de produtos turísticos além de buscar um equilíbrio coerente entre as expectativas dos turistas e dos investidores, assim como as possibilidades dos núcleos e das comunidades receptoras, assegurando a melhoria da qualidade de vida das populações envolvidas e a valorização e preservação dos seus recursos naturais e culturais. Somente assim, é possível criar um ambiente favorável a que os efeitos do desenvolvimento do turismo ocorram de forma positiva, permitindo que os benefícios e os custos sejam distribuídos entre todos os envolvidos com reflexos diretos sobre o meio ambiente tanto no que se refere à obtenção de padrões mais adequados de vida quanto ao direcionamento do uso dos recursos disponíveis.

Para tanto é necessário que se estabeleçam políticas que permitam definir as direções gerais para a gestão diária do turismo, abrangendo os muitos aspectos operacionais da atividade. Numa visão bem simplista elas procuram maximizar os benefícios e minimizar seus possíveis efeitos adversos. Na visão de Beni (2000), políticas coerentes e realistas, consideram as variáveis de cada região obedecendo aos princípios sustentáveis do turismo evitando os desníveis econômicos e sociais regionais a partir da geração de emprego e trabalho para a população.

Paralelamente, a este fato, cada vez mais a discussão sobre turismo remete à questão de sustentabilidade. O desenvolvimento sustentável, de acordo com a Organização Mundial do Turismo – OMT, 1994 deve considerar a sustentabilidade do ambiente, possível a partir da observação e preservação dos recursos biológicos disponíveis garantindo a manutenção dos processos ecológicos essenciais; a sustentabilidade econômica que assegura que o desenvolvimento é economicamente eficaz e que os recursos são geridos de modo que possam suportar as gerações futuras e a sustentabilidade social e cultural, através do aumento do

controle das pessoas sobre as suas vidas, garantindo a compatibilidade do turismo com a cultura e os valores morais do povo, mantendo e fortalecendo a identidade da comunidade.

A partir destas considerações é importante lembrar que:

“O Turismo Sustentável refere-se ao desenvolvimento turístico que atende necessidades dos turistas atuais e das comunidades receptoras enquanto protege o meio ambiente dessas comunidades e cria oportunidades para o futuro. Ele se desenvolve de uma forma que as necessidades econômicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas sem prejudicar a manutenção da integridade cultural, a biodiversidade e os sistemas de suporte à vida”. (OMT, 1998)

De acordo com Caio Luiz de Carvalho, ex Ministro de Esportes e Turismo, uma cidade só é boa para o turista se for boa para seus moradores, o que supõe que suas necessidades básicas de habitação, segurança, saúde, educação e lazer estão sendo consideradas. Sabe-se que o turismo quando desenvolvido de acordo com os princípios de sustentabilidade, garantirá uma melhor qualidade de vida às populações envolvidas com reflexos favoráveis na hospitalidade percebida da localidade.

Segundo Grinover (2003), o conceito de qualidade de vida é complexo e tem muitos componentes relacionados à forma como cada agrupamento humano consegue realizar a redistribuição e uso da riqueza social e tecnológica, de acordo com as características do meio onde se dá. O autor propõe a construção de um conjunto de indicadores ambientais urbanos de hospitalidade a partir das inter-relações estabelecidas entre os subconjuntos do ambiente natural, os sociais e os culturais em um contexto urbano determinado.

Suas modalidades relacionam-se com o desenvolvimento sustentável que garante ao homem: serviços sanitários, serviços pedagógicos, condições de habitação, direito de cada cidadão para as escolhas políticas, participação em todas as decisões que afetam a qualidade de sua vida. De sua análise é possível perceber a preocupação em relação à população considerando questões de conforto, saúde e lazer e suas atitudes com os visitantes que, segundo o autor, levam à identificação de aspectos, entre outros, de hospitalidade ou afastamento.

O conceito de qualidade de vida está intrinsecamente relacionado ao conceito de sustentabilidade. Pode ser definido como:

“a soma das condições econômicas, ambientais, científico - culturais e políticas, coletivamente construídas e colocadas à disposição dos indivíduos para que esses possam realizar suas potencialidades”. (Grinover, 2003)

A percepção e satisfação de um visitante com relação a uma localidade dependem tanto de sua personalidade, dos seus desejos e necessidades que estabelecem seu grau de satisfação pela experiência por ele vivenciada. A experiência é tão mais única e inesquecível quanto mais autêntica se apresentar a situação. Relaciona-se com a identidade do local, com a capacidade que este tem de se mostrar e ser percebido de forma diferenciada pelo seu visitante.

Pólo Turístico do Circuito das Frutas

Com o propósito de organizar o Pólo Turístico Circuito das Frutas, realizou-se em agosto de 2002, uma Oficina de Planejamento Turístico Regional, no município de Itupeva, Estado de São Paulo, visando à continuidade da elaboração de um plano de desenvolvimento turístico. Conforme relatório oficial da EMBRATUR (2002), participaram desta oficina representantes do setor público e da iniciativa privada dos municípios de Indaiatuba, Itatiba, Itupeva, Jarinu, Jundiá, Louveira, Valinhos e Vinhedo além do *Convention & Visitors Bureau* de Jundiá e Região.

A região, já identificada anteriormente como Roteiro das Frutas por estudos da Secretaria de Turismo do Estado, iniciara em 1997, uma grande articulação entre os proprietários da região que buscavam alternativas para permanecerem no campo, agregando outra atividade econômica a que possuíam. A partir do interesse comum dos produtores rurais dos oito municípios apontados formou-se a Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas, fundada oficialmente em 10 de outubro de 2000, com sede na cidade de Jundiá e apresentando dentre seus objetivos o incentivo e promoção da atividade turística no meio rural, através do auxílio e apoio, de maneira técnica e prática, aos associados de diferentes segmentos interessados em investir na atividade turística. Paralelamente, graças à representatividade junto aos órgãos públicos e privados voltados ao desenvolvimento da atividade turística, garantiu o fortalecimento, das atividades no meio rural, através de incentivos e programas específicos, integrando as áreas rurais com interesse turístico, representadas por seus respectivos proprietários e interessados aos circuitos de visitação formados pelos oito municípios.

A visitação às propriedades surgiu então como oportunidade de negócio concretizada pela participação de parceiros como o SEBRAE – Jundiaí e o Governo do Estado.

Em 02 de outubro de 2002, o então governador Geraldo Alckmin criou oficialmente o Pólo Turístico Circuito das Frutas através de Projeto de Lei assinado também pelos prefeitos dos oito municípios envolvidos e por representantes da Secretaria Estadual da Ciência, Tecnologia, Desenvolvimento Econômico Turístico e da Secretaria Estadual da Agricultura e Abastecimento. O ato legal de nº 47.180, instituiu o Pólo Turístico do Circuito das Frutas visando dar apoio, assessoria e capacitação às instituições públicas e privadas dos municípios. Este suporte contribuiu para o desenvolvimento da atividade turística, contemplando programas e projetos de turismo rural, científico, cultural e de ecoturismo.

É importante destacar que o mencionado relatório oficial da oficina registrou ser o turismo rural, já apontado por cinco dos municípios, como uma das alternativas viáveis para o crescimento da atividade turística. Foi apresentada uma proposta de integração regional para o desenvolvimento de um produto turístico competitivo considerando campanhas de conscientização, ações conjuntas com parceiros, sinalização turística, incentivos para o desenvolvimento do turismo, roteiros turísticos, legislação de apoio, calendário de eventos turísticos, pontos de venda de frutas, material de divulgação, comunicação, informações e criação de identidade (marca) para o pólo turístico (EMBRATUR, 2002).

A definição das necessidades mínimas para a participação de cada município no processo de planejamento regional foi realizada em plenário com os participantes, estabelecendo-se como prioridades a existência do inventário turístico e de um COMTUR atuante e que cada município envolvido apresentasse o seu diferencial.

No conjunto, as análises mostram que o Pólo Turístico do Circuito das Frutas apresenta, como seu foco principal de divulgação, a questão do Turismo Rural. Esse tema está relacionado ao conjunto de atividades desenvolvidas no espaço rural e tem, como um de seus segmentos, o Agroturismo. Tulik (2003), afirma haver um consenso entre os estudiosos do tema, em relação a alguns princípios que devem nortear tal atividade: a atividade da propriedade deve voltar-se à exploração agrícola ou criação ativa de gado; o turismo deve representar apenas uma atividade complementar da renda do proprietário e das demais atividades da propriedade; a organização e gestão devem ser notadamente familiar, ou seja, turismo organizado e servido por agricultores e criadores de gado, estritamente ativos, sendo obrigatória a presença do proprietário; o alojamento deve ocorrer nas edificações existentes na

propriedade; e a participação do turista em atividades da propriedade, deve acontecer sob a forma de animação complementar ou, ainda, comprando produtos locais, pressupondo-se, também, o contato direto do visitante com o meio rural (Tulik, 2003).

O projeto em questão surge da valorização da região como pólo de referencia em fruticultura no Estado de São Paulo e no Brasil para estruturar-se como um modelo de desenvolvimento econômico na área de turismo aproveitando algumas vantagens competitivas da região: proximidade ao maior centro consumidor do País; diversidade de atrativos turísticos, notadamente os naturais aliados a um clima com alta taxa anual de insolação, além de outros aspectos que vão da gastronomia até parques temáticos; além de realizar eventos para comercialização e degustação das frutas e seus derivados, capazes de reunir mais de 1.500.000 pessoas.

A base do projeto está na promoção de uma atividade ambientalmente sustentável tendo como medidas: a conscientização da população quanto à preservação ecológica, o tratamento e destinação ambientalmente seguros de resíduos, a recuperação das áreas degradadas em virtude da continuidade da visitação, a priorização da formação profissionalizante para a região em virtude de atividades decorrentes do Projeto, a criação de um sistema de informações sobre o Circuito das Frutas, a adoção de estruturas de apoio e suporte aos visitantes e a confecção de um calendário oficial do circuito e a divulgação de eventos e atividades relacionadas ao turismo na região. De acordo com o Governo do Estado, o projeto surgiu como uma alternativa para aumentar a renda dos pequenos e médios produtores rurais contribuindo para mantê-los no campo.

A disponibilidade de recursos e a infra-estrutura turística atendem a oferta de recursos naturais e culturais disponíveis na região. Além da fruticultura o passeio inclui: adegas de vinho artesanal e licores, a área de produção de compotas e geléias de frutas da época com opção de colha e pague nos períodos de safras de frutas, diversos tipos de fazendas - fazenda histórica de café; fazendas dentro da APA – Área de Proteção Ambiental da Serra do Japi, com opções de cachoeiras ou descanso; fazendas-pousadas; fazenda-escola de agropecuária; fazendas de criação de animais, como avestruzes, cavalos e pesqueiros, apiários e orquidários, alambiques de pinga, restaurantes de comida típica regional e espaços para eventos, confraternizações, cursos e treinamentos; atividades programadas de um dia.

O potencial da região atraiu, também, a atenção do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo de São Paulo – SESCOOP, responsável pela Organização das

Cooperativas do Estado de São Paulo. Foi desenvolvida uma proposta para a região em estudo, com o objetivo de eliminar a sazonalidade característica dos períodos das festas típicas relacionadas à fruticultura, estimulando a produção de geléias, compotas, vinhos e cachaças para a ampliação da renda dos produtores a partir da organização dos mesmos em cooperativas locais. Participaram como parceiros do projeto o SEBRAE –SP – Núcleos de Turismo e Associativismo e a Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas além da Diretoria de Turismo.

O projeto de Turismo Rural Cooperativo teve sua fase inicial de implantação no período de agosto e outubro de 2002 envolvendo os produtores rurais dos municípios envolvidos que demonstrassem espírito de empreendedorismo e motivação para se engajar ao projeto e trabalhar com produtos característicos da região, em suas diferentes culturas (cachaça, frutas, vinhos artesanais, entre outras) (SESCOOP, 2002).

O projeto foi estruturado visando a atender a quatro grandes objetivos: disseminar a atividade de Turismo Rural na região de Jundiaí e municípios circunvizinhos, procurando potencializar as características das zonas rurais produtivas, contribuindo para implantar uma atividade que gere renda de forma complementar àquela advinda da produção; difundir as estruturas de organização social, procurando apresentar os benefícios do trabalho cooperado e oferecendo inclusive orientação para a formação de núcleos associativos em suas diferentes manifestações (cooperativas, associações, entre outras); ampliar a capilaridade do Sistema de Representação das Cooperativas do Estado de São Paulo, procurando apresentar aos produtores o trabalho que vem sendo desenvolvido pela Organização das Cooperativas do Estado de São Paulo – OCESP e pelo SESCOOP; e ampliar a rede de contato dos produtores rurais com interesse em atuar nas atividades de Turismo Rural, destacando-se o Agroturismo, permitindo uma maior facilidade de acesso à capacitação e orientações técnicas, bem como às estruturas de comercialização para o bom desenvolvimento de tal atividade (SESCOOP, 2002).

Foi realizado um diagnóstico das propriedades rurais para identificação dos atrativos e da estrutura de serviços disponíveis nas propriedades rurais engajadas no Projeto. Foram consideradas as condições de acessibilidade, infra-estrutura de recepção (infra-estrutura básica e área construída para atendimento, loja, banheiros, áreas para refeições e cozinha, galpões e vias internas de circulação), higiene (procedimentos básicos para atendimento de clientes, condições da produção agrícola artesanal, as instalações de cozinha), equipe de

trabalho (tamanho, qualificação, perfil, região de residência e conhecimentos acerca das características da região), atrativos turísticos (grau de diferenciação dos atrativos naturais, históricos e culturais, agrícolas e complementares incluindo culinária da região, excelente padrão de hospedagem e atrativos técnicos específicos) e equipamentos complementares (oferta de serviços de alimentação e hospedagem disponíveis na propriedade ou em raio de 5 a 10 km de distância e a realização de parcerias na região com este tipo de serviços ou outras propriedades rurais).

Visando à concretização destes objetivos, conforme o relatório mencionado, as ações foram organizadas em três etapas: mapeamento e articulação de parceiros técnicos, políticos e de organização social ativos na região para viabilização do levantamento de propriedades rurais com potencial, bem como o contato inicial com os mesmos; sensibilização e orientação dos produtores interessados em organização social, bem como em Turismo Rural já nucleados em roteiros pré formatados; e apoio à comercialização destes roteiros, através de instrumentos de difusão nas mídias locais e regionais (SESCOOP, 2002).

O Programa foi implementado a partir de um cronograma de ações que buscou capacitar o empreendedor a atuar na área de Turismo Rural. Assim, foram elaborados manuais de orientação com noções de: empreendedorismo, liderança empreendedora e sua influencia na formação de equipes; planejamento, participação dos associados; associações e cooperativas; e viabilidade e sustentabilidade do Turismo Rural.

Paralelamente, foi elaborado um material em trabalho conjunto com a EMBRATUR, o Ministério do Turismo e o Instituto de Desenvolvimento Educacional e Comunitário, denominado Programa Modelo de Capacitação de Empreendedores em Turismo Rural organizado em oito módulos: Turismo Rural; Hospedagem, Gastronomia e Produção Local; Atrativos e Produtos do Turismo Rural; Segurança; Marketing; Administração; Projetos de Turismo Rural; e Estratégia de Organização Social (SESCOOP, 2002).

Na seqüência de ações, em 12 de dezembro de 2003, também por iniciativa dos municípios da região, foi assinado o estatuto que instituiu o Consórcio Intermunicipal do Pólo Turístico do Circuito das Frutas com a participação dos representantes da Secretaria Estadual de Ciência, Tecnologia, Desenvolvimento Econômico e Turismo e do Secretário-executivo Estadual de Turismo. A inclusão de cada município ao Consórcio ocorreu a partir de formalização através de projeto de lei municipal. Além dos oito municípios já integrantes do Pólo Turístico Circuito das Frutas, passam a compor o Consórcio também os municípios de

Atibaia, Morungaba, Bragança Paulista e Campinas que, desde setembro de 2003, já haviam sido incluídos no grupo pelo governador do Estado de São Paulo.

Conforme o mesmo documento, o consórcio foi criado com os seguintes objetivos: representar o conjunto de municípios que o integram, em assuntos de interesse comum, perante quaisquer outras entidades públicas ou privadas; desenvolver serviços e atividades de interesses dos municípios consorciados, de acordo com programas de trabalho aprovados em conselho de prefeitos; planejar, propor, coordenar, supervisionar e operar ações efetivas relacionadas aos objetivos do consórcio; e prestar aos municípios consorciados serviços de organização e divulgação de eventos e atividades do consórcio, no âmbito territorial dos municípios que o compõem.

Atualmente, o projeto encontra-se em sua segunda fase e a parceria envolve o Ministério do Turismo, o SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, a Secretaria de Estado de Turismo e o MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário para a manutenção e desenvolvimento do projeto inicial da Associação.

Hospitalidade no Circuito das Frutas

Na análise do Pólo Turístico do Circuito das Frutas, em sua primeira fase de organização, alguns aspectos podem ser destacados como representativos da hospitalidade pública no ato de recepção:

- ✓ não existe uma sinalização viária específica que auxilie no acesso aos diferentes locais integrantes dos passeios;
- ✓ o produto caracteriza-se pela valorização dos costumes e tradições locais, notadamente a língua e o acento lingüístico, elementos determinantes do grau de acolhimento do lugar; e
- ✓ a organização dos roteiros tem como ponto de referência para encontro dos grupos, o Centros de Informação Turística de Jundiaí oferecendo aos visitantes maior segurança e conforto.

Considerando a recepção nas propriedades rurais, alguns aspectos devem ser destacados: o visitante é recebido pelo proprietário ou seu representante e, em muitos casos, toda a família dá as boas vindas ao grupo. Questiona-se, desta maneira, se esta situação poderia se enquadrar puramente como recepção comercial já que existe a cobrança de uma

pequena taxa por visitante para cada propriedade? Ou neste caso, a recepção doméstica, não seria uma categoria mais adequada? A reprodução do cotidiano como uma das características do Turismo Rural e a recepção por prazer, por opção do agricultor, se confunde com a questão comercial.

A recepção comercial é feita com base na remuneração pelo serviço prestado. No turismo rural a recepção dos visitantes ocorre em diferentes níveis. Inicialmente os participantes do grupo são recepcionados pelo representante da agência de turismo ou empresa de receptivo responsável pelo passeio. A primeira impressão com relação ao passeio é resultado da organização desses agentes envolvidos, a pontualidade, a qualidade do transporte utilizado e a precisão de informações constituem alguns dos fatores que definirão o grau de satisfação obtido pelo visitante. Paralelamente, ainda que não tão evidente, aos olhos do visitante, existe o envolvimento de entidades parceiras, definindo os procedimentos que norteiam a operacionalização dos roteiros. É o caso da Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas, da Rizzatour, Agência de Turismo Receptivo, do *Convention & Visitors Bureau* de Jundiáí e Região e do SESCOOP.

Resultado da divulgação realizada pelas entidades participantes destaca-se a utilização de sites sobre o produto Pólo Turístico do Circuito das Frutas, disponibilizando informações sobre as propriedades rurais participantes e da programação dos diferentes roteiros, compondo a chamada hospitalidade virtual.

O ato de hospedar quanto ao aspecto público da ação deve ser entendido quanto à forma que a cidade abriga os visitantes com os centros de informação e os terminais de transporte. No caso do Pólo Turístico do Circuito das Frutas, o ponto de encontro dos participantes é a Estação Rodoviária ou o Centro de Informações Turísticas de Jundiáí. Excepcionalmente, observa-se a ocorrência do ato de hospedar comercial quando existe utilização de serviços de propriedades rurais transformadas em pousadas e mencionadas, como sugestão, nos roteiros.

A hospitalidade, nos dois níveis, público e comercial, deve ser considerada em relação à satisfação das necessidades dos visitantes em relação à alimentação e ao entretenimento na proposta de Turismo Rural do Pólo Turístico do Circuito das Frutas. O estudo da gastronomia local bem como dos hábitos e a observação dos principais pontos de encontro para degustação constituem importante referência para o entendimento da hospitalidade sob o enfoque do alimentar público. Nos passeios estão incluídos café da manhã, oferecido em propriedades

rurais de produção agrícola, e almoço servido em propriedades adaptadas. Caracteriza-se, assim, o alimentar comercial como categoria de análise da hospitalidade.

Da mesma forma é fundamental a existência de espaços de lazer que, além de garantir um nível adequado de qualidade de vida à população residente, contribuam para a humanização do lugar. Neste sentido, tratar-se-á do entreter público, devendo ser considerada a existência de políticas pública de lazer que refletirão, de forma positiva, na imagem que o visitante terá do lugar. O entreter comercial apresenta-se incluído em alguns dos roteiros programados sob a forma de visita a pesqueiros, hípicas e outras alternativas onde se oferecem programações variadas.

Sob outro ângulo de análise, as relações que se estabelecem entre o visitante e o sistema de hospitalidade, que compõe o Pólo Turístico do Circuito das Frutas, permitem identificar uma situação positiva em relação à qualidade de vida nos municípios envolvidos e que tende a ser favorecida, ainda mais, com a proposta do Agroturismo, desenvolvida sob o enfoque de planejamento sustentável.

Rego e Silva (2003), traçam considerações acerca da atmosfera das cidades e a hospitalidade. Segundo eles, a atmosfera da cidade exerce influência significativa sobre a qualidade de uma localidade turística percebida pelos visitantes, desde a escolha do destino até o seu percurso na cidade, durante o período de estada. Para os autores, determinadas cidades apresentam um valor agregado aos visitantes no momento em que estes decidem pelo local de destino e são esses elementos que contribuem para a formação da identidade do produto.

O consumo do produto turístico tem características peculiares relacionadas a sua intangibilidade e ao fato da sua produção só ocorrer no ato do seu consumo pelo visitante. Sendo assim, cada visitante viverá uma experiência, cada um perceberá o produto de maneira diferente, principalmente de acordo com o repertório de informações adquiridas e da expectativa individual existente.

No caso do Pólo Turístico do Circuito das Frutas, considerando a estrutura criada para seu funcionamento, a abordagem da questão hospitalidade traz uma conotação carregada de significados que podem ser identificados a partir da relação estabelecida entre o homem e a natureza na região em questão:

- ✓ características culturais, físicas e sociais que criam uma sensação de identidade regional;

- ✓ fácil acesso;
- ✓ infra-estrutura turística adequada para apoiar o desenvolvimento do setor como estradas, comércio e outros serviços sociais necessários tanto para apoiar as empresas de turismo como para atender as necessidades dos turistas;
- ✓ atrações em número suficiente para criar fluxos de visitantes considerando-se os aspectos naturais, culturais, os locais relacionados ao patrimônio histórico e os eventos; e
- ✓ *Convention & Visitors Bureau* responsável pelo planejamento da atividade turística e pelas iniciativas de marketing que orientam o seu desenvolvimento.

É importante que se incorporem aos serviços a serem utilizados e aos diferentes ambientes que compõem o Pólo Turístico do Circuito das Frutas, evidências concretas que permitam a construção de uma atmosfera capaz de provocar as sensações esperadas pelos visitantes, voltadas principalmente à simplicidade, buscando explorar ao máximo as crenças populares e o lado pitoresco do que é característico do Turismo Rural, tendo no atendimento familiar um dos principais diferenciais que reforçam a credibilidade do que se oferece e na aproximação com as formas tradicionais de vida e no contato com a gente local, uma forma de compensar a despersonalização das cidades grandes.

Na análise do legado cultural do Pólo Turístico do Circuito das Frutas foram apresentadas algumas considerações com relação à experiência cultural do visitante voltada às características da propriedade rural, de acordo com o imaginário coletivo. Assim é importante que se considerem os aspectos:

- ✓ Visual – o rústico deve prevalecer na arquitetura, mobiliário e nos utensílios utilizados;
- ✓ Olfativo – valorizando o fogão à lenha no preparo das refeições, do ambiente de criação e lavouras;
- ✓ Auditivo – sons que compõem o universo rural considerando pássaros, galinhas, animais além de outros recursos como engenhos contribuem para a criação de uma ambientação característica;
- ✓ Tátil – resultado do convívio com a rusticidade das construções de épocas passadas, a sensação de tocar animais, de tocar diferentes produtos, até o andar descalço, sentindo a terra nos pés; e
- ✓ Gustativo – cardápio, frutas tiradas do pé, leite na ordenha (Pires, 2001).

A valorização de todos esses estímulos por meio da estratégia do Projeto de Turismo Rural Cooperativo do SESCOOP, além de definir a identidade do produto Pólo Turístico do Circuito das Frutas, contribuiu para a existência de uma atmosfera que atenda às expectativas daqueles que procuram uma experiência baseada no convívio familiar junto à natureza e resgatando a simplicidade e informalidade nas relações humanas. Observou-se, durante as visitas realizadas às propriedades rurais, que essa valorização está diretamente relacionada à relação existente entre o proprietário e a região em questão.

Oliveira, estudando o Turismo Rural no Estado de São Paulo, identificou três grupos de proprietários: autêntico, sazonal e investidor.

O proprietário considerado autêntico é o produtor rural que reside na propriedade e que tem o Turismo Rural como atividade principal ou complementar. O turismo surge como alternativa para complementação da renda proveniente da agricultura e é implantado com baixo investimento inicial, aproveitando muito da infra-estrutura já existente no local. Esse tipo de proprietário normalmente tem pouca informação técnica sobre o turismo e, quando sente necessidade, vai buscá-la em órgãos como SEBRAE e Secretarias de Agricultura ou Turismo (Oliveira, 2001).

Nas propriedades visitadas em que o proprietário pertence a essa categoria, foi observado que existe uma valorização mais acentuada das características culturais do Turismo Rural.

O segundo grupo de proprietários classifica-se como sazonal e corresponde às propriedades rurais usadas como segunda residência, antes do início do turismo e mantida com pequena receita da venda de produtos locais complementada por investimentos oriundos da principal atividade profissional do proprietário. O turismo é comumente iniciado de forma lenta, com a implantação de um pequeno restaurante e atividades de lazer para grupos e escolas, ou de uma pequena pousada, que normalmente funciona apenas nos finais de semana e tem o objetivo principal de minimizar custos com a propriedade. Apenas com o reinvestimento e um pouco mais de segurança na atividade é que equipamentos turísticos são instalados e o tempo de permanência do proprietário na propriedade rural acaba aumentando. Este grupo de proprietários costuma ter elevado nível sócio-cultural e buscam informações complementares sobre o turismo, em cursos, palestras e apoio técnico tanto no SEBRAE como em consultorias especializadas (Oliveira, 2001).

Nessa situação algumas propriedades chamaram a atenção, durante as visitas aos municípios do Pólo Turístico do Circuito das Frutas. Como citado anteriormente, observa-se, nas propriedades enquadradas nesta classificação, uma tendência maior à descaracterização do ambiente, muitas vezes provocada pelo aproveitamento de materiais e mobiliários não utilizados em outros espaços. Confunde-se, também, a questão do rústico com o acúmulo de utensílios velhos ou, em outros momentos, com o excesso de luxo que contribui para a descaracterização do produto.

No terceiro grupo de proprietários surge o investidor, proprietário sem vínculo com o meio rural, que adquiriu a propriedade para transformá-la numa oportunidade de negócio. Esta categoria de proprietário não foi identificada nas visitas realizadas às propriedades onde existe um alto investimento inicial voltado à elaboração do estudo de viabilidade, ao plano de marketing e ao planejamento arquitetônico do espaço (Oliveira, 2001).

Considerações finais

Observou-se, pela análise das informações apresentadas, que o desenvolvimento do turismo na região do Pólo Turístico do Circuito das Frutas, é resultado da iniciativa e do esforço conjunto de várias entidades o que permitiu a criação de alternativas de roteiros que têm como apelo principal o turismo rural com ênfase na visitação as propriedades voltadas à fruticultura.

O trabalho realizado junto à comunidade garantiu não só sua capacitação no segmento do turismo rural mas, principalmente, a valorização de sua auto-estima, o orgulho de pertencer às localidades envolvidas no projeto, em um momento especialmente crítico com condomínios de alto luxo invadindo as áreas rurais próximas aos centros urbanos.

O produto turístico formatado alia a tradição local a um ambiente peculiar e o fato do produtor estar efetivamente envolvido com o meio rural passa a ser determinante para que se garanta a autenticidade necessária. O turismo rural é uma oportunidade favorável a uma interação autêntica e real entre o visitante e a comunidade, estimulando o contato direto com fatos históricos, objetos e recriando eventos ou modos de vida e, assim, aumentando o conhecimento e apreço às tradições.

Observou-se que, mesmo com a preocupação de algumas entidades em valorizar as tradições culturais, o produto Pólo Turístico do Circuito das Frutas, não maximiza tal

potencialidade e, em algumas situações, chega a ocorrer uma descaracterização da propriedade em relação à sua estrutura física, às atividades sugeridas e à rotina observada.

Bibliografia

- BENI, Mário Carlos. *Política e estratégia do desenvolvimento regional – planejamento integrado e sustentável do turismo*. In: LAGE, Beatriz & MILONE, Mario César de Mattos. *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000.
- CAMARGO, Luiz Octavio de Lima. *Os domínios da hospitalidade*. In: DENCKER, Ada de Freitas; BUENO, Marielys Siqueira. *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Thomson, 2003.
- DECKER, Karin. *A Municipalização na formação de produtos turísticos regionais: Pólo Turístico do Circuito das Frutas*. 2004. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - ECA, USP.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. *Relatório da oficina de planejamento regional - Itupeva*. Brasília: EMBRATUR, 2002.
- GRINOVER, Lucio. *Hospitalidade e qualidade devida*. In: DENCKER, Ada de Freitas; BUENO, Marielys Siqueira. *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Thomson, 2003.
- MONTANDON, Alain. *Hospitalidade ontem e hoje*. In: DENCKER, Ada de Freitas; BUENO, Marielys Siqueira. *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Thomson, 2003.
- OLIVEIRA, Cássio Garkalns de Souza. *Turismo rural: procedimentos para implantação dessa atividade em propriedades rurais do Estado de São Paulo*. 2001. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - ECA, USP.
- OMT. *Desenvolvimento de turismo sustentável: manual para organizadores locais*. Madri: Publicação de Turismo e Ambiente, 1994.
- PIRES, Mario Jorge. *O Turismo e a preservação de valores sócio-culturais*. In: *Turismo no espaço rural brasileiro*. Anais do 3º Congresso Brasileiro de Turismo Rural. Piracicaba: FEALQ, 2001.
- REGO e SILVA, Raul Amaral; Edson Aparecido. *Atmosfera das cidades e a hospitalidade*. In: DENCKER, Ada de Freitas; BUENO, Marielys Siqueira. *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Thomson, 2003.
- SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO COOPERATIVISMO. *Programa de Turismo Rural Cooperativo*. Brasília, 2002.
- TULIK, Olga. *Turismo rural*. São Paulo: Aleph, 2003. – (Coleção ABC do Turismo).
- YAZIGI, Eduardo. *A alma do lugar*. São Paulo: Contexto, 2002.