

**O FORTALECIMENTO DO TURISMO CULTURAL NO ESPAÇO RURAL:
ESTUDO DE CASO - BOQUEIRÃO HOTEL FAZENDA LAGES - SC**

Renata Graciela Delanora Bombana

Bacharel em Turismo pela Faculdade IDEAU – Pós Graduada em Gestão de Eventos e
Gestão Hoteleira pela Faculdade IDEAU.

e-mail: renata.dbom@gmail.com

Leslie Vieira Buhler

Professora Mestra em Turismo

Bibiana Schiavini Gonçalves

Professora Especialista em Turismo

RESUMO: O presente trabalho é resultado de um estudo de caso realizado no Boqueirão Hotel Fazenda, localizado em Lages na Região Serrana de Santa Catarina, tendo como principal objetivo analisar e refletir sobre a importância da valorização da cultura no turismo rural, considerando que o fortalecimento do turismo cultural no espaço rural possibilita a preservação da identidade local, aspecto importante nesse segmento do turismo. A pesquisa exploratória possibilitou identificar que o público preferencial desse turismo são famílias que buscam por descanso, contato com a natureza e a vivência com as tradições locais. Ficando evidente, a importância do empreendimento em turismo rural manter características e ações que preservem a história através das tradições, costumes e patrimônios.

Palavras-chave: Turismo, Turismo rural e Cultura.

ABSTRACT: The present work is the result of a case study performed at Boqueirão Hotel Fazenda, located in Lages, Santa Catarina, Brazil. Its main objective was to analyse and discuss about the importance and appreciation of culture in the rural tourism, considering that the improvement of cultural tourism in rural areas enables the local identity preservation, important aspect in this tourism segment. The exploratory research enabled us to identify the preferential public of that kind of tourism, which are families seeking for resting, being in contact with nature, and experiencing local traditions. It was evident how important it is for investments on rural tourism to maintain features and actions that preserve the history through traditions, customs and heritage.

Keywords: Tourism, Rural tourism and culture.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Entre os vários segmentos, o turismo rural vem ganhando cada vez mais espaço no mundo do turismo, considerando a busca pelo descanso, o contato com a natureza, com a cultura e as tradições de um povo de uma região.

Diante dessa realidade, buscou-se desenvolver um estudo que possibilite refletir e compreender a importância da valorização da cultura no turismo rural, por meio de iniciativas de preservação do patrimônio cultural, da identidade e do meio ambiente, através de ações que fortaleçam esse segmento com suas particularidades. Desta forma, problematizou-se em

que medidas é possível fortalecer o turismo cultural no espaço rural, garantindo a preservação e a valorização da identidade local?

Através de seus objetivos o estudo pretende: investigar a história do turismo na Serra Catarinense, suas tradições, sua cultura e o turismo rural; compreender o objetivo dos turistas que procuram o turismo rural e suas particularidades; identificar formas de garantir a preservação do turismo, com aspectos culturais presentes em suas atividades.

O presente trabalho também apresenta uma análise sobre as atividades e a infraestrutura oferecidas pelo Boqueirão Hotel Fazenda, e a sua relação com a questão da cultura, das tradições, da gastronomia, do meio ambiente e do lazer, tendo em vista que este empreendimento atua no segmento do turismo rural.

O Boqueirão Hotel Fazenda, localizado na BR 282, cidade de Lages - Santa Catarina, desde a década de 1980 destaca-se pelo pioneirismo na atividade de Turismo Rural na região Serrana de Santa Catarina e no cenário brasileiro.

Para a realização do estudo, tornou-se necessário um embasamento teórico sobre as temáticas envolvendo: Turismo, Turismo Rural, Turismo Cultural, Patrimônio Cultural, Gastronomia e a História do turismo rural no Estado de Santa Catarina, mais especificamente na cidade de Lages; visando compreender como o turismo rural está sendo desenvolvido e a sua relação com a valorização e preservação das características naturais e culturais no empreendimento.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Turismo

O turismo apresenta-se nos dias atuais como um fenômeno em crescimento, tendo em vista vários aspectos, entre eles a busca por novas experiências e o distanciamento das pessoas do seu cotidiano habitual.

Sendo assim:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (De La Torre apud BARRETTO, 2003, p. 13).

Desde os tempos mais remotos o homem já se deslocava de um lugar ao outro, tendo em vista seus motivadores de acordo com a época e suas necessidades.

Segundo Dias (2005), o ser humano a milhares de anos deslocou-se da África para ocupar outras partes do planeta, e assim continuou a deslocar-se segundo suas necessidades em especial alimentares, quando aprenderam a domesticar os animais esses deslocamentos deixaram de ser necessários, isso segundo estimativas a 10 mil anos atrás. Mas como comenta o autor, os deslocamentos passaram a existir por outras motivações, na Antiga Grécia, por exemplo, as viagens aconteciam por motivos cristãos, esportivos ou por busca de conhecimentos.

O turismo é uma atividade em forte desenvolvimento; cada vez mais as pessoas estão realizando turismo tendo em vista os mais diversos objetivos, como: religiosos, culturais, negócios, descanso, lazer, conhecimento, entre tantos outros, sendo assim, torna-se indispensável pensar em como desenvolver um turismo que esteja de acordo com as expectativas dos turistas.

Segundo a Organização Mundial do Turismo:

O turismo são todas as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e permanências em lugares diferentes de onde residem habitualmente, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo como objetivos o ócio, negócios e outros (OMT apud. MASINA, 2002, p.16).

O turismo é uma atividade dinâmica e multidisciplinar, abrangendo diversos segmentos em sua prática. O turista viaja movido por necessidades e interesses variados, tendo em vista fatores relacionados também ao seu comportamento.

Diversas podem ser as motivações para o turismo, conforme Dias (2005), elas podem ser classificadas em quatro categorias:

Motivações físicas: aquelas relacionadas á saúde física e ou mental, envolvendo o entretenimento o descanso; Motivações psicológicas: voltadas ao emocional, às relações família, amigos; Motivações sociais relacionados a objetivos sociais, grupos e autoimagem; Motivações culturais: quando voltadas a crescimento pessoal, aquisição de novos conhecimento e culturas.

Estas seriam categorias básicas das quais outras tantas podem ser desencadeadas.

O fato do turismo, possuir uma gama tão grande de atividades, nos faz perceber o quão distintas podem ser as motivações e as demandas produzidas a partir do desejo dos

turistas, em consumir algo que lhe traga satisfação e a possibilidade de sanar suas necessidades.

Dessa forma podemos dizer que o turismo também é motivado pela busca incessante do ser humano por algo novo, pelo desconhecido e pelas descobertas. Segundo Beni (2006, p.259) “[...] o turismo responde à necessidade do homem de buscar novos espaços, de ampliar seu campo de ação e, de alguma maneira, conquistar lugares desconhecidos.” Esse fato torna o turismo uma atividade dinâmica, de ação permanente, por isso necessita ser bem planejada e ter foco estruturado, só assim conseguirá alcançar o público desejado.

2.2 Turismo Rural

O turismo rural tem despertado cada vez mais o interesse de um grupo de pessoas que busca a tranquilidade e a natureza para desfrutar de momentos de lazer e descanso, o turista que procura por esse segmento, quer na maioria das vezes recordar experiências vividas que lhe trazem satisfação assim como conhecer culturas diferentes da sua.

Surgem então novas formas de turismo:

O descongestionamento da concentração turística, no tempo e no espaço, está fortemente ligado ao desenvolvimento de uma complementaridade entre novas fórmulas de viagem, por exemplo, qualquer fórmula ligada a uma verdadeira descoberta da natureza e das pessoas; fórmulas de turismo rural e notadamente férias na fazenda, turismo ecológico, agroturismo, (novos tipos de equipamentos turísticos, abrigos rurais, camping, trailers, pensões familiares e outros) e, enfim, existência de uma política dinâmica em matéria de deslocamento de férias (BENI, 2007, p.240).

O turismo tem se apresentado cada vez mais amplo em seus formatos, a possibilidade de realiza-lo tem crescido e com isso também as demandas, por isso o momento requer que os empreendedores e gestores do turismo visualizem um universo maior de oportunidades, buscando qualificação, serviços e estruturas de qualidade que venha sanar as expectativas de cada público.

Nesse sentido, o turismo rural é um dos nichos que se abre na questão do turismo, ele vem para atender um público bem específico que busca na maioria das vezes o descanso e a tranquilidade do campo, sem deixar de exigir conforto e bons serviços.

As atividades desenvolvidas no turismo rural envolvem desde as atividades agropecuárias até os aspectos culturais de determinada comunidade/região em que está

inserido.

Esse turismo segundo o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Zamboni e Barbos apud SENAR, 2008, p.20) é conceituado como: “[...] um segmento do turismo que gera o deslocamento de pessoas para o espaço rural buscando conhecer, vivenciar ou usufruir de diversas práticas [...] próprias do meio rural”.

Muitas são as particularidades que o turismo rural pode oferecer aos seus visitantes, como a paisagem e a natureza que são únicas, a cultura e as tradições através de sua culinária, do artesanato, do patrimônio cultural e de suas lidas da rotina diária, assim como acolhimento que na maioria das vezes é mais próximo por geralmente se tratar de empreendimentos de menor porte e gerenciamento familiar, possibilitando assim, que turistas principalmente os que se deslocam de grandes centros possam usufruir de momentos únicos.

O Ministério do Turismo apresenta a seguinte definição para o turismo rural: “Turismo Rural é 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”. (MTUR, 2003 apud MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p.18). Segundo o ministério essa definição é resultado de discussões com representantes do setor, e tem como base o território, a economia, os recursos naturais e culturais e a sociedade.

Ainda segundo o Ministério do Turismo (2010), essa definição revela particularidades do turismo no espaço rural, através das atividades turísticas como hospedagem, alimentação, recepção, recreação, eventos, entre outros; a valorização da ruralidade; o comprometimento com a produção agropecuária, mesmo que não em escala comercial, mas representado pelo trabalho, pelo ambiente, pelos costumes; a agregação de valor a produtos e serviços, relacionados a vida campeira, ao cultivo da terra, da gastronomia e do beneficiamento de produtos in natura; e ainda o resgate e promoção do patrimônio cultural e natural que são elementos que fazem parte da oferta turística e precisam contemplar com a maior autenticidade possível a cultura, as manifestações, o ambiente e sua preservação.

Considerando os aspectos citados, percebe-se como o turismo no espaço rural tem suas características próprias, que necessitam ser valorizadas, preservadas e trabalhadas para que realmente esse segmento possa atender a demanda e as expectativas dos turistas, que buscam por um turismo único, diferenciado e que tenha por base essa relação entre ambiente e cultura. Contudo “[...] pode-se dizer que o turismo rural não só é aquela atividade turística que

se pratica no espaço rural, mas também que, necessariamente, mantém implícita uma estreita relação com as populações locais”. (Cuesta apud IRVING, 2002, p.118).

A conscientização junto às comunidades quanto ao seu potencial em diversidade cultural é indispensável, para que o turismo rural continue crescendo e se diferenciando dos demais segmentos do turismo. Manter as tradições presentes no dia a dia do espaço rural, oferecer produtos e serviços com sabor e estilo próprios, também é referência para um desenvolvimento sustentável, garantindo a continuidade de uma história, de uma cultura, de uma localidade.

Nesse sentido:

A motivação que ocasiona o deslocamento do turista ao mundo rural está ligada ao imaginário rural dos urbanos e à busca por espaços com valores ecológicos, simbólicos e culturais a apreciar, bem como por lugares autênticos, com belas paisagens, com níveis mais baixos de poluição, ruídos e agitação que as cidades, no intuito de resgatar a nostalgia da vida próxima à natureza, a memória e as raízes históricas no passado, de obter novas experiências e conhecimentos (SANTOS; SOUZA, 2010, p.100).

Os autores Santos e Souza (2010) reforçam que a expectativa do turista também está em encontrar produtos e serviços que sejam “genuinamente” rurais, isto é, que se apresentem com valores próprios e locais, através das paisagens naturais e culturais específicas de cada região, o modo de vida presente nas lidas do dia a dia do campo, a gastronomia regional típica, as manifestações culturais materiais e imateriais como danças, lendas, patrimônio arquitetônico, rusticidade, simplicidade aliada ao conforto e a qualidade nas instalações.

Identificar atrativos potenciais, que venham ao encontro das expectativas dos turistas é importante, pois, “A paisagem a natureza, a cultura, o modo de vida das comunidades tradicionais, os processos produtivos, a proximidade e a hospitalidade são os principais fatores de atratividade do turismo rural.” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p.37).

Por isso a necessidade de realizar um planejamento coerente com a realidade, baseado em diagnósticos e participação da população local, a fim de desenvolver um turismo de qualidade e consolidado, garantindo um futuro sustentável, através da preservação da cultura, dos patrimônios, do meio ambiente que para o turismo rural são indispensáveis.

É importante destacar que: “O produto do turismo rural é uma oferta integral que se compõe de um serviço de base e de uma série de serviços complementares, cuja oferta deve ser concebida ou criada como um sistema e ofertada ao público-alvo como uma unidade”. (SANTOS; SOUZA, 2010, p.211).

O Turismo Rural assim como outros segmentos do setor também apresentam seus pontos positivos e negativos no desenvolvimento da atividade, conhecê-los e realizar ações para reforçar pontos fortes e minimizar fatores negativos é fundamental para que o mesmo possa crescer mantendo suas características culturais e preservando o ambiente.

Conforme Ruschmann (1997), o meio ambiente é fator indispensável ao turismo, por isso deve ser tratado com respeito, reduzindo ao máximo seus impactos e maximizando suas potencialidades.

Ruschmann (1997) defende que o turismo não deve ser responsabilizado por todos os problemas que afetam o ambiente. Comenta que existem impactos positivos e negativos, como positivos: conservação e preservação de áreas por meio de projetos/programas, investimentos preservacionistas tendo em vista a manutenção e qualidade da oferta, desenvolve novos direcionamentos - turismo ecológico, interação cultural entre receptivo e visitante, aumento da renda e distribuição localidade receptora, maior racionalidade na utilização de recursos naturais. Como impactos negativos cita: falta de interação entre turistas e habitantes locais, criando barreiras sociopsicológicas; restrição da circulação do dinheiro entre o núcleo receptor e urbanização de áreas naturais.

Os impactos do turismo sobre o meio podem ser vários e acontecer de diferentes formas, são modificações que acontecem nas localidades receptoras devido ao desenvolvimento do turismo de forma desordenada, não bem planejada.

2.3 Turismo Cultural

O turismo nos remete a refletir sobre a identidade, o patrimônio cultural, os valores e as crenças, sobre a importância de valorizar e preservar esses aspectos que são importantes para que o turismo tanto de cidades como do meio rural continue existindo com seus diferenciais, com suas particularidades. Esses valores, costumes, e tradições que passam de geração em geração, são fatores que de certa forma definem o turismo.

A cultura é a identidade de um povo, está ligada a nossa sobrevivência física e principalmente social. Segundo Aguiar e Dias (2002, p. 129) “Todas as sociedades – rurais ou urbanas, simples ou complexas – possuem cultura. Cada cultura e cada sociedade tem a sua integridade própria, o seu próprio sistema de valores e seus costumes”.

Todas as culturas devem ser valorizadas e respeitadas, pois, não há cultura melhor ou

pior, o que existe são culturas diferentes e é isso que torna o turismo diferente e especial em cada lugar do mundo.

O turismo cultural remete a pensar em desenvolvimento e valorização local:

A partir da relação entre turismo e cultura, é necessário vislumbrar uma dinâmica a três entre cultura, turismo e desenvolvimento local sustentável do território. O desenvolvimento local é indispensável, pois as ações estabelecidas sobre o plano cultural e turístico devem repercutir diretamente na vida dos habitantes, em suas condições econômicas e sociais, no futuro dos territórios, sendo respeitados os componentes naturais e humanos. (ALMEIDA; RIEDL 2000, p.99).

Dessa forma o turismo vem auxiliar no desenvolvimento de uma comunidade, de uma região, garantindo ainda que aconteça um resgate da identidade e do patrimônio cultural, possibilitando que os habitantes locais percebam sua cultura como algo positivo e não motivo de vergonha ou desprezo como ocorre muitas vezes em regiões mais distantes dos grandes centros.

Valorizar e preservar tudo o que é local, o que faz parte da história de um povo e uma região, é fator importante, pois está relacionado à motivação do turista em conhecer culturas diversas.

2.3.1 Patrimônio Cultural

Entender o significado de patrimônio cultural é fator essencial, quando se quer pensar em turismo, principalmente quando se trata de turismo rural o qual envolve aspectos ligados a vida cotidiana das famílias, suas tradições, sua história, seu modo de vida.

Para compreender melhor podemos usar a seguinte citação que de forma sucinta e breve descreve- nos o que é patrimônio cultural: “Patrimônio cultural é um conjunto de bens materiais e imateriais representativos da cultura de um grupo ou de uma sociedade [...]” (MARTINS, 2003, p. 49).

Isso significa que tanto os bens materiais como imateriais fazem parte do patrimônio cultural e identificá-los, valorizá-los e preservá-los é muito importante para que o turismo continue a se desenvolver tendo em vista os aspectos particulares de cada espaço.

Segundo Almeida e Riedl (2000) a noção de patrimônio rural é recente, existindo ainda dificuldades para sua definição, assim como conhecimento e preservação, as edificações continuam como ponto central, mas passando a compreender que não há como considerar as

construções sem seus entornos, suas memórias, e seu patrimônio rural imaterial.

Quando se trata de turismo rural, de manter vivos os patrimônios materiais e imateriais, é preciso ter presente o fato de que vivemos em uma época de êxodo rural, e que realizar ações para manutenção desses aspectos torna-se um desafio, que precisa ser encarado pela parceria entre poder público e poder privado, a fim de que o deslocamento das famílias do meio rural para as cidades aconteça em menor escala e que isto não descaracterize o meio rural.

Preservar e manter vivos os patrimônios requer conscientização de todos:

A noção de patrimônio como recurso para o desenvolvimento é uma construção recente e está intimamente associada à especificidade que lhe permite fazer do espaço onde se localiza um lugar diferente de todos os outros, transformando-o numa atração turística que combina elementos tão diferentes como a arquitetura, o artesanato, a gastronomia, as festas [...] (RODRIGUES, 2003, p.48).

Pensar estrategicamente no desenvolvimento do turismo rural implica, em realizar ações que valorizem a diversidade cultural, tendo como pontos de apoio, incentivos públicos, qualificação profissional, elaboração de projetos, condições de infraestrutura básica assim como reconhecimento do ambiente natural e patrimonial.

Ações que visam o respeito e a preservação de patrimônios culturais são citadas por Aguiar e Dias (2002), que se remetem ao Código de Ética do Turismo, aprovado pela Organização Mundial do Turismo em 1999, onde o artigo 4 "Patrimônio Cultural", destaca: o patrimônio cultural como bem comum da humanidade, que comunidades/territórios onde esses se situam tem direitos e obrigações especiais, e que as atividades turísticas necessariamente se desenvolvam respeitando os patrimônios artísticos, arqueológicos e culturais, preservando-os e transmitindo-os às gerações futuras.

2.3.2 Gastronomia

A gastronomia, um dos motivadores do turismo, faz parte dos produtos consumidos nessa atividade, complementando assim as atrações turísticas, no sentido que remete uma memória intangível do local, através do paladar.

Segundo Schlüter (2003, p.11) “[...] a gastronomia está assumindo cada vez maior importância como mais um produto para o turismo cultural. As motivações principais encontram-se na busca pelo prazer através da alimentação e da viagem [...]” Sem dúvida o turismo gastronômico tem se destacado, seja através da culinária internacional, seja pela

culinária tradicional, que se diferencia em consequência da região e dos costumes locais.

Conforme Schlüter (2003), a gastronomia representa um patrimônio intangível dos povos; considerando que esta também tem sido afetada pela globalização, chega o momento em que precisa ser revalorizada, é preciso resgatar e preservar o significado das preparações segundo sua história, sua cultura, usos e costumes dos povos com relação aos alimentos.

No turismo rural a gastronomia deve merecer destaque, tendo em vista que na maioria das vezes é o próprio empreendimento que também presta esse serviço aos turistas. Garantir que os hóspedes possam usufruir de uma culinária baseada na cultura da região, faz com que as experiências vividas também tenham um “sabor” único e especial.

Desta forma:

A comida caseira típica da região pode e deve ser mostrada em sua plenitude. O fogão à lenha, as panelas de ferro, a rigorosa higiene e os aromas devem ser autênticos. O resgate das receitas familiares deve ser executado constantemente, pois se torna um diferencial para o empreendimento (SANTOS; SOUZA, 2010, p. 201).

Assim como a tradição na utilização de receitas que retratem a cultura, é importante que os produtos utilizados nas preparações sejam cultivados na região e que possam ser usados de acordo com a época das safras, garantido assim maior qualidade, menores custos e também desenvolvimento para a região.

Podemos perceber através de autores que tratam sobre o assunto, que a gastronomia vem recebendo uma atenção especial, sendo considerado "patrimônio" tendo em vista o que ela representa para os turistas. Como cita Schlüter (2003, p.69) “[...] O uso turístico do patrimônio faz com que a gastronomia adquira cada vez maior importância para promover um destino e para atrair correntes turísticas”. Assim como outros patrimônios imateriais a culinária também contribui com o desenvolvimento do turismo, seja como atrativo principal ou como complemento de outra atividade turística.

Considerando a globalização, a gastronomia também sofre influência nos dias atuais:

A tendência da gastronomia mundial é a globalização e, como contra-reação, a regionalização. Trocando em miúdos: ao mesmo tempo em que muitos cozinheiros buscam inspiração na culinária de povos diferentes, outros chefs estão pesquisando e fortalecendo as cozinhas regionais de seus países (LEAL, 2007, p.98).

Essa citação nos remete a questão da identidade e da cultura local, sem dúvida esses aspectos estão presentes também na gastronomia e mesmo em meio a globalização muitos estão percebendo a necessidade e a importância de se preservar ou resgatar aspectos que tornam o ato de cozinhar, de usar produtos e técnicas regionais, fator importante na culinária,

o que a torna única em cada lugar do mundo.

Os serviços turísticos oferecidos no meio rural têm crescido e com eles a oferta gastronômica, que além de sanar uma necessidade, proporciona prazer de saborear uma comida bem preparada, e ainda possibilita que o turista conheça a cultura do lugar que esta visitando. Nesse sentido “O visitante apresenta uma grande curiosidade e interesse pelas comidas regionais e a descoberta de novos pratos e sabores”. (SENAR, 2003, p.20).

Aliar os serviços turísticos com uma gastronomia de qualidade, que preze pela cultura local e pelos produtos característicos do meio em que está inserido, com certeza enriquece e da autenticidade ao turismo.

A gastronomia também revela novas alternativas, conforme Irving (2002, p.124) “[...] a prática de outras atividades complementares, desde os desportos até a gastronomia, além de proporcionar benefícios econômicos diretos a família, contribuindo para a criação de novos postos de trabalho [...]”.

A oferta da gastronomia aliada a atividade turística tem gerado no meio rural, novas oportunidades de trabalho, renda e de valorização da cultura local, o que possibilita aos envolvidos perceberem o seu potencial assim como novas formas de agregação de valor ao que produzem.

2.4 O Turismo Rural na Região Serrana de Santa Catarina

O turismo é uma ciência multidisciplinar, onde a história ocupa um lugar de destaque. A história revela os fatos, enriquece a cultura e permite arquivar acontecimentos que tornam possível compreender o presente e projetar o futuro.

Segundo escritor da Revista História Catarina, ao se chegar a Lages - SC, mesmo com o crescimento da cidade, “[...] o campo ainda está ao alcance dos olhos, o cheiro da lenha queimada ainda perfuma a atmosfera da cidade e a terra dá um tom característico às ruas.” (DIAS, 2011, p.62).

DIAS (2011) descreve que o século XVIII foi o período de maior movimentação das tropas, na época além de criar o gado para suprir as demandas da região sudeste, os serranos defenderam e asseguraram a posse das terras dos espanhóis por meio de povoamento da região e do desenvolvimento de uma economia rentável, assim como no desenvolvimento dos laços culturais que tornaram a identidade perceptível até os dias atuais.

Na época a vida diária das fazendas, assim como as tropeadas eram difíceis, com dificuldades pelas distâncias, falta de conforto e de alimentação adequada. Os trabalhos da fazenda eram compartilhados por todos desde o patrão até o peão, assim como nas tropas todos partilhavam do mesmo teto, das mesmas dificuldades, da mesma comida e do mesmo Chimarrão, o que permitiu o compartilhamento de uma mesma cultura entre a população e a elite, criando laços de respeito e amizade entre caboclos e fazendeiros.

Manter a cultura, as tradições e a identidade de um povo, de uma região tem se tornado cada vez mais uma tarefa difícil, tendo em vista a disponibilidade de informações e da globalização que influenciam as novas gerações.

Desta forma:

A cultura serrana tem enfrentado este desafio, esta ameaça, desde os meados do século XX, com o advento das ferrovias e a abertura de rodovias, que facilitaram o deslocamento de pessoas e o transporte de cargas [...] extinguindo paulatinamente, as tropas e pondo em desuso práticas e costumes [...] (DIAS, 2011, p.78).

A cidade de Lages – SC mesmo com tantas dificuldades ainda consegue preservar alguns aspectos particulares da sua identidade, segundo Dias (2011) ao andar por Lages ainda é possível perceber os traços da cultura tropeira no dia a dia das pessoas, no modo de falar, de vestir, no artesanato, na culinária, e até mesmo na fisionomia das pessoas.

Percebe-se que a história da cultura Serrana de Santa Catarina é rica em detalhes e tradições que permanecem até os dias de hoje, enriquecendo a atividade turística rural no município e região.

De acordo com Almeida e Riedl (2000), o turismo rural em Lages – SC nasceu em 1984, a partir da necessidade de aumentar o tempo de permanência dos turistas e viajantes que passavam pela região, alguns fazendeiros então tiveram a iniciativa de empreender e redirecionar a atividade agropecuária. Na época criada a SERRATUR – Empreendimentos e Promoções Turísticas S.A com o objetivo de auxiliar o desenvolvimento turístico. Inicialmente foi realizado um *FAN TOUR* (viagem de familiarização), com empresários de vários segmentos do turismo da região sudeste e sul do país, aos quais foi oferecido em uma das fazendas opções de lazer, lidas campeiras, comidas e bebidas típicas, assim como apresentações artísticas locais; a ideia deu certo e resultou em procura imediata de turistas, sendo que hoje várias fazendas estão integradas ao turismo rural na região.

O Ministério do Turismo – MTUR (2010) também faz menção a Lages- SC , quando

define que no Brasil, o início do turismo rural como atividade econômica se deu em 1986, quando no município teriam surgido as primeiras propriedades rurais abertas a visitação, e que a partir de então a atividade passou a ser caracterizada como Turismo Rural e entendida como busca por novas alternativas ao setor agropecuário.

Percebe-se que realmente o fato de considerar os aspectos culturais juntamente com a tranquilidade e as belezas do meio rural, tem possibilitado um novo modelo de desenvolvimento econômico, contribuindo ainda com a qualidade de vida e permanência do homem no campo.

O estudo realizado no Boqueirão Hotel Fazenda, localizado na cidade de Lages- SC foi desenvolvido a partir de pesquisa exploratória e estudo de caso.

Para esse estudo a pesquisa exploratória vem com o intuito de esclarecer conceitos e ideias, através da delimitação bibliográfica dos estudiosos sobre o assunto, através de pesquisa em livros, revistas científicas e artigos, sendo elaborado o referencial teórico que serve de apoio. Nesse caso considerando temas importantes para o estudo como: turismo, turismo rural, turismo cultural e a história do turismo rural em Lages - SC.

Também foi realizado estudo descritivo com o intuito de conhecer melhor a realidade, as características próprias e as ações desenvolvidas no empreendimento em estudo, segundo Triviños (2007), o estudo descritivo necessita que o pesquisador busque pelo maior número de informações possíveis, para assim poder descrever a realidade em estudo.

Para aprofundar os conhecimentos e coletar dados para análise, considerando nesse sentido a busca pelas informações, optou-se pelo estudo de caso, que de acordo com Triviños (2011, p.133) “É uma categoria de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa aprofundadamente [...]”. O estudo de caso através de um trabalho sério e dedicado contribui, com a busca por respostas, e a elaboração de análises sobre o assunto e a unidade pesquisada.

A coleta de dados foi realizada através da observação direta e acompanhamento das atividades desenvolvidas no Boqueirão Hotel Fazenda. As observações estiveram focadas na questão do turismo rural e sua interrelação com a cultura, a gastronomia e o lazer, questões que estão presentes nas atividades diárias da fazenda e do hotel.

Para a coleta de dados foi utilizado questionário, elaborado com 11 perguntas abertas e fechadas. As questões foram elaboradas de acordo com o estudo em questão, segundo Schluter (2003, p.107) “[...] o questionário e a entrevista são conhecidos como técnicas de pesquisa e opinião”.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O estudo possibilitou compreender a importância que as questões culturais têm no turismo rural, e que a manutenção de patrimônios materiais e imateriais são aspectos percebidos e procurados pelos turistas. Verificou-se também que os turistas que buscam por esse segmento presam pelas particularidades do espaço rural, pela tranquilidade, contato com a natureza e as tradições locais.

A partir da pesquisa realizada foi possível perceber que a grande maioria dos hóspedes, procurou o descanso e a natureza ao se hospedar no Boqueirão Hotel Fazenda, aliando isso a outros fatores como a gastronomia, a cultura representada através das diversas atividades oportunizadas no local como: as apresentações artísticas, as cavalgadas, as trilhas, o Camargo, a infraestrutura e a maneira como os colaboradores se relacionam com os hóspedes.

O estudo demonstrou também que o empreendimento é frequentado por famílias que buscam uma experiência nova, onde as atividades em sua grande maioria são realizadas envolvendo a família toda, gerando assim, momentos únicos de integração e convívio familiar.

A gastronomia no hotel é um dos pontos fortes, reflete a tradição e a cultura local com pratos saborosos, as refeições disponibilizadas aos hóspedes são: o café da manhã, o almoço, o café da tarde e o jantar todos servidos em forma de Buffet. Os cardápios elaborados com pratos bem tradicionais e matérias primas próprias da região dão um sabor especial às refeições. Tudo é realizado com carinho, com produtos naturais, panelas de ferro, tudo preparado na hora, de maneira “caseira”, com sabor campeiro que caracteriza o hotel.

O Boqueirão Hotel Fazenda mantém viva as tradições em várias atividades que desenvolve, mas algumas chamam a atenção dos hóspedes como é o caso do “Camargo” uma tradição antiga usada pelos tropeiros para se aquecer e se alimentar nas manhãs frias da serra; e as apresentações artísticas, realizadas por grupos tradicionalistas da região, que contagiam os hóspedes com suas músicas e danças.

Mesmo em meio aos desafios do turismo rural, o Boqueirão Hotel Fazenda tem presente a cultura e as tradições tropeiras do seu povo, rodeado de belas paisagens e favorecido por um clima agradável, por isso continua a crescer e se tornar conhecido,

recebendo turistas das mais diversas regiões do país.

3.1 O perfil do hóspede do Boqueirão Hotel Fazenda

A estruturação do questionário foi elaborada a partir de 11 questões abertas e fechadas, tendo em vista o objetivo do estudo, estas foram aplicadas durante o período de 06 a 12 de janeiro de 2014, no Boqueirão Hotel Fazenda, a partir de conversas com 31 hóspedes.

Com base nos questionários respondidos, segue resultado obtido.

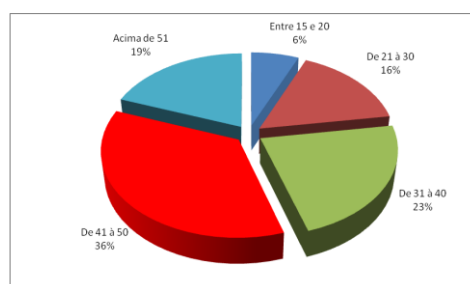
Os hóspedes do Boqueirão Hotel Fazenda em sua grande maioria são famílias que buscam um lugar para descansar e aproveitar o sossego e a tranquilidade que a natureza oferece.

A pesquisa possibilitou verificar que 52% dos hóspedes são do Estado de Santa Catarina, 23% são oriundos do Estado do Rio Grande do Sul, 13% do Estado do Paraná, e os demais Estados citados Bahia, Rio de Janeiro, Mato Grosso, e São Paulo aparecem com 3%.

Essas informações possibilitaram perceber que o turismo doméstico é o que prevalece no empreendimento, segundo Masina (2002, p.31) “[...] turismo doméstico, representado por residentes que visitam o seu próprio país [...]”.

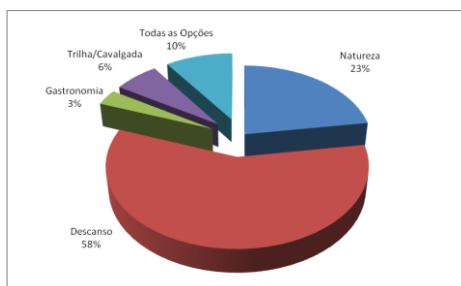
Através da pesquisa obteve-se um panorama das faixas etárias que se hospedam no hotel, 36% com idade entre 41 e 50 anos, 23% com idade entre 31 e 40 anos, 19% com idade acima de 51 anos, 16% com idade entre 21 e 30 anos e 6% com idade entre 15 e 20 anos.

Segundo Ministério do Turismo (2010) a partir de pesquisas realizadas, destaca que o perfil dos hóspedes do turismo rural apresenta idade entre 20 e 55 anos, sendo estes casais com filhos e amigos e crescente procura também por jovens sem filhos.

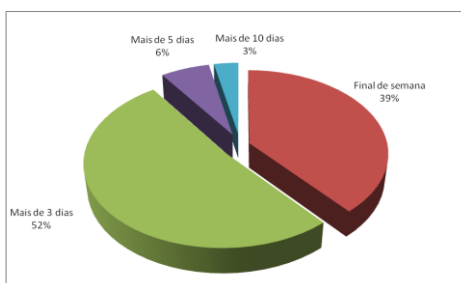


Diversos são os objetivos dos hóspedes com relação a visita. Sendo que 58% buscam descanso, 23% o contato com a natureza, 10% todas as opções ofertadas pelo hotel, 6% por motivo das trilhas e cavalgadas e 3% atraídos pela gastronomia.

Sendo assim pode-se dizer que os objetivos estão voltados aos aspectos de descanso e contato com o meio ambiente, ou seja “ [...] local onde se centram os anseios de descanso, lazer e contato com o meio ambiente, valores intangíveis que assumem papel de destaque na sociedade contemporânea de ambiente urbanos[...]” (SANTOS; SOUZA, 2010,p.50).

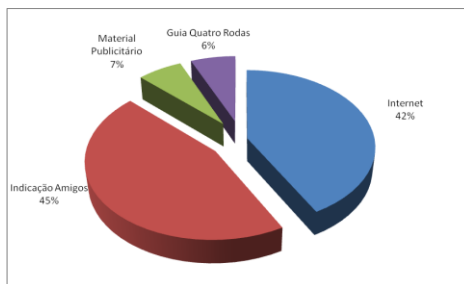


Ao serem questionados com relação ao tempo de permanência no hotel, foi possível perceber que, 52% dos hóspedes tem um tempo de permanência maior que 3 dias, 39% o final de semana, 6% mais de 5 dias, e 3% hospedagem a cima de 10 dias. De acordo com Martins (2003) o tempo de permanência no turismo rural está associado a oferta de opções de lazer, sendo importante estarem associadas aos aspectos culturais do núcleo receptor.



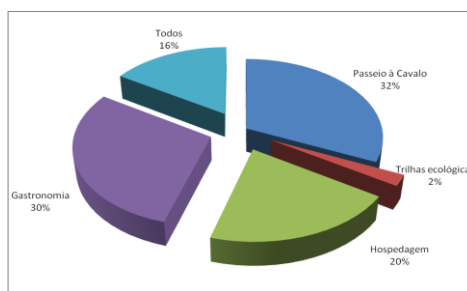
Quando questionados sobre como tomou conhecimento sobre o Boqueirão Hotel Fazenda pela primeira vez, 45% responderam que foi através de indicação de amigos, 42% pela internet, 7% através de material publicitário e 6% pelo Guia Quatro Rodas.

O contato com os amigos e a tecnologia da informação são as principais formas de divulgação do produto turístico, de acordo com o Ministério do Turismo (2010) os turistas organizam suas viagens com informações de parentes, amigos e internet.

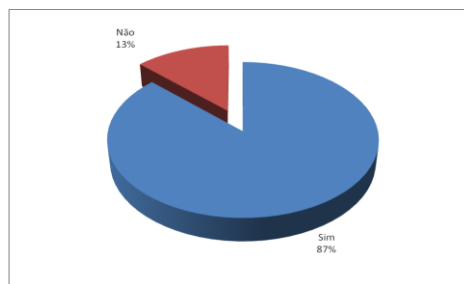


A pesquisa possibilitou identificar o que os hóspedes mais gostaram durante a hospedagem, sendo que 32% destacou as cavalgadas, 30% a gastronomia, 20% a hospedagem, 16% todas as atividades e 2% as trilhas.

Através da análise do gráfico compreende-se como as atividades que proporcionam contato com a cultura do local estão presentes na satisfação dos hóspedes, segundo Santos e Souza (2010, p. 205) “As cavalgadas são um dos atrativos mais procurados e envolvem uma série de outras atividades implícitas[...]”.



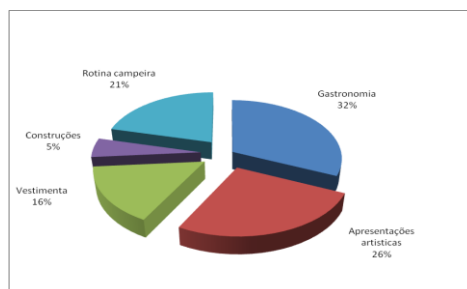
O estudo evidenciou que 87% dos hóspedes perceberam a rotina de uma fazenda em atividade, essa questão demonstrou que a relação turismo e atividade produtiva na propriedade são pontos de destaque no turismo rural, de acordo com Português et al. (2006, p. 80) “O turismo é uma alternativa de diversificação produtiva dentro do estabelecimento rural, porque agrega fontes de renda genuínas, novas atividades e utiliza recursos ociosos[...]”.



A pesquisa também demonstra a visão dos hóspedes sobre quais atividades mais

retratam a identidade local, sendo 32% através da gastronomia, 26% nas apresentações artísticas, 21% através da rotina campeira, 16% na vestimenta usada e 5% nas construções.

Segundo Santos e Souza (2010), existe um público que ao procurar pelo turismo no espaço rural, está interessado em algumas questões como o intercâmbio cultural, maiores conhecimentos com relação a história e as manifestações culturais do lugar, entre eles a gastronomia, o folclore, os saberes, os fazeres, e o contato direto com o modo de vida do campo.



Ficou evidente a partir dos questionários realizados que o Boqueirão Hotel Fazenda retrata a cultura da região, pois 100% dos hóspedes consultados afirmaram essa constatação, sendo assim podemos dizer que: “O turismo rural é um tipo de atividade que propicia ao turista um aprendizado sobre a vida das pessoas do meio rural, sobre sua cultura e seus costumes”. (SOUZA, 2011, p.101).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo sem dúvida encontra-se em forte desenvolvimento, sendo uma atividade dinâmica envolve diversos interesses e motivações, assim como os mais diversos segmentos e serviços complementares, gerando desenvolvimento econômico e social onde está inserido.

O turismo cultural aliado ao rural é um segmento que se apresenta como uma nova oportunidade para o desenvolvimento no espaço rural, contribuindo em grande parte com a valorização e preservação de culturas, patrimônios e ambientes, trazendo ainda novas formas de geração de renda às localidades.

O estudo realizado tendo como referência o Boqueirão Hotel Fazenda, localizado na cidade de Lages SC, que é considerada referência em turismo rural no Brasil, possibilitou refletir sobre o turismo rural e o agroturismo, assim como analisar a sua relação com a cultura e o patrimônio que se fazem indispensáveis para que esse segmento do turismo aconteça

mantendo suas características próprias e a sua originalidade.

A pesquisa demonstrou que é crescente a busca pelo turismo rural, por parte de pessoas que residem em grandes centros urbanos, que buscam encontrar nesse segmento a volta às origens, a oportunidade de mostrar para os mais jovens uma cultura diferente e ainda o fundamental, a fuga dos espaços agitados, da rotina do dia a dia, para um espaço de muita tranquilidade para usufruir de momentos com a família.

Fica evidente também que os turistas que buscam pelo turismo rural têm como objetivo momentos de lazer e descanso em meio a natureza, podendo desfrutar de ar puro, tradições, mas com conforto e bons serviços. O empreendimento em estudo demonstrou através da qualidade dos serviços e instalações, da hospitalidade e do bem receber, que está preocupado com a satisfação dos turistas, garantindo excelência em seus atendimentos e manutenção da cultura e identidade local retratada em suas atividades.

O fortalecimento da cultura merece destaque no turismo rural, através das tradições, costumes e patrimônios, os turistas encontram e desfrutam de momentos únicos, geralmente diferentes da sua rotina habitual, o que faz desse segmento um nicho crescente no turismo atual.

Desta forma, compreender o turismo rural e identificar suas potencialidades naturais e culturais é fundamental para que o mesmo continue a se desenvolver e a crescer de forma sustentável, valorizando e preservando a história de cada local.

O desenvolvimento do turismo em formas gerais precisa ser pensado e estruturado de forma estratégica, garantindo que os impactos positivos sejam ampliados e os negativos minimizados, só assim trará contribuições às pessoas e localidades envolvidas, bem como sua sustentabilidade e atuação.

Cabe mencionar aqui a importância de profissionais como o Bacharel em Turismo no planejamento de políticas públicas que fomentem o turismo nas regiões, alavancando ações que venham contribuir com a preparação de produtos turísticos, rotas e roteiros que divulguem potenciais das mais diversas regiões de nosso país. Ações essas vinculadas a setores públicos e privados, onde localidades, poder público, lideranças e trade turístico se unam com objetivos em comum, viabilizando novas conquistas.

Independente do segmento, o turismo sempre trabalha com produtos e serviços integrados, o que exige harmonia e bons serviços que se complementem, possibilitando atender as expectativas dos turistas e suas diversas motivações; realizar bom atendimento,

aliado a produtos de qualidade e com diferenças a oferecer, faz do atrativo um empreendimento reconhecido, seja ele de entretenimento, hospedagem ou alimentação.

Os resultados apresentados neste estudo, de forma alguma são conclusivos, eles nos fazem sim refletir e ter a certeza que muito ainda precisa ser construído para que o turismo, e em especial o turismo rural associado ao cultural, seja valorizado e preservado a ponto de ser sustentável, garantindo às gerações futuras vivenciar aspectos tão especiais que fazem parte da história.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Marina Rodrigues; DIAS, Reinaldo. **Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições**. São Paulo: Alínea, 2002.

ALMEIDA, Joaquim Anécio; RIEDL, Mário (Org.). **Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru, SP: EDUSC, 2000.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13ª ed. Campinas: SP-Papirus, 2003.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 11º Ed. rev. e atualizado- São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

_____. **Análise estrutural do turismo**. 12º Ed. rev. e atualizado- São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

DIAS, Haylor Delambre Jacques. **Revista: História Catarina**. Corredor das Tropas – Patrimônio Histórico/Cultural. Tropeirismo – A saga que forjou a identidade serrana. Ano V Número 32 – junho de 2011. Editora Leão Baio.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

IRVING, Marta de Azevedo. **Turismo: o desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 2002.

LEAL, Maria Leonor de Macedo Soares, **A história da Gastronomia**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2007.

MARTINS, José Clerton de Oliveira(Org.) **Turismo, Cultura e Identidade**. São Paulo:Roca, 2003.

MASINA, Renato. **Introdução ao Estudo do Turismo: conceitos básicos**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Rural: orientações básicas**./Ministério do Turismo,

Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2.ed-Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acesso em: 15 abr. 2014.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. (org.) **Turismo no espaço rural: enfoques e perspectivas**. São Paulo: Rocca, 2006.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri (org.). **Turismo Rural: práticas e perspectivas**. 2ªed. São Paulo: Contexto, 2003.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável: proteção do meio ambiente**. Campinas, SP: Papirus, 1997.

SANTOS, Eurico de Oliveira, SOUZA Marcelino de. (org.) **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri, SP: Manole, 2010.

SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**; tradução Roberto Sperling. São Paulo: Aleph, 2003- (Coleção ABC do Turismo)

SENAR. **Trabalhador em turismo rural: comandando e organizando a cozinha rural**. Curitiba: SENAR – PR, 2003.

_____. Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. Administração Regional do Estado do Paraná **Turismo no Meio rural e oportunidade de negócios**. – Curitiba: SENAR-PR, 2008.

SOUZA, Gabriela Coelho de. Org. **Transformações no espaço rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. 1ed. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. 1ed. São Paulo: Atlas, 2011.