

**Turismo, práticas alimentares e hospitalidade em comunidades rurais: reflexões a partir da localidade de Três Picos, Nova Friburgo-RJ, Brasil**

**Tourism, eating practices and hospitality in rural communities: reflections from the town of Três Picos, Nova Friburgo-RJ, Brazil**

**Turismo, prácticas alimentarias y hospitalidad en comunidades rurales: reflexiones de la ciudad de Três Picos, Nova Friburgo-RJ, Brasil**

Helena Catão Henriques Ferreira <sup>1</sup>

**Resumo:** A alimentação nos remete a questionamentos sobre as relações entre cultura e natureza, e os campos simbólico e biológico. A comida não representa apenas uma substância alimentar, mas também um jeito de alimentar-se, carregando significados diversos. Os produtos agrícolas e os alimentos transformaram-se em elementos importantes na construção de destinos e produtos turísticos das áreas rurais, no Brasil e no mundo. Além disso, discursos pautados na 'sustentabilidade' interagem com essas demandas, projetando imaginários que levam os turistas à busca de produtos associados às culturas locais – tais como os alimentos 'tradicionais' e 'orgânicos', que requalificam a alimentação como patrimônio imaterial. Esse movimento comunica aos nativos a importância da revalorização de memórias e de elementos culturais voltados à construção de identidades. Com o objetivo de investigar dinâmicas e práticas alimentares locais, bem como mudanças operadas a partir do desenvolvimento da atividade turística este trabalho resulta de pesquisa de base etnográfica junto a uma comunidade ligada à agricultura familiar, na localidade de Três Picos, em Nova Friburgo-RJ, Brasil.

**Palavras-Chave:** Turismo, alimentação, hospitalidade, agricultura familiar, cultura.

**Abstract:** Not only does food refer to questions about the relationship between culture and nature, but it also combines symbolic and biological fields. Food is not simply a food substance, but also a way of feeding yourself, carrying different senses and meanings. Agricultural products and food have become important elements in the construction of destinations and tourism products in rural areas in Brazil and in the world. Discourses focusing on environmental conservation interact with these demands and imaginary projects in which tourists start to seek in these areas products associated with local cultures, "traditional", organic, and where food is requalified as intangible assets. This movement communicates the importance of revaluation of memories and cultural elements aimed at the construction of local identities. This work is the partial result of ethnographic research in progress, together with a community linked to family agriculture, in Três Picos, Nova Friburgo-RJ, Brazil. It aims to at investigating local food dynamics and practices, as well as the changes that have taken place in these with the development of tourism activity.

**Key words:** Tourism, food, hospitality, family farming, culture.

**Resumen:** La comida nos lleva a preguntas sobre la relación entre cultura y naturaleza, y los campos simbólico y biológico. La comida no es solo una sustancia alimenticia, sino también una forma de comer, que tiene diferentes significados. Los productos agrícolas y los alimentos se han convertido en elementos importantes en la construcción de destinos y productos turísticos en las zonas rurales de Brasil y en todo el mundo. Además, los discursos basados en la 'sostenibilidad' interactúan con estas demandas, proyectando el imaginario que lleva a los turistas a buscar productos asociados con las culturas locales, como los alimentos 'tradicionales' y 'orgánicos', que recalifican la comida como patrimonio inmaterial. Este movimiento comunica a los nativos la importancia de la revalorización de

---

<sup>1</sup> Professora Associada do Programa de Pós-Graduação em Turismo da UFF e da Graduação em Turismo da Faculdade de Turismo e Hotelaria -FTH, Universidade Federal Fluminense -UFF. Departamento de Turismo. ORCID: 0000-0002-6601-5550. E-mail: lelecatiao@gmail.com.

los recuerdos y los elementos culturales destinados a la construcción de identidades. Con el objetivo de investigar las dinámicas y prácticas alimentarias locales, así como los cambios realizados a partir del desarrollo de la actividad turística, este trabajo es el resultado de una investigación etnográfica con una comunidad agrícola familiar, en Três Picos, Nova Friburgo-RJ, Brasil.

**Palabras clave:** Turismo, comida, hospitalidad, agricultura familiar, cultura.

## 1 Introdução

A alimentação nos remete a questionamentos sobre as relações entre cultura e natureza, e os campos simbólico e biológico. A comida, no sentido de Da Matta (1986), não é apenas uma substância alimentar, mas também um modo, um jeito de alimentar-se, carregando sentidos e significados diversos, articulando processos de produção do alimento bruto, de sua preparação para o consumo, dos modos próprios de consumo, de temporalidades, rituais e identidades.

Como argumenta Klauss Woortmann (2006), a comida é uma categoria social central, e os hábitos alimentares podem ser decifrados como textos, na medida em que traduzem o modo de ser de cada grupo. Dentro de uma variedade de alimentos disponíveis, cada sociedade realiza escolhas ou seja, classifica-se a comida, e dessa forma, as pessoas são também classificadas (WOORTMANN, 2006).

A produção da comida é um processo que se inicia na agricultura, na pecuária, na indústria de alimentos e se concretiza na preparação do alimento que vai para a mesa, onde se dá o consumo. Em todas essas fases, profundamente ligadas entre si, os aspectos simbólicos e ideológicos estão presentes.

Os produtos agrícolas e a comida transformaram-se, atualmente, em elementos importantes na construção de destinos e produtos turísticos em geral e das áreas rurais em particular, no Brasil e no mundo. Muitas vezes são, inclusive, o principal ou o único motivo da viagem. O aumento da visitação turística a essas áreas produz modificações e hibridizações na cultura local, nos hábitos alimentares, nos modos de consumo e na produção de alimentos.

Neste artigo desenvolve-se uma reflexão sobre dinâmicas e práticas alimentares de uma comunidade rural que habita a localidade de Três Picos, Nova Friburgo/RJ, Brasil, cujas principais atividades econômicas atuais são a agricultura familiar e o turismo. Enfocamos mudanças que se têm operado a partir do desenvolvimento do turismo. O trabalho apoia-se em

pesquisa de base etnográfica, a partir de observação direta e entrevistas aprofundadas com moradores da localidade de Três Picos, agricultores e neorrurais<sup>2</sup>.

A pesquisa sobre comida se inicia em um campo já pesquisado anteriormente com foco nas relações dos agricultores de Três Picos e a atividade turística local. A importância das práticas alimentares comunitárias e sua relação com o acolhimento aos visitantes, a referência constante à comida e o fato de a agricultura ser a produção primária da comida, o início de um ciclo, fez-nos voltar a este campo com novas perguntas e reflexões.

Embora este trabalho enfoque especificamente a comunidade de Três Picos, tem-se verificado, a partir também de outros casos estudados, a centralidade da alimentação para o turismo e sua importância como alternativa econômica das populações que vivem em áreas rurais, dentro ou no entorno de unidades de conservação, bem como nas construções identitárias relacionadas à luta pela permanência no território nativo.

## **2 Metodologia**

Com o objetivo de produzir e analisar dados relacionados às práticas e representações sobre a comida em relação ao turismo em Três Picos, optou-se por uma abordagem qualitativa, de base etnográfica, ancorada na observação direta e entrevistas aprofundadas, e na participação em eventos e reuniões comunitárias, em uma triangulação investigativa (MAGNANI, 2002; BEAUD & WEBER, 2007; PEREIRO & FERNANDES, 2018).

A pesquisa em Três Picos teve uma primeira fase entre os anos 2014 e 2015, investigando as relações dos agricultores familiares com o turismo. A segunda fase, sobre alimentação desenvolveu-se entre o final de 2017 e em 2018. Ao todo foram entrevistadas 30 pessoas, formal e informalmente, com foco nas práticas agrícolas locais, hábitos alimentares atuais e “antigos”, comidas comercializadas em restaurantes e vendidas diretamente aos visitantes, e relações de sociabilidade relacionadas à alimentação. Os entrevistados foram, em sua maioria, moradores nativos, direta ou indiretamente ligados ao turismo. Foram ouvidos também professores do

---

<sup>2</sup> Refere-se aos cidadãos que decidem morar no campo, motivados pela “qualidade de vida” por eles associada ao meio rural.

IBELGA<sup>3</sup>, funcionários do Parque Estadual dos Três Picos, e moradores neorrurais, empreendedores em agricultura orgânica e turismo. No processo de pesquisa participou-se de eventos e reuniões locais.

A perspectiva das entrevistas e da observação etnográficas seguiu os passos de Magnani (2002), que define o olhar antropológico como “de perto e de dentro”. Esta forma de abordagem, segundo Maio (2006) adéqua-se a estudos socioculturais, com a intenção de captar processos de mudança relacionados ao turismo, e aspectos subjetivos e simbólicos como memórias, motivações, expectativas e impressões dos pesquisados. As mudanças relacionam-se aos hábitos alimentares desde o tempo em viviam principalmente da agricultura, em comparação com as novas demandas trazidas pelo turismo, buscando compreender suas implicações e significados na vida local.

### **3 Três picos: agricultura e turismo**

O vilarejo de Três Picos localiza-se no terceiro distrito de Nova Friburgo, Campo do Coelho, que concentra a maior parte da população rural do município e tem sua economia baseada na produção de hortaliças praticada por pequenos produtores e por meeiros. A comunidade é composta por cerca de 40 famílias, que vivem da agricultura, do turismo, empregados também na construção civil, em empregos domésticos e no comércio local. A agricultura ainda é a principal atividade, porém, devido aos baixos preços dos produtos, já que o escoamento da produção é por meio de atravessadores<sup>4</sup> –, recorrem à pluriatividade.

O turismo em Três Picos se iniciou na década de 1920, quando montanhistas começaram a explorar as três formações rochosas localizadas nas proximidades do vilarejo – o Pico Menor, o Pico Médio e o Pico Maior. Logo estas vias de caminhada e escalada ganharam fama entre praticantes desse esporte, e, assim, começou a divulgação do lugar.

---

<sup>3</sup>Colégio CEFFA Rei Alberto I (criado em 1994, por meio da gestão compartilhada entre o Instituto Bélgica - Nova Friburgo, a Prefeitura Municipal de Nova Friburgo e a Associação de Pais, o colégio entrega a Pedagogia da Alternância, adaptando a educação formal à realidade das famílias agrícolas).

<sup>4</sup> Comerciantes que fazem a intermediação entre o pequeno produtor rural e o mercado varejista.

Além dos montanhistas, a região tem recebido visitantes atraídos por ecoturismo e turismo rural, principalmente após a criação do Parque Estadual dos Três Picos (PETP), em 2002. O parque abrange uma superfície de 46.350 hectares e tem um perímetro de 512 quilômetros. O PETP representa um dos mais expressivos fragmentos da Mata Atlântica brasileira, abrangendo áreas de cinco municípios – Cachoeiras de Macacu, Nova Friburgo, Teresópolis, Guapimirim e Silva Jardim (INEA, 2013).

Devido ao fluxo de turistas atraídos pelas montanhas do Parque e outros roteiros em Nova Friburgo, alguns agricultores começaram o oferecimento de produtos e serviços aos visitantes. Organizaram o Circuito Turístico Três Picos, que funcionou entre 2010 e 2014, tendo sido abandonado devido às dificuldades de operacionalização e a baixa capacidade de investimento. Entretanto, diversas atividades continuam a ser desenvolvidas. A criação do circuito foi motivada pela necessidade de consolidar o produto turístico e de reivindicar mais atenção do governo municipal em disponibilizar infraestrutura urbana e turística.

O circuito era formado por sete “abrigos”<sup>5</sup>, uma pequena pousada de um jovem nativo, e dois restaurantes – um especializado em pratos à base de trutas<sup>6</sup> e outro em “comida da roça”. Havia, ainda, propriedades rurais de pequeno porte abertas à visita com venda de queijos, broas, doces, ovos, geleias, mel, vegetais orgânicos, entre outros produtos artesanais. Em uma delas, produtora de orgânicos, havia um “Colhe e Pague”, em que o turista participava de uma vivência agrícola e também o “Café da roça”, com pães, bolos, queijos e geleias produzidos pelos agricultores.

Os atrativos turísticos relacionados ao circuito eram voltados ao montanhismo (trekking, escalada, corrida de montanha), ao ecoturismo (caminhadas, observação das geadas de inverno, observação de pássaros, banhos de rio) e ao turismo rural (participação em festas tradicionais e vivências rurais). Associada às ideias de ruralidade e natureza, a comida estava, no circuito, e permanece, na centralidade da cena turística.

---

<sup>5</sup> Hospedagem rústica para o pernoite de montanhistas.

<sup>6</sup> Espécie de peixe exótica à fauna brasileira.

## **COMIDA: UM ELEMENTO CENTRAL DA CULTURA**

Quando Dodoca<sup>7</sup> retira do forno suas broas para vender aos turistas, opera muito mais do que um ato cotidiano. Articulados na simplicidade deste ato estão valores familiares e afetivos, técnicas e saberes tradicionais, o trabalho na terra e a terra como patrimônio e meio de produção, as relações com aqueles que as compram, suas expectativas em relação ao meio rural e aos produtos tidos como autênticos, e muito mais.

O alimento ocupa um papel central nas culturas, pois dele depende a reprodução física e da saúde das pessoas, como também diversas formas de sociabilidade cotidiana e ritual. Diversos autores, tais como DaMatta (1986), Mintz (2001), Gonçalves (2004), Maciel (2004), Woortmann (2013), entre outros, têm demonstrado a importância do alimento para a vida social, envolvendo inúmeros significados, reproduzindo-se também simbolicamente a partir de sua produção, preparo e consumo. Para as sociedades agrícolas mais ainda, na medida em que o trabalho realizado para a obtenção e preparo do alimento, tanto o destinado ao autoconsumo como o comercializado, ocupa grande parte do tempo e orienta os períodos de trabalho e de descanso.

Segundo Da Matta (1986), cada grupo social seleciona e classifica os alimentos que devem e não devem ser ingeridos, relacionados às épocas e modos de fazer e também ao estado de saúde de quem o consome. Tabus alimentares e religiosos variam em cada cultura, como também variam os horários e modos de comer, os utensílios, o tipo, a forma e a quantidade das porções ingeridas em cada momento do dia, ou em cada época do ano.

Ellen Woortmann (2013, p. 6) afirma que “[...] a comida ‘fala’ de homens e mulheres, tanto para o pesquisador que realiza uma ‘leitura’ consciente dos hábitos alimentares, como para as próprias pessoas do grupo familiar – e através deste, da sociedade”.

Todas as culturas possuem classificações e hierarquizações entre os alimentos que utilizam (DAMATTA, 1986; WOORTMANN, 2006 e WOORTMANN, 2013). Nesse sentido, as prescrições alimentares são tão importantes quanto as proibições (WOORTMANN, 2013). Há muitas proibições em relação ao consumo de determinados alimentos ou mesmo à sua mistura,

---

<sup>7</sup> Moradora nativa, agricultora e produtora de broas, que se tornaram famosas com os turistas.

que são, atualmente, consideradas como “superstição”, principalmente quando relacionadas a discursos médicos e científicos, perdendo a força como interdição alimentar (WEDIG, 2009).

Ao mesmo tempo, pesquisas sobre alimentos, mitos modernos relacionados à promoção de produtos e interesses industriais mudam hábitos alimentares. Alimentos proibidos passam à lista dos melhores para a saúde, e outros, considerados saudáveis, passam a ser restritos.

Em Três Picos, hábitos alimentares antigos foram transformados enquanto outros permanecem. Os horários das refeições da época da roça, alterados em razão das novas práticas, permanecem na lembrança, que muitas vezes é traduzida em sintomas físicos como “a hora da fome”. Nesse tempo, a hora de acordar era cinco da manhã, e o costume era tomar “o gole puro”<sup>8</sup>, ou seja, apenas uma xícara de café com bastante açúcar, às vezes enriquecida com um punhado de farinha de milho. Esse ritual marcava o início do trabalho na lavoura, e somente entre nove e dez horas da manhã os agricultores retornavam para almoçar. O almoço, hoje recordado como farto, era composto por arroz, feijão, farinha de mandioca, vegetais como couve, brócolis e taioba e alguma carne, quase sempre galinha, criada no próprio quintal. Entre doze e treze horas havia o “lanche da tarde”, em que o café era acompanhado por inhame, batata doce ou cará, fritos na gordura de porco. Faziam parte também a chimirra<sup>9</sup> e a broa (de farinha de milho com cará, inhame ou mandioca e, às vezes, algum legume, como o chuchu). Estes dois produtos, além de figurarem na alimentação cotidiana, eram comidos em momentos de rituais, como o “juntamento”, mutirão organizado para coletivamente “roçar um pasto”, “abrir uma estrada”, “fazer uma cerca”, depois comemorado com baile, à noite, regado a café, broa, chimirra e “dunto”, um caldo de fubá de milho branco com vegetais como beldroega, repolho e couve. Às vezes o “dunto levava carne moída também”. A broa figurava também nos enterros e batizados, entre outras celebrações. Nos casamentos, comumente realizados por um escrivão<sup>10</sup>, a refeição principal era o “sopão” com macarrão e carne moída, em que se colocavam colheradas de farinha de milho torrado por cima da sopa servida. A memória desse prato é tão viva que um dos entrevistados relatou com brilho nos olhos e emoção o sabor dessa comida associada à infância.

---

<sup>8</sup> Relato obtido em entrevista informal com morador local.

<sup>9</sup> Espécie de queijo fresco e cremoso semelhante ao cottage.

<sup>10</sup> Raras vezes havia a parte religiosa, pela dificuldade de levar um padre até lá.



Nos aniversários muitas vezes também havia “sopão” e, “cachorro quente”, que invés de salsicha era recheado com carne moída.

A comida também era motivo de medo e restrição, como tabu alimentar. Acreditava-se que manga ou jabuticaba, não combinavam com leite, podendo provocar forte mal estar, ou mesmo a morte. “Carnes remosas<sup>11</sup> como pato, porco ou caça” não podiam ser ingeridas “por doentes ou mulheres paridas”. Ovos não deviam ser comidos por quem “ia sair para a roçada” por “atrair cobras”. A solução, neste caso, era carregar dentes de alho na bolsa para afastá-las. Hoje muitos consideram essas crenças como superstição, mas o receio permanece e estas comidas são evitadas. Algumas comidas tradicionais passaram a fazer parte dos alimentos oferecidos aos turistas. A broa, tão importante nos eventos comunitários antigos, hoje não tem o mesmo papel. Entretanto, com os turistas, passou a ocupar lugar de destaque. É um dos produtos mais procurados.

A chimirra raramente é pedida pelos turistas, provavelmente por desconhecimento. Porém o queijo branco tipo frescal é produzido por diversas pessoas, com bastante procura. Quanto aos produtos da agricultura há uma grande valorização dos orgânicos, mas a compra de vegetais frescos da mão do produtor tem também um forte significado para o visitante.

Os produtos alimentares fazem o papel de souvenirs, e tem forte simbolismo para além do valor de consumo. Representa, para o turista, um prolongamento da experiência da viagem, um modo de acesso à cultura local.

### **3.1 Agricultura, produção e consumo**

Embora existam situações diversas em relação aos modos de plantar, aos instrumentos e tecnologias utilizadas na agricultura, maior ou menor acesso ao crédito rural, pode-se observar que na maioria, as propriedades são de pequeno porte, com baixa tecnificação.

O plantio, que já foi voltado para legumes, tubérculos e raízes, agora é composto principalmente de hortaliças. Segundo relatos, essa transformação se consolidou após uma enchente com desabamentos e mortes provocada por chuvas torrenciais, no verão de 2011,

---

<sup>11</sup> Alimentos remosos ou reimosos são aqueles que atrapalham a cicatrização ou podem causar inflamações e alergias.



atingindo grande parte da região serrana do estado do Rio de Janeiro. É referida localmente como “a tragédia”. Esse fato marcou a vida dos moradores por ter afetado muitas famílias, principalmente as mais pobres, e contribuiu para mudanças também nas formas de plantio e nos vegetais plantados.

Sr. Hermínio, agricultor já falecido, relatou que depois da “tragédia” e também devido às proibições do órgão ambiental, tornou-se mais “prático” o plantio de folhas, que tem colheita mais rápida e exige menos espaço para o plantio. Era conhecedor de ervas e plantas alimentícias e medicinais não convencionais (PANCS), participava de grupos que reúnem conhecimentos tradicionais sobre plantas e raízes.

Nessa perspectiva, quando falamos em comida como um elemento central das culturas, referimo-nos também à agricultura e à pequena criação de animais pelas famílias agricultoras. Ainda que seus membros estejam em parte inseridos em atividade agrícola mercantil de grande porte como assalariados, parece persistir a produção para o autoconsumo, quando o excedente é vendido ou trocado, reproduzindo formas mais tradicionais de lidar com a produção de alimentos. Nas práticas de plantar, colher e preparar os alimentos, no cotidiano e nas celebrações e rituais, a comida está sempre presente na vida dos agricultores familiares, expressando suas identidades.

Tratamos anteriormente da produção da comida pelos agricultores familiares, e o consumo pela própria comunidade que o produz. Isso constituiria, segundo Menasche (2004), um tipo de consumidor dos produtos agrícolas considerado não consumidor puro, no sentido de que também participa da produção. Todo esse processo fala da cultura do grupo, de modo geral. Mas não menos importante e significativo é o que diz respeito ao consumo dos produtos pela sociedade mais ampla, o que caracteriza o consumidor puro, o cidadão que consome produtos agrícolas (MENASCHE, 2004). Estes parecem ser processos imbricados, interdependentes e reflexivos, pois principalmente na dinâmica contemporânea dos mercados, o consumo é um importante direcionador da produção, e os interesses mercadológicos também influenciam decisivamente o consumo.

Os hábitos de consumo têm sido abordados, a partir do olhar das ciências sociais, como parte de um processo de negociação de classificações sociais e hierarquias. Sobretudo o consumo de alimentos, sempre problematizado discursivamente, pois articula questões de justiça social e binarismos como natureza e cultura, necessidade e luxo, corpo e mente, entre outros. Essas

questões fariam parte do próprio ato de comer e são usadas na qualificação dos alimentos e para definir o consumo cotidiano (SASSATELLI, 2015).

Gimenes - Minasse (2015) ressalta o grande dinamismo que se observa nos hábitos alimentares atuais. No campo como na cidade tem mudado a percepção sobre os alimentos considerados benéficos à saúde e, cada vez mais, os não processados industrialmente tem sido vistos como mais saudáveis e denominados como “naturais”. De certa forma, esse valor está conectado à revalorização da vida rural, vista também como mais saudável e menos estressante que a urbana, devido, sobretudo, à menor poluição atmosférica, ao silêncio e à presença de natureza. Portilho (2009) fala da constituição de uma ideologia alimentar específica que envolve a produção e o consumo de orgânicos<sup>12</sup>, que, embora em crescimento, ainda representa um “consumo de nicho”. Esse consumo está ligado a motivações e valores com representações sobre saúde, alimentos seguros, aspectos ambientais da produção, respeito pelos animais, qualidade de vida da população do campo, entre outros. Muito disseminadas pela mídia, essas ideias impactam fortemente a opinião pública, principalmente de classes de renda médias e altas, com maiores possibilidades de incorporar novos valores aos hábitos de consumo. Porém são, também, comunicadas aos agricultores por diversos meios, desde a mídia, as políticas públicas, o aprendizado nas escolas agrícolas, projetos de universidades e ONGs ambientalistas, além do contato com os próprios turistas.

Tal questão instaura sentimentos de ambiguidade nos agricultores. Por um lado, tornam-se ideias cada vez mais divulgadas, fazendo com que sejam incorporadas na produção. Mas, por outro, há, para eles, dificuldades de escoamento dessa produção e, portanto, ainda é difícil a chamada “transição” do produto “convencional” para o orgânico, tanto em relação à produção quanto ao consumo. Como adverte Portilho (2009, p. 63), a alimentação orgânica constitui uma forma específica de expressar “[...] utopias e visões de mundo” e de “produção do ‘eu’ e do social”.

---

<sup>12</sup> Segundo a autora, “[...] os alimentos orgânicos são resultado de um sistema de produção agrícola que se baseia em práticas como rotação de culturas e manejo do solo e dos demais recursos naturais (água, plantas, animais, insetos etc.)” (Portilho, 2009, p. 61). Os aspectos ecológicos e sociais são relevantes nesse tipo de cultivo e considerados em conjunto com os econômicos.

A autora argumenta que “[...] para os adeptos da alimentação orgânica, a comida parece incorporar o alimento, pois o processo cultural de apropriação, preparo, cocção e ingestão de cada ingrediente mantém-se inseparável do valor simbólico-nutricional atribuído aos alimentos” (PORTILHO, 2009, p. 64).

A questão do uso moral do consumo tem sido explorada por diversos estudiosos, como Certeau (1996) e Bourdieu (2008). Essa atribuição moral a ações e relações faz com que consumidores e bens sejam considerados “[...] normais ou desviantes, justos ou injustos, inocentes ou corruptores, interferindo (ou contribuindo) nas visões hegemônicas do consumo” (SASSATELLI, 2015, p. 18). Essa questão afeta diretamente os agricultores, por um lado por apresentarem alternativas às práticas convencionais, valorizando métodos tradicionais de plantio, adubação e controle de pragas. Este seria um aspecto de reforço cultural e melhora da autoestima em relação às práticas agrícolas antigas e à importância do papel social da agricultura e do agricultor. Por outro lado, as dificuldades em permanecer nessa lógica causam uma sensação de inadequação e culpa. Uma agricultora que não conseguiu sucesso com sua lavoura orgânica, tendo voltado à forma “convencional”<sup>13</sup>, passou a se sentir na necessidade de explicar aos visitantes (pesquisadores, turistas etc.) as razões de sua desistência (que diz temporária) da horta orgânica.

O aprendizado no IBELGA abrangeu valores ambientalistas em relação à agricultura, influenciando o não uso ou o uso controlado dos agrotóxicos. A entrevistada relatou que apesar de ter retornado à agricultura convencional, usa os “produtos de forma cuidadosa, nas quantidades certas, como foi aprendido no IBELGA”.

Políticas públicas, como por exemplo, o projeto Rio Rural – Programa de Desenvolvimento Sustentável em Microbacias Hidrográficas são também responsáveis pela disseminação desses valores. Organizado pela Secretaria de Agricultura e Pecuária (SEAPEC), a Superintendência de Desenvolvimento Sustentável (SDS) e a Secretaria de Estado do Ambiente do Rio de Janeiro (SEA) foi implantado em 2007 e encerrou em 2017. Visava promover a autogestão dos recursos naturais pelas comunidades rurais valendo-se de “práticas sustentáveis”.

---

<sup>13</sup> Como é denominada por eles a agricultura não orgânica.

Tinha o objetivo de contribuir para a redução das ameaças à biodiversidade e a reversão do processo de degradação de terras, conforme descrito na página do governo do estado do Rio de Janeiro na Internet<sup>14</sup>. Em Três Picos experiências de ex-alunos do IBELGA, ligadas ao turismo rural, foram contempladas com recursos desse projeto. Estes processos instauram uma nova abordagem por parte dos agricultores sobre as questões de meio ambiente, em que lógicas locais hibridizam-se com valores globalizados de conservação e cuidados ambientais.

Analisando dinâmicas contemporâneas de consumo alimentar, observa-se que ao mesmo tempo em que surge uma revalorização da comida “natural”, há um encantamento com a comida industrializada, tanto nas populações urbanas como nas rurais, por sua praticidade, conservação e aparência, trabalhada pelos departamentos de marketing da indústria. Em Três Picos essas tendências também podem ser observadas. O consumo de biscoitos, pães, massas, entre outros produtos processados industrialmente aumentou, mas convive com os produzidos na lavoura e na criação de pequenos animais.

Os turistas que passaram a frequentar o lugar, atraídos pelo turismo rural, apresentam um perfil diferente dos montanhistas. Apesar da paisagem e das atividades proporcionadas pelo Parque serem um ponto alto na motivação, esses novos visitantes se interessam pela cultura local, os produtos da roça e os alimentos orgânicos.

### **3.2 Turismo rural, comida e hospitalidade**

A vida rural tem sido associada às relações mais “tradicionalistas” e coesas em comparação com a vida urbana contemporânea, ainda que haja, hoje, uma dificuldade de delimitação de fronteiras entre o rural e o urbano. Faz parte das expectativas do visitante, no turismo rural, encontrar acolhimento diferenciado de quem o recebe. Esta forma de receber, em grande parte associada à “hospitalidade doméstica”, transforma-se em diferencial do produto turístico, que, penetrada pela lógica do mercado, apresenta novas implicações ao que se denomina como “hospitalidade comercial”. A hospitalidade consiste, ao mesmo tempo, em instâncias regidas pela

---

<sup>14</sup> Acesso em dez 2018.

dáviva e pelo negócio e se faz presente no que é oferecido para além do contrato (CAMARGO, 2007).

No turismo desenvolvido em pequenas comunidades, é comum a hospedagem domiciliar, podendo-se observar a predominância de contratos não padronizados, estabelecidos com base nas relações interpessoais, e em diferentes e específicas formas de acordo. A comida ocupa um lugar de destaque na dinâmica desse tipo de turismo, pois por seu intermédio é expresso acolhimento. É notório o fato de que, nas mais diferentes sociedades, e de maneiras diversas, as visitas sejam recebidas com algo para beber e comer. Seu oferecimento possui uma forte representação de dádiva, como descrita por Mauss (2003) para falar da relação básica de troca social, transpassada por afetos e emoções. Sua importância extravasa as relações de parentesco e vizinhança para a comunicação com os turistas.

A hospitalidade e a solidariedade são consideradas essenciais, porque há a expectativa de ser um tipo de turismo em que há o “[...] desejo pelo diálogo de sentidos entre visitantes e visitados” (ZAOUAL, 2009, p. 59). A oferta de comida concentra e resume um modo de vida (geralmente romantizado), explica sobre os hábitos e fala sobre o passado. É produzida na reciprocidade da divisão do trabalho familiar, no afeto entre os membros da família e em seu lugar de pertencimento.

Visitantes frequentes e de longa data, vivem, localmente, uma relação em que a “amizade” se mistura o lado comercial. A hospedagem domiciliar junta a relação doméstica e a comercial, abrindo a intimidade da casa. Os tratamentos são mais próximos, os acontecimentos da vida pessoal são mutuamente acompanhados. Espaços da família são franqueados a esses visitantes e, alguns produtos e serviços são ofertados sem cobrança, estabelecendo a necessidade de retribuição. Tal retribuição muitas vezes se dá através de presentes e “ajuda”.

Os moradores geralmente têm pouca experiência com práticas de hospitalidade comercial, principalmente pelas poucas ou nulas oportunidades de conhecer o turismo no papel de turista. Mostram-se pouco afeitos às lógicas dessa “encenação da hospitalidade” no sentido de Gotman (2009). Recebem o visitante de modo intuitivo, aprendendo com ele os modos de fazer o turismo. Adotam uma ética própria da hospitalidade doméstica, que pode ser interpretada como inospitalidade por visitantes não atentos à cultura local, especialmente por não expressar subserviência. Entretanto, são capazes de gentilezas em gestos simples. As hortaliças não

orgânicas vendidas por uma família agricultora de Três Picos, em que a lavoura é um trabalho basicamente feminino, trazem agregados os sorrisos das agricultoras, o modo de apresentar o queijo produzido, a surpresa ao constatar o interesse pela “chimirra”, a demonstração da roça aos visitantes sem falsa modéstia, as vacas leiteiras e seus bezerros, os outros bichos da “criação” familiar.

Para Darbon (1997), enquanto a solidariedade se relaciona à identidade na conformação de um grupo social, articulando pertencimento por parte de seus membros, e de exclusão pelos não membros, a hospitalidade evocaria uma abertura à alteridade, ainda que esses limites sejam constantemente redefinidos e renegociados. Godbout (1997), entretanto, entende que os laços de parentesco (e, por extensão, os comunitários) podem ser um lugar propício a muitas formas de ajuda, sendo o acolhimento a um membro da família a primeira forma de hospitalidade, borrando as fronteiras entre elas. A solidariedade não estaria em contraposição à hospitalidade, mas estreitamente ligada a ela, como um de seus atributos.

O autor destaca ainda que, mesmo no quadro familiar, existe uma demarcação entre o que recebe e o que é recebido. Uma comunidade, por mais coesa, não é homogênea. Há sempre um processo de hierarquização e de negociação no jogo das relações sociais. Assim sendo, a hospitalidade se fundaria na alteridade e na diferença que existe mesmo nos grupos familiares ou comunitários.

Já o turista é sempre um estrangeiro, no sentido antropológico, mesmo quando está mais próximo e é qualificado como “amigo”. É o que precisa de autorização para chegar e para permanecer. A passagem para a interioridade de um grupo supõe uma autorização ou um convite regulado por um rito que seria a hospitalidade (RAFFESTIN, 1997). Nessa lógica, ela constituiria um mecanismo característico das margens, a partir do qual seria possível cruzar fronteiras sem violência, o espaço da convivialidade (RAFFESTIN, 1997). Assim, a troca turística realizada por agricultores entrelaça lógicas mercantis contemporâneas com algumas formas de reciprocidade camponesa (SABOURIN, 2011).

Em campo, para os pesquisadores, também vistos como turistas havia sempre algo oferecido além do produto vendido ou do serviço prestado. Eram cafezinhos e biscoitos na mesa

da família, laranjas, doces, mudas de plantas, carás moela<sup>15</sup>, limões, entre outros presentes. Mas também informações preciosas, desabafos, revelações.

### **3.3 Turismo e o imaginário da ruralidade**

O entendimento do que hoje se denomina como turismo rural, apesar da grande variedade de noções que o abrangem, dá conta de processos do mundo contemporâneo em que se engendram novas configurações do rural, não mais tido como oposição ao urbano, em uma dicotomia simplista, mas como palco de misturas complexas que podem ser vistas como translocalidades, e, também, como novas ruralidades (DURÁN, 1998; WANDERLEY, 2000; CARNEIRO, 2012; CRISTOVÃO & PEREIRO, 2012).

Nesse sentido, os tradicionalmente denominados espaços rurais passam por processos de reconstrução e ressignificação, revalorizados a partir da década de 1960, questionando o crescimento contínuo da urbanização e seus efeitos sobre as populações urbanas e rurais. Desse processo faz parte a valorização da natureza e dos patrimônios culturais, desembocando em diversificados movimentos ambientalistas e processos de patrimonialização.

O rural, então, configura-se como parte de um território amplo, imerso nos processos da globalização (SANTOS, 2002), em que a mobilidade das populações contemporâneas desempenha um papel decisivo.

O turismo rural, por esse viés, pode ser visto como uma forma de apropriação do espaço rural pelo mercado turístico, em que transitam ideias de autenticidade, tradição e natureza, valores considerados escassos na contemporaneidade. Ao mesmo tempo, este tipo de turismo aponta para o desenvolvimento local, articulando produção agrária, paisagem, ruralidade, conservação da natureza, valorização das tradições e identidades locais, patrimônio natural e cultural, sociabilidades cooperativas, relações comunitárias, associativas e hospitaleiras.

Criado, Baena e Fernández (2003) chamam a atenção para o novo valor que a cultura tem adquirido para o turismo rural, porquanto há uma profunda imbricação deste com as novas

---

<sup>15</sup> Tubérculo comestível nativo do Brasil, utilizado frequentemente por populações rurais no passado, hoje é pouco conhecido por não ter valor comercial.



diretrizes das políticas culturais globais. Mas também porque estas configuram reforços das identidades culturais e a promoção do discurso de recuperação e revitalização das culturas locais, bem como a ênfase no patrimônio. Tais discursos convivem com a mediatização do local, com padrões estandardizados pela globalização, e ainda com os interesses locais.

Desse modo, o âmbito do patrimônio se consolida como um espaço de expressão da interação entre o global e o local (APPADURAI, 2005). As lógicas globais se pautam nas decisões do Estado-nação, mas também nas do capital, para definir ações condizentes com as estruturas supranacionais. E as locais consolidam respostas e adaptações locais às tendências globais, enquanto mobilizam as sociedades locais, fomentando o aparecimento de novas dinâmicas sociais ligadas à execução de projetos concretos (CRIADO, BAENA & FERNANDEZ, 2003).

A fabricação de estereótipos e mitos tem tido um importante papel no desenvolvimento do turismo. Para Criado, Baena e Fernández (2003), o discurso da ruralidade articulado pelo turismo rural guardaria continuidade com as práticas de fabricação de estereótipos de outros tipos de turismo, com a diferença de agora voltarem seus interesses para zonas que antes haviam permanecido fora do mercado turístico. Por esse ângulo, o que fez com que elas entrassem nesse circuito foram, entre outras razões, algumas novas estratégias de marketing voltadas para a valorização de experiências emocionais.

A cultura rural transforma-se em uma marca, mercadoria que circula nos espaços globais, investida de valores como tradição, autenticidade e naturalidade. O passado é recriado nostalgicamente. Ganha relevância a utilização de tecnologias e saberes tradicionais, vinculados aos ecossistemas e temporalidades da natureza e das culturas rurais.

Uma dimensão ética, política e ideológica tem relacionado não só os hábitos de consumo alimentar, mas também os locais e as formas de aquisição e preparo dos alimentos, à preservação ambiental e à solidariedade com os produtores, em especial os pequenos produtores locais (PORTILHO, 2009, p. 65).

A roça traduziria o lugar “ideal” na experiência do cidadão com os produtos “naturais”, “orgânicos”, “puros”, “saudáveis”. Nela há o encontro de representações sobre a paisagem, o homem do campo, as sociabilidades tradicionais, a solidariedade e a hospitalidade. Esses valores que remetem à simplicidade, à origem – tanto no sentido de conhecimento de onde vem os

alimentos, como de alimentos elaborados de modo tradicional –, são veiculados na construção do destino do turismo rural e estão presentes no senso comum também dos agricultores e de agentes diversos que buscam estimular ou implantar projetos nas localidades.

No caso em estudo, observa-se a incorporação desse discurso quando membros da comunidade relatam elementos culturais que já foram selecionados para apresentação aos visitantes, sejam eles pesquisadores ou turistas, mesmo que de forma não conscientizada. Os relatos sobre a broa e a chimirra, os doces de frutas da época, o queijo, as vivências de ordenha das vacas e colheita de hortaliças, os caldos servidos na pousada, as festas tradicionais, entre outros elementos que compõem a cena turística local demonstram essa lógica operacionalizada concretamente.

A existência de uma área protegida na localidade reforça a importância de ideias de conservação da natureza e o sentido de diferenciação do local como lugar de natureza.

Dessa forma, deduz-se que a organização de elementos culturais – e principalmente gastronômicos – no turismo está relacionada, para além daquelas de valorização que o grupo social dá às suas próprias práticas, à resignificação destas por diversos atores sociais, como os turistas, entre outros agentes públicos e privados (GIMENES-MINASSE, 2015).

### **3.4 A comensalidade turística em três picos: transformações recentes**

A comida tem-se transformado em um elemento importante na construção do produto turístico. A pequena produção agrícola, a criação de peixes, galinhas, a produção de ovos caipiras, a elaboração de queijos frescos, geleias, a broa de milho e cará tem atraído a atenção dos visitantes de Três Picos. O restaurante especializado em “comida da roça” e o de trutas tem se constituído em atrativos turísticos na localidade, invertendo a lógica comum no turismo, na qual a paisagem ou a história são atrativos predominantes e os restaurantes funcionam como serviços de apoio. Neste caso, muitas vezes, as pessoas viajam para conhecer os restaurantes e descobrem, por intermédio deles, as outras qualidades do destino.

O restaurante especializado em trutas, de organização familiar, como a agricultura e outros empreendimentos na localidade, pertence a uma família nativa. A criação de trutas iniciou em 2004 e teve um grande impulso de divulgação após as chuvas de 2011, quando a família viu

as águas arrastarem sua criação. Com a ajuda de amigos, antigos clientes, refizeram o criadouro e montaram o restaurante, com suas receitas e sugestões. O sucesso não demorou. Após a divulgação em uma coluna de jornal especializada em gastronomia, novos clientes chegaram inicialmente do próprio município de Nova Friburgo, depois de outras regiões do estado e, finalmente, de outros estados e países. A proprietária do restaurante relatou que a “crise econômica atual ainda não chegou” por lá. O fluxo de clientes não diminuiu, nem as filas aos domingos. Os pratos oferecidos, de uma sofisticação minimalista, fazem contraponto com a rusticidade do lugarejo e os preços das refeições demonstram com clareza a quem se dirigem.

Podemos identificar, neste caso, certo processo de “gourmetização” em curso. Palmieri Junior (2017) argumenta que a “gourmetização” constitui uma prática contemporânea que visa rebuscar e produzir distinção, no sentido de Bourdieu (2008), ou diferenciação social em um produto. Não que este seja um processo necessariamente consciente, mas é assim que funciona a relação com o mercado. Quanto mais diferenciação e exclusividade, mais se torna atraente para uma classe que não enfrenta a crise econômica com grandes restrições em seus hábitos de consumo. O autor aponta a existência de signos e significantes associados às mercadorias, criando uma hierarquia na produção e no consumo. O restaurante é local, mas não acessível aos locais. Encontra sofisticação na rusticidade. É associado emblematicamente a serra e à qualidade ambiental, por ser especializado em trutas. A truta, segundo os proprietários, só sobrevive em águas muito limpas e acima de 900 m de altitude. A existência do Parque Estadual de Três Picos, nesse caso, é decisiva para a qualidade da água, pois as nascentes dos rios que alimentam os tanques em que são criados os peixes estão protegidas pela unidade de conservação.

Pertencentes a famílias nativas, os donos do criadouro de trutas e do restaurante hoje se conectam a clientes citadinos de classe média alta, com referências gastronômicas “gourmetizadas” em um entorno marcado pela simplicidade.

Gimenes-Minasse (2015) fala da influência dos visitantes nos pratos, que passam a ser emblemáticos em uma região e que não têm necessariamente uma referência de origem na localidade. Transformar-se-iam em “pratos-símbolos”, que “[...] geralmente emergem do contexto das cozinhas regionais por suas características de preparo e degustação, bem como por conta do significado para o grupo que os degustam” (GIMENES-MINASSE, 2015, p. 182).

A autora argumenta que a incorporação da gastronomia pelo turismo como elemento importante na construção dos atrativos e destinos se dá não apenas em consequência da circulação de valores sociais associados à comida, mas também pela resignificação das práticas por outros sujeitos, sejam eles turistas ou gestores de destinos e empresas turísticas (GIMENES-MINASSE, 2015).

Ao final do século XX, com a mundialização do capital, da indústria e das trocas comerciais no contexto do liberalismo e da concorrência dos mercados, o turismo começou a ser visto como um setor com possibilidades importantes para o desenvolvimento econômico dos territórios. A gastronomia, por sua vez, apresenta-se como um importante elemento da oferta turística por sintetizar a cultura, a história e o modo de vida das localidades, articulando a dinâmica produção-consumo e aumentando as possibilidades de exploração econômica da vida local (CSERGO, 2016).

Além das atividades turísticas em si e de suas contribuições específicas para o desenvolvimento local, a gastronomia provoca uma demanda para os produtos locais, principalmente os típicos como “típicos”, carregados do espírito do lugar (CSERGO, 2016). No turismo, os “pratos típicos” designam comidas relacionadas emblematicamente com uma localidade, sendo ou não parte de suas tradições mais antigas. Mas devem necessariamente fazer parte da cultura desse grupo e estar inscritos em um panorama cultural que vai além da comida (GIMENES-MINASSE, 2015).

A gastronomia compreende as produções agrícolas, as formas de cozinhar, os modos de consumir, os sistemas de valores e as maneiras de viver arrolados nos territórios e identidades (CSERGO, 2016). Desse modo, ela representa uma ampliação da diversidade das comunidades, uma expressão cultural baseada no consumo de bens, serviços e espaços culturais.

Foi a partir da criação da década de desenvolvimento cultural pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), entre 1988 e 1997, que começou a crescer a importância turística dos recursos alimentares, principalmente de sua possibilidade de ajuda às regiões rurais (CSERGO, 2016). Entretanto, no ano 2000 a Organização Mundial do Turismo (OMT) realizou uma grande conferência internacional abordando o tema dos alimentos locais e sua importância para o turismo e, com isso, estimulou a organização das

produções alimentares locais como recurso turístico. Muitos países participaram dessa conferência e o tema ganhou notoriedade.

Bessiére, Mognard e Tibère (2016) ponderam sobre o poder da ingestão dos alimentos locais na experiência turística, apresentando basicamente três formas de interação, mais ou menos conscientizadas pelo turista. Ao mesmo tempo, essas formas são identificadas como perfis desses visitantes.

A primeira seria da alimentação como uma descoberta de si mesmo, em que a viagem constituiria quase uma experiência de iniciação, da qual se volta transformado, tal como descrito por Rachid Amirou (2007). A segunda forma diz respeito à alimentação como descoberta do “outro”. Neste caso, a comida e as explicações sobre ela fazem parte das etapas importantes na experiência turística, levando ao conhecimento da cultura do grupo visitado. A troca, o diálogo e a criação de laços sociais com os produtores surgem como uma prioridade na busca da comida turística e a experiência alimentar é uma troca intercultural na qual sistemas diferentes de representação se defrontam. A terceira forma é a da alimentação como descoberta do lugar. As demandas contemporâneas exigem a conexão da comida a um espaço, para dar-lhe uma origem, uma história, para associá-la ao produtor. O produto “natural” torna-se uma garantia de qualidade para o consumidor.

#### **4 Considerações finais**

A comida, como um elemento central das culturas, intervém intensamente na experiência turística, em geral, e no turismo rural, em particular. Os momentos de lazer e de férias representam também, na atualidade, oportunidades de autoconhecimento, do conhecimento do outro e dos lugares. A comida pode conduzir o turista a descobrir, muitas vezes através de suas dificuldades com a assimilação do não conhecido, os limites de sua própria cultura alimentar. As diferentes categorias de gêneros comestíveis e de modos de preparo, as formas diversas de refeições e horários, as maneiras de se portar diante do alimento, os utensílios usados, as variadas concepções de higiene, a origem da comida, a forma de plantar e de colher, as plantas e animais considerados comestíveis ou não, são o tempo todo um desafio ao etnocentrismo presente em todas as culturas, em diferentes graus e formas de manifestação.

No turismo, mesmo que de forma assimétrica devido às diferenças culturais e desigualdades sociais, todos se transformam. Em alguns momentos essa transformação implica perdas, em outros, acrescentamentos, multiplicação de estratégias para lidar com a contemporaneidade.

A hospitalidade oferecida pelos agricultores de Três Picos, embora identificada por eles próprios e pelos visitantes como um traço da cultura local, é articulada pelas interferências simbólicas e econômicas resultantes do turismo. Isso não significa que o café com bolo e os momentos de conversa partilhados com moradores tenham sido menos “autênticos”. Significa dizer que a hospitalidade pode ser entendida como um elemento identitário estrategicamente acionado em razão de interesses específicos, sendo reelaborada a cada vez que se defronta com a alteridade. Os pesquisadores, também turistas, percebem mudanças na dinâmica da hospitalidade em Três Picos, aportando suas demandas e imaginários.

A hospitalidade, portanto, é produto da hibridização dos significados de “bem receber” para moradores e visitantes, engendrada nas projeções e encontros dessas trocas. Os oferecimentos e ajudas passam por uma atenção à fala daquele que está presente. Então, é nesse mútuo aprendizado que vão também se constituindo as formas de receber. Como toda relação, a hospitalidade é um caminho de mão dupla.

## Referências

APPADURAI, A. **Après le colonialisme**: les conséquences culturelles de la globalisation. Éditions Payot et Rivages, Paris, 2005.

AMIROU, R. Imaginário Turístico e Sociabilidades de Viagem. Vila Nova de Gaia, Estratégias Criativas - APTUR, 2007.

BEAUD, S & WEBER, F. **Guia para a pesquisa de campo**: produzir e analisar dados etnográficos. Editora Vozes, Petrópolis, 2007.

BESSIÈRE, J., MOGNARD, E. & TIBÈRE, L. **Tourisme et expérience alimentaire**: le cas du Sud-Ouest français. **Téoros**: Revue de recherche en tourisme, n.35, v.2, 2016

BOURDIEU, P. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo, Edusp; Porto Alegre, Ed. Zook, 2008.

CAMARGO, L.O.L. A pesquisa em hospitalidade. **Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Santos, 2007.

CARNEIRO, M. J. Do “rural” como categoria de pensamento e como categoria analítica. In: CARNEIRO, M. J. **Ruralidades contemporâneas: modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira**. Rio de Janeiro, Editora Mauad, pp.23-50, 2012.

CSERGO, J. Tourisme et gastronomie: quelques réflexions sur les conditions d’émergence d’un phénomène culturel. **Téoros: Revue de recherche en tourisme**, n.35, v.2, 2016.

CRISTOVÃO, A., PEREIRO, X. Introdução: Turismo rural em tempos de novas ruralidades. **Atas do VIII Citurdes**, p.1-8, 2012.

CERTEAU, M., GIARD, L., MAYOL, P. **A invenção do cotidiano 2: morar, cozinhar**. Petrópolis, Vozes, 1996.

CRIADO, E., BAENA, D. & FERNANDEZ, M. Cultura, políticas de desarrollo y turismo rural en el ámbito de la globalización. **Horizontes Antropológicos**, UFRGS, Porto Alegre, 2003.

DAMATTA, R. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro, Ed. Rocco, 1986.

DARBON, S. La ‘grand famille’ du rugby: entre l’hospitalité et solidarité. In: Gotman, A. **Communications: L’hospitalité**. Seuil. Paris, 1997.

DÚRAN, E. Viejas y nuevas imágenes sociales de ruralidade. In: **Estudos Sociedade e Agricultura**, CPDA, 1998.

GIMENES-MINASSE, M. H.. Para turista ver (e provar) dos usos do patrimônio gastronômico no contexto do turismo. **Revista Tessituras**, Pelotas, v.3, n.2, p. 105-194, jul/dez, 2015.

GODBOUT, J. Recevoir c’est donner. In: GOTMAN, A. **Communications: L’hospitalité**. Seuil. Paris, 1997.

GONÇALVES, José Reginaldo dos Santos. “Em busca da autenticidade: ideologias culturais e concepções de nação no Brasil”. In: Villas Bôas, G.; Gonçalves, M. A. **O Brasil na virada do século: o debate dos cientistas sociais**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1995.

GOTMAN, A. O comércio da hospitalidade é possível? **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. VI, n. 2, p 03 – 27, jun/dez, 2009.

MACIEL, Maria Eunice. Uma cozinha à brasileira. In: *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, nº 33, 2004.

MAGNANI, J.G.C. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. V. 17. N. 49, 2002.

MAIO, I. **Antropologia e Turismo** – reflexões teóricas sobre o estudo de processos socioculturais nas localidades receptoras. IV SeminTUR. Universidade de Caxias do Sul.



2006.MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo. Editora Cosac Naify, 2003.

MENASCHE, R. Risco à mesa: alimentos transgênicos, no meu prato não? **Anais do II Encontro da ANPPAS**, Indaiatuba, 2004.

MINTZ, Sidney. Comida e Antropologia: uma breve revisão. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Brasília, nº 47, 2001

PALMIERI JUNIOR, W. **A gourmetização em uma sociedade desigual: um estudo sobre a diferenciação de alimentos industrializados no Brasil**. Tese de doutorado do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Econômico. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2017.

PEREIRO, X. & FERNANDES, F. **Antropologia e Turismo: teorias, métodos e práxis**. CETRAD/UTAD, 2018.

PORTILHO, F. Sociabilidade, confiança e consumo na feira de produtos orgânicos. In: BARBOSA, L; PORTILHO, F; VELOSO, L. (Orgs.). **Consumo: cosmologias e sociabilidades**. Rio de Janeiro, Editora Mauad X, 2009.

RAFFESTIN, C. Reinventer l'hospitalité. In: GOTMAN, A. **Communications: L'hospitalité**. Seuil. Paris, 1997.

SABOURIN, E. Políticas Públicas de Desenvolvimento Sustentável e reciprocidade. **Revista Raízes**, v. 32, n. 2, ju/dez, Campina Grande, 2011.

SANTOS, B. S. Os processos da globalização. In: Santos, B.S. (org.). **A globalização e as Ciências Sociais**. Editora Cortez, São Paulo, 2002.

SASSATELLI, R. Contestação e consumo alternativo: a moralidade política da comida. **Revista Tessituras**. Pelotas, v. 3, n. 2, p. 10-34, jul/dez, 2015.

WANDERLEY, M. N. B. A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas: o "rural" como espaço singular e ator coletivo. **Estudos Sociedade e Agricultura**, n. 15, Rio de Janeiro, CPDA, 2000.

WEDIG, J. C. **Agricultoras e agricultores à mesa: um estudo sobre campesinato e gênero a partir da antropologia da alimentação**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

WOORTMANN, E. A comida como linguagem. **Revista Habitus**. Goiânia, v. 11. n. 1, p. 05-17, jan/jun, 2013.

WOORTMANN, K. O sentido simbólico das práticas alimentares. In: ARAÚJO, W. & TENSER, C. (org.). **Gastronomia cortes e recortes**. Brasília, Editora Senac, 2006.

ZAOUAL, H. Do turismo de massa ao turismo situado. In: Bartholo, R.; Sansolo, D. & Burtzyn, I. **Turismo de base comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Letra e Imagem, 2009.

**Artigo recebido em: 15/11/2019**

**Avaliado em: 20/11/2019**

**Aprovado em: 24/12/2019**