

ESTILIZAÇÃO DO TURISMO: ENSAIO COM FOCO NA SERRA CATARINENSE

Hoyêdo Nunes Lins

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, e-mail: hnlins@cse.ufsc.br

Resumo

O desenvolvimento do turismo apresenta-se como um dos traços mais marcantes do século XX, como evidenciam a extraordinária expansão da quantidade de viagens realizadas anualmente e o vigor com que se expandiram os fluxos de turistas em escala mundial. A progressiva implementação de um grande (de dimensões planetárias) e multifacetado aparato de hospedagem e alimentação, de um lado, e de lazer e entretenimento, de outro lado, é um aspecto saliente desse processo. Nas últimas décadas, as experiências turísticas revelam forte e crescente diversificação em todas as latitudes, refletindo tanto os interesses dos turistas quanto os movimentos no lado da oferta, do que resultam investimentos com grande influência na modelagem das estruturas receptoras de fluxos de visitantes. Esse é o contexto em que a designação turismo pós-moderno passou a figurar, e de modo recorrente, na literatura sobre o setor em questão. Claramente inspirada nos debates sobre a pós-modernidade, proeminentes na teorização contemporânea sobre a vida social, essa expressão tem sido observada em trabalhos sobre experiências turísticas específicas e em reflexões gerais sobre o significado do desenvolvimento do turismo no período contemporâneo. Esse assim chamado turismo pós-moderno constitui o assunto deste artigo. O texto explora o conteúdo dessa expressão, perscrutando-lhe o sentido, e procura escorar nos termos do correspondente debate um estudo exploratório sobre o setor de turismo na região serrana de Santa Catarina. Nesta área desponta a experiência dos hotéis-fazenda, de maior visibilidade na porção mais ocidental – na área de Lages e arredores –, e adquirem vulto os avanços rumo à conformação de uma destinação turística estruturada em torno das estruturas paisagísticas e das características climáticas da parte oriental e mais montanhosa, com realce para São Joaquim, Urubici e Urupema. Após discorrer sobre modernidade e pós-modernidade, o artigo aborda o turismo pós-moderno, salientando tanto as experiências assim qualificadas quanto a forma de análise destas. A serra catarinense centraliza as atenções na terceira parte, logo antes das considerações finais, na qual se encontra a maior parte do texto.

Introdução

O desenvolvimento do turismo é um dos traços marcantes do século XX. Não permitem dúvidas sobre isso a extraordinária expansão da quantidade de viagens realizadas anualmente e o comportamento dos fluxos de turistas, assim como a progressiva implementação de um grande e variado aparato de hospedagem-alimentação e lazer-entretenimento.

Nas últimas décadas, as experiências turísticas revelam diversificação crescente, espelhando tanto os interesses dos turistas quanto os movimentos no lado da oferta, com influência no perfil das estruturas receptoras. Nesse contexto, a designação turismo pós-moderno passou a figurar reiteradamente na literatura sobre esse setor. Inspirada nos

debates sobre a pós-modernidade, proeminentes na teorização contemporânea sobre a vida social, essa expressão aparece em trabalhos sobre experiências turísticas específicas e em reflexões gerais sobre o significado do desenvolvimento contemporâneo do turismo.

O assunto deste artigo é o chamado turismo pós-moderno. Pretende-se explorar o conteúdo dessa expressão, perscrutando-lhe o sentido, e escorar nos termos do correspondente debate um breve e exploratório estudo sobre o turismo na serra catarinense. Começa-se falando sobre modernidade e pós-modernidade. Depois se aborda o turismo pós-moderno, com respeito tanto às experiências assim qualificadas quanto à análise destas. A serra catarinense centraliza as atenções na última parte, antes das considerações finais.

1 Modernidade e pós-modernidade

Pós-modernidade refere a algo que sucede à modernidade, uma indicação que, embora trivial, enseja pergunta sobre o que ambas significam. O quadro de referências, todavia, é nebuloso, pois são múltiplos os vocábulos em cena: modernidade costuma aparecer ao lado de moderno e modernismo, do mesmo modo que pós-modernidade, com seus equivalentes. Do que se trata?

1.1 Moderno, modernismo, modernidade

Moderno indica precipuamente atualidade, mas seu uso também sugere novidade, transformação. Os agentes que se crêem vetores de mudanças, geralmente pelo inconformismo com o *status quo*, tendem a se considerar modernos (HABERMAS, 1983). Porém a vanguarda, ponta-de-lança da transformação, é formada pelos agentes que efetivamente criam instabilidade e sacodem a mesmice. Ao moderno vincula-se o modernismo, que representa o fato cultural ligado ao primeiro. Constitui sistema de signos e modos de representação, percebidos como uma espécie de linguagem-código, conformando um estilo.

Já modernidade diz respeito ao domínio em que tem lugar a reflexão sobre o moderno e o modernismo. Sugere o estado de coisas atingido durante a modernização, figurando o moderno como resultado e o modernismo como narrativa. Simultaneamente, pode indicar o âmbito da tomada de consciência sobre a realidade. Dado o estímulo do contexto (moderno) à observação de experiências e iniciativas de adaptação, modernidade evoca processos de descoberta, envolvendo interrogações e dúvidas sobre os reflexos e conseqüências das mudanças. Desse modo, enquanto o modernismo remete às artes, a modernidade, magnetizando a atenção de agentes como historiadores e sociólogos, remete à teoria social.

O que indica o pós nesse debate? Huyssen (1991) fornece uma pista: “o que aparece em um certo nível como a última tendência (...) é parte de uma transformação cultural que emerge lentamente nas sociedades ocidentais, uma mudança da sensibilidade para a qual o termo ‘pós-moderno’ é realmente (...) adequado” (p. 20). Transformação cultural do que? Mudança de sensibilidade em relação a que?

O pós do debate atual representa prefixo para modernidade, moderno e modernismo com especificidade histórica. Tal modernidade e tal moderno referem-se “a

estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que ulteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência” (GIDDENS, 1991, p. 11). Nesse processo, entre cujos pilares figuraram o avanço e a consolidação da empresa capitalista e das estruturas estatais burocráticas, a vida cotidiana foi capturada pela racionalização e registrou desenvolvimentos em várias frentes, como em ciência, arte, economia e política (HABERMAS, 1990).

O pensamento subjacente a essa trajetória era o iluminista, que “abraçou a idéia do progresso e buscou ativamente a ruptura com a história e a tradição (...)” (HARVEY, 1993, p. 23). A ênfase na técnica e na razão era enorme, e entre os aspectos centrais desse pensamento perfilavam-se a crença na linearidade do progresso, o apego à idéia de que existem verdades absolutas e a padronização do conhecimento e das formas de conhecer e produzir (HARVEY, op cit.). Nessa “época (...) o ser moderno se torna um valor, ou melhor, o valor fundamental, a que todos os demais são referidos” (VATTIMO, 1996, p. 97 – itálico no original), e passaram a prevalecer interpretações teóricas amplas e de aplicação generalizada, sem fronteiras de qualquer espécie – interpretações, numa palavra, totalizantes.

O modernismo, linguagem-código dessa modernidade, foi modelado no curso de um período longo e sofreu transformações no percurso. Deve-se assinalar, todavia, que a representação modernista fermentou e foi cevada no bojo dos movimentos de vanguarda que fervilhavam no continente europeu desde meados do século XIX, principalmente no começo do século XX. Atingindo expressões artísticas como pintura, literatura, poesia e música, essa vanguarda resultou na “explosão’ da estética fora dos limites institucionais que lhe eram estabelecidos pela tradição” (VATTIMO, op cit., p. 41).

Também na teorização sobre a sociedade e na filosofia o modernismo teve repercussões. No começo do século XX, “já não era possível dar à razão iluminista uma posição privilegiada na definição da essência eterna e imutável da natureza humana” (HARVEY, op cit., p. 27). Isso significava contestação ao pressuposto (iluminista) de que existe uma única maneira de representar o mundo e mesmo uma crítica ao que esses esquemas teóricos universais implicavam em termos de exercício de poder e dominação. Assim, ganhou vulto a importância da relativização nas abordagens, particularmente no âmbito das ciências sociais.

1.2 Pós-moderno, pós-modernismo, pós-modernidade

No rescaldo da Segunda Guerra Mundial, nos anos de 1940 e 1950, o modernismo enveredou por caminho que representou supressão ou a extrema debilitação do espírito vanguardista detectado no começo do século XX. O motivo básico é que, mais do que tão-somente acolhido, o modernismo terminou celebrado pelos centros de poder da sociedade. Esse estado de coisas esteve no âmago da observada contestação pós-modernista. Se o modernismo da aurora do século XX significou uma reação cultural aos reflexos do hegemônico paradigma civilizatório iluminista, o pós-modernismo pode ser visto como resposta à “canonização e institucionalização acadêmica do movimento moderno” (JAMESON, 1997, p. 30). O alvo da sublevação foi o que Huysen (op cit.) avaliou como “versão do modernismo que havia sido domesticada nos anos 50, incorporada pelo consenso liberal-conservador da época e transformada em arma de propaganda no arsenal cultural e político da guerra fria anticomunista” (p. 34).

Na área cultural, o uso da expressão pós-modernismo remonta ao fim dos anos 1950, em crítica literária. Seu emprego foi intensificado na década seguinte, popularizando-se devido à incorporação por artistas, escritores e críticos de uma nova geração, e difundiu-se amplamente a partir do início dos anos 1970, quando penetrou em segmentos artísticos tão distintos como dança, teatro, pintura, cinema e música. O que representava o pós-modernismo artisticamente?

Dentre as características centrais associadas ao pós-modernismo nas artes estão: a abolição da fronteira entre arte e vida cotidiana; derrocada da distinção hierárquica entre alta-cultura e cultura de massa/popular; uma promiscuidade estilística, favorecendo o ecletismo e a mistura de códigos; paródia, pastiche, ironia, diversão e a celebração da “ausência de profundidade” da cultura; o declínio da originalidade/genialidade do produtor artístico e a suposição de que a arte pode ser somente repetição. (FEATHERSTONE, 1995, p. 25)

Contudo, o seu sentido revelou-se mutante. Sobre os anos 1960, e para os Estados Unidos, tem sentido falar em pós-modernismo vanguardista, interessado em subverter padrões estéticos. Mas já na década seguinte, sem que desaparecessem todas as manifestações que tinham marcado os anos anteriores, esse vanguardismo perdeu fôlego, sofrendo esgotamento de potencial devido à erosão do seu caráter iconoclasta. Tal qual a versão do modernismo que motivara a rebelião pós-modernista, o pós-modernismo também foi absorvido pelo sistema, algo que só fez se acentuar desde então. Esse encaminhamento nada teve de fortuito, pois, “[s]e a cultura começou a ser mais crucial para o capitalismo na década de 1960, tornou-se totalmente indistinguível dele por volta dos anos 90” (EAGLETON, 2005, 78).

Nesse ambiente, a presença da imagem e o culto desta são nada menos que avassaladores. Fredric Jameson é claro sobre isso quando assinala que “[o] espaço social está agora completamente saturado com a cultura da imagem (...)” (JAMESON, 2001, p. 115) e que a “experiência estética está em todos os lugares, saturando a vida social e cotidiana” (p. 103). Assim, devido à plena integração da produção estética ao processo de acumulação de capital (algo evidente, por exemplo, na velocidade com que novas linhas de produtos são lançadas periodicamente), tem-se hoje, em contraste com o modernismo, o estético pelo estético. Jameson (2001) é contundente: “a imagem é a mercadoria e é por isso que é inútil esperar dela uma negação da lógica da produção de mercadorias” (p. 142).

Desse modo, modernismo e pós-modernismo se distinguem quanto ao significado e à função social. Isso deriva do “posicionamento muito diferente do pós-modernismo no sistema econômico do capitalismo tardio e, mais ainda, (...) [da] transformação da própria esfera da cultura na sociedade contemporânea” (JAMESON, 1977, p. 31).

Mas o pós-modernismo tem espectro amplo, transcendendo a expressão artística e fazendo-se notar também na teorização sobre a sociedade. Nesta incidência, e no marco de uma ampla rejeição das metanarrativas – quer dizer, das estruturas teóricas de interpretação-explicação que se pretendem universais ou totalizantes –, o pós-modernismo destaca a heterogeneidade, a fragmentação, a indeterminação e a multiplicidade de estilos de vida. Giddens (op cit.) chega a dizer que a “perspectiva pós-moderna vê uma pluralidade de reivindicações heterogêneas de conhecimento, na qual a ciência não tem um lugar privilegiado” (p. 12). Na pós-modernidade vivencia-se, em suma,

experiência de transformação no plano da “sensibilidade”. Como sublinha Eagleton (op cit.):

“Pós-moderno” quer dizer (...) o movimento de pensamento contemporâneo que rejeita totalidades, valores universais, grandes narrativas históricas, sólidos fundamentos para a existência humana e a possibilidade de conhecimento objetivo. O pós-modernismo é cético a respeito de verdade, unidade e progresso, opõe-se ao que vê como elitismo na cultura, tende ao relativismo cultural e celebra o pluralismo, a descontinuidade e a heterogeneidade. (p. 27, nota 3)

A vida cotidiana não deixou de acusar a influência da pós-modernidade. Falar sobre isso significa referir à contaminação do dia-a-dia pela ditadura da imagem e da estética, um processo impulsionado pela existência de numerosos “pontos de contato entre produtores de artefatos culturais e o público em geral: arquitetura, propaganda, moda, filmes, promoção de eventos multimídia, espetáculos grandiosos, campanhas políticas e a onipresente televisão” (HARVEY, op cit., p. 62). Essa realidade é marcada pelo aprofundamento e difusão de uma cultura francamente consumista, chamando a atenção “para a produção de necessidades e desejos, para a mobilização do desejo e da fantasia, para a política da distração [visando] (...) manter (...) uma demanda capaz de conservar a lucratividade da produção capitalista” (op cit., p. 64).

Portanto, o que se observa é uma verdadeira estetização da vida, nada estranha à carnavalização de ambientes de consumo, como lojas e *shopping centers*, e de espaços para lazer, recreio e férias, ao estilo dos *resorts* e parques temáticos (FEATHERSTONE, op cit). Não que essa estetização seja prerrogativa da pós-modernidade. Mas parece inegável que esses traços atingiram o paroxismo no período atual, em que as cidades exibem a condição de “centros não somente do consumo cotidiano, mas também de uma extensa série de mercadorias e experiências simbólicas produzidas pelas indústrias culturais (das artes, do entretenimento, do turismo, do patrimônio histórico)” (op cit., p. 44-45). Essa estetização é acompanhada de estilização, principalmente no seio do que esse autor chama de novas classes médias, cujo “estilo de vida focaliza intensamente a identidade, a aparência, a representação do eu, o *design* da moda, a decoração (...)” (op cit., p. 151-152).

O assim chamado turismo pós-moderno constitui aspecto dessa pós-modernidade, de vida cotidiana a um só tempo estetizada e estilizada.

2. Turismo e pós-modernidade

A associação entre turismo e pós-modernidade possui mais de um sentido na literatura. Está presente na caracterização e descrição de experiências turísticas que se julga serem condizentes com formas de comportamento e de consumo pós-modernas, a expressão “turismo pós-moderno” sendo empregada em decorrência. Mas a vinculação também aparece em estruturas interpretativas e explicativas do fenômeno turístico e seus reflexos, cujas opções analíticas exibem a influência da teorização dita pós-moderna sobre a sociedade.

2.1 Experiência do turismo pós-moderno

Caracterizar a experiência turística da pós-modernidade requer colocá-la em perspectiva. Quer dizer, para focalizar o chamado turismo pós-moderno, é preciso considerar inicialmente o, por assim dizer, turismo moderno. Este se refere ao modelo que prevaleceu desde que esse setor passou a exibir a trajetória de notável expansão observada a partir do Segundo Pós-Guerra.

Esse turismo da modernidade apresenta-se como turismo de massa e padronizado. Sua ocorrência envolve principalmente viagens organizadas e pacotes turísticos rígidos em termos de itinerários, duração e diferentes aspectos dos serviços implicados (hospedagem, transporte, alimentação), assim como destinações que o senso comum – as agências de turismo em primeiro lugar – costuma vincular à prática de férias. É o que a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico designou como “velho turismo” em evento do início desta década sobre inovação e crescimento no setor (OECD, 2003). Esse turismo tinha (e tem) no binômio sol-mar a melhor síntese do seu perfil, e nos pacotes turísticos e vôos *charter*, alguns dos principais serviços e instrumentos subjacentes.

A expressão turismo pós-moderno, de sua parte, é reservada para a descrição de um turismo distinto da massificação e padronização, embora exista ao lado do “velho turismo”. Seu emprego salienta a ocorrência de um turismo segmentado em grande variedade de condutas e modos de consumo do lazer e do entretenimento. Os protagonistas são grupos e tipos específicos de turistas, o que reflete uma marcada fragmentação e individualização da demanda. A OECD (op cit.) fala de um “novo turismo” com base na percepção de que “[n]ovas formas de turismo estão emergindo no lugar do turismo tradicional, incluindo formas mais inovadoras, especializadas, ‘verdes’, customizadas e orientadas para experiências” (p. 1).

É em relação a esse aspecto que se observa, no período contemporâneo, a aproximação da problemática do turismo com o debate sobre a pós-modernidade. Como destacado anteriormente, o cotidiano pós-moderno exhibe uma estetização e estilização sem atenuantes, em meio à saturação da vida social pelo culto da imagem. O pano de fundo é a exacerbação de uma cultura consumista que autoriza Bauman (2001) a falar de “templos de consumo”, imãs para multidões de adeptos das vitrines e dos cartões de crédito.

Nesse contexto multiplicam-se as experiências de simulação nas “atividades de lazer, como visitar parques temáticos, *shopping centers*, museus e galerias de arte (...)” (FEATHERSTONE, 1995, p. 143). A criação de destinações turísticas exhibe particular destaque na utilização do simulacro, no marco de uma concorrência no seio do *trade* turístico internacional que se apresenta intensa e crescente. A razão não é obscura: como assinalado numa *survey* da revista *The Economist* sobre o turismo mundial, para conquistar os turistas a “solução mais inventiva é deixar completamente de lado a história e o ambiente natural e criar destinações a partir do zero. Isso permite que estas sejam construídas de forma direcionada para fazer os turistas felizes” (DREAM..., 1998, p. 5).

Talvez a melhor ilustração sejam os equipamentos ao estilo dos parques temáticos da Disney, mencionados na referida *survey* em seção intitulada “falsificações [fakes] fabulosas”. Tais ambientes, entre os quais a Disneylândia – “um modelo perfeito de todos os tipos de simulacros confundidos” (BAUDRILLARD, 1991, p. 20) – parece representar o símbolo maior, figuram entre os

lugares típicos para aqueles que foram designados como 'pós-turistas' (...), pessoas que adotam uma orientação descentrada e pós-moderna diante das experiências turísticas. Os pós-turistas não têm tempo para a autenticidade e deliciam-se com a natureza simulacional e construída do turismo contemporâneo, que sabem ser apenas um jogo. (FEATHERSTONE, 1995, p. 144).

2.2 Abordagem pós-moderna do turismo

Por análise do turismo quer-se referir a “processo no qual o mundo fenomenológico do turismo é traduzido no mundo do seu conhecimento” (TRIBE, 2006, p. 362). Como em todo movimento do gênero, essa tradução é necessariamente balizada por referências teóricas que a inspiram e demarcam. Dois artigos de Uriely (1997; 2005) que sistematizam várias contribuições ao estudo do turismo permitem enxergar o contraste entre abordagens modernas e pós-modernas.

Os estudos realizados na década de 1970 geralmente convergiam no entendimento de que a experiência turística era um fenômeno da modernidade e na tendência a tratá-la como um tipo geral e homogêneo. Mas essa postura não representava ausência de controvérsia. Numa ótica, o turismo era experiência limitada ao encontro com atrações inventadas para o consumo de lazer e entretenimento, representando “uma busca (...) trivial por ‘pseudo-eventos’ e atração superficial” (URIELY, 2005, p. 208). No lado contrário, concebia-se “a experiência turística como um significativo ritual moderno que envolve uma busca pelo autêntico” (URIELY, 1997, p. 982).

O antagonismo entre os defensores dessas posições era perpassado por tentativas de deslegitimar mútua, refletindo a convicção de que a verdade estava só na respectiva trincheira. Ambos os grupos viam as sociedades como totalidades e consideravam as verdades como absolutas, razão pela qual falhavam na captura da variedade que caracteriza a prática do turismo: os retratos produzidos eram abrangentes, aparecendo cada turista como exemplar de um mesmo e único tipo geral.

Nas últimas décadas, a reboque da diversificação dos modos de protagonizar o turismo, as análises começaram a exibir traços da teorização pós-moderna sobre a vida social. Multiplicidade, indeterminação, heterogeneidade e fragmentação são características do turismo salientadas nessas abordagens, com diferenças de ênfase conforme os autores e as questões específicas. Isso representa um claro distanciamento em relação às narrativas totalizantes e que excluem proposições contrárias ou mesmo distintas.

Dois arcabouços teóricos organizam o essencial desse discurso pós-moderno. Um é o “simulacional”, marco de análises sobre experiências envolvendo simulacros, associadas, por exemplo, a parques temáticos, “modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real” (BAUDRILLARD, op cit., p. 8). O outro refere-se a um “outro” turismo pós-moderno, em que se destacam a busca do real e o interesse por férias que proporcionam novas experiências e a vivência do autêntico, com expressão turística que reflete o desejo por destinações mais ricas em termos sócio-culturais e de (re)aproximação com a natureza.

É importante frisar que, embora contrários, esses arcabouços aparecem lado a lado nas abordagens de cunho pós-moderno, o que proporciona representações mais abrangentes da experiência turística contemporânea. Como sublinha Uriely (1997), “as

duas dimensões do turismo pós-moderno constroem conjuntos de proposições complementares sobre a natureza do turismo, em vez de contraditórias” (p. 983).

Elementos da lógica pós-moderna, que admite e salienta a multiplicidade de aspectos, dimensões e sentidos, são observados na crítica à idéia de que a experiência turística se distingue frontalmente da vida diária. Essa idéia é cara às abordagens tradicionais, que consideram ser o turismo capaz de proporcionar mudança, novidade e afastamento das regras que comandam o cotidiano. Narrativas pós-modernas desafiam essa noção argumentando que experiências antes restringidas à prática do turismo atualmente pertencem ao domínio da vida diária. O motivo prende-se, entre outras coisas, aos avanços nas comunicações, que possibilitam “contatos” com realidades e culturas distantes, e à miríade de iniciativas de simulação em espaços de lazer e comércio rotineiramente freqüentados, algo central no debate sobre a estetização do cotidiano.

Há igualmente perfil pós-moderno no realce do caráter plural das experiências turísticas, especialmente nos seus significados e motivações. Esses enfoques representam crítica à teorização tradicional, com suas generalizações sobre categorias ou tipos de turistas-turismo e a homogeneização da experiência turística em amplas modalidades de práticas. Coerentemente, comungam a visão de que é preciso levar em conta os micro-tipos de turismo, e de que não há vínculo necessário entre as expressões do turismo e o seu significado “interno”, já que um mesmo tipo de turista pode vivenciar distintas experiências num mesmo processo, numa mesma viagem.

Tema proeminente na teorização pós-moderna sobre o turismo concerne à subjetividade dos turistas na valoração e escolha dos elementos da oferta do setor. Considera-se tal subjetividade decisiva para a experiência turística, o que, analiticamente, implica situar em primeiro plano não o conjunto de objetos disponibilizados, mas o modo como os turistas percebem tais objetos. São tidos como pós-modernos os turistas que “constroem subjetivamente sua experiência pessoal pegando fragmentos de diferentes modos ou produtos fornecidos pela indústria, e os reagrupam conforme a sua escolha” (URIELY, 2005, p. 206).

A autenticidade das experiências turísticas é assunto relevante nessa perspectiva analítica. Mas não há na literatura uma só forma de pensar sobre essa noção. Baseando-se em vários estudos, Uriely (2005) aponta três tipos de autenticidade: objetiva, construtiva e existencial.

A autenticidade *objetiva* relaciona-se à originalidade do objeto visitado/usufruído. Por esse ângulo, a experiência turística é genuína quando os objetos ofertados-visitados são intrinsecamente autênticos. Não há interferência da conduta ou do julgamento dos turistas na determinação da autenticidade, pois esta é uma propriedade inerente (e restrita) aos próprios objetos. A autenticidade *construtiva* deriva de “construção” por turistas e por agentes da oferta turística. Nessa ótica, considera-se que as “experiências autênticas e a autenticidade de objetos exibidos no turismo (...) [se constituem] reciprocamente. (...) [Essa] perspectiva salienta o papel das pessoas na construção de atributos associados com os objetos (...)” (URIELY, 2005, p. 207). A autenticidade *existencial* nada tem a ver com a propriedade intrínseca dos objetos visitados/usufruídos ou com a “construção” por turistas e agentes da oferta turística. A expressão designa a autenticidade referente “a um potencial estado de ser existencial que é ativado pelas práticas de participação” (op cit., p. 207). A abordagem nesses termos salienta que “os turistas podem sentir que eles próprios são muito mais autênticos quando se engajam em

atividades não ordinárias, nas quais se expressam mais livremente do que na vida diária” (ibid).

A questão da subjetividade tem realce em estudos sobre modalidades turísticas que valorizam a história e tiram partido da nostalgia, como o chamado *heritage tourism*, talvez a manifestação mais acabada do turismo cultural (NURYANTI, 1996). Com efeito, as “percepções subjetivas e os comportamentos dos indivíduos são os elementos centrais das experiências de *heritage tourism* e necessitam, portanto, destaque” (URIELY, 2005, p. 207). Note-se que essa temática interpenetra-se com a da autenticidade existencial, pois visitar lugares com conteúdos históricos densos e representativos, capazes de provocar nostalgia nas pessoas, pode contribuir para que os turistas compreendam melhor a si próprios.

De algum modo, a destinação turística finlandesa centrada na figura do Papai Noel [*Santa Claus*] permite observar essas características. Conforme Pretes (1995) esse turismo, estimulado por estratégia intitulada Terra do Papai Noel [*Santa Claus Land*], referente à Lapônia, propicia contato – ou o (re)encontro – com experiência de forte apelo no imaginário: a experiência do Natal. O impregnado sentido de nostalgia (envolvendo lembranças da infância e de ambientes e situações familiares) representa uma forte e intangível atração, e, em que pese o reconhecido simulacro – em todos os sentidos, envolvendo a figura do Papai Noel e a idéia de Terra do Papai Noel, uma simulação escorada em outra – , as pessoas acabam magnetizadas pelas evocações que a experiência proporciona.

3. Turismo na serra catarinense

Desde meados dos anos 80, a região serrana de Santa Catarina registra trajetória turística que merece realce, entre outras coisas, pela sua especificidade frente ao modelo turístico que prevalece no estado. Este, como assinalado em diferentes estudos (cf. LINS, 2000), alicerça-se fundamentalmente na combinação sol-mar e representa movimentação turística incidente sobretudo no litoral e no verão.

3.1 Serra catarinense: que tipo de turismo?

Na serra catarinense a experiência turística diz respeito, antes de tudo, a meio rural dotado de atrativos primários na forma de importantes e bem divulgados recursos paisagísticos e climáticos – busca-se em regra o frio, normalmente na expectativa da neve –, e também vinculados aos aspectos socioculturais e à história regional.

A terminologia empregada para designar práticas turísticas com esse perfil é, pode-se dizer, prolixa. A regra é a multiplicidade de termos, como salientam, por exemplo, Tulik (1997) e Rodrigues (2001), esta última tendo, ela própria, sugerido uma classificação dessas experiências no Brasil. Neste país, o problema da diversidade de indicações provavelmente decorre do fato de se ter aqui adotado, em esfera institucional influente, “um conceito múltiplo – um turismo diferente, turismo interior, turismo doméstico, turismo integrado, turismo endógeno, turismo alternativo, agroturismo e turismo verde” (EMBRATUR, 1994, p. 7). Seja como for, está-se falando, de um modo geral, de turismo cujos traços distintivos relacionam-se ao papel desempenhado pelos atributos da natureza, particularmente da estrutura paisagística (PIRES, 2001), e pelos diferentes

aspectos da atmosfera agrária (incluindo as atividades de produção e os modos de vida, quer dizer, a história e a cultura, entre outras coisas).

Esse tipo de turismo tem adquirido vulto nas últimas décadas em escala internacional, figurando com destaque em estratégias de promoção do desenvolvimento local, como assinala Cavaco (1999). Floresceu e se expandiu, cabe sublinhar, no bojo das novas formas de turismo mencionadas quando se fez referência à atual diversificação das práticas turísticas, em sintonia com as mudanças culturais das últimas décadas, no âmbito da pós-modernidade. Ora, esse turismo campestre (ou rural, verde ou como se queira chamar) ostenta, justamente, vínculos com a experiência pós-moderna. Veja-se o que diz Urry (1996) a respeito:

Sugiro que existe, sim, um relacionamento, embora complexo, entre a pós-modernidade e a atual obsessão pelo campo. (...) [A]penas certas regiões do campo são atraentes para o visitante em potencial, especialmente aquelas que apresentam consistência com o conceito de "paisagem". (p. 135-136)

.....
Existe uma abordagem alternativa ao campo e ao olhar *per se* e em cujo contexto o próprio termo "paisagem" não é apropriado (...). (...) Em virtude de as apropriações contemporâneas do campo implicarem tratá-lo como um espetáculo, até mesmo como um "tema", pode-se encarar tal fato como uma atitude pós-moderna em relação ao campo, a ser contrastada por meio de uma abordagem que enfatize seu "uso". Em reação à primeira atitude, muitas pessoas que vivem em áreas rurais passaram a produzir determinados ambientes, por meio dos quais uma representação depurada da vida rural é construída e apresentada aos visitantes (...). (p. 137)

Campo espetáculo, campo tema, produção de ambientes no campo para oferecer representações da vida rural aos visitantes...: imagens certamente familiares para qualquer iniciado na problemática da pós-modernidade. É possível um discurso (ou uma narrativa) sobre a experiência turística da serra catarinense que coloque em relevo essas questões?

3.2 Nota socioeconômica sobre a região serrana catarinense

Por serra catarinense se indica região desdobrada em vasto território que vai do início do planalto, após as escarpas da Serra Geral, a sudeste, até as coxilhas altas da área de Lages e mais além, na direção ocidental. Os respectivos municípios congregam-se na Associação dos Municípios da Região Serrana (AMURES) e distribuem-se nas jurisdições de duas Secretarias de Desenvolvimento Regional (SDR), a de Lages e a de São Joaquim. Quase todos compõem a Microrregião Campos de Lages, na denominação do IBGE, com exceção do Município de Ponte Alta. Em contrapartida, a microrregião abrange o Município de Celso Ramos, externo à AMURES e às duas SDR. A figura 1 permite observar a localização da área referente à AMURES e a respectiva composição municipal.

A Tabela 1, relativa à Microrregião Campos de Lages, fornece uma idéia sobre a situação socioeconômica da área. Os dados populacionais mostram que a população do município mais ocupado, Lages, superava em quase 7 vezes a do segundo colocado, São Joaquim, no ano 2000. Mostram igualmente que, em numerosos municípios, a maioria

dos habitantes vivia no meio rural e a população total sofrera redução entre 1991 e 2000 (em 3 casos isso englobava a população urbana), uma evidência que reforça a percepção de que tal área desponta entre as origens dos fluxos migratórios em Santa Catarina, via de regra orientados para a metade norte do litoral.

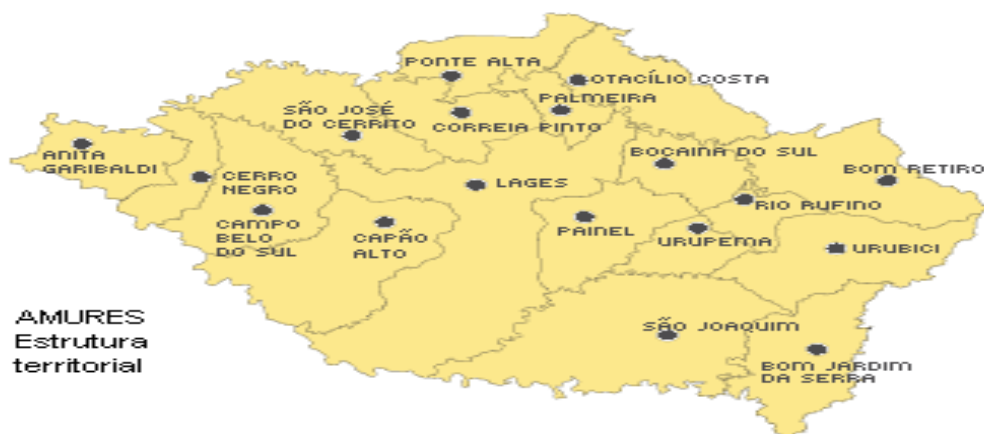
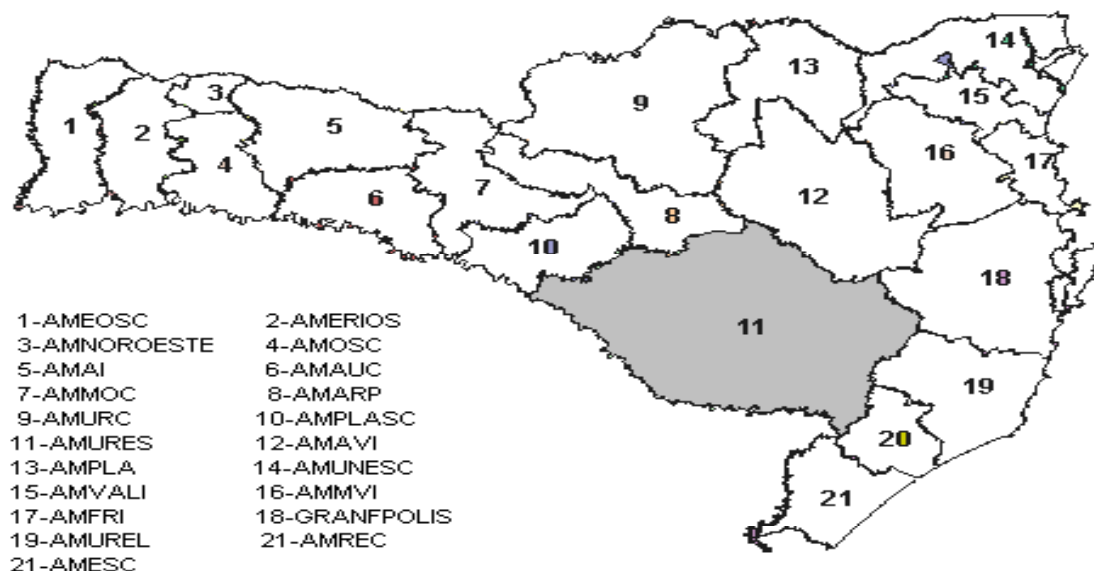


Figura 1. Serra Catarinense: localização e estrutura territorial da Associação dos Municípios da Região Serrana (AMURES).

Não há dúvida de que os problemas de reprodução social encontram-se na base dos aludidos movimentos migratórios. Por exemplo, nenhum município tinha renda per capita sequer próxima à média estadual, observando-se casos de níveis inferiores à metade desta, e até um município (Cerro Negro) com renda menor do que 1/3. É certo que o padrão de desigualdades (auferido pelo Índice de Gini) não indica uma grande heterogeneidade intermunicipal e que a intensidade da pobreza oscila pouco em torno da média catarinense. Mas esse quadro de razoável equilíbrio diz respeito a um baixo

patamar de desenvolvimento, algo corroborado pela posição dos Índices de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), bem inferiores à média catarinense na esmagadora maioria dos municípios (Tabela 1).

Tabela 1. Municípios da Microrregião Campos de Lages: dados selecionados.

Municípios	Popul. Total 2000	Popul. Urbana 2000(%)	Popul. Total 1991-2000(%)	Popul. Urbana 1991-2000 (%)	Renda per Capita 2000	Índice de Gini 2000	Intens. da Pobreza 2000	IDHM 2000
Anita Garibaldi	10.273	40,8	-0,5	+20,4	158,05	0,55	46,32	0,750
Bocaina do Sul	2.980	13,9	-14,5	+88,6	160,61	0,54	43,12	0,716
Bom Jardim da S.	4.079	52,0	-1,8	+2,7	216,65	0,64	37,78	0,758
Bom Retiro	7.967	67,0	+1,1	+31,8	213,01	0,54	34,90	0,732
Campo B. do Sul	8.051	55,1	+2,3	+21,8	154,39	0,54	45,76	0,694
Capão Alto	3.020	20,0	-7,4	+73,1	177,89	0,57	40,19	0,725
Celso Ramos	2.844	22,4	-17,7	-14,9	154,83	0,51	40,73	0,762
Cerro Negro	4.098	16,9	-27,3	+102,9	111,64	0,55	55,17	0,686
Correia Pinto	17.026	70,7	-4,1	-11,4	207,41	0,53	38,71	0,772
Lages	157.682	97,4	+10,6	+12,6	335,45	0,61	40,93	0,813
Otacílio Costa	13.993	91,5	+9,9	+28,3	263,60	0,51	37,65	0,804
Painel	2.384	34,6	+6,5	+32,5	201,87	0,54	42,58	0,753
Palmeira	2.133	36,1	+31,5	+27,0	195,03	0,56	41,57	0,755
Rio Rufino	2.414	22,9	+18,7	+79,5	184,79	0,64	47,82	0,736
São Joaquim	22.836	70,6	+2,4	+9,6	231,09	0,57	36,26	0,766
São J. do Cerrito	10.393	20,7	-7,2	+19,0	154,85	0,59	49,57	0,731
Urubici	10.252	65,0	+7,5	+27,8	219,42	0,58	38,82	0,785
Urupema	2.527	46,9	-6,1	-0,2	230,23	0,57	38,47	0,784
Santa Catarina	5.356.360	78,7	+17,9	+31,5	348,72	0,56	40,74	0,822

Fonte: Atlas ... (2003)

Obs.: IDMH significa Índice de Desenvolvimento Humano Municipal

Essa área tem como segmento destacado da sua estrutura produtiva a fruticultura de clima frio, com grande realce para a maçã (em municípios como São Joaquim e Bom Jardim da Serra, mostrando-se estratégica a participação de importantes empresas e cooperativas com amplo alcance de mercado), mas incluindo também uva, pêssego e outros cultivos. O mesmo pode-se dizer do reflorestamento de pinus, da extração de madeira e de uma agropecuária que inclui gado bovino e ovino e lavouras diversas (feijão, hortaliças). Representam particularidades o cultivo de vime, em municípios próximos a Lages, a produção de kiwi e a criação de trutas. Devem ainda ser assinaladas as atividades de um robusto setor de papel e celulose, com duradoura presença na franja

norte do território da AMURES, e uma vitivinicultura que, embora recente, vem despertando entusiasmo em São Joaquim e arredores (CORDEIRO, 2006).

A pecuária, praticada na modalidade extensiva, configura marca regional há séculos. Esse é o caso desde que um novo caminho para levar o gado do pampa riograndense para São Paulo – um fluxo principalmente destinado a sustentar a mineração em Minas Gerais – passou a ser utilizado, na primeira metade do século XVIII. Essa mudança resultou na estagnação-atrofia de Laguna, antes peça chave daquela movimentação (SANTOS, 1974), e na fundação de Lages, que ficou anos “[p]erdida no sertão, sem comunicações com o litoral (...), [tornada] centro de criação de gado, cercada de latifúndios, contando número reduzido de moradores, e tendo sido muito lento o seu progresso durante o século XVIII” (CABRAL, 1968, p. 69). Essa incidência da pecuária, registre-se, não envolve só os campos de Lages, estritamente falando, mas também o Planalto de São Joaquim, igualmente área de fazendas centenárias e estrutura latifundiária (PELUSO JR., 1948).

3.3 Florescimento do setor de turismo

Essa história não deixaria de imprimir marcas na cultura regional. Como assinala Santos (1974), “[o]s costumes e hábitos dessa população estão identificados à atividade da criação” (p. 55), com traços claramente perceptíveis na culinária e em manifestações culturais impregnadas de tropeirismo e gauchismo (presença de Centros de Tradições Gaúchas, rodeios, torneios de laço), destacando-se o folclore. Tal cenário não carece de componentes que influenciam a imaginação, como se observa na produção literária regional, segundo comentado por Junkes (2007). Talvez um dos principais, inclusive de cunho lendário, se refere ao que é denominado “tesouro do Morro da Igreja”, envolvendo referências a jesuítas em fuga dos massacres promovidos por bandeirantes e a ocultação, em algum lugar dos Campos de Cima da Serra (área de Urubici), de “vasos sagrados, imagens, dobrões de ouro, o tesouro da República Comunitária Guarani” (DALL’ALBA, 1994, p. 15). A julgar pelos relatos compilados por Dall’Alba (op cit.), não têm sido poucos os curiosos atraídos, em busca de pistas sobre a localização do imaginado tesouro.

Tais aspectos mostram-se proeminentes no leque de atrativos históricos e socioculturais de que se falou anteriormente. Já na esfera dos atrativos ligados à base físico-natural, o traço comum é a pronunciada altitude dos municípios, que em todos os casos exibem médias de mais de 840 metros. Alguns dos mais elevados, localizados na parte oriental da região, apresentam números superiores a 1.350 metros (São Joaquim), chegando a ultrapassar 1.420 metros, como em Urupema. Localiza-se neste município, aliás, o segundo pico mais alto de Santa Catarina, o Morro das Torres, com 1.750 metros, sendo o mais alto o Morro da Igreja, em Urubici, com 1.822 metros, onde se destaca a Pedra Furada. É ocioso dizer que as temperaturas alcançam os níveis mais baixos do estado, atingindo expressivos números negativos nos meses de inverno. O atrativo representado pelo clima e a temperatura é ombreado por estruturas paisagísticas que combinam escarpas, mesetas, platôs e vales, de impressionante aspecto na porção leste – merecendo realce a Serra do Rio do Rastro, a Serra do Corvo Branco e a Cascata do Avencal – , e grandes superfícies de planalto com perfil ondulado, predominantes na direção ocidental.

Esse conjunto de fatores de atração tem contribuído decisivamente para que o setor de turismo se expanda na região. Com efeito, o patrimônio histórico-cultural e

paisagístico-ambiental vem sendo objeto de iniciativas de valorização e aproveitamento. Sobre a esfera técnico-institucional, cabe salientar o encaminhamento da elaboração do Programa de Desenvolvimento Turístico Integrado e Sustentável (PDTIS) e a criação, em 2002, do *Convention & Visitors Bureau* da Serra Catarinense (PLANO, 2005). Esse tipo de investida, deve-se assinalar, resultou em reconhecimento nacional das possibilidades da área: São Joaquim figura entre os 9 destinos turísticos da Região Sul que integram o conjunto de 65 recentemente escolhidos em todo o Brasil, pelo Ministério do Turismo, para estímulo com vistas ao alcance de padrão internacional de qualidade (LAGE, 2007).

Todavia, no tocante aos serviços turísticos, a região é profundamente heterogênea. Os mais recentes dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), referentes a 2005, mostram uma enorme disparidade intermunicipal na ocorrência de quatro segmentos básicos de apoio ao turismo: meios de hospedagem, restaurantes e assemelhados, agências de viagem e aluguel de automóveis (Tabela 2). Lages aparece largamente à frente, seguida à distância por São Joaquim, e vários municípios, mesmo com participação turística, amargam situações muito precárias. Chama a atenção Urupema, onde a RAIS indica a presença de um único meio de hospedagem e a inexistência de serviços de alimentação – um resultado que, vale conjecturar, espelha a natureza dos registros da RAIS, que respeitam só ao mercado de trabalho formal.

Na perspectiva deste artigo, que envolve olhar o turismo da serra catarinense pelo ângulo das relações entre cultura da pós-modernidade e experiências turísticas contemporâneas, é fundamental destacar a atuação de empreendimentos de hospedagem em meio rural, marca registrada do turismo na área, e os movimentos recentes de criação de imagens e de estilização das práticas turísticas locais. Essas questões são tratadas na seqüência.

Tabela 2. Serviços de apoio ao turismo na Microrregião Campos de Lages em 2005.

Municípios	Estabelecimentos de hospedagem		Estabelecimentos de alimentação		Agências de viagem e organiz. de viagem		Serviços de aluguel de automóveis	
	Estabelecimentos	Empregos	Estabelecimentos	Empregos	Estabelecimentos	Empregos	Estabelecimentos	Empregos
Anita Garibaldi	0	0	3	5	1	1	0	0
Bocaina do Sul	0	0	5	6	0	0	0	0
Bom Jardim da S.	2	21	5	9	0	0	0	0
Bom Retiro	0	0	12	48	1	2	0	0
Campo B. do Sul	0	0	2	12	0	0	0	0
Celso Ramos	0	0	1	1	0	0	0	0
Cerro Negro	0	0	0	0	0	0	0	0
Correia Pinto	2	4	5	22	1	1	0	0
Lages	25	236	157	893	6	18	2	7
Otacílio Costa	0	0	10	12	1	2	0	0
Painel	0	0	0	0	0	0	0	0
Palmeira	0	0	0	0	1	1	0	0
Rio Rufino	0	0	0	0	0	0	0	0

Continuação...

Municípios	Estabelecimentos de hospedagem		Estabelecimentos de alimentação		Agências de viagem e organiz. de viagem		Serviços de aluguel de automóveis	
	Estabelecimentos	Empregos	Estabelecimentos	Empregos	Estabelecimentos	Empregos	Estabelecimentos	Empregos
São Joaquim	7	40	21	59	3	5	0	0
São J. do Cerrito	0	0	2	2	0	0	0	0
Urubici	3	7	9	21	1	1	0	0
Urupema	1	18	0	0	0	0	0	0

Fonte: RAIS 2005

Obs.: a) Os dados referem-se às seguintes atividades da classificação GRUP CNAE 95: 551-Estabelecimentos hoteleiros e outros tipos de alojamento temporário; 552-Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação; 633-Atividades de agências de viagem e organizadores de viagem; 711-Aluguel de automóveis

b) o Município de Capão Alto, que integra a microrregião, não aparece na relação da RAIS.

3.4 A experiência dos hotéis-fazenda e pousadas rurais, ou “venha viver o agreste...”

Pesquisa realizada no âmbito do Instituto Cepa/SC no início desta década (TORESAN et al., 2002), objetivando levantar os empreendimentos de turismo rural em Santa Catarina, revelou que a região serrana abrigava não mais que 6% das experiências cadastradas, a menor participação vis-à-vis ao Vale do Itajaí, ao Sul, ao Oeste e ao Norte catarinense. Entretanto, o quadro se invertia quando se consideravam os equipamentos de hospedagem isoladamente: 44% desses empreendimentos se localizavam nessa área, quase todos hotéis-fazenda e pousadas rurais distribuídos entre Lages, São Joaquim, Urubici e Bom Jardim da Serra, no essencial. Em escala de município, Lages exibia a segunda maior concentração estadual de todos os tipos de equipamentos, uma posição devida aos meios de hospedagem.

Com efeito, devido à precocidade, no país, do seu envolvimento com essa modalidade turística, Lages tem sido considerada a Capital Nacional do Turismo Rural. Como destacou a EMBRATUR (op cit.), no Brasil “o Turismo Rural é uma iniciativa pioneira, lançada com sucesso no município de Lages – SC, com o objetivo de criar uma alternativa turística com o aproveitamento da estrutura existente nas fazendas e estâncias de criação de gado (...)” (p. 7). O processo foi desencadeado em meados dos anos 80, no marco de interações entre proprietários de fazendas (na esteira, e acompanhando o respectivo efeito-demonstração, de um primeiro passo na Fazenda Pedras Brancas) e instituições.

O número de propriedades envolvidas se multiplicou desde os primeiros movimentos. Atualmente, contudo, só 8 unidades aparecem cadastradas como equipamentos de hospedagem em meio rural na página da Prefeitura Municipal de Lages na internet: Pousada Fazenda Aza (sic) Verde, Hotel Fazenda Barreiro, Hotel Fazenda Boqueirão, Hotel Fazenda Dourado, Hotel Fazenda Pedras Brancas, Pousada Fazenda Refúgio do Lago, Pousada Rural do SESC e Pousada Morro do Prudente (cf. www.lages.sc.gov.br/turismo.php). Um site de divulgação do município, o Portal Lageano (cf. www.portallageano.com.br/turismo.php?secao=turismorural), relaciona também o Hotel Fazenda Capão Bonito, o Hotel Fazenda Ciclone e o Hotel Fazenda Nossa Senhora de Lourdes, entre outros, alguns localizados em municípios recentemente desmembrados

de Lages, como indica o suplemento do jornal Diário Catarinense intitulado Serra e Meio-Oeste (2007). Assim, pode-se considerar que estão operando, no momento atual, cerca de uma dúzia desses empreendimentos na parte ocidental da região. No lado mais montanhoso (São Joaquim, Urubici, Urupema), prevalecem as pousadas e hospedarias, embora hotéis-fazenda e *resorts* também se façam notar.

Sobre o funcionamento dos hotéis-fazenda, Colombo (2002) indicou, com base em pesquisa de campo realizada em 6 empreendimentos da área de Lages, que o fluxo turístico é mais intenso nas férias de verão e de inverno, mas que também entre abril e junho a demanda é considerável. Ou seja, o problema da sazonalidade bem marcada, típica do turismo de sol-e-mar, não se apresenta com a mesma força na modalidade em foco. Observe-se ainda que os turistas provêm de outras regiões de Santa Catarina, especialmente do litoral, e igualmente de outros estados, e que parece ter crescido nos últimos anos a demanda oriunda de outros países (da Europa e da América do Norte, além dos vizinhos do Cone Sul).

Um dado importante evidenciado por aquela pesquisa é que o turismo passou a ter expressão econômica nas propriedades, mesmo que com diferentes intensidades e não em todas as fazendas. Contudo, a manutenção das atividades agropecuárias revela-se essencial, e não só por conta da sua participação na renda da propriedade. Seu papel é estratégico também no amparo do próprio turismo, suprindo boa parte das condições (alimentos em primeiro lugar) que lhe servem de suporte. Isso significa, entre outras coisas, que tais empreendimentos continuam a representar oportunidades de trabalho nas atividades agropecuárias, ao lado das atividades mais diretamente associadas ao turismo. Estas, segundo a referida pesquisa, utilizam mão-de-obra tanto familiar quanto contratada, a proporção variando entre os casos. Seja como for, “os empreendimentos pouco contribuem para a geração de emprego no município” (p. 63). Essa constatação reafirma informação obtida por este autor num dos hotéis-fazenda da área. Perguntado sobre o número de pessoas que se envolviam com o turismo no equipamento em questão, o capataz respondeu que, quando aparecem hóspedes, “o patrão faz a ronda de caminhonete e arrebanha 3 ou 4 mulheres em propriedades vizinhas para limpar, cozinhar...; de fixo, só eu, minha mulher e aquele guri que o senhor viu no cavalo...”.

Mas a manutenção das atividades tradicionais é decisiva para o turismo também pelo seu caráter de atrativo. Relaciona-se a isso um aspecto essencial do debate sobre os vínculos entre experiência turística e a cultura da pós-modernidade. Como sublinha a matéria sobre Lages do aludido suplemento de jornal intitulado Serra e Meio-Oeste (op cit.), a programação turística dos hotéis-fazenda “inclui vivenciar as lides campeiras de uma fazenda de verdade (...)” (p. 46). É legítimo considerar, haja vista o peso de tal estilização no *marketing* desse tipo de turismo, que a referida imagem exerce uma poderosa atração sobre indivíduos citadinos que se interessam por práticas e ambientes radicalmente distintos do que experimentam no seu cotidiano. Por conseguinte, pode-se julgar que a associada simbologia, com os impregnados estilo e estética, está quase sempre por trás da demanda por esses empreendimentos.

Todavia, o “viver de verdade” a realidade campestre deve ser conduzida com alguma reserva. Cabem indagações sobre a carga de representação entranhada nessa vivência, ou sobre o caráter de simulacro desta, e isto também por conta do próprio comportamento dos turistas. No mesmo hotel-fazenda visitado por este autor, na experiência antes mencionada, ouviu-se do capataz que já no começo do seu negócio turístico o dono deu-se conta de que teria de investir mais do que havia feito ou

imaginara. O motivo é que, em fidelidade às condições originais da fazenda – mas também, provavelmente, consoante desejo do proprietário de não gastar muito, apostando, assim, na improvisação –, as acomodações disponibilizadas para os visitantes revelaram-se demasiado rústicas. De fato, assustada com o intenso frio, contra o qual as janelas e portas de má qualidade e com frestas nada podiam, uma família vinda da Região Sudeste foi embora após o primeiro pernoite. Quer dizer, buscava-se alguma “evasão do cotidiano” e almejavam-se “férias de verdade”, mas não a esse ponto.

3.5 Enxergando ambientes europeus nos trópicos, ou “assim é se lhe parece...”

Conforme indicado, na porção mais oriental da região o aparato de hospedagem em meio rural exhibe principalmente pousadas e hospedarias, na forma de empreendimentos em geral familiares. Mas a estrutura de alojamento inclui moradias que, mantidas como tais, sofreram alguma adaptação para receber visitantes, como indica Bathke (2002) sobre São Joaquim, onde já no início desta década uma agência de viagem dispunha de mais ou menos 80 casas cadastradas para esse fim. Tal envolvimento de parte da população enfeixa-se em dinâmica turística recente e caracterizada por interações, com vistas ao aproveitamento do estupendo patrimônio paisagístico-natural, de entidades como organizações não governamentais, sindicatos/associações e órgãos da administração pública local, conforme detectado por Albuquerque (2004) em Urubici.

Impulso vigoroso a esse processo certamente derivará das iniciativas vinculadas ao Arranjo Produtivo Local do Turismo da Serra Catarinense, criado no início de 2007 e integrante do Programa SEBRAE de Turismo, uma proposta nacional do Sistema SEBRAE voltada ao fomento do setor turístico por meio da organização de APLs. Envolvendo cerca de 50 empreendimentos (hotéis, pousadas, restaurantes) de 7 municípios (Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Lages, Rio Rufino, São Joaquim, Urubici e Urupema), o APL da Serra Catarinense já vem resultando, ao que parece, em melhorias na gestão dos negócios. Também avanços em termos de profissionalização e nas inter-relações no seio do *trade* turístico estariam sendo percebidos (SEBRAE/SC, 2007a), sinalizando com fortalecimento de tendência que nos últimos anos registrou a chegada de novos investidores, expandindo a oferta em hospedagem e alimentação.

A consolidação da vitivinicultura de altitude, tida como muito promissora devido aos resultados já logrados, haverá de robustecer o turismo regional. Com efeito, estudos realizados desde os anos 90 evidenciaram um grande potencial para cultivo de uvas destinadas à fabricação de vinhos finos, um setor para o qual “a região [hoje] recebe investimentos de grandes, médios e pequenos empresários, que podem também fortalecer o desenvolvimento econômico e o turismo local” (BRDE, 2005, p. 57). As iniciativas protagonizadas envolveram a criação, em 2005, da Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude (ACAVITIS), com mais de 30 associados distribuídos em São Joaquim, Campos Novos e Caçador, recaindo a maior representatividade no primeiro município. Para ilustrar o que se apresenta como motivo de entusiasmo com as perspectivas do setor vinícola, cabe assinalar que em novembro de 2007 essa instituição realizou, em parceria com diferentes instituições locais e extra-locais, o II Simpósio Catarinense de Vinhos Finos de Altitude, em São Joaquim, tendo

comparecido até especialistas estrangeiros. Esse evento foi precedido, em 2006 e também em São Joaquim, do I Simpósio Catarinense de Uvas e Vinhos de Altitude.

A criação pelo SEBRAE/SC, em junho de 2007, do APL de Viticultura de Vinhos Finos de Altitude – englobando 36 produtores de São Joaquim, Campos Novos e Caçador – deverá galvanizar os vínculos entre esse setor e o turismo. Tudo aponta nessa direção, pois o SEBRAE/SC indicou que suas ações de “apoio ao turismo na Serra Catarinense vão se integrar ao projeto voltado ao desenvolvimento da viticultura de altitude na região (...)” (SEBRAE/SC, 2007b, s/p). Provavelmente, essa vinculação apresentará aspectos semelhantes ao que se observa em algumas das principais vinícolas gaúchas, instaladas na serra riograndense, que têm investido em estruturas receptivas na forma de hotéis, restaurantes e parques temáticos (KIANEK, 2007). Até agora, os esboços de ações mais claras nesse sentido na região serrana catarinense foram realizados pela Villa Francioni, empreendimento mais cintilante da produção vinícola regional desde o lançamento do respectivo projeto em 2002. Assim, não há exagero no entendimento segundo o qual é “forte [a] expectativa de que a vitivicultura venha a se tornar mais um elemento de atração de turistas para São Joaquim” (CORDEIRO, 2006, p. 63).

Na criação de um destino turístico como o sinalizado por esse entrecruzamento de iniciativas a produção de imagens, conformando uma estética e um estilo, constitui pedra angular. O uso do simulacro ou do “hiper-real”, no intuito de incutir a idéia ou formar a visão de que a serra catarinense propicia contato com realidades distintas das próprias condições locais – realidades invocadas nos símbolos empregados e, de uma forma geral, postas em relevo no *marketing* –, insinua-se como carta estrategicamente jogada. Isso é verdade no plano mediato de ações, em escala de administração estadual, pois no *site* da SANTUR – Órgão Oficial de Turismo do Estado de Santa Catarina lê-se o seguinte a respeito da região serrana:

Você não vai acreditar que está em Santa Catarina. A paisagem da região serrana aliada às baixíssimas temperaturas faz o turista se sentir em outro país. (...) Quando o inverno chega o frio é a atração. É nesta época que a paisagem da região se transforma em um verdadeiro cenário europeu. (<www.sol.sc.gov.br/santur/scrural/serrana/serrana.htm>; acesso em nov. 2007)

Esse é o caso também na órbita estritamente local. O gestor do APL de Turismo da Serra Catarinense assinalou recentemente que, após São Joaquim e Urubici, municípios já mais envolvidos na conformação de um destino turístico centrado no frio – por exemplo, São Joaquim passou a explorar o cognome de “cidade da neve” –, Urupema aparece como lugar a ser prioritariamente valorizado. Nesse processo, nas palavras do referido gestor, “[a] única rua principal desse pequeno município poderá ser facilmente transformada numa vila européia (...)” (SEBRAE/SC, 2007a, s/p). Essa é a imagem idealizada para consolidar o interesse de turistas que, como Bathke (2002) verificou por entrevistas, procuram a área “atrás da paz que o campo oferece; da paisagem que cerca a região, campos cercados de taipas (...), montanhas (...), rios com trutas; e das virtudes simples encontradas na vida campeira (...)” (p. 86). Como se vê, está-se diante, neste caso como no dos hotéis-fazenda da área de Lages, da problemática da autenticidade, carro-chefe do debate sobre o chamado turismo pós-moderno.

Considerações finais

As questões tratadas na primeira parte do artigo, nutrindo percepção sobre aspectos da cultura da pós-modernidade, permitiram focalizar, na segunda parte, a experiência do turismo pós-moderno e a análise deste. Isso proporcionou enquadramento à abordagem do turismo na serra catarinense, que exhibe traços das novas práticas turísticas repertoriadas nas últimas décadas em escala global. Esse turismo admite ênfase analítica – aqui efetuada de modo apenas exploratório – de tópicos “clássicos” da discussão sobre a pós-modernidade, em primeiro lugar o referente ao binômio simulacro-autenticidade. Acredita-se que esse turismo ostenta distintos níveis de simulação-representação, conforme as experiências específicas, e que a noção de autenticidade existencial, exposta na sub-seção 2.2, é pertinente numa “narrativa” mais aprofundada sobre a realidade turística serrana.

Seja como for, comunga-se a opinião de Toresan, Mattei e Guzzati (2002), de que esse turismo pode reverberar positivamente como alternativa no meio rural. Todavia, é preciso articular os empreendimentos, criando circuitos interligados e complementares que envolvam os diferentes atrativos regionais, integrando a serra catarinense como um todo. Só assim, em relação ao turismo, os “lugares” resultariam entretecidos em “espaço”, no sentido privilegiado por Certeau (2001), os primeiros representando elementos próprios e distintos, dispostos uns ao lado dos outros, com vínculos de mera coexistência, e o segundo apresentando-se como resultado de “usos” e movimentos ao longo do tempo, como efeito de diferentes operações e cruzamentos – ambas as noções autorizando considerar que “*o espaço é um lugar praticado*” (p. 202 – itálico no original).

Referências bibliográficas

ATLAS do Desenvolvimento Humano no Brasil. PNUD, 2003.

ALBUQUERQUE, I. C. **O papel do ecoturismo no Município de Urubici – SC.** Florianópolis, 2004. Dissertação (Mestrado em Engenharia Ambiental) – Universidade Federal de Santa Catarina.

BATHKE, M. E. M. **O turismo sustentável rural como alternativa complementar de renda à propriedade agrícola. Estudo de caso – Fazenda Água Clara – São Joaquim – SC.** Florianópolis, 2002. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulações.** Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001

BRDE. **Vitivinicultura em Santa Catarina: situação atual e perspectivas.** Florianópolis: BRDE/Agência de Florianópolis/Gerência de Planejamento, 2005.

CABRAL, O. R. **História de Santa Catarina.** Florianópolis: Secretaria de Educação e Cultura de Santa Catarina, 1968.

CAVACO, C. Turismo rural e desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. A. B. (org.). **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 2ª ed. São Paulo: Hucutec, 1999, p. 94-121.

CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano**. 1. Artes de fazer. 6ª ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

COLOMBO, D. B. **Turismo rural: os hotéis-fazenda em Lages (SC)**. Florianópolis, 2002. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Federal de Santa Catarina.

CORDEIRO, W. **A vitivinicultura em São Joaquim – SC: uma nova atividade no município**. Florianópolis, 2006. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Universidade Federal de Santa Catarina.

DALL'ALBA, J. L. **O tesouro do Morro da Igreja**. Florianópolis: FCC; Orleans: Seminário São José, 1994.

DREAM factories. **The Economist**, A Survey of Travel and Tourism, Jan. 10th 1998.

EAGLETON, T. **Depois da teoria: um olhar sobre os Estudos Culturais e o pós-modernismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

EMBRATUR. **Manual do turismo rural**. Brasília, 1994.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo Editora UNESP, 1991.

HABERMAS, J. Modernidade versus pós-modernidade. **Arte em Revista**, v. 5, n. 7, p. 86-90, 1983.

HABERMAS, J. **O discurso filosófico da modernidade**. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1990.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1993.

HUYSEN, A. Mapeando o pós-moderno. In: Hollanda, H. B. de (Org.). **Pós-modernismo e política**. Rio de Janeiro: Rocco, 1991, p. 15-80.

JAMESON, F. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1997.

JAMESON, F. **A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização**. Petrópolis: Vozes, 2001.

- JUNKES, L. Lages do leão baio e da gralha azul. **Diário Catarinense**, s/p, 20 out. 2007. Cultura.
- LAGE, J. Turismo eleger 65 destinos 'internacionais'. **Folha de S. Paulo**, p. B16, 1 set. 2007.
- LINS, H. N. Turismo y desarrollo en el Brasil meridional. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 9, n. 3-4, p. 197-228, 2000.
- NURYANTI, W. Heritage and postmodern tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 23, n. 2, p. 249-260, 1996.
- OECD Conference on Innovation and Growth in Tourism. Lugano, 18-19 Sep. 2003. (Introduction to the Proceedings).
- PRETES, M. Postmodern tourism: the Santa Claus industry. **Annals of Tourism Research**, v. 22, n. 1, p. 1-15, 1995.
- PELUSO JR., V. A. A pecuária e a pequena propriedade no Planalto de São Joaquim. **Boletim Geográfico**, Florianópolis: DEGC, ano 2, n. 4, p. 39-46, jul. 1948.
- PIRES, P. dos S. A paisagem rural como recurso turístico. In: RODRIGUES, A. B. (org.). **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001, p. 117-132.
- PLANO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL. Região de São Joaquim. Florianópolis: PNUD/Governo do Estado de Santa Catarina/SDR São Joaquim, 2005.
- RODRIGUES, A. B. Turismo rural no Brasil – ensaio de uma tipologia. In: --- (org.). **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001, p. 101-116.
- SANTOS, S. C. dos. **Nova história de Santa Catarina**. Florianópolis: EDEME, 1974.
- SEBRAE/SC – NOTÍCIAS PARA MPE'S. **Consultorias melhoram APL de Turismo da Serra Catarinense**. Inclusão: 20/08/2007a. Obtenção: www.sebrae-sc.com.br/ Acesso: nov. 2007.
- SEBRAE/SC – NOTÍCIAS PARA MPE'S. **Simpósio debate qualidade dos vinhos catarinense**. Inclusão: 05/11/2007b. Obtenção: www.sebrae-sc.com.br/ Acesso: nov. 2007.
- SERRA E MEIO-OESTE. **Diário Catarinense**, Florianópolis, 6 nov. 2007. Suplemento.
- TORESAN, L. e al. **Levantamento dos empreendimentos de turismo no espaço rural de Santa Catarina: localização, categorização e descrição geral**. Florianópolis: ICEPA, 2002.

TORESAN, L.; MATTEI, L.; GUZZATTI, T. **Estudo do potencial do agroturismo em Santa Catarina: impactos e potencialidades para a agricultura familiar**. Florianópolis: ICEPA, 2002.

TRIBE, J. The truth about tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 33, n. 2, p. 360-381, 2006.

TULIK, O. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. In: RODRIGUES, A. B. (org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1997, p. 136-143.

URIELY, N. Theories of modern and postmodern tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 4, p. 982-985, 1997.

URIELY, N. The tourist experience: conceptual developments. **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 1, p. 199-216, 2005.

URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel : SESC, 1996.

VATTIMO, G. **O fim da modernidade: niilismo e hermenêutica na cultura pós-moderna**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.